



## RELEVANSI STRATEGI PROMOSI PRODUK GADAI EMAS DALAM PENINGKATAN VOLUME JASA PENJUALAN PADA PEGADAIAN SYARIAH CABANG MEULABOH

Rahmi Wahyuni<sup>1</sup>, Inayatillah<sup>2</sup>, \*Mikhral Rinaldi<sup>3</sup>  
<sup>123</sup>STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh

Email kontributor: [mikhralrinaldi@staindirundeng.ac.id](mailto:mikhralrinaldi@staindirundeng.ac.id)

### Abstrak

Promosi merupakan salah satu kegiatan perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Dampak promosi terhadap peningkatan volume penjualan di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh sangat signifikan. Peningkatan jumlah nasabah menjadi indikator utama meningkatnya volume penjualan produk di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi promosi produk gadai emas dalam meningkatkan volume penjualan di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh dan dampak promosi terhadap peningkatan volume penjualan di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan penentuan subjek penelitian sebanyak 15 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi dan teknik analisis data dilakukan dengan teknik kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi produk gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh dilakukan dengan beberapa jenis di antaranya promosi *marketing officer* (bekerjasama dengan instansi lain). Strategi promosi juga dilakukan melalui periklanan produk yang dilakukan melalui pamlet/baliho dan brosur, *sales promotions* (promosi penjualan) dengan memberikan harga khusus gadai, *public relation* (*publisitas*) dengan ikut serta dalam kegiatan expo dan festival UMKM, *word of mouth* yang dilakukan oleh nasabah Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh serta promosi melalui website, story WhatsApp, facebook dan youtube. Pelaksanaan promosi gadai emas oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh sangat berdampak bagi volume penjualan produk gadai emas. Peningkatan penjualan produk tersebut terlihat peningkatan jumlah nasabah gadai emas semenjak 5 tahun terakhir, rata-rata peningkatan pertahun berkisar 20%-30%. Hingga tahun 2023 nasabah Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh pada produk gadai emas mencapai 1.500 orang.

**Kata Kunci:** *Strategi Promosi, Produk Gadai Emas, Volume Jasa Penjualan*

### Abstract

Promotion is one of the company's activities to introduce products to the public. The impact of promotions on increasing sales volume at Pegadaian Syariah Meulaboh Branch is very significant. The increase in the number of customers is the main indicator of the increase in product sales volume at Pegadaian Syariah Meulaboh Branch. The aim of this research is to determine the promotion strategy for gold pawn products in increasing sales volume at Pegadaian Syariah Meulaboh Branch and the impact of promotion on increasing sales volume at Pegadaian Syariah Meulaboh Branch. This research used qualitative methods, with the selection of research subjects as many as 15 people. Data collection was carried out using interview,

observation and documentation techniques and data analysis techniques were carried out using qualitative techniques. The research results show that the promotion strategy for gold pawn products at Pegadaian Syariah Meulaboh Branch is carried out using several types, including marketing officer promotion (in collaboration with other agencies). Promotion strategies are also carried out through product advertising through pamphlets/billboards and brochures, sales promotions by providing special pawn prices, public relations by participating in MSME expos and festivals, word of mouth carried out by customers. Syariah Pegadaian Meulaboh Branch as well as promotions via website, WhatsApp stories, Facebook and YouTube. The implementation of the gold pawning promotion by Pegadaian Syariah Meulaboh Branch has had a big impact on the sales volume of gold pawning products. The increase in product sales has seen an increase in the number of gold pawning customers over the last 5 years, with an average annual increase of around 20% -30%. By 2023, Pegadaian Syariah Meulaboh Branch's customers for gold pawning products will reach 1,500 people.

**Keywords:** *Promotion Strategy, Gold Pawn Products, Sales Service Volume*

## A. PENDAHULUAN

Pegadaian merupakan suatu kegiatan muamalah yang memberikan kemudahan kepada setiap orang. Kegiatan pegadaian yang memberikan suatu pinjaman uang dengan memberikan suatu barang berharga sebagai jaminan hutang tersebut. Pegadaian syariah memiliki berbagai produk yang ditawarkan, salah satunya gadai emas. Dalam praktiknya gadai emas sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan rumit yang dapat menyulitkan nasabah dalam pemberian dana. Prosesnya cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis, masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya, baik produktif maupun konsumtif. Di samping itu proses pencairan dana yang terbilang cepat dan mudah.

Dalam memperkenalkan produk gadai emas yang dimiliki, maka Pegadaian Syariah melakukan kegiatan *marketing* produk salah satunya dengan melakukan penerapan strategi promosi. Kegiatan promosi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan produk gadai emas kepada nasabah. Promosi sangat penting dilakukan karena dalam proses promosi dilakukan komunikasi informasi tentang produk mereka dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Promosi sebagai upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima publik.

Mengingat pentingnya kegiatan promosi produk yang berdampak pada pengetahuan masyarakat mengenai produk gadai emas. Maka kegiatan promosi harus selalu dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan, sehingga pengetahuan masyarakat semakin meningkat. Tingkat pengetahuan masyarakat menjadi pertimbangan untuk melakukan transaksi pada suatu produk tertentu. Peningkatan nasabah dalam melakukan transaksi produk gadai emas sangat berdampak kepada penjualan volume jasa penjualan produk. Karenanya kegiatan promosi penjualan harus dirancang secara tepat dengan biaya promosi yang efisien yang dapat mendorong keputusan pembelian oleh konsumen. Kegiatan promosi penjualan yang diprogramkan harus sesuai dengan tujuan komunikasi yang dapat menstimulus pembelian

produk dengan segera, memotivasi penjualan personal dan memperoleh pelanggan baru sehingga penjualan meningkat secara terus menerus.

