

## **Analisis Syariah Marketing Mix Arrum BPKB dan Urgensinya dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Nasabah Pegadaian UPS Diponegoro Sumenep**

**Sayyidatul Munawaroh, Ahmad Makhtum**

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas keislam, Universitas Trunojoyo Madura

\*Correspondence: sayyidatul1920@gmail.com, ahmad.makhtum@trunojoyo.ac.id

### **ABSTRACT**

*The main objective of this study is to analyse the impact of the Arrum BPKB sharia marketing mix at Pegadaian UPS Diponegoro on the income level of MSME customers. This qualitative case study uses structured interviews to collect primary data from MSME players, complemented by secondary data from institutional records. The focus of the analysis is placed on understanding how the application of Sharia principles in marketing can improve business funding solutions. The application of Sharia Marketing Mix for Arrum BPKB financing has significantly increased customer interest and participation. Interviews with five MSME customers showed a marked increase in their daily and monthly income, confirming the effectiveness of this strategy in the real world. This study highlights the alignment of Shariah-compliant practices with customer needs and market dynamics. The findings underscore the importance of incorporating Shariah principles in marketing strategies in Islamic financial services. In practical terms, this approach not only helps in complying with ethical standards, but also enhances customer trust and financial inclusion for cash-strapped MSMEs. This study introduces new insights into the localised impact of Shariah marketing practices on MSME profitability, particularly in the Indonesian financial services context, and sets a precedent for further regional studies*

**Keywords:** *Arrum BPKB; Costumer Satisfaction; Islamic Finance; MSME Income Enhancement.*

### **PENDAHULUAN**

Dalam lanskap layanan keuangan yang dinamis di Indonesia, opsi pembiayaan berbasis syariah semakin menjadi titik fokus bagi konsumen dan peneliti. Pegadaian Syariah yang populer di Indonesia, tampil menonjol dengan menawarkan solusi keuangan yang cepat dan sesuai syariah, terutama melalui produk-produk seperti Arrum BPKB, yang menasar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan menggunakan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor sebagai jaminan. Pendekatan ini tidak hanya sejalan dengan prinsip-prinsip keuangan syariah, tetapi juga menjawab kebutuhan penting akan modal kerja yang dapat diakses oleh UMKM - sebuah sektor yang secara signifikan mendukung perekonomian Indonesia dengan memberikan kontribusi terhadap PDB dan lapangan kerja.

Studi terbaru, seperti yang dilakukan oleh Khair dan Setiawan (Khair dan Setiawan 2024), menggarisbawahi adopsi yang cepat dari produk keuangan yang sesuai dengan syariah karena landasan etika dan transparansi. Pemasaran produk-produk ini, seperti yang dibahas oleh Mohamad dan Rahim (Mohamad dan Rahim 2021) sangat menekankan nilai-nilai keadilan dan kejujuran, yang membedakannya dari produk keuangan konvensional. Selain itu, penelitian oleh Shobikin (Shobikin 2023) menyoroti peran penting UMKM dalam perekonomian Indonesia, dengan menekankan kontribusi substansial mereka terhadap PDB nasional dan lapangan kerja. Namun, penelitian seperti yang dilakukan oleh Novriansyah dan Herianingrum (Novriansyah dan Herianingrum 2019) mengindikasikan adanya tantangan yang terus berlanjut, terutama dalam hal akuisisi modal karena kurangnya agunan yang dapat diterima oleh bank konvensional.

Meskipun literatur yang ada memberikan wawasan tentang kerangka kerja operasional dan etika layanan keuangan syariah, masih ada kesenjangan dalam studi spesifik dan lokal tentang bagaimana kerangka kerja tersebut berdampak pada efektivitas pemasaran dan peningkatan pendapatan nasabah di wilayah tertentu (Istiftahu Syifa dan M. Nawawi 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan berfokus pada penerapan bauran pemasaran syariah

Pegadaian UPS Diponegoro Sumenep dalam mempromosikan produk Arrum BPKB. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus regional dan analisis mendalam tentang interaksi antara strategi pemasaran syariah dan dampaknya terhadap peningkatan ekonomi UMKM di Sumenep.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran syariah yang diterapkan oleh Pegadaian UPS Diponegoro Sumenep dalam memasarkan produk Arrum BPKB dan untuk menilai dampak produk ini terhadap tingkat pendapatan nasabah UMKM di wilayah tersebut. Dengan berkonsentrasi pada tujuan tersebut, penelitian ini berusaha untuk memberikan kontribusi baik untuk diskusi akademis maupun implementasi praktis dari solusi keuangan berbasis syariah di Indonesia.

## **METODE**

Lokasi penelitian berada Pegadaian UPS Diponegoro Sumenep. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian langsung untuk mengetahui bagaimana strategi *syariah marketing mix* Arrum BPKB yang dipakai Pegadaian UPS Diponegoro dan urgensinya dalam meningkatkan pendapatan UMKM nasabah Pegadaian UPS Diponegoro. Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian yang rinci mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu tertentu dengan cukup dalam dan menyeluruh. Penelitian studi kasus adalah studi yang mengeksplorasi suatu masalah dengan batasan terperinci, memiliki pengambilan data yang mendalam dan menyertakan berbagai sumber informasi sumber dan data yang digunakan yaitu sumber data primer, data yang bersumber dari wawancara langsung penulis dengan informan yakni AO (*Account Officer*), BPO KUR, dan 4 nasabah Pegadaian UPS Pegadaian Diponegoro. Dan juga menggunakan sumber data sekunder, Ada beberapa sumber data yang digunakan oleh penulis seperti data bersumber seperti dari, jurnal, browser, website, skripsi, dan lain sebagainya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan mengumpulkan hasil wawancara untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Adapun analisis data dalam penelitian ini dapat dijelaskan secara ringkas tahap-tahapannya yang terbagi menjadi 2 langkah, yaitu:

1. Membaca, memilih dan menyusun data hasil wawancara; pada tahap ini peneliti membaca secara mendalam lalu memilih jenis data yang akan ditulis kemudian menyusun data yang sudah terpilih untuk diorganisir secara sistematis mulai dari jenis data yang akan ditulis lebih awal dan akhir.
2. Mendeskripsikan data, pada tahap ini data-data yang sudah terpilih dan tersusun secara sistematis dideskripsikan dan ditafsirkan (Lindiawatie dan Shahreza 2021).

