

**ABSTRAK**

**Joko Pramono, 1820510026, Analisis Strategi Pengembangan Produk Gadai Emas di Bank Syariah. (Studi di Bank Syariah Indonesia KCP Jepara). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah, IAIN Kudus.**

Latar belakang permasalahan dalam penyusunan skripsi ini, dikarenakan peneliti tertarik dengan bagaimana strategi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara dalam mengembangkan produk Gadai Emas BSI. Karena seperti yang diketahui bahwa keberadaan Bank Syariah masih jarang diketahui oleh masyarakat. Selain tentang keberadaan Bank Syariah yang masih jarang diketahui oleh masyarakat, kalau berbicara gadai maka masyarakat akan berpikiran langsung ke lembaga Pegadaian. Oleh karena itu, tujuan adanya penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana pelaksanaan gadai emas syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Jepara dan strategi pengembangan produk apa yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara agar masyarakat mau menggunakan produk Gadai Emas BSI.

Skripsi ini menggunakan metode kualitatif, yang mana metode kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang yang dianggap penting dalam memberikan informasi selama penelitian berlangsung. Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil wawancara dari pegawai Bank BSI KCP Jepara bagian pembiayaan gadai emas. Sedangkan data sekunder berasal dari jurnal, buku, situs atau sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Pengujian keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan gadai emas syariah di Bank Syariah Indonesia KCP Jepara menggunakan 3 akad, yakni akad *rahn*, akad *qardh*, dan akad *ijarah*. Adapun strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Bank BSI KCP Jepara adalah menggunakan strategi modifikasi produk. Modifikasi produk adalah strategi yang berfungsi untuk memperbaiki produk yang sudah ada, kegiatannya meliputi perbaikan *quality*, *feature*, dan *style*. Dalam memudahkan nasabahnya untuk menggunakan jasa gadai emas syariah, Bank Syariah Indonesia menawarkan gadai emas online melalui aplikasi BSI Mobile. Dalam mensukseskan strategi pengembangan yang telah dilakukan diperlukan adanya strategi pemasaran yang baik. Oleh karena itu, dalam memasarkan produknya Bank Syariah Indonesia KCP Jepara menggunakan strategi bauran pemasaran 4P, yaitu produk, price (harga), place (saluran distribusi), dan promosi.

**Kata Kunci : Pengembangan Produk, BSI Mobile, Strategi Pemasaran**