Salah satu tujuan dari promosi penjualan untuk meningkatkan volume produk atau jasa, volume produk atau jasa yang dijual kepada konsumen dengan waktu jangka panjang, bergantung kepada berbagai faktor pemasaran fundamental seperti kualitas, biaya, distribusi serta nilai yang didefinisikan dalam istilah pelanggan sebagai penawaran. Promosi ditujukan untuk meningkatkan volume tidak akan pernah bisa mengatasi kelemahan yang tertanam pada organisasi, tetapi bisa menjadi sangat berharga dalam memenuhi kebutuhan bisnis jangka pendek. Upaya promosi produk harus dilakukan secara terus menerus sehingga mampu meningkatkan nasabah. Penambahan nasabah berdampak pada peningkatan volume penjualan. Begitu juga halnya dengan Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh, juga melakukan berbagai strategi promosi dalam meningkatkan volume jasa penjualan produk gadai emas. Hal tersebut terlihat dari observasi awal penulis dimana pada produk gadai emas terlihat tingkat nasabah yang melakukan transaksi sangat ramai. Banyaknya nasabah yang mengantri setiap hari untuk melakukan transaksi di Pegadaian Syariah setiap hari.

Dengan demikian dapat diidentifikasi bahwa Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh tentunya melakukan berbagai strategi promosi produk kepada masyarakat. Sehingga masyarakat menjadi tahu mengenai produk gadai emas. Meningkatnya jumlah nasabah menjadi indikator utama dalam meningkat pula volume penjualan produk di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*). dengan pendekatan kualitatif. Jenis data yang penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu primer dan sekunder, berkaitan dengan hal tersebut penulis jelaskan sebagai berikut.

1. Data primer (sumber data utama), dimana dalam data primer diperoleh dari wawancara dengan pegawai Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh.
2. Data sekunder merupakan data penunjang yang berasal dari yang penulis ambil dari dokumentasi mengenai gambaran kantor Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh.

Adapun jadwal penelitian yang akan dilakukan di Kantor Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh alamat di Jalan Teungku Dirundeng Nomor 3 Gampong Ujong Baroh Kabupaten Aceh Barat. Penelitian ini dilakukan dilakukan pada bulan Juni 2023. Subjek penelitian merupakan informan yang menjadi sumber data dalam penelitian. Teknik penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Sampling Purposive*, yaitu teknik penentuan sampel dari sejumlah populasi berdasarkan ciri-ciri atau sifat tertentu dari populasi. Penentuan sampel ini berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui relevansi promosi terhadap peningkatan volume jasa penjualan di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh, sehingga yang menjadi sasaran subjeknya yaitu pegawai dan nasabah Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh, sebanyak 15 orang.

Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini sesuai dengan metode atau pendekatan yang di gunakan yaitu pendekatan kualitatif, maka teknik-teknik pengumpulan datanya sebagai berikut:

1. Teknik Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Adapun yang diwawancarai dalam penelitian ini yaitu 2 orang pegawai dan 13 orang nasabah pegadaian syariah.

## 2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan terhadap fakta-fakta yang dibutuhkan oleh peneliti. Observasi adalah dasar ilmu pengetahuan, karena para ilmuwan bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang dihasilkan melalui kegiatan observasi. Dalam penelitian ini yang menjadi aspek observasi meliputi kegiatan promosi-promosi yang dilakukan oleh kantor Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh baik secara offline maupun secara online.

## 3. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan mencatat data-data dari laporan, arsip, dan lain-lain yang menyangkut dengan kondisi kantor Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis data dengan metode kualitatif menurut teori Miles dan Huberman, dengan tahapan analisisnya sebagai berikut:

### 1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Reduksi data dapat dibantu menggunakan peralatan elektronik seperti komputer mini dengan cara memberikan kode-kode pada aspek tertentu.

Dalam mereduksi data penulis melakukan proses merangkum, mengambil data yang pokok dan penting, membuat kategorisasi berdasarkan huruf besar, huruf kecil dan angka.

### 2. Data *Display* (penyajian data)

Setelah data berhasil direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif proses penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sebagainya. Namun, yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

Dengan melakukan *display* data, maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

### 3. *Conclusion Drawing/ verification*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Strategi Promosi Produk Gadai Emas dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh

a. Deskripsi subjek

Penelitian ini terfokus pada kegiatan strategi promosi produk gadai emas dalam meningkatkan volume penjualan. Untuk itu yang menjadi subjek dalam penelitian ini mencakup pegawai dan nasabah Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Mengenai subjek yang memberikan informasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1. Deskripsi Subjek Penelitian**

No	Nama Nasabah	Jabatan	Alamat
1	M. Amar Akbar	Pegawai	-
2	Nanda Irawan	Pegawai	-
3	Jasniar	Nasabah	Ujong Baroh
4	Suherman	Nasabah	Seuneubok
5	Sari Novi Saputri	Nasabah	Seuneubok
6	Tria Rahma Wirda	Nasabah	Drien Rampak
7	Varler	Nasabah	Panggong
8	Viki	Nasabah	Panggong
9	Sri Wahyuni	Nasabah	Penaga Cut
10	Dian Riski	Nasabah	Ujong Kalak
11	Susila Dewi	Nasabah	Peunaga Rayeuk
12	Elis Piati	Nasabah	Peulanteu
13	Zulkifli	Nasabah	Peulanteu
14	Mimi	Nasabah	Nagan Raya
15	Lucia	Nasabah	Kota Padang