## **Landasan Teori**

*Marketing mix* (Bauran Pemasaran) Menurut Rianto adalah kumpulan variabel atau aktivitas yang diatur oleh perusahaan untuk mempengaruhi cara berpikir konsumen. Variabel atau aktivitas ini harus disatukan dan disinkronkan oleh perusahaan seefisien mungkin dalam menjalankan kegiatan pemasarannya. Jadi, bauran pemasaran dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari seperangkat alat pemasaran yang dapat dikelola oleh perusahaan sebagai bagian dari upaya mencapai tujuan di pasar target (Tyastutik 2021). Menurut Ratnasari terdapat perbedaan yang mendasar antara marketing mix produk jasa dan marketing mix produk barang. Marketing mix produk barang meliputi empat elemen yang dikenal sebagai 4P, yaitu produk, harga, promosi, dan tempat. Namun, untuk marketing mix produk jasa, terdapat tiga elemen tambahan yang membuatnya menjadi 7P. Elemen tambahan tersebut adalah orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Dengan demikian, marketing mix produk jasa terdiri dari tujuh elemen, yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Dalam konteks marketing mix, perbedaan ini muncul karena sifat yang berbedanya antara produk jasa yang tidak berwujud dengan produk barang yang berwujud (Basri, Fatimah, dan Farild 2022).

Syariah Marketing mix adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada stakeholder-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad-akad dan prinsip bisnis dalam Islam. Dalam Pemasaran Islam marketing mix syariah atau bauran pemasaran syariah harus taat pada dua prinsip, yaitu:

1. Ketaatan kepada aturan syariat Islam dan tatanan etika moral yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.
2. Empati, yaitu mensyukuri atas rahmat dan nikmat yang telah Allah SWT berikan dengan jalan

menahan diri dari tindakan yang merugikan orang lain dan menjahui praktik yang tidak sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Marketing syariah dengan konsep pemasaran spiritual bertujuan untuk mencapai sebuah solusi yang akan menyelesaikan problematika masyarakat secara adil dan transparan.

## **HASIL**

Di Indonesia, UMKM diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008. Bab 1 (ketentuan umum) undang-undang tersebut menyebutkan bahwa usaha mikro (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki secara mandiri oleh orang pribadi atau badan usaha. Sebuah perusahaan yang memenuhi standar yang ditetapkan oleh hukum. Usaha mikro adalah usaha ekonomi yang jelas dan produktif yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang memiliki, mengelola, atau merupakan bagian langsung atau tidak langsung dari usaha tersebut (Istiftahu Syifa dan M. Nawawi 2022). Produk Pembiayaan Arrum (Ar-Rahn Untuk Usaha Mikro) telah ada sejak tahun 2008 yang tujuannya memudahkan para pengusaha mikro kecil dan menengah untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan BPKB (Surat Bukti Kendaraan). Pembangunan UMKM di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi Nasional, maka dari itu UMKM harus dikembangkan dalam mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat Indonesia, salah satu produk pembiayaan yang di peruntukan para pelaku UMKM adalah produk Pembiayaan Arrum (Iswana, Syathori, dan Muin 2024). Usaha mikro merupakan salah satu pilar utama ekonomi nasional yang mendapatkan kesempatan utama, dukungan, perlindungan serta pengembangan secara luas sebagai wujud pihak yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa harus mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik pemerintah. Peranan usaha mikro pada masa sekarang ini sudah tidak dapat diragukan lagi, banyak pihak yang telah mengakui keberadaan usaha mikro memberikan peranan penting dalam perekonomian nasional antara lain:

1. Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor.
2. Penyedia lapangan kerja yang terbesar.
3. Pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat.
4. Pencipta pasar baru dan sumber inovasi.
5. Sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor (Amalia 2021).

Arrum BPKB Merupakan salah satu produk untuk pengembangan usaha mikro kecil dan menengah dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor (Ihwal 2022). Jadi, produk Arrum BPKB menawarkan kemudahan akses di mana pengusaha tersebut mendapatkan pembiayaan hanya dengan jaminan BPKB (Bukti Pemilikan Kendaraan Bermotor), dimana kendaraan tetap pada pemilik sehingga tetap digunakan untuk mendukung aktivitas usahanya sehari-hari. Landasan hukum produk Arrum adalah Fatwa DSN No. 68/DSN-MUI/III/2008 tentang Rahn Tasjily yaitu jaminan dalam bentuk barang atau uang dengan kesepakatan bahwa yang diserahkan kepada penerima jaminan hanya bukti sah kepemilikannya. sedangkan fisik barang jaminan tersebut (*marhun*) tetap berada dalam penguasaan dan pemanfaatan pemberi jaminan (*rahin*). Pembiayaan Arrum tersebut ditujukan Pegadaian Syariah untuk memudahkan para pengusaha UMKM untuk mendapatkan modal usaha hanya dengan jaminan BPKB kendaraan. Pembiayaan Arrum menggunakan sistem fidusia (kepercayaan), yaitu sistem pengalihan hak kepemilikan suatu benda atas dasar suatu kepercayaan dengan ketentuan bahwa benda yang hak kepemilikannya dialihkan tersebut tetap dalam penguasaan pemilik. benda (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia Pasal 1 Ayat 1) (Pulungan 2022).

Adapun beberapa keuntungan produk Arrum BPKB, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Pegadaian memberikan tarif menarik dan kompetitif
2. Proses transaksi berprinsip syariah yang adil dan menentramkan sesuai fatwa DSN – MUI
3. Pembiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12, 18, 24, dan 36 bulan
4. Pegadaian hanya menyimpan BPKB, kendaraan dapat digunakan nasabah
5. Prosedur pelayanan sederhana, cepat dan mudah
6. *Marhun Bih* (uang pinjaman) mulai dari Rp. 1 juta - 400 juta

Pegadaian Syariah memiliki beberapa persyaratan dalam pengajuan produk pembiayaan Arrum BPKB, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Memiliki usaha mikro/kecil yang memenuhi kriteria kelayakan serta berjalan lebih dari satu tahun dan menjalankan usahanya secara sah secara syariat islam dan perundang-undangan RI

2. *Fotocopy* KTP, Kartu Keluarga dan Surat Nikah dengan menunjukkan aslinya
3. Menyerahkan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB asli, *fotocopy* STNK dan Faktur Pembelian) dan tahun kendaraan minimal tahun 2013 (Pegadaian, t.t.).

