

ABSTRAK

Desy Ramadania, 2025. Analisis Strategi Promosi Produk Gadai Emas di BJB Syariah KCP Cikurubuk, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi

Latar belakang masalah ini adalah adanya ketidakcapaian target pembiayaan produk gadai emas hal ini menciptakan persepsi negatif di kalangan masyarakat tentang kemampuan bank dalam menawarkan produk yang kompetitif, yang mungkin juga dapat berdampak pada produk lain dan pendapatan keseluruhan Bank BJB Syariah KCP Cikurubuk Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi produk gadai emas di BJB Syariah KCP Cikurubuk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara semi-terstruktur sebagai instrumen utama. Data diperoleh langsung dari pihak bank dan sumber lain, yang kemudian dianalisis secara sistematis untuk memahami efektivitas dari bauran promosi yang diterapkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun BJB Syariah telah menerapkan lima alat promosi utama periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung hanya promosi penjualan, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung yang terbukti memberikan dampak signifikan dalam menarik minat nasabah dan meningkatkan pembiayaan produk gadai emas.

Temuan ini menegaskan pentingnya pemilihan strategi promosi yang tepat dalam meningkatkan kinerja keuangan dan daya tarik produk keuangan syariah. Penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi promosi dalam industri jasa keuangan syariah secara umum. Dengan hal ini BJB Syariah sebaiknya lebih fokus terhadap promosi penjualan dan penjualan perorangan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Gadai, BJB Syariah

ABSTRACT

Desy Ramadania, 2025. Analysis of the Promotion Strategy of Gold Pawn Products at BJB Syariah KCP Cikurubuk, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Siliwangi University

The background of this problem is the failure to achieve the financing target for gold pawn products, this creates a negative perception among the public about the bank's ability to offer competitive products, which may also have an impact on other products and the overall income of Bank BJB Syariah KCP Cikurubuk. This study aims to analyze the promotional strategy for gold pawn products at BJB Syariah KCP Cikurubuk.

This study uses a qualitative approach with a semi-structured interview method as the main instrument. Data were obtained directly from the bank and other sources, which were then analyzed systematically to understand the effectiveness of the promotional mix applied.

The results of the study show that although BJB Syariah has implemented five main promotional tools, namely advertising, sales promotion, publicity, personal selling, and direct marketing, only sales promotion, personal selling, and direct marketing have been proven to have a significant impact on attracting customer interest and increasing financing for gold pawn products.

This finding confirms the importance of choosing the right promotional strategy in improving financial performance and the attractiveness of Islamic financial products. This study also contributes to the development of promotional strategies in the Islamic financial services industry in general. With this, BJB Syariah should focus more on personal selling and sales promotion.

Keywords: Promotion Strategy, Pawn, BJB Syariah