Sumber: Hasil Penelitian

b. Strategi promosi Pegadaian Syariah dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk

Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh merupakan salah satu BUMN yang bergerak dalam bidang keuangan. Pegadaian Syariah ini berubah status menjadi syariah semenjak diberlakukannya qanun Aceh tentang lembaga keuangan konvensional yang harus merubah operasionalnya menjadi syariah. Operasional Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh ini memiliki jenis produk yang meliputi arrum BPKB honda, produk gadai, produk non gadai dan produk multiguna. Produk gadai ini meliputi gadai emas dan gadai kendaraan bermotor atau mobil yang harus diserahkan sekaligus dengan surat menyuratnya ke Pegadaian meliputi BPKB honda/mobilnya. Produk non gadai meliputi pinjaman usaha seperti Arrum BPKB untuk usaha. Produk multiguna ini khusus pembiayaan bagi pegawai yang bisa memberikan jaminan BPKB kendaraannya.

Dalam rangka meningkat volume penjualan produk gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh melakukan berbagai strategi promosi kepada masyarakat. Kegiatan promosi pun harus dilakukan dengan strategi-strategi sehingga promosi yang disampaikan kepada konsumen dapat diserap dan menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih sebuah produk. Mengingat strategi promosi merupakan suatu rancangan untuk mengoptimalkan bagian-bagian dari promosi, periklanan, public relation, penjualan

pribadi, dan promosi penjualan. Beberapa langkah promosi produk gadai emas yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh meliputi di antaranya:

1). Promosi *marketing officer* (bekerjasama dengan instansi lain)

Promosi lewat *marketing officer* merupakan salah satu bentuk promosi dengan menjalin kerjasama dengan instansi-instansi lain. Kegiatan *marketing officer* ini dilakukan dalam rangka mensosialisasikan produk-produk yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh kepada setiap instansi yang dikunjungi. Sehingga instansi-instansi lain mengetahui mengenai produk-produk yang ada di lembaga Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Sebagaimana penjelasan Pegawai Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh bahwa "salah satu kegiatan promosi yang kami lakukan dengan melakukan sosialisasi ke setiap instansi seperti yang sudah pernah dilakukan kunjungan ke puskesmas Johan Pahlawan, sosialisasi ke Kejaksaan Negeri Aceh Barat dan ke instansi lainnya seperti Kantor Dinas, sekolah dan perguruan tinggi".

Hal yang sama juga dijelaskan oleh Nanda Irawan bahwa memang selama ini kami dari pihak Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh selalu menjalin hubungan dengan instansi-instansi swasta maupun pemerintah dalam rangka menginformasikan produk-produk yang dimiliki Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh".

Kegiatan-kegiatan kerjasama dengan instansi lain (*marketing officer*) terus dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai produk-produk yang disediakan di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Kegiatan *marketing officer* ini telah dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh ke berbagai instansi yang ada di Meulaboh. Semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat mengenai produk di Pegadaian Syariah, maka akan menjadi salah satu faktor pendorong masyarakat untuk melakukan transaksi di lembaga keuangan syariah ini. Berikut kegiatan *marketing officer* yang sudah dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh.

**Gambar 1. Sosialisasi produk Pegadaian Syariah di UPTD Puskesmas Johan Pahlawan**



Sumber: Data Dokumentasi Pegadaian Syariah cabang Meulaboh



Dari gambar 4.2 di atas terlihat Pegadaian Syariah cabang Meulaboh melakukan sosialisasi produk-produk di Pegadaian syariah. Dalam kegiatan tersebut. Sosialisasi tersebut dilakukan di UPTD Puskesmas Johan Pahlawan.

**Gambar 2. Sosialisasi di Kejaksaan Negeri Aceh Barat**



Sumber: Data dokumentasi Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh

Gambar di atas terlihat pegawai Pegadaian Syariah sedang berkomunikasi dengan pegawai Kejaksaan Negeri (PN) Aceh Barat. Dalam kegiatan tersebut pegawai Pegadaian Syariah memperkenalkan produk-produk yang ada di Pegadaian terutama produk gadai emas. Produk gadai emas merupakan produk pembiayaan yang berbasis gadai.

**Gambar 3. Sosialisasi di Dinas Pemerintahan di Aceh Barat**



Sumber: Data dokumentasi Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh  
Gambar 4.5 Sosialisasi Produk Gadai di Dinas Satpol-PP dan WH Aceh Barat



Sumber: Data dokumentasi Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh pada instansi-instansi Pemerintah Aceh Barat. Kegiatan tersebut bertujuan untuk memperkenalkan produk yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh.

**Gambar 4. Sosialisasi produk gadai di SD 7 Aceh Barat**



Sumber: Data dokumentasi Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh



Kegiatan di atas menunjukkan bahwa Pegadaian Syariah selalu melakukan sosialisasi ke setiap instansi pemerintah dan juga sekolah-sekolah. Semua kegiatan tersebut dilakukan untuk mempromosikan produk-produk terutama produk rahn yang memberikan banyak kemudahan-kemudahan baik dalam proses transaksinya maupun dalam penentuan ujrahnya yang tidak terlalu tinggi.

Dari gambaran di atas dapat dipahami bahwa *marketing officer* sudah dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh, sebagai bentuk promosi serta memperluas pemasaran produk Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Dengan kegiatan *marketing officer* tersebut dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terutama yang ada dalam instansi pemerintah dan swasta tentang produk pelayanan yang ada di Pegadaian Syariah.

