

ABSTRAK

SISKAYANTI. 2026. Analisis Strategi Pemasaran Dan Manajemen Risiko Berbasis Syariah Pada Usaha Titip Gadai Syekh Yusuf Di Kab Gowa, Sulawesi Selatan. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh : AMIR dan Amelia Rezki Septiani Amin.

Tujuan penelitian ini merupakan jenis penelitian yang bersifat kualitatif deskriptif, dengan tujuan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran dan manajemen risiko berbasis syariah pada Usaha Titip Gadai Syekh Yusuf di Kab Gowa Sulawesi Selatan. Sampel/informan dalam penelitian ini diambil dari pemilik, pengelola, staf operasional, serta nasabah yang berhubungan langsung dengan operasional usaha. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, pengamatan langsung lapangan, serta pencatatan dokumen usaha. Instrumen penelitian yang digunakan berupa pedoman wawancara dan catatan lapangan. Data dianalisis *interaktif Miles, Huberman, dan Saldana* yang meliputi tahapan penyederhanaan data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa strategi pemasaran yang diterapkan berlandaskan nilai syariah, keadilan, serta pelayanan yang transparan, namun pelaksanaannya masih bersifat sederhana dan mengandalkan penyebaran informasi secara lisan. Sementara itu, pengelolaan risiko telah berjalan sesuai prinsip syariah melalui pembatasan pinjaman sebesar 60-70% dari nilai barang jaminan, penaksiran yang objektif, serta pengembalian sisa hasil penjualan barang kepada nasabah. Di sisi lain, terdapat hambatan yang ditemui, diantaranya masih rendahnya pemahaman masyarakat mengenai sistem gadai syariah, persaingan dengan lembaga keuangan lain, serta keterbatasan sarana promosi yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran dan manajemen risiko berbasis syariah saling berkaitan dan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha serta kepercayaan masyarakat. Hal ini penting untuk diperkuat dan dikembangkan agar dapat menjadi praktik gadai syariah yang lebih optimal dan sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Manajemen Risiko, Gadai Syariah.