Di tengah meningkatnya persaingan lembaga keuangan yang semakin pesat sehingga muncul beberapa faktor yang mempengaruhi pemasaran produk Pegadaian Syariah diantaranya:

1. Semakin banyaknya Lembaga Keuangan yang menawarkan berbagai macam produk, sehingga hal ini membuat persaingan semakin ketat.
2. Melihat pemahaman Masyarakat mengenai Pegadaian Syariah saat ini masih kurang dibandingkan dengan Lembaga Keuangan lainnya, kebanyakan dari mereka masih menganggap produk Pegadaian Syariah masih sama dengan Lembaga Keuangan lainnya.
3. Kepercayaan Masyarakat yang masih kurang terhadap Pegadaian Syariah, mereka masih berpendapat bahwa Pegadaian Syariah tidak ada bedanya secara signifikan dengan Pegadaian konvensional ataupun lembaga keuangan yang lainnya.
4. Permasalahan berikutnya yang mempengaruhi faktor pemasaran kami yaitu Sumber Daya Manusia yang masih kurang di bidang keuangan Syariah, baik itu dalam akademis maupun praktis (Iswana, Syathori, dan Muin 2024).

Sehingga diperlukan strategi yang efektif dengan menerapkan *marketing mix* (bauran pemasaran) yang tepat guna meningkatkan dan mengembangkan produk Arrum BPKB di kalangan para nasabah pegadaian karena strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam industri. Dengan strategi pemasaran maka nilai keuangan perusahaan meningkat. Adanya pemasaran yang terarah dapat mempengaruhi peningkatan nilai barang dan jasa. Antara lain, produksi, pemasaran, dan konsumsi memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai tambah barang dan jasa (Fitriyah dan Rahman 2023). Dari hasil dan pembahasan yang didapatkan berupa mencari informasi dan mewawancarai beberapa karyawan dan nasabah dari Pegadaian UPS Diponegoro dalam meningkatkan pangsa pasar maka perlu menerapkan *marketing mix* agar jangkauan Pegadaian UPS Diponegoro semakin luas dengan memperkenalkan produk yang ada di dalamnya. Adapun syariah *marketing mix* (bauran pemasaran) yang diterapkan adalah sebagai berikut:

### **Produk (Product)**

Dalam syariah *marketing mix* ada produk yang dilarang dalam Al- Qur'an dan Sunah, seperti penggunaan bunga bank dalam praktik keuangan dan perbankan. Dalam *marketing mix* syariah permasalahan produk tidak lepas dari teladan Nabi Muhammad SAW. Sebagai *figure* yang pandai dalam memasarkan produk Nabi Muhammad selalu sesuai dengan ketentuan syariat Islam (Amalina, 2023). Pegadaian Syariah sebagai lembaga keuangan non bank yang berprinsip syariah yang salah satunya menerapkan prinsip tauhid yang mana diartikan sebagai keimanan kepada Allah SWT dengan meyakini bahwa segala

sesuatunya Allah menyaksikan semua perbuatan kita. Tauhid itu membentuk 3 (tiga) pokok filsafat ekonomi Islam, yaitu: pertama, dunia dengan segala isinya adalah milik Allah dan berjalan menurut kehendak-Nya. Kedua, Allah SWT adalah pencipta semua makhluk, dan semua makhluk tunduk kepada-Nya. Ketiga, iman kepada hari kiamat akan mempengaruhi tingkah laku ekonomi manusia menurut horizon waktu. Sedangkan muslim yang melakukan aksi ekonomi tertentu, akan mempertimbangkan akibatnya pada hari kemudian. Menurut dalil ekonomi, hal ini mengandung maksud bahwa dalam memilih kegiatan ekonomi haruslah mempertimbangkan baik menghitung nilai sekarang maupun hal yang akan dicapai di masa yang akan datang (Surahman dan Adam 2018). Maka dengan menerapkan prinsip ini pegadaian menawarkan produk yang dinilai memberikan berbagai manfaat kepada nasabahnya dengan memberikan pelayanan secara profesional dan keuntungan, terhindar dari riba, dan menjadi solusi bagi yang mengkonsumsinya yang terdiri dari berbagai macam produk diantaranya: Gadai Emas dan Fleksi, Gadai Tabungan Emas Syariah, Gadai Emas Angsuran Syariah, Arrum Haji, Arrum Safar, Arrum BPKB, Amanah, Mulia Syariah, Cicil Emas Arisan, Emas ku Ultimate Syariah, Rahn Tasjily, dan KUR Syariah (A. O. Pegadaian UPS Diponegoro, komunikasi pribadi, 28 Maret 2024). Pegadaian UPS Diponegoro tidak serta merta mencari keuntungan tetapi juga mementingkan produk yang bermanfaat untuk masyarakat. Untuk menjaga nilai manfaat dalam setiap produk yang dimiliki, Pegadaian UPS Diponegoro mempertimbangkan apakah akad-akad yang digunakan memberikan kemudahan bagi nasabah atau justru menyebabkan munculnya riba, memberi kesulitan bagi nasabah tetapi dengan akad tersebut diketahui bersama sesuai kesepakatan. Seperti

pada produk Arrum BPKB dengan pemberian *mu' nah* yang rendah, yang menerapkan beberapa pilihan jangka waktu pelunasannya sesuai keinginan dan kemampuan nasabah untuk melunasinya, proses pengajuan pembiayaan yang mudah dan cepat, produk Arrum BPKB ini juga merupakan pembiayaan yang berprinsip syariat Islam, produk yang ditawarkan mempermudah masyarakat dalam menjalankan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), yakni dengan adanya produk Arrum BPKB ini masyarakat yang sedang membutuhkan modal dapat menggunakan produk ini untuk mengembangkan usahanya.