## 2). Melalui periklanan produk

Periklanan produk merupakan bagian dari kegiatan promosi produk. Dengan kegiatan periklanan masyarakat menjadi tahu mengenai produk Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Periklanan ini sering dilakukan oleh Pegadaian Syariah dalam bentuk baliho yang dipajang di badan jalan dan juga brosur yang dibagi-bagikan kepada masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh M. Amar Akbar bahwa "Selama ini banyak promosi yang dilakukan yaitu dengan membuat iklan-iklan produk seperti membuat baliho yang dipajang di pinggir jalan/badan jalan. Ada juga iklan yang dibuat dalam bentuk brosur yang dibagikan kepada nasabah-nasabah dan masyarakat. Dengan iklan tersebut masyarakat memiliki pengetahuan tentang produk di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh".

Periklanan produk sering dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh dengan berbagai jenis iklan berupa baliho/pamphlet dan brosur. Beberapa iklan produk Pegadaian Syariah tersebut di antaranya:

### a). Baliho

Baliho merupakan pamphlet besar yang biasanya di pajang di tepi jalan ataupun di badan jalan. Baliho dipasang bertujuan untuk menginformasikan produk Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Berikut baliho yang dipajang di badan Jalan Teungku Dirundeng Meulaboh, depan kantor Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Adanya baliho yang dipajang di badan jalan sudah memberikan informasi kepada masyarakat. Hal tersebut juga dikuatkan oleh Viki nasabah Pegadaian Syariah bahwa "saya tahu mengenai produk gadai emas di Pegadaian Syariah awalnya dari baliho yang dipajang di badan jalan. Karena saya kebetulan lagi butuh uang, akhirnya saya cari informasi langsung ke kantor Pegadaian Syariahnya. Ketika berada di sana pegawai Pegadaian menjelaskan lebih detail mengenai gadai emas tersebut, bagaimana proses transaksinya dan berapa jumlah biaya untuk administrasinya".

Hal yang senada juga dijelaskan oleh Sri Wahyuni bahwa "kalau saya dapat informasinya pertama itu dari pamphlet Pegadaian Syariah. Terus saya cari informasi lebih banyak lagi langsung ke Pegadaian Syariahnya, sehingga saya tahu bagaimana proses transaksi gadai emasnya. Ternyata prosesnya sangat gampang, hanya

membawa barang gadainya dan mengisi data pribadi dan surat perjanjian dengan Pegadaian Syariah Cabang Meulabohnya”.

Mengenai keberadaan pamflet/baliho Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh, juga dikuatkan dari hasil observasi penulis ketika sedang melakukan penelitian bahwa ”terdapat baliho/pamflet yang dipajang di depan kantor Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh”. Berikut pamflet yang terpajang di Jalan Teungku Dirundeng Meulaboh, tepatnya di depan kantor Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh.

**Gambar 5. Pamflet/baliho Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh**



Sumber: Hasil observasi Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh

b). Brosur

Brosur merupakan iklan yang juga dibuat untuk mempromosikan produk Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh yang disebarakan kepada masyarakat sebagai bentuk informasi kepada masyarakat. Pegawai Pegadaian menjelaskan bahwa ”Brosur tersebut dibagi-bagikan kepada setiap nasabah dan masyarakat di Aceh Barat. Pembagian brosur tersebut ketika di stand Pegadaian mengikuti expo dan festival UMKM”.

Sebagian nasabah Pegadaian Syariah juga mengetahui mengenai keberadaan Pegadaian Syariah melalui brosur-brosur yang dibagikan kepada masyarakat. Hal tersebut sebagaimana penjelasan Dian Riski bahwa ”saya tahu informasi gadai emas dari brosur yang dibagikan ketika saya lewat di jalan dekat Pegadaian Syariah tersebut. Selain itu juga saya dapatkan informasi lebih lanjut ketika di acara expo yang ada di stand Pegadaian Syariah Cabang Meulabohnya”.

Informasi yang sama juga penulis dapatkan dari Susila Dewi bahwa "Kalau informasi tentang gadai emas awalnya saya dapat informasinya dari brosur Pegadaianya, yang dibawakan oleh tetangga dari Pegadaian Syariah".

Dari informasi di atas dapat diketahui bahwa ternyata nasabah Pegadaian Syariah mengetahui mengenai keberadaan gadai emas melalui brosur yang disebarakan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh kepada masyarakat, kantor dan dinas pemerintahan setempat. Brosur Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh tersebut menginformasikan tentang gadai emas. Berikut Brosur yang disebarakan oleh kantor Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh kepada masyarakat.

Gambar 6. Brosur produk Gadai Emas



Sumber: Data dokumentasi Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh

### 3). Sales Promotions (Promosi Penjualan)

Promosi penjualan produk merupakan salah satu promosi produk yang dilakukan untuk menarik minat nasabah dan masyarakat untuk melakukan transaksi di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Salah satu promosi penjualan produk Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh saat ini dengan menghadirkan harga khusus jasa gadai. Sebagaimana dijelaskan oleh pegawai Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh bahwa "Promosi

penjualan yang khusus di lakukan dalam produk gadai yaitu dengan adanya promosi harga jasa khusus bagi gadai emas sebesar 0,25 gram.

