

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian pada bab-bab sebelumnya dari hasil analisis strategi pemasaran produk Ar Rum pada Pegadaian Syariah Jepara dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Jepara), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan strategi pemasaran produk Ar Rum pada pegadaian Syariah Jepara dalam membentuk segmentasi dari market yang dituju yaitu dengan membuat karakter produk tersendiri menurut keinginan nasabah atau konsumen. Produk yang ditawarkan berdasarkan prinsip syariah, selain produk yang dikeluarkan maka perusahaan tidak akan mencairkan dana kepada debitur dalam melakukan usaha atau bisnis. Aqad yang sering di pakai adalah ar-rahn (gadai syariah) selain karena fleksibel untuk usaha yang adil, nasabah tidak perlu memberi laporan keuangan kepada Pegadaian dan cukup memberi ijarah dan mengembalikan pinjaman sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat diawal. *Targeting* atau target pasar Pegadaian Syariah Jepara adalah para pengusaha mikro dan kecil untuk penyaluran produknya. Dalam menyusun rencana pemasaran produk gadai syariah, pegadaian syariah menempatkan pengenalan produk terhadap calon nasabah pada urutan pertama guna memberikan pelayanan produk yang sebaik-baiknya kepada nasabah tersebut. Hal ini dilakukan untuk menentukan terlebih dahulu segmen pasar yang akan dituju. Setelah menentukan segmen pasar yang dituju, maka tahap selanjutnya pegadaian syariah memilih pasar sasaran yang ingin dipenuhi kebutuhannya. Pemilihan pasar sasaran produk gadai syariah adalah kepada nasabah potensial, diantaranya adalah nasabah yang memerlukan dana cepat untuk kebutuhan perdagangan, pendidikan, pertanian, perumahan, kesehatan dan konsumsi.

2. Strategi pemasaran produk Ar Rum pada pegadaian Syariah Jepara menurut perspektif Ekonomi Syariah, telah sesuai dengan prinsip Islam yaitu terhindar dari judi dan riba, mengutamakan aspek baitul mal yaitu menjaga harta kekayaan. Ini bisa kita lihat dari jenis produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah Jepara yaitu produk Ar-raham, Arrum dan Mulia. Dari semua produk yang ditawarkan menggunakan sistem ijarah dan margin yang telah disepakati kedua belah pihak yang sesuai dengan prinsip Islam dan juga dalam strategi pemasaran yang dilakukan Pegadaian Syariah Jepara tidak pernah menghalalkan segala cara, tidak pernah melakukan penipuan, mengingkari perjanjian, berlaku curang dalam penetapan harga, bersikap memaksa dan menekan, mematikan pesaing, melakukan sogok (*riswah*). 4 aspek utama produk pegadaian Syariah menurut ekonomi Syariah yaitu sesuai dengan tauhid atau ajaran agama Islam, mengutamakan aspek saling tolong menolong dengan sesama, mengutamakan aspek keadilan antara pegadaian dengan nasabah.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian penulis mengenai analisis strategi pemasaran produk Ar Rum pada Pegadaian Syariah Jepara dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Jepara) melekat beberapa keterbatasan. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Keterbatasan waktu observasi lapangan yang hanya meliputi jangka waktu selama kurang lebih 1 bulan. Sehingga mengakibatkan informasi yang diperoleh kurang memadai.
2. Dalam melakukan analisis strategi pemasaran produk Ar Rum pada Pegadaian Syariah Jepara dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Jepara), peneliti hanya melakukan analisis ditinjau dari manajemen pemasaran, belum mencakup analisis ditinjau dari aspek manajemen sumber daya manusia.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan memperpanjang waktu penelitian. Dengan melakukan penelitian dalam jangka waktu yang lebih panjang diharapkan akan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai analisis strategi pemasaran produk Ar Rum pada Pegadaian dalam Perspektif Ekonomi Syariah.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan juga memperhatikan analisis ditinjau dari aspek manajemen sumber daya manusia sehingga diketahui kekurangan dalam segi manajemen sumber daya manusia.

D. Penutup

Alhamdulillahirobbil 'alamin, segala puji milik Allah SWT semata. Teriring panjat syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kekurangan dan kekhilafan sebagai manusia, menyadarkan penulis akan kekurangsempurnaan skripsi ini. Oleh karena itu, tegur sapa dan saran kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan. Sebagai akhir kata, terbesit harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca budiman pada umumnya, dan khususnya bagi penulis sendiri di masa-masa yang akan datang. *Amin Yaa Rabbal 'Alamin*.