

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran produk Ar Rum pada pegadaian Syariah Jepara. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Ar Rum pada pegadaian Syariah Jepara menurut perspektif Ekonomi Syariah.

Jenis penelitian adalah penelitian kasus dan lapangan (*field research*), merupakan penelitian secara langsung terjun ke lapangan atau lokasi penelitian guna mendapatkan data atau informasi yang diharapkan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan verifikasi (*verification / conclusion drawing*).

Hasil penelitian menunjukkan pelaksanaan strategi pemasaran pegadaian Syariah Jepara yaitu membentuk segmentasi dari market yang dituju yaitu dengan membuat karakter produk tersendiri. Tahap selanjutnya yaitu memilih pasar sasaran yang ingin dipenuhi kebutuhannya. Pemilihan produk gadai syariah adalah kepada nasabah potensial. Bauran pemasaran perspektif Islam yang digunakan pegadaian Syariah meliputi *Product*, dengan pengembangan produk menjadi ARRUM (Ar-Rahn untuk Usaha Mikro Kecil). *Price*, penetapan harga produk gadai syariah dengan cara memotong tarif ijarah dari Rp. 85 menjadi Rp. 80 per sepuluh hari masa penyimpanan. *Place*, strategi distribusi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Jepara adalah dengan membuka UPC kecil. *Promotion*, Promosi dengan cara melalui periklanan (*advertising*), publisitas (*publicity*) dan penjualan pribadi. *People*, karyawan Pegadaian Syariah Jepara adalah individu yang memiliki pendidikan terakhir sarjana atau strata 1 baik di bidang ekonomi Islam maupun ekonomi. *Process*, mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan nasabah secara efektif dan efisien. *Phisical Evidence*, fasilitas fisik Pegadaian Syariah Jepara meliputi area parkir yang memadai, adanya kursi tunggu di dalam kantor. *Promise*, memiliki kemampuan untuk memiliki performa layanan yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat. *Patience* berkenaan dengan kesediaan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah. *Costumer centrisism* merupakan kebijakan perusahaan yang selalu mengidentifikasi kebutuhan nasabah.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran Produk Ar Rum.*