Hal tersebut juga dijelaskan oleh Ellis Piati bahwa ”kalau di Pegadaian Syariah itu proses transaksinya cepat dan fleksibel. Kita datang ke Pegadaian siapkan barang gadainya, langsung bisa diproses sehari siap. Selain itu biaya administrasi untuk gadai emasnya pun rendah tidak terlalu mahal”.

#### 4). *Public Relation (Publisitas)*

Kegiatan promosi lain yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh yaitu dengan melakukan *publisitas*. Publisitas yaitu kegiatan *public relation* yang dilakukan oleh *eksekutif marketing* dalam mempublikasikan produk Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Kegiatan publisitas tersebut dilakukan dengan mengikuti festival atau expo dan juga mengikuti pameran UMKM yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah setiap 2 tahun sekali. Sebagaimana penjelasan Pegawai Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh bahwa “Kalau kegiatan publisitas produk selalu kami lakukan. Setiap ada kegiatan *expo* atau *vestifal* UMKM yang diselenggarakan oleh Pemerintah daerah maka kami tidak ketinggalan dalam mengikuti kegiatan tersebut. Kalau kegiatan *expo* biasanya setiap 2 tahun sekali diadakannya. Hal tersebut merupakan salah satu kegiatan promosi produk yang juga kami lakukan”.

Nasabah Pegadaian Syariah juga mendapatkan informasi tentang gadai melalui stand yang ada di dalam expo dan festival UMKM. Sebagaimana dijelaskan oleh Zulkifli bahwa “Ketika saya berkunjung ke stand Pegadaian Syariah, waktu itulah saya mendapatkan informasi tentang gadai tersebut. Saya tertarik dan langsung menuju ke Kantor Pegadaian Syariah untuk melakukan transaksinya”.

Dari kutipan di atas menunjukkan bahwa Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh melakukan publikasi produknya dengan ikut serta dalam kegiatan expo dan juga *vestifal* UMKM yang diselenggarakan oleh Pemerintahan Daerah setempat. Berikut kegiatan publisitas produk gadai di *expo* Aceh Barat tahun 2023.

**Gambar 7. Stand Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh di Expo Aceh Barat**



Sumber: Data dokumentasi Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh

### 1. *Word Of Mouth*

*Word of mouth* merupakan suatu kegiatan penyampaian informasi dari mulut ke mulut. Kegiatan ini merupakan salah satu strategi promosi yang efektif, karena yang akan menginformasikannya merupakan konsumen secara suka rela tanpa disadari, karena kepuasan akan pelayanan atau produk yang diberikan. Kegiatan pelayanan di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh pun juga terus berjalan dengan bantuan informasi dari nasabah yang terlebih dahulu melakukan transaksi di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh ini. Hal tersebut sebagaimana pengakuan salah seorang nasabah Pegadaian Syariah cabang Meulaboh bahwa “saya mengetahui tentang keberadaan Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh ini dari kawan-kawan yang sudah terlebih dahulu melakukan transaksi di Pegadaian”.

Kondisi tersebut juga digambarkan oleh bapak Suherman, yang juga merupakan nasabah di Pegadaian Syariah bahwa “saya tahu tentang gadai emas dari kawan dan tetangga yang sudah sering melakukan transaksi di Pegadaian. Waktu itu saya bingung mau mencari pinjaman ke siapa, Tanya ke tetangga dan kawan di sarankan ke Pegadaian syariah karena disitu prosesnya cepat dan dalam satu hari bisa langsung dapat dicairkan dananya”.

Hal yang senada dengan dua informan di atas, Tria Rahma Wirda juga mengungkapkan bahwa “Kalau saya tahu tentang gadai emas itu dari orang tua saya. Waktu itu lagi butuh uang dan orang tua menginformasikan gadai emas saja ke Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Prosesnya cepat tidak ribet hanya membawa emas sebagai barang gadainya dan KTP serta mengisi surat perjanjiannya, uangnya langsung bisa cair dalam satu hari”.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa penyampaian informasi dari mulut ke mulut dari nasabah yang telah terlebih dahulu melakukan transaksi di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh, merupakan salah satu strategi promosi produk di Pegadaian Syariah.

### 2. Promosi Digital

Perkembangan teknologi informatika saat ini merupakan salah satu peluang besar bagi setiap perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang bisnis. Dengan pemanfaatan media elektronik dan digital perusahaan besar membuat iklan-iklan yang bisa dilihat oleh setiap pengguna media digital.

Lembaga Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh juga memanfaatkan peluang promosi melalui media sosial lewat website, youtube dan juga sosial media WhatsApp. Sebagaimana penjelasan pegawai Pegadaian Syariah tentang penggunaan media youtube untuk promosi bahwa

Kalau promosi digital dilakukan oleh Pegadaian Syariah melalui website dan youtube. Promosi di youtube kami lakukan dengan cara membuat video-video tentang produk yang dikirim ke aplikasi youtube. Kalau video itu sangat membuat orang tertarik karena bisa diamati langsung apa saja yang ada produk di Pegadaian Syariah. Jadi bagaimana mekanisme pelayanan terhadap produk tertentu akan jelas terlihat di dalam konten video yang dibagikan di youtube tersebut.



Sementara itu nasabah juga mendapatkan informasi gadai dari stori WhatsApp yang didapatkan dari pegawai Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Sebagaimana keterangan salah seorang nasabah Pegadaian bahwa

Kalau saya tahu informasi tentang gadai emas dari informasi *story* WA pegawai Pegadaian Syariah. Karena saya punya kenalan dengan pegawai Pegadaian Syariah, saya sering melihat *story* WA pegawai tersebut tentang gadai emas dan menanyakan informasi gadai emas tersebut. Karena saya lagi butuh uang langsung menuju ke Pegadaian Syariah untuk melakukan transaksi gadai emas tersebut.

