

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS DI BANK**

**JABAR BANTEN SYARIAH KCP PONDOK GEDE**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

**AHMAD JAELANI**

**NIM. 41182933200009**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI**

**2025 M/1447 H**

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**  
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS DI BANK**  
**JABAR BANTEN SYARIAH KCP PONDOK GEDE**

**Skripsi**


**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh**  
**Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah**

**Oleh**

**AHMAD JAELANI**

**41182933200009**

**Pembimbing**



**Rizal Pahlevi, Lc., M.Si.**

**NIDN. 0419018905**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI**

**2026 M/1448 H**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul : “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS DI BANK JABAR BANTEN SYARIAH KCP PONDOK GEDE” telah diujikan dalam Sidang *Munaqasyah* Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam 45 Bekasi pada tanggal 04 Februari 2026. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam.

Bekasi, 04 Februari 2026

### Sidang *Munaqasyah*

Dekan/

Ketua Sidang



**Dr. Akmal Rizki Gunawan Hsb, M.A.**  
NIDN. 0410049201

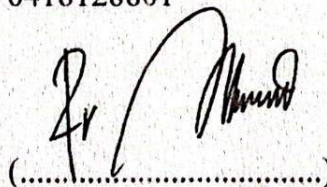
Ketua Program Studi/

Sekretaris Merangkap Penguji III



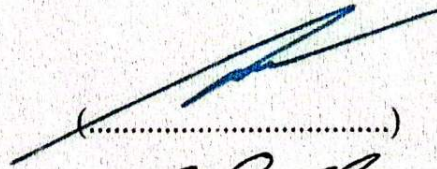
**Rafika Rahmawati, S.E.I., M.Si.**  
NIDN. 0418128801

Penguji I : **Isfandayani, S.S., M.Si.**  
NIDN.0419107401



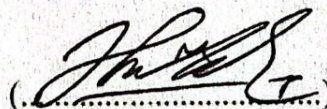
(.....)

Penguji II : **Purnama Putra, S.Akt., M.Si.**  
NIDN. 0405108102



(.....)

Penguji IV : **Rizal Pahlevi, Lc., M.Si.**  
NIDN.0419018905



(.....)

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Jaelani

NPM : 41182933200009

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK GADAI EMAS DI BANK JABAR BANTEN SYARIAH KCP PONDOK GEDE”** adalah benar merupakan karya saya sendiri dan tidak melakukan plagiat dalam penyusunannya. Adapun kutipan yang ada dalam penyusunan karya ini telah saya cantumkan sumber kutipannya dalam skripsi. Saya bersedia melakukan proses yang semestinya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku jika ternyata skripsi ini keseluruhan merupakan plagiat dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Bekasi, 04 Februari 2026



Ahmad Jaelani

41182933200009

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran produk gadai emas di Bank Jabar Banten Syariah KCP Pondok Gede dalam menghadapi berbagai tantangan yang muncul di lapangan. Produk gadai emas dinilai menghadapi hambatan berupa proses administrasi yang dianggap kurang praktis, keterbatasan digitalisasi layanan, serta rendahnya tingkat brand awareness dibandingkan lembaga pesaing seperti fintech dan lembaga gadai lainnya. Kondisi tersebut berdampak pada persepsi nasabah terhadap kemudahan akses, kecepatan layanan, dan daya tarik produk. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas pemasaran produk gadai emas serta merumuskan strategi yang mampu meningkatkan daya saingnya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap pihak manajemen cabang, petugas pemasaran, dan nasabah sebagai pengguna layanan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan pendekatan SWOT guna mengkaji kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman produk secara komprehensif. Pendekatan ini memungkinkan penelitian menghasilkan gambaran strategis yang relevan dengan kondisi aktual lembaga dan kebutuhan pasar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat beberapa kelemahan internal, produk gadai emas memiliki keunggulan kompetitif berupa transparansi akad dan biaya, penerapan prinsip syariah tanpa bunga, serta kualitas pelayanan yang informatif, santun, dan membangun kepercayaan nasabah. Output penelitian berupa identifikasi menyeluruh terhadap faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pemasaran produk, termasuk persepsi nasabah terkait kemudahan prosedur, transparansi layanan, dan kualitas interaksi pelayanan. Berdasarkan analisis tersebut dirumuskan strategi pemasaran yang meliputi pengembangan kampanye edukasi produk berbasis syariah untuk meningkatkan literasi dan kepercayaan masyarakat, peningkatan kualitas pelayanan yang profesional dan responsif, penyederhanaan prosedur administrasi guna meningkatkan efisiensi layanan, serta penguatan digital marketing melalui media sosial dan layanan konsultasi daring. Outcome yang diharapkan dari implementasi strategi ini adalah meningkatnya kepercayaan dan loyalitas nasabah, terbentuknya persepsi positif terhadap kemudahan dan transparansi layanan, serta meningkatnya daya saing produk gadai emas di tengah persaingan industri yang semakin dinamis. Selain itu, strategi tersebut diharapkan mampu mendorong minat masyarakat terhadap pembiayaan gadai emas berbasis syariah dan menciptakan sistem pemasaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen modern.

