

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran produk *ar-rahn* di Pegadaian Syariah Kendal dalam praktik di lapangan menggunakan strategi sebagai berikut:

1. Sosialisasi kepada masyarakat
2. Mengenali pelanggan
3. Diferensiasi produk
4. Memberikan biaya yang lebih murah
5. Memilih lokasi yang strategis
6. Memberikan pelayanan yang baik
7. Membangun komunikasi kepada nasabah
8. Melakukan promosi
9. Menjunjung tinggi prinsip Islam

Dari hasil analisis penelitian, bahwa praktik strategi pemasaran produk *ar-rahn* di Pegadaian Syariah Kendal dalam perspektif ekonomi islam menganut prinsip-prinsip yang diajarkan Rasulullah saw, yaitu prinsip *Fathanah*, prinsip *Al-ikhsan*, prinsip Amanah, prinsip *Shiddiq*, prinsip *Al-itqan*, prinsip *Tabligh*.

Strategi pemasaran produk *ar-rahn* yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Kendal telah sesuai dengan prinsip yang telah diajarkan dalam islam, yaitu jujur, amanah, tidak mengandung

unsur riba dan penipuan atau kecurangan. Selain itu Pegadaian Syariah Kendal juga telah menerapkan sistem pelayanan yang sesuai dengan Fatwa DSN MUI no.25 tentang *Rahn*. Hal ini dibuktikan dengan adanya kesesuaian antara aturan yang ada dengan praktik di Pegadaian Syariah Kendal.

B. Saran

Saran yang ingin penulis sampaikan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Pegadaian Syariah Kendal seharusnya lebih maksimal dalam mensosialisasikan produk yang ditawarkan, agar lebih dikenal dan dipahami oleh masyarakat luas.
2. Pegadaian Syariah Kendal harus terus meningkatkan kualitas pelayanan, seperti memberi ucapan salam kepada nasabah yang datang, dan terus mengembangkan inovasi produk untuk menarik nasabah.
3. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta menambah pengetahuan pembaca, dan juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.