Namun, bagi sebagian nasabah tidak bisa melihat *story WhatsApp* karena tidak memiliki hubungan dengan pegawai di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Akan tetapi nasabah melihat melalui website Pegadaian Syariah. Informasi ini di dapatkan dari Varler yang menjelaskan bahwa

Kemarin ingin mencari informasi tentang gadai, karena saya belum tahu mengenai produknya langsung saya buka website Pegadaian Syariah Cabang Meulabohnya. Setelah mendapatkan informasi secara sekilas tentang gadai tersebut, saya langsung menuju ke kantor Pegadaianya untuk menanyakan langsung dan melakukan transaksi langsung di kantornya.

Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh juga melakukan promosi digital melalui media sosial WhatsApp dan juga melalui website. Dengan kegiatan promosi digital tersebut dapat memberikan informasi dan pengaruh kepada masyarakat untuk melakukan transaksi di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Hal tersebut juga dari penelusuran penulis terhadap kegiatan promosi Pegadaian dengan digital, yang dapat dilihat pada gambar berikut.

**Gambar 8. Promosi Produk gadai emas di Instagram Pegadaian Syariah**



Sumber: Data dokumentasi Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh melakukan promosi produknya, tidak hanya secara offline, akan tetapi juga melakukan promosi secara digital atau online. Berikut promosi gadai emas yang dilakukan melalui media youtube.

**Gambar 9. Promosi Produk gadai emas melalui youtube**



Sumber: Data dokumentasi Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah tersebut di atas baik secara offline maupun secara digital, juga diperkuat oleh hasil observasi penulis di lapangan, yang dapat dilihat dari tabel observasi berikut.

**Tabel 2. Observasi terhadap kegiatan promosi Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh**

No	Hal yang diobservasi	ada	tidak
1	Kegiatan promosi	√	
2	Penggunaan media promosi	√	
	a. spanduk	√	
	b. plamplet/baliho	√	
	c. brosur	√	
	d. facebook	√	
	e. Instagram	√	
	f. Web	√	
	g. Twitter	-	√
	h. Youtube	√	
3	Promosi melalui mulut ke mulut	√	
4	Peningkatan nasabah	√	

Dari gambaran di atas dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh meliputi berbagai jenis promosi. Strategi promosi produk meliputi promosi *marketing officer* (bekerjasama dengan instansi lain), melalui periklanan produk, *sales promotions* (promosi penjualan), *public relation (publisitas)*, *word of mouth* dan promosi digital. Dengan adanya kegiatan promosi yang dilakukan dapat menginformasikan produk-produk Pegadaian syariah kepada masyarakat. Dengan informasi yang sudah didapatkan

tersebut, menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk melakukan transaksi di Pegadaian syariah Cabang Meulaboh.

### **Dampak Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh**

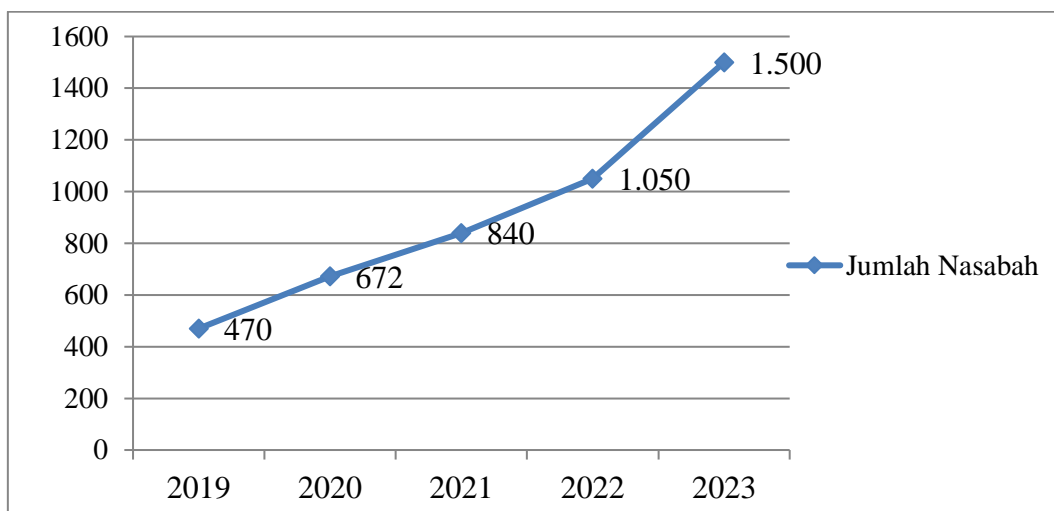
Promosi produk yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh merupakan salah satu kegiatan pemasaran produk yang tentunya dilakukan oleh setiap perusahaan. Kegiatan promosi tersebut bertujuan untuk memperkenalkan dan menginformasikan mengenai produk-produk yang disediakan oleh Pegadaian. Dengan pengetahuan dan informasi yang didapatkan oleh masyarakat tentunya menjadi faktor utama yang mendorong masyarakat untuk memutuskan melakukan transaksi tersebut. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah tersebut dapat memberikan dampak yang positif dalam peningkatan volume penjualan produk Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh.