### **Harga (Price)**

Dalam proses penentuan harga, Islam juga melihat jika harga ialah suatu hal yang wajib di sesuaikan dengan keadaan produk yang dijual, yang dimaksud ialah kualitas produk tersebut harus dalam kondisi baik dari segi bentuk dan komposisi. Dalam menentukan harga tidak dianjurkan untuk mengambil keuntungan yang berlebihan. Rasulullah SAW melarang tentang *najasy (false demand)*. Transaksi *najasy* dilarang disebabkan penjual dengan sengaja memerintahkan orang lain memuji barang yang dijual atau mempromosikan barang tersebut pada orang lain dengan harga yang meningkat supaya orang lain berminat untuk membeli.

Harga merupakan elemen *marketing-mix* dalam Islam. Menurut Buchori Alma penetapan harga ini tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat. Pada ekonomi Barat, ada taktik menetapkan harga setinggi- tingginya yang di sebut "*skimming price*". Dalam ajaran syariah tidak di benarkan mengambil keuntungan sebesar-besarnya, tapi harus dalam batas-

batas kelayakan (Evi 2022). Pegadaian dengan prinsip *ta'awun* (tolong- menolong) dan *tijarah* (bisnis) menawarkan sejumlah *mu' nah* yang lebih murah daripada FIF dan perbankan. Penetapan harga (*price*) pada produk Arrum BPKB Pegadaian UPS Diponegoro bisa dikatakan terjangkau karena tarif *mu' nah* yang di tetapkan yaitu hanya sebesar 0,70 % dan ada berbagai diskon seperti diskon *mu' nah* pemeliharaan dan diskon pelunasan dipercepat. Jadi dapat dipastikan semua produk terutama Arrum BPKB bebas dari penetapan riba karena sudah ada penetapan *mu' nah* di awal. Sehingga nasabah bukan hanya untung tetapi juga terhindar dari unsur riba. Maka sangat tepat sekali menjadi pilihan nasabah ketika membutuhkan sejumlah uang tanpa harus memikirkan halal atau haramnya karena sudah terjamin kehalalannya (B. K. Pegadaian UPS Diponegoro 2024).

### **Tempat (place)**

Dalam proses penentuan lokasi, organisasi yang berdasarkan norma syariah wajib memilih lokasi yang sesuai dengan target pasar. Supaya dapat berjalan secara efektif serta efisien, dalam menjalankan *marketing mix* juga harus didasari dengan sifat jujur dan adil. Dalam melaksanakan strategi wajib didasari sifat waspada. Pemilihan tempat yang tepat dan sesuai dengan aturan Islam yakni:

1. Lokasi yang sesuai dan tepat sehingga tidak mengganggu kenyamanan masyarakat
2. Meninjau dasar masalah dan menjauhi ke dzaliman
3. Informasi pasar untuk menentukan lokasi yang tepat

Menurut pandangan hukum syariah, saluran pemasaran atau disebut lokasi dapat berlokasi dimanapun dan lokasi tersebut keberadaannya tidak dalam kondisi persengketaan. Akan tetapi, Islam lebih mendorong pada pendekatan antara organisasi dan pasar.

Islam mengajarkan bahwa untuk memilih, lokasi yang strategis, seorang pemasar atau pedagang harus memiliki pemahaman yang menyeluruh tentang data pasar. Lokasi bisnis harus baik, sehat, bersih, dan nyaman. Selain itu, harus dihindari untuk tidak memilih lokasi perusahaan yang terlarang untuk menarik pelanggan. Selain itu, keuntungan juga harus dipertimbangkan ketika memilih lokasi bisnis (Salsabila dan Batubara 2023). Pada lokasi yang di pilih oleh Pegadaian UPS Diponegoro ini sudah sesuai dan tepat berada di lokasi yang strategis karena aksesnya mudah di jangkau oleh nasabah, diantara beberapa pegadaian di kota Sumenep yang mempunyai prospek tinggi kedepannya hanya Pegadaian UPS Diponegoro karena berada di pusat kota, berdekatan dengan Pasar, Berdekatan pula dengan perumahan dan para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dan lokasi yang strategis ini dapat mempengaruhi pada *market* penjualannya (A. O. Pegadaian UPS Diponegoro 2024).

### **Promosi (promotion)**

Promosi dalam pandangan hukum syariah harus berdasar pada *isharia compliance* yang menunjukkan sifat benar, adil dan jujur pada konsumen. Semua informasi yang berhubungan dengan produk harus diketahui secara transparan sehingga terhindar dari unsur penipuan dan kecurangan yang dilakukan pada saat promosi berlangsung (Zakharia dan Sujianto 2022).

Islam memberikan kebebasan kepada setiap Muslim untuk melakukan muamalah selama tidak bertentangan dengan hukum syariah. Islam sepenuhnya terbuka terhadap berbagai bentuk promosi selama mereka mematuhi ajarannya dengan menghindari *tadlis* (penipuan). Misalnya memberikan informasi yang berlebihan yang tidak sesuai dengan kenyataan aslinya sehingga menimbulkan kekecewaan konsumen jika tidak sesuai ekspektasinya. Jadi pentingnya nilai kejujuran dalam melakukan promosi (Evi 2022). Adapun Promosi yang dilakukan pihak Pegadaian UPS Diponegoro yaitu dengan periklanan seperti memanfaatkan media sosial (Instagram, TikTok, WhatsApp), melakukan *cross selling* ketika terjun lapangan, melakukan

*cross sharing* di dalam *outlet* namun jika keluar maka melakukan *canvassing* ke toko dan pasar dengan menyebarkan brosur kepada para calon nasabah yang mempunyai usaha. Nasabah yang tidak lulus pengajuan KUR maka akan dialihkan ke Arrum BPKB. Karena kalau KUR tidak diperbolehkan adanya tanggungan atau pinjaman ditempat lain sedangkan Arrum BPKB memakai jaminan (B. K. Pegadaian UPS Diponegoro 2024). Jadi dengan strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Pegadaian UPS Diponegoro dapat dijamin kebenaran dari informasi produk yang ditawarkan jika nasabah ingin informasi yang lebih jelas maka mereka akan mendatangi *outlet* pegadaian yang bersangkutan sehingga akan terhindar dari unsur penipuan.