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Gadai Emas, Perbankan Syariah, Analisis SWOT

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the marketing strategy of the gold pawn product at Bank Jabar Banten Syariah KCP Pondok Gede in addressing various operational challenges observed in the field. The gold pawn product faces several obstacles, including administrative procedures perceived as less practical, limited service digitalization, and relatively low brand awareness compared to competing institutions such as fintech companies and other pawn service providers. These conditions influence customer perceptions regarding accessibility, service speed, and product attractiveness. Therefore, this research focuses on identifying factors that affect the effectiveness of marketing strategies and formulating approaches to enhance the product's competitiveness. The study employs a qualitative research method, utilizing in-depth interviews with branch management, marketing personnel, and customers as primary data sources. The collected data are analyzed using a SWOT framework to comprehensively evaluate internal strengths and weaknesses as well as external opportunities and threats. This approach enables the research to produce strategic insights aligned with institutional conditions and market needs.*

*This study aims to analyze the marketing strategy of the gold pawn product at Bank Jabar Banten Syariah KCP Pondok Gede in addressing various operational challenges observed in the field. The gold pawn product faces several obstacles, including administrative procedures perceived as less practical, limited service digitalization, and relatively low brand awareness compared to competing institutions such as fintech companies and other pawn service providers. These conditions influence customer perceptions regarding accessibility, service speed, and product attractiveness. Therefore, this research focuses on identifying factors that affect the effectiveness of marketing strategies and formulating approaches to enhance the product's competitiveness. The study employs a qualitative research method, utilizing in-depth interviews with branch management, marketing personnel, and customers as primary data sources. The collected data are analyzed using a SWOT framework to comprehensively evaluate internal strengths and weaknesses as well as external opportunities and threats. This approach enables the research to produce strategic insights aligned with institutional conditions and market needs.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Gold Pawn, Islamic Banking, SWOT Analysis*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim.*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat rahmat-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Jabar Banten Syariah KCP Pondok Gede”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Islam 45 Bekasi.

Penulis sangat menyadari betapa luar biasa dukungan, bimbingan, dan semangat yang telah diterima dari berbagai pihak, baik pikiran, waktu, maupun tenaga. Oleh karena itu, penulis ingin menggunakan kesempatan ini untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si. selaku Rektor Universitas Islam 45 Bekasi.
2. Bapak Dr. Akmal Rizki Gunawan, Hsb, M.A selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Rafika Rahmawati, S.E.I., M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam 45 Bekasi. S
4. Bapak Rizal Pahlevi, Lc., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu bersedia memberikan bimbingan, perhatian, dan kesabaran selama

proses penelitian ini. Arahan dan motivasi yang diberikan sangat membantu saya memahami banyak hal dan menyelesaikan skripsi ini dengan lebih maksimal. Saya benar-benar menghargai semua waktu dan energi yang telah Bapak luangkan untuk membimbing saya.