Hubungan promosi produk yang dilakukan sangat berdampak pada peningkatan volume penjualan di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Hal tersebut terbukti dari peningkatan jumlah nasabah Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh yang setiap tahunnya terus meningkat. Sebagaimana penjelasan pegawai Pegadaian Syariah bahwa “Dari kegiatan promosi yang dilakukan sudah terlihat dampak yang signifikan pada peningkatan volume penjualan produk gadai emas. Peningkatan penjualan produk gadai emas ini terlihat dari 5 tahun terakhir, nasabah terus meningkat sekitar 20% hingga 30% dari tahun ke tahun”.

Peningkatan nasabah Pegadaian Syariah tersebut bukan saja dari tingkat promosi yang dilakukan oleh Pegadaian, akan tetapi juga disebabkan kualitas pelayanan yang baik. Nasabah akan tetap loyal dengan Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh jika pelayanan yang didapatkan memuaskan hatinya. Hal ini terbukti dari pernyataan nasabah bahwa “Selama bertransaksi gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh, saya merasa aman dan nyaman tidak ada permasalahan yang saya hadapi. Masalah biaya administrasi penitipan emasnya pun tidak terlalu tinggi, prosesnya pun cepat dan tidak ribet dengan persyaratan yang harus dilengkapi”. Hal yang senada juga dijelaskan Lucia bahwa “Saya sangat merasa nyaman selama melakukan transaksi gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Karena proses untuk mengajukan gadai emas sangat mudah dan fleksibel sehingga saya tidak ribet dengan persyaratan yang banyak”.

Dengan demikian bukan saja promosi produk yang berdampak pada peningkatan volume penjualan, akan tetapi juga dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, kemudahan transaksi dan tingkat jasa titipan yang rendah yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Peningkatan volume penjualan produk dari tahun 5 tahun terakhir tersebut seiring dengan semakin meningkatnya nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Peningkatan nasabah tersebut dapat dilihat pada grafik berikut ini.

**Gambar 10. Grafik Peningkatan Nasabah dari tahun 2019-2023**



Sumber: Data Dokumentasi Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan promosi gadai emas oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh sangat berdampak pada peningkatan volume penjualan produk. Peningkatan penjualan produk tersebut terbukti dari peningkatan nasabah gadai emas semenjak 5 tahun terakhir rata-rata peningkatan pertahun berkisar 20%-30%. Hingga tahun 2023 ini nasabah Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh pada produk gadai emas mencapai 1.500 orang.

### **Pembahasan**

Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh beralamat di Jalan Teungku Dirundeng Kelurahan Ujung Baroh. Unit Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh adalah salah satu kantor Cabang yang merupakan keuangan syariah yang melayani masyarakat dalam bidang pembiayaan dengan akad *rahn*. Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh merupakan lembaga keuangan syariah yang didirikan pada tahun 1960. awalnya Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh ini bergerak dalam bidang keuangan dengan sistem konvensional yang sudah berjalan hingga 31 tahun. Namun semenjak pemberlakuan Qanun Aceh Nomor 11 tahun 2018 tentang lembaga keuangan syariah di Aceh, maka lembaga Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh mengganti sistem operasionalnya dengan sistem syariah. Misi utama Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh adalah memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan permodalan yang mudah dan murah.

Dalam operasional Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh telah meluncurkan berbagai jenis produk unggulannya, salah satunya produk gadai atau *rahn* emas. Produk gadai emas ini merupakan produk yang sangat banyak diminati oleh masyarakat, karena prosesnya mudah dan persyaratan yang harus dilengkapi pun sangat fleksibel. Nasabah hanya menyiapkan emas sebagai barang gadai dan melengkapi foto copi KTP serta mengisi skim gadainya.

Dari informasi yang diperoleh dari 15 informan yang diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi terdapat beberapa strategi promosi produk gadai emas yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh. Strategi promosi produk gadai emas meliputi promosi *marketing officer* (bekerjasama dengan instansi lain), melalui periklanan produk, *sales promotions* (promosi penjualan), *public relation (publisitas)*, *word of mouth* dan

promosi digital. Kegiatan promosi produk gadai emas tersebut merupakan bagian dari kegiatan *promotion mix*. Kegiatan *promotion mix* tersebut merupakan bagian dari bauran pemasaran produk, yang bertujuan untuk memperkenalkan produk gadai emas yang ada di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh.

Dengan demikian pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh M. Anang Firmansyah bahwa:

Promosi merupakan proses memperkenalkan produk yang dimiliki oleh perusahaan sehingga konsumen mengetahui mengenai produk tersebut. Beberapa langkah promosi yang dilakukan dalam rangka memperkenalkan produk tersebut yang meliputi kegiatan bauran Promosi. Bauran promosi (*Promotion mix*) merupakan salah satu bagian dari Bauran Pemasaran. Beberapa langkah *promotion mix* meliputi *advertising* (iklan), *Personal selling*, *Sales Promotions* (Promosi Penjualan), *Public Relation* (*Publisitas*), *Direct marketing*, *word-of-mouth* dan promosi digital.

Pelaksanaan promosi gadai emas oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh sangat berdampak pada peningkatan volume penjualan produk. Peningkatan penjualan produk tersebut terbukti dari peningkatan nasabah gadai emas semenjak 5 tahun terakhir rata-rata peningkatan pertahun berkisar 20%-30%. Hingga tahun 2023 ini nasabah Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh pada produk gadai emas mencapai 1.500 orang. Seiring peningkatan jumlah nasabah maka menunjukkan pencapaian volume penjualan pun semakin meningkat. Peningkatan volume penjualan tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya faktor promosi. Hal tersebut sebagaimana penelitian Puji Astuti Rahayu yang menjelaskan bahwa:

Naik turunnya volume penjualan dapat terjadi akibat beberapa faktor yang mempengaruhinya. Salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah promosi. Selain untuk mengkomunikasikan manfaat atas produk yang dihasilkan suatu perusahaan, promosi juga mempunyai tujuan untuk mempengaruhi pembeli dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan maupun kebutuhan dari pembeli tersebut.