### **Orang (People)**

Manusia memainkan peran yang sangat penting dalam pemasaran, baik sebagai produsen maupun konsumen. Pemasar muslim harus jujur dan bertanggung jawab atas produk yang ditawarkan. Pemasar Muslim harus waspada dan melindungi pemasok, karyawan, mitra bisnis, konsumen, dan masyarakat. Rasulullah SAW berpesan untuk menghindari produk dan jasa yang dilarang dalam Islam, menghindari barang meragukan, menghindari praktik penipuan dan praktik spekulasi atau *gharar*. Sebuah kesabaran dan pengorbanan yang luar biasa untuk tidak membuat relasi atau pelanggan kecewa ataupun marah.

Pegadaian UPS Diponegoro Sumenep menerapkan aspek ekonomi Islam yakni: aspek akidah, aspek hukum, dan akhlak. Dalam aspek akidah, karyawan harus selalu sadar bahwa setiap perilakunya diawasi oleh Allah SWT. Karyawan Pegadaian UPS Diponegoro termasuk melayani nasabah dengan baik. Karyawan juga menyampaikan kebenaran serta tidak menyembunyikan informasi untuk nasabah. Memberikan penjelasan secara mendetail dan memasarkan produk dengan jujur kepada calon-calon nasabah. Menggunakan bahasa krama ketika berhadapan dengan calon nasabah, ketika calon nasabah berusia lanjut menggunakan bahasa kromo inggil agar mengerti apa yang dimaksud (A. O. Pegadaian UPS Diponegoro 2024). Khususnya karyawan BPO dan AO yang dituntut harus menjelaskan dengan baik yang akan ditanyakan oleh nasabah dan calon nasabah serta dituntut bersikap terampil dan memiliki pengetahuan mereka harus bersikap persuasif dan bisa merayu nasabah agar memilih dan menggunakan produk pembiayaan tersebut.

### **Proses (Process)**

Proses merupakan bagian penting dari bauran pemasaran. Proses tersebut meliputi prosedur, mekanisme dan alur kegiatan dalam pelayanan. Proses juga menunjukkan bagaimana produk dan layanan disajikan kepada konsumen akhir. Dalam Islam, pemasar harus memiliki beberapa nilai inti seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, rasa hormat, keterbukaan, dan komunitas. Rasulullah SAW memberikan contoh betapa sangat teliti dalam memberikan pelayanan. Produk atau jasa yang disampaikan kepada konsumen merupakan amanah yang harus dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu apa pun bentuknya, proses yang baik akan mendukung terciptanya kepuasan konsumen.

Produk-produk yang ditawarkan Pegadaian UPS Diponegoro Sumenep baik produk tabungan maupun produk pembiayaan tidak mengandung unsur haram di dalamnya. Setiap produk menggunakan akad yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. seperti pada produk Arrum BPKB yang menggunakan akad *rahn* dan ijarah yang jaminannya berupa BPKB mobil dan motor. Adapun proses dalam tahapan pembiayaan Arrum BKPb yang pertama untuk Pengajuan: Nasabah yang berminat

dalam produk Pegadaian Syariah, seperti Arrum BPKB, dapat mengunjungi cabang Pegadaian Syariah atau mengajukan permohonan secara *online* melalui *website* resmi. Nasabah akan diminta untuk mengisi formulir pengajuan dan menyertakan dokumen yang diperlukan, seperti identitas diri dan BPKB kendaraan. Tahap kedua Penilaian: Setelah pengajuan diterima, Pegadaian Syariah akan melakukan penilaian terhadap kendaraan yang dijaminkan. Penilaian ini bertujuan untuk menentukan nilai pinjaman yang dapat diberikan. Tahap ketiga Persetujuan dan Penandatanganan Akad: Jika pengajuan disetujui, nasabah akan diminta untuk menandatangani akad

Pembiayaan yang menjelaskan syarat dan ketentuan dari produk Pegadaian Syariah. Tahap keempat pencairan Dana: Setelah akad ditandatangani, Pegadaian Syariah akan mencairkan dana pinjaman kepada nasabah. Dana ini dapat diterima dalam bentuk tunai atau transfer ke rekening bank nasabah. tahap kelima Pembayaran: Nasabah akan melakukan pembayaran angsuran sesuai dengan jadwal yang telah disepakati. Pegadaian Syariah harus menyediakan berbagai metode pembayaran yang mudah dan nyaman untuk nasabah, seperti pembayaran melalui bank, ATM, atau aplikasi *mobile*. Tahap keenam Pelunasan dan Pengambilan Jaminan: Setelah pinjaman lunas, nasabah dapat mengambil kembali BPKB kendaraan mereka. Proses ini harus dilakukan dengan cepat dan efisien untuk memastikan kepuasan nasabah (B. K. Pegadaian UPS Diponegoro 2024). Dengan proses yang jelas dan efisien, Pegadaian Syariah dapat memberikan layanan yang berkualitas kepada nasabah dan memperkuat posisinya di pasar.

### **Bukti Fisik (*Physical Evidence*)**

Dalam bauran pemasaran bukti fisik ada tiga parameter, yaitu:

1. Fasilitas eksterior seperti tempat parkir, pemandangan, simbol, penunjuk arah, petunjuk arah. Beberapa negara Islam merancang bangunan perbankan dan perbelanjaan mengadopsi arsitektur Islam,
2. Fasilitas interior, seperti kamar yang menghormati para tetua pendiri (posting foto di dinding), kaligrafi, kata-kata mutiara di dinding, menyediakan masjid atau mushola bagi karyawan atau konsumen untuk beribadah,
3. Bukti fisik lainnya adalah bukti fisik atau keabsahan perusahaan, kartu nama, alat tulis, *invoice*, laporan, pegawai, seragam dan brosur (Shobikin 2023).

