



ISTIQOMATIS SYURURIYAH
EKA SRI WAHYUNI, M.M

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu



**Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam
Mulia Berbasis Spiritual Company(Studi
Pada PT EOA GOLD Kantor Cabang
Provinsi Bengkulu)**

Editor:
KUSTIN HARTINI, M.M

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS EMAS LOGAM
MULIA BERBASIS *SPIRITUAL COMPANY***

(Studi Pada PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) *Gold* Kantor
Cabang Provinsi Bengkulu)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH :

ISTIOOMATIS SYURURIYAH
NIM. 1811130187

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SOEKARNO BENGKULU (UINFAS)
BENGKULU, 2022 M/ 1443 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Istiqomatis Syururiyah, Nim.1811130187 dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis *Spiritual Company* (Studi Pada PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) Gold Kantor Cabang Provinsi Bengkulu)”. Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

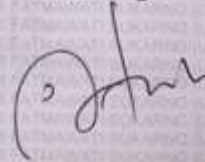
Bengkulu, 07 Juli 2022 M
08 Dzulhijjah 1443 H

Pembimbing I



Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M.
NIP. 197705092008012014

Pembimbing II



Kustin Hartini, M.M
NIDN. 2002038102



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51171, 51172

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis Spiritual Company (Studi Pada PT EOA GOLD Kantor Cabang Provinsi Bengkulu)", oleh Istiqomatis Syururiyah, NIM. 1811130187, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 19 Juli 2022 M / 20 Dzulhijjah 1443 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 25 Juli 2022 M
26 Dzulhijjah 1443 H

TIM SIDANG MUNAQASYAH

Ketua

Dr. Nurul Haki, MA
NIP. 196606161995031002

Sekretaris

Kustia Hartini, M.M
NIDN. 2002038102

Penguji I


Dr. Nurul Haki, MA
NIP. 196606161995031002

Penguji II

Annisbar, M.M
NIP. 198908062019031008

Mengetahui,

Dekan


Dr. H. Supatni, M.A
NIP. 196504101993031007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis *Spiritual Company* (Studi Pada PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) *Gold* Kantor Cabang Provinsi Bengkulu)” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UINFAS Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa ada bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, _____ 2022 M