Pelaksanaan strategi promosi yang tepat sangat berdampak pada peningkatan volume penjualan dalam sebuah perusahaan. Jika dilihat dari jenis promosi yang dilakukan oleh Pegadaian syariah cabang Meulaboh promosi yang sangat relevan yang dilakukan saat ini dengan menggunakan media digital. Mengingat kondisi saat ini yang serba digital dalam setiap aspek kehidupan, maka kegiatan promosi melalui digitallah yang sangat relevan. Namun tidak dapat dipungkiri kegiatan promosi lain juga ikut berperan dalam kegiatan promosi produk. Semakin intensnya tingkat promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh maka semakin bertambahnya tingkat volume penjualannya.

#### **D. KESIMPULAN**

Strategi promosi produk gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh dilakukan dengan beberapa jenis di antaranya promosi *marketing officer* (bekerjasama dengan instansi lain) seperti sosialisasi ke UPTD Puskesmas Johan Pahlawan, sosialisasi di SD 7 Aceh Barat, sosialisasi Kejaksaan Negeri Aceh Barat. Strategi promosi juga dilakukan melalui periklanan produk yang dilakukan melalui pamlet/baliho dan brosur, *sales promotions* (promosi penjualan) dengan memberikan harga khusus gadai sebesar 0,25 gram, *public relation* (*publisitas*) dengan



ikut serta dalam kegiatan expo dan festival UMKM, *word of mouth* yang dilakukan oleh nasabah Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh dan melalui promosi digital yang dilakukan melalui website, story WhatsApp, facebook dan youtube.

Pelaksanaan promosi gadai emas oleh Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh sangat berdampak bagi volume penjualan produk gadai emas. Peningkatan penjualan produk tersebut terlihat dari seiring peningkatan jumlah nasabah gadai emas semenjak 5 tahun terakhir, rata-rata peningkatan pertahun berkisar 20%-30%. Hingga tahun 2023 nasabah Pegadaian Syariah Cabang Meulaboh pada produk gadai emas mencapai 1.500 orang. Seiring peningkatan jumlah nasabah maka menunjukkan pencapaian volume penjualan pun semakin meningkat. Peningkatan volume penjualan tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya faktor promosi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rifa'i, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Ardiansyah, Iwang Bayu dkk, *Upaya Peningkatan Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Melalui Periklanan (Studi Pada Dealer Sepeda Motor Yamaha Armada Pagora Jaya Tulungagung)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 15 No. 1 Oktober 2014.
- Azizah, Nisa *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Produk Thai Tea (Studi Kasus Pada Zamzamtime Purwokerto)*, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021.
- Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Kelima.
- Fatihudin, Didin dan M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*, Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019.
- Firmansyah, M. Anang, *Komunikasi Pemasaran*, Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2019.
- Habiburrahman, M., dkk, *Mengenal Pegadaian Syariah*, Jakarta: Kuwais, 2012.
- Haque-Fawzi, Marissa Grace, dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.
- Hedynata, Livia dan Wirawan E.D.Radianto, *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack*, Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Volume 1, Nomor 1, April 2016.
- Hendrayani, Eka dkk, *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*, Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- Idris, Muhammad, *9 Produk Pegadaian Syariah yang diklaim antiriba*, diakses melalui <https://money.kompas.com>, Tanggal 10 Januari 2023.
- Kanita, Maya, *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Buku Penerbit Erlangga Di Kota Palangka Raya*, Skripsi IAIN Palangka Raya, 2019.

- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- M.Echols, John dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: Gramedia, 2003.
- Marentek, Mikke R. dkk, *Komunikasi Pemasaran*, Manado: Polimdo Press, 2020.
- Nazarudin, *Manajemen Strategik*, Palembang: Amanah, 2020.
- Novitasari, Devi dan Samari, *Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudang Tahu Takwa*, Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (Penataran) Vol. 6 No. 1, h. 57, diakses melalui <http://journal.stieken.ac.id>, Tanggal 9 Januari 2023.
- Pemerintah Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia*.
- Rahayu, Puji Astuti, *Analisis Atas Peningkatan Volume Penjualan yang dipengaruhi oleh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)*, Jurnal Skripsi kampus Universitas Komputer Indonesia, diakses melalui <https://elibrary.unikom.ac.id>, Tanggal 10 Januari 2023.
- Sa'adah, Faridatun, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah*, Jurnal: Al-Iqtishad, Vol. I, No. 2, Juli 2009.
- Sidiq, Umar dan Moh. Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, Ponorogo: Nata Karya, 2019.
- Sitorus, Onny Fitriana dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017.
- Syafei, Rachmat, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 217), h. 160
- Syaikhu, dkk, *Fikih Muamalah Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*, Yogyakarta: K-Media, 2020.
- Tasnim, dkk, *Komunikasi Pemasaran*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Wati, Andy Prasetyo dkk., *Digital Marketing*, Malang: Edulitera, 2020.
- Yasyin, Sulchan, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Amanah, 2007.
- Yolanda dan Darmanitya Harseno Wijanarko, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur*, Jurnal Manajemen, Vol. 06. No. 1, 2018.