Kenyamanan nasabah merupakan salah satu hal yang wajib diperhatikan oleh pihak Pegadaian Syariah, karena melalui kenyamanan nasabah akan sering bertransaksi di Pegadaian Syariah Tersebut. Rasa nyaman itu dapat diciptakan dengan *physical evidence*. Dimana *physical evidence* ini merupakan kelengkapan fasilitas *tangible* yang tersedia. Terkait dengan bukti fisik yang ada di Pegadaian UPS Diponegoro memiliki bangunan yang kokoh dengan fasilitas yang lengkap namun ukuran dari kantor unit tersebut terbilang kecil dibandingkan dengan kantor yang ada di Cabang khususnya dalam penyimpanan barang. Pegadaian UPS Diponegoro untuk brankas barang atau penyimpanan barang hanya dapat menampung emas, berlian, dan alat elektronik tidak dapat menampung kapasitas kendaraan seperti sepeda, sepeda motor, dan mobil sehingga jika ada nasabah yang menggadaikan kendaraannya maka akan dialihkan ke cabang untuk penyimpanannya. Didalam ruangan sendiri terdapat AC dan ruang tunggu yang nyaman untuk nasabah. dan juga terdapat Mushola untuk karyawan ketika ingin melaksanakan Shalat atau sekedar istirahat. Pegadaian UPS Diponegoro juga membuat strategi yang dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi yaitu dengan mengenalkan aplikasi yang di sebut Pegadaian Syariah Digital (A. O. Pegadaian UPS Diponegoro 2024). Pegadaian digital adalah inovasi dari Pegadaian berupa aplikasi *mobile apps* yang memudahkan masyarakat Indonesia dalam melakukan berbagai transaksi Pegadaian secara *online*, mulai transaksi gadai, tabungan emas, hingga pengajuan pinjaman usaha dan pembiayaan porsi Haji. Sehingga nasabah tidak lagi khawatir untuk melakukan transaksi, karena walaupun di rumah mereka tetap dapat mengakses produk-produk apa saja yang dipasarkan oleh Pegadaian Syariah.

Produk Pembiayaan Arrum BPKB merupakan produk pembiayaan yang sangat berperan penting khususnya untuk pengusaha mikro kecil untuk meningkatkan usaha mereka seperti menambah modal usaha dan untuk menambah pendapatan. Adapun untuk pengguna Arrum BPKB terdata sekitar 250 orang nasabah yang menggunakan produk tersebut. hal ini menunjukkan bahwasannya produk Arrum BPKB merupakan produk yang diminati dan membantu dalam peningkatan usaha mikro kecil dan menengah. Tetapi dalam proses pemasarannya kadang pihak pegadaian menemukan kendala yang dirasakan oleh nasabah diantaranya kebanyakan nasabah ketika mengajukan Arrum BPKB untuk

BPKB mobil sudah tahun tua kisaran 1999 atau 2000 jadi nasabah tidak bisa mengajukan. Karena untuk batas pengajuan BPKB mobil minimal kisaran 15 tahun terakhir atau 10 tahun terakhir sedangkan untuk motor minimal tahun 2013. Adapun kendala yang dialami oleh pihak pegadaian sendiri yaitu ada saja perbuatan curang nasabah dengan memakai BPKB orang lain padahal jelas harus kepunyaan sendiri dan harus atas nama sendiri misal membeli harus ada bukti kuitansi dan KTP yang punya BPKB jika 2 hal tersebut tidak ada maka tidak bisa mengajukan Arrum BPKB jadi untuk meminimalisir tindakan penipuan yang dilakukan oleh nasabah yaitu dengan cara mengadakan survei langsung ke lokasi tanpa janji terlebih dahulu untuk memastikan apakah benar mobil atau motor kepunyaan nasabah yang bersangkutan (A. O. Pegadaian UPS Diponegoro 2024).

Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis. Tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil dapat dilihat dari peningkatan omset penjualan. Omset penjualan dari nasabah pembiayaan Arrum BPKB pada PT Pegadaian UPS Diponegoro mengalami kenaikan usaha, hal ini dapat diketahui dari meningkatnya laba yang diperoleh para nasabah. Berikut hasil wawancara nasabah yang namanya diinisial terkait dengan perkembangan usaha dari pembiayaan Arrum BPKB, dengan mengambil 5 sampel karena terbatasnya ketersediaan dari pihak terkait yaitu:

1. Hasil wawancara dengan Bapak S selaku nasabah Arrum BPKB yang menjalankan usahanya sebagai merancang. Bapak S memulai usahanya dari tahun 2019 jadi sudah berjalan 5 tahun. Adapun modal awal saat pertama kali memulai usaha Rp. 10.000.000. Sebelum menerima pembiayaan Arrum BPKB omset yang didapatkan perharinya hanya Rp. 500.000 jadi untuk perbulannya kisaran Rp. 15.000.000 akan tetapi setelah menerima pembiayaan Arrum BPKB modalnya bertambah sebesar Rp. 20.000.000 sehingga keuntungan perharinya berkisar Rp. 1000.000 jadi perbulannya mencapai Rp. 30.000.000. Menurut keterangan Bapak S bersyukur sekali mengenal produk Arrum BPKB sehingga banyak perubahan atas usahanya selama 3 tahun ke depan (N. Pegadaian UPS Diponegoro 2024).
2. Nasabah kedua Bapak H selaku nasabah yang menjalankan usahanya saat ini dengan membuka usaha toko sembako. Bapak H memulai usahanya sejak tahun 2014, sudah sekitar 10 tahun yang lalu. Adapun modal awal saat pertama kalinya membuka usaha Rp. 20.000.000 dengan omset perharinya Rp.1000.000 jadi perbulannya itu mencapai Rp. 30.000.000. Dan setelah menerima pembiayaan Arrum BPKB modalnya bertambah sebesar Rp.40.000.000 sehingga keuntungan perharinya menjadi Rp. 2.500.000 jadi keuntungan perbulannya menjadi Rp. 75.000.000 hal itu terjadi sejak mulai mengenal menggunakan produk Arrum BPKB sehingga banyak perubahan atas usahanya dengan banyak menambah stok barang usaha di toko sembako Bapak H (N. Pegadaian UPS Diponegoro 2024).
3. Nasabah ketiga yaitu Bapak A adalah nasabah Arrum BPKB yang memiliki usaha tali rafia. Bapak A memulai usahanya sejak tahun 2019 yang kini sudah berjalan 5 tahun. Untuk awal usahanya yakni sebagai pengrajin tali rafia dilakukan sendiri oleh Bapak A dengan modal usaha Rp. 10.000.000 dimana omset perharinya Rp. 500.000 jika dikalikan sebulan mencapai Rp. 15.000.000. Setelah menggunakan produk Arrum BPKB maka modalnya bertambah sebesar Rp. 20.000.000 jadi keuntungan perharinya mencapai Rp. 1000.000 sehingga perbulannya menjadi Rp. 30.000.000. Menurut keterangan Bapak A sangat bersyukur bisa mengenal produk Arrum BPKB sehingga omsetnya bertambah dan sekarang sudah mempunyai 1 karyawan (N. Pegadaian UPS Diponegoro 2024).
4. Nasabah keempat yaitu Ibu M adalah nasabah Arrum BPKB yang memiliki usaha rumahan sebagai penjual *catering* kue dengan menerima pesanan kue dari para konsumen. Ibu M memulai usahanya sejak tahun 2016 yang kini sudah berjalan 8 tahun. Awalnya *catering* kue ini hanya dijalankan oleh 2 orang yaitu Ibu M dan 1 karyawannya untuk melayani pesanan dari konsumennya. Dimana untuk modal awalnya Rp. 15.000.000 jadi omset perharinya itu Rp. 700.000 sehingga perbulannya itu mencapai Rp. 21.000.000. Tetapi setelah menerima pembiayaan Arrum BPKB maka modalnya bertambah sebesar Rp. 25.000.000 sehingga keuntungan perharinya itu Rp.1.400.000 dan keuntungan perbulannya meningkat sebesar Rp. 42.000.000. Apalagi memasuki bulan Ramadhan dan Syawal maka pesanan konsumen semakin meningkat sehingga Ibu M menambah 1 karyawan lagi untuk melayani pesanan konsumen yang semakin bertambah banyak. Jadi sekarang Ibu M mempunyai 2 karyawan untuk membantu mengembangkan usahanya



(N. Pegadaian UPS Diponegoro 2024).

5. Nasabah Kelima yaitu Bapak M E adalah nasabah Arrum BPKB yang menjalankan usahanya sebagai penjual toko bangunan. Bapak M E memulai usahanya sejak tahun 2021 jadi sekarang sudah berjalan 3 tahun. Adapun modal awal yang digunakan sebesar Rp. 50.000.000 dengan omset perharinya Rp. 2.500.000 sehingga perbulannya mencapai Rp. 75.000.000. Tetapi setelah menggunakan produk Arrum BPKB maka modalnya bertambah sebesar Rp. 150.000.000 untuk membeli dan melengkapi peralatan dan perlengkapan toko bangunan dengan keuntungan perharinya meningkat sebesar Rp. 6000.000 sehingga perbulannya menjadi Rp.180.000.000 (N. Pegadaian UPS Diponegoro 2024).

Para nasabah yang mengajukan pembiayaan Arrum BPKB secara keseluruhan mengalami peningkatan penghasilan dalam usahanya yang mana hal tersebut dipengaruhi oleh tambahan modal yang diajukan oleh para nasabah berupa pembiayaan dengan jaminan BPKB. Pembiayaan yang diajukan oleh para nasabah di Pegadaian UPS Diponegoro membuahkan hasil dimana pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dapat menaikkan keuntungan yang diperoleh dikarenakan menambah barang dagangannya, memperluas lahan usahanya, pengadaan alat untuk mempermudah penjualan dan sebagainya. Secara keseluruhan nasabah yang menjadi informan pada penelitian ini memiliki peningkatan laba setelah mengajukan pembiayaan Arrum BPKB Peningkatan usaha yang dialami nasabah bervariasi tergantung jenis usaha yang mereka miliki. Dari pernyataan atau wawancara yang dikemukakan oleh 5 orang nasabah semuanya mengalami peningkatan baik dari segi pendapatan per hari maupun per bulan cukup meningkat signifikan, bukan hanya pendapatan, namun ada pula nasabah yang membuka usaha baru untuk meningkatkan produktivitas usaha nasabah, dan dari faktor kesempatan kerja dari hasil analisis penelitian dikatakan bahwa ada 2 nasabah yang merekrut karyawan dan 3 nasabah lainnya menjalani usahanya sendiri secara langsung. Usaha mikro kecil dapat membantu mengurangi angka pengangguran di Indonesia dengan melihat peluang yang ada.

Hasil analisis peningkatan usaha mikro yang memperoleh pembiayaan *arrum* BPKB meningkat secara signifikan dari mulai penambahan pendapatan, penambahan stok barang untuk usaha para nasabah *arrum* BPKB, membuka usaha baru agar lebih produktif lagi dan beberapa merekrut karyawan. Pembiayaan *arrum* BPKB sangat membantu masyarakat yang mempunyai usaha mikro yang sudah berjalan minimal satu tahun, untuk mendapatkan penambahan modal usahanya, yang awalnya kekurangan modal hingga usahanya mengalami keuntungan yang lebih dan dapat membuka cabang baru. Pembiayaan Arrum BPKB dari salah satu lembaga keuangan syariah non bank yaitu Pegadaian Syariah sangat berpengaruh positif bagi masyarakat para pelaku usaha mikro kecil dapat terbantu dengan adanya pembiayaan ini karena berprinsip syariah dan menjauhkan masyarakat dari pelaku rentenir yang merusak dan merugikan masyarakat.