5. Ibu Dr. Isfandayani, S.S., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam 45 Bekasi.
6. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Islam 45 Bekasi
8. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Islam 45 Bekasi.
9. Pimpinan Perpustakaan yang telah memberikan fasilitas untuk penulis selama pengerjaan skripsi.
10. Kedua Orang Tua saya, terima kasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada guru saya, Pak Riri Sadiana S.Pd, M.Si, terima kasih atas motivasi dan dorongan semangat yang selalu diberikan, sehingga saya dapat terus belajar dan berkembang hingga mencapai tahap ini.
12. Kepada keluarga besar, yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terimakasih atas dukungan dan motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya.

13. Kepada teman-teman seperjuangan Gilang, Azmi, Alif, Ade, Umi, Aulia, Niken, Zahra, Lydia, Talida, Mala, Elsa, Alya, Siti Nursaidah, Salwa dan Syifa, yang telah berjuang bersama-sama dalam dunia perkuliahan.
14. Keluarga besar Forum Ekonomi Syariah (FOREKS) yang telah menjadi teman belajar selama masa perkuliahan.

Bekasi, 01 Desember 2025

Penulis

Jaylani

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan .....	19
1.2.1. Identifikasi masalah.....	19
1.2.2. Batasan Masalah.....	20
1.2.3. Rumusan masalah.....	20
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	20
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	20
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	21
1.4. Sistematika penulisan .....	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	24
2.1. Pemasaran .....	24
2.2. Gadai Emas Syariah.....	29
2.2.1. Pengertian Gadai Syariah .....	29
2.2.2. Mekanisme Gadai Emas.....	32

2.2.3. Manfaat dan risiko gadai emas .....	34
2.2.4. Syarat Gadai Syariah .....	36
2.2.5. Persamaan Dan Perbedaan Gadai Syariah Dan Konvensional .....	37
2.3. Analisis Strategi SWOT.....	39
2.4. Review Studi Terdahulu .....	42
2.4. Kerangka Penelitian.....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
3.1. Waktu dan tempat penelitian .....	50
3.2. Jenis penelitian.....	50
3.3. Sumber data .....	54
3.3.1. Data Primer.....	54
3.3.2. Data Sekunder .....	54
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.5. Teknik Analisis SWOT.....	56
<b>BAB IV TEMUAN DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>58</b>
4.1. Deskripsi Data .....	58
4.1.1. Reduksi Data .....	58
4.1.2. Kesimpulan / Validitas Data.....	61
4.2. Identifikasi Faktor Internal Dan Eksternal.....	66
4.2.1. Identifikasi Faktor Internal .....	68
4.2.2. Identifikasi Faktor Eksternal .....	70
4.3. Analisis SWOT .....	71
4.4. Strategi Pemasaran dari hasil Analisis SWOT.....	73

BAB V KESIMPULAN .....	78
5.1. Kesimpulan .....	78
5.2. Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN .....	95

## DAFTAR TABEL

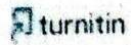
Tabel 1.1. Perbandingan Pendapatan Gadai Emas Pegadaian dengan BJB Syariah... 14	
Tabel 4.1 Hasil Wawancara..... 58	
Tabel 4.2 Kesimpulan / Validitas Data Hasil Wawancara ..... 61	
Tabel 4.3 Identifikasi Faktor Internal..... 68	
Tabel 4.4 Identifikasi Faktor Eksternal ..... 70	
Tabel 4.5 Matriks Analisa SWOT..... 72	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Kerangka Penelitian.....	48
---------------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Sekilas Bank Jabar Banten (BJB) Syariah.....	95
Lampiran 2. Transkrip Wawancara .....	103
Lampiran 3. Dokumentasi Foto.....	115
Lampiran 4. Surat Pernyataan Melakukan Penelitian .....	116






## 28% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database

### Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

### Top Sources

- 27%  Internet sources
- 5%  Publications
- 13%  Submitted works (Student Papers)