## **SIMPULAN**

Banyaknya Lembaga Keuangan yang menawarkan berbagai macam produk, sehingga hal ini membuat persaingan semakin ketat. pemahaman Masyarakat mengenai Pegadaian Syariah saat ini masih kurang dibandingkan dengan Lembaga Keuangan lainnya, kebanyakan dari mereka masih menganggap produk Pegadaian Syariah masih sama dengan Lembaga Keuangan lainnya. Sehingga diperlukan strategi yang efektif dengan menerapkan syariah *marketing mix* yang tepat guna meningkatkan dan mengembangkan produk Arrum BPKB di kalangan para nasabah pegadaian karena strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam industri. Dengan strategi pemasaran maka nilai keuangan perusahaan meningkat. Dan dengan adanya produk Pembiayaan Arrum BPKB sangat membantu masyarakat dalam pengembangan usaha dan mampu mengurangi angka pengangguran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amalia, Alfi Rizky. 2021. "Peran Arrum BPKB PT. Pegadaian Syariah Cabang A.Yani Jember dalam Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil di Pasar Kepatihan JEMBER [Undergraduate, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah]." Institut Agama Islam Negeri Jember. <http://digilib.uinkhas.ac.id/7107/>.
- Basri, Zulfiani, Sitti Fatimah, dan Miftah Farild. 2022. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) dalam Meningkatkan Minat Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Sentral Makassar." *Islamic Banking, Economic and Financial Journal* 2 (2): 21–35.

- Evi, Dian Sari. 2022. "Analisis Penerapan Marketing Mix Terhadap Produk Deposito Mudharabah dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus BPR Syariah Bandar Lampung)." Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. <http://repository.radenintan.ac.id/18980/>.
- Fitriyah, Siti Lailatul, dan Taufiqur Rahman. 2023. "Peranan dan Strategi Pemasaran KUR Mikro dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Kabupaten Bojonegoro Studi Pada BSI KC Bojonegoro." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 6 (2): 636–46. [https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(2\).15161](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(2).15161).
- Ihwal, Ihwal. 2022. "Analisis Produk Pembiayaan Arrum BPKB dalam Meningkatkan Usaha Mikro Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Luwu." Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/5204/1/IHWAL.pdf>.
- Istiftahu Syifa, Muhammad, dan Zuhrial M. Nawawi. 2022. "Analisis Peran Pembiayaan Arrum BPKB oleh Pegadaian Syariah terhadap Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah: Studi Kasus: Pegadaian Syariah Cabang Ar-Hakim Medan." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4 (1): 204–17. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i1.1360>.
- Iswana, Dzulfiyah, Ahmad Syathori, dan Abd. Muin. 2024. "Strategi Marketing Pada Produk Arrum BPKB Di Pegadaian Syariah CPS Pasar Baru Indramayu Ditinjau Dari Aplikasi Market Share Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah." *JSEF: Journal of Sharia Economics and Finance* 3 (1): 52–59. <https://doi.org/10.31943/jsef.v3i1.39>.
- Khair, Anisatul, dan Firman Setiawan. 2024. "Analisis Determinan pada Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggadaikan Emas di Pegadaian UPS Pasar Anom." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6 (2): 1073–91. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.341>.
- Lindiatwatie, Lindiatwatie, dan Dhona Shahreza. 2021. "Strategi Akselerasi Insurtech Syariah Meningkatkan Nasabah Pengguna Asuransi di Indonesia (Studi Kasus Startup YukTakaful)." *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business* 6 (2): 73–85. <https://doi.org/10.30631/ijoieb.v6i2.930>.
- Mohamad, Roni, dan Endang Rahim. 2021. "Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah." *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 2 (1): 15–26.
- Novriansyah, Muh, dan Sri Herianingrum. 2019. "Peran pembiayaan produk ARRUM BPKB PT pegadaian syariah dalam mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah di kota surabaya." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 6 (8): 1718–32. <https://doi.org/10.20473/vol6iss20198pp1718-1732>.
- Pegadaian UPS Diponegoro, Nasabah. 2024. Wawancara dengan Nasabah Pegadaian UPS Diponegoro. (2024, Maret 28). Syariah Marketing Mix (Sumenep)[Komunikasi pribadi].
- Pegadaian, Pegadaian. t.t. "Apa Itu Arrum Pinjaman Usaha Syariah?" *Pegadaian.co.id* (blog). <https://www.pegadaian.co.id/produk/pinjaman-usaha>.
- Pegadaian UPS Diponegoro, A.O. 2024. Wawancara dengan A.O Pegadaian UPS Diponegoro. (2024, Maret 28). Syariah Marketing Mix (Sumenep)[Komunikasi pribadi].
- Pegadaian UPS Diponegoro, BPO KUR. 2024. Wawancara dengan BPO KUR Pegadaian UPS Diponegoro. (2024, Maret 28). Syariah Marketing Mix (Sumenep) [Komunikasi pribadi].
- Pulungan, Eka Novi Anti. 2022. "Analisis produk pembiayaan Arrum BPKB dalam meningkatkan usaha mikro nasabah pada PT Pegadaian Syariah Alaman Bolak." UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. <http://etd.uinsyahada.ac.id/id/eprint/9156>.
- Salsabila, Rizka, dan Chuzaimah Batubara. 2023. "Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah Untuk Meningkatkan Penjualan Jasa Dan Produk." *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)* 4 (1): 1868–77. <https://doi.org/10.36987/ebma.v4i1.4645>.
- Shobikin, Shobikin. 2023. "Penerapan Marketing Mix Syariah pada UMKM di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9 (1): 1183–88. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8485>.
- Surahman, Maman, dan Panji Adam. 2018. "Penerapan Prinsip Syariah Pada Akad Rahn di Lembaga Pegadaian Syariah." *Law and Justice* 2 (2): 135–46. <https://doi.org/10.23917/laj.v2i2.3838>.
- Tyastutik, Yulfi. 2021. "Strategi Marketing Mix Dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarakah Mikro Di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan." Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/17070>.
- Zakharia, Muhammad Shayid, dan Agus Eko Sujianto. 2022. "Pengaruh Marketing Mix Syariah (7P)

**Sayyidatul Munawaroh dan Ahmad Makhtum, Analisis Syariah Marketing Mix Arrum BPKB dan Urgensinya dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Nasabah Pegadaian UPS Diponegoro Sumenep**

terhadap Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Ayam Lodho Pak Yusuf Plosokandang.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3 (5): 835–52.  
<https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1122>.