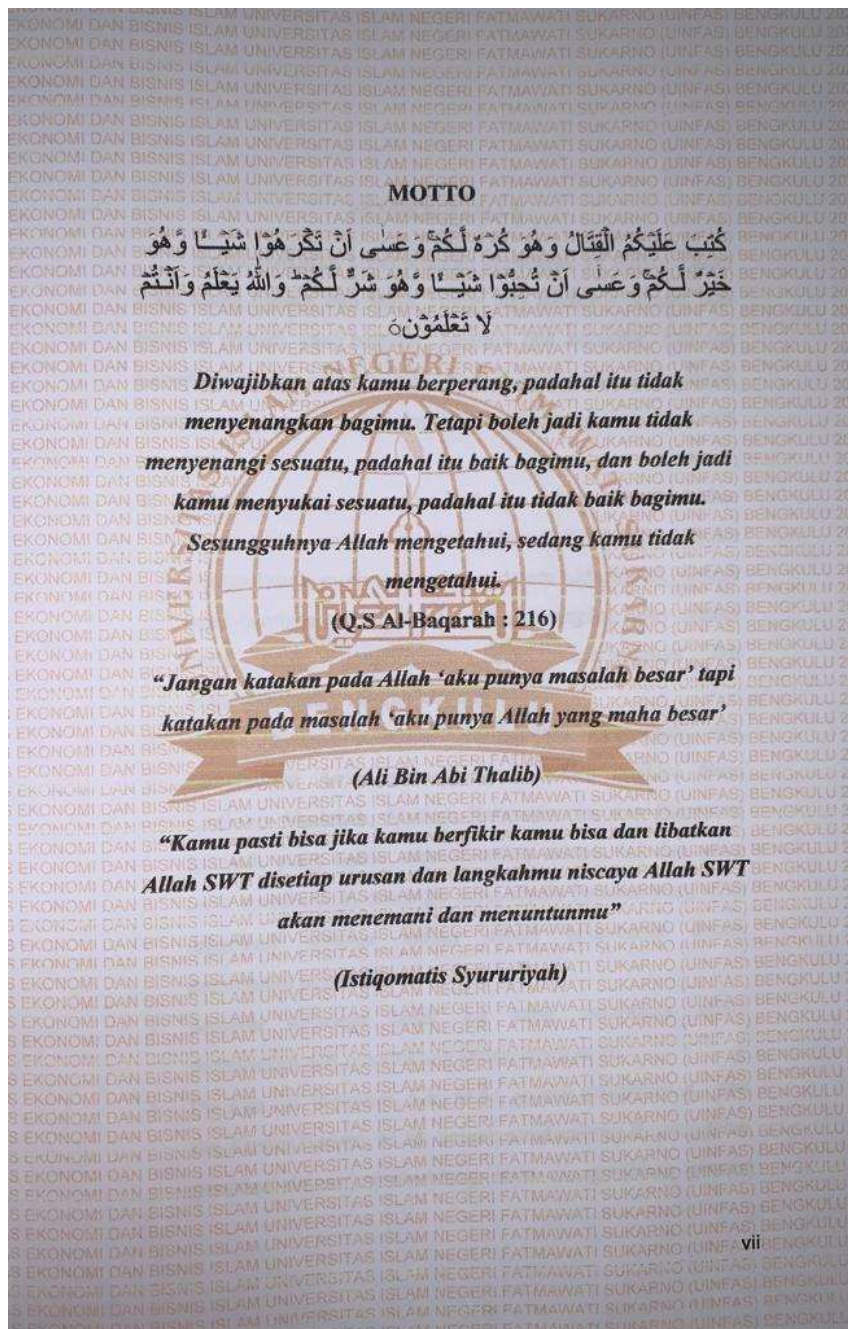
1443H

Mahasiswa yang menyatakan



Istiqomatus Syururiyah

NIM.1811130187



MOTTO

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهٌ لَّكُمْ وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu. Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu.

Sesungguhnya Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.

(Q.S Al-Baqarah : 216)

“Jangan katakan pada Allah ‘aku punya masalah besar’ tapi katakan pada masalah ‘aku punya Allah yang maha besar’

(Ali Bin Abi Thalib)

“Kamu pasti bisa jika kamu berfikir kamu bisa dan libatkan Allah SWT disetiap urusan dan langkahmu niscaya Allah SWT akan menemani dan menuntunmu”

(Istiqomatis Syururiyah)

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis
Spiritual Company
(Studi Pada PT EOA *GOLD* Kantor cabang Provinsi Bengkulu)

Oleh Istiqomatis Syururiyah, NIM. 1811130187

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan bisnis emas logam mulia berbasis *Spiritual Company* dan faktor penghambat serta pendukung dalam menjalankan bisnis emas logam mulia pada PT EOA *GOLD* kantor cabang Provinsi Bengkulu. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field search*). Jenis pendekatan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Teknik penelitian yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan memiliki ciri atau karakter tertentu dalam menentukan informan. Hasil penelitian menunjukan bahwa sistem Manajemen, sistem pemasaran, sistem keuangan, dan sistem produksi yang berlandaskan *spiritual company* sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis emas logam mulia pada PT EOA *GOLD*. Adapun faktor penghambat dan pendukung dalam pengembangan bisnis emas logam mulia pada PT. EOA *Gold* meliputi Faktor kompetitif, yaitu *black campaign*, kedua faktor margin bisnis, ketiga motivasi agen dan member yang menurun dalam bersyiar, terakhir stigma masyarakat memandang bahwa bisnis emas logam mulia EOA *GOLD* sebagai bisnis MLM (*Multi Level Marketing*). Faktor Pendukung EOA *GOLD* yaitu koperasi syariah yang bernama EOA Club adanya program *D'syirkah*, kedua memiliki EOA *Academy*, agen dan member tersebar diseluruh daerah provinsi Bengkulu.

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan Bisnis dan *Spiritual Company*.

ABSTRACT

*Spiritual Company-Based Precious Metal Gold Business
Development Strategy (Study at PT EOA GOLD Bengkulu
Province Branch Office)*

By Istiqomatis Syururiyah, NIM. 1811130187

This research was conducted to find out how the strategy of developing the precious metal gold business based on Spiritual Company and the inhibiting and supporting factors in running the precious metal gold business at PT EOA GOLD Bengkulu Province branch office. This research is a field research (field search). The type of approach in this research is descriptive qualitative research. The research technique used is purposive sampling technique by having certain characteristics or characters in determining informants. The results of the study show that the management system, marketing system, financial system, and production system based on the company's spiritual are very influential on the development of the precious metal gold business at PT EOA GOLD. The inhibiting and supporting factors in the development of the precious metal gold business at PT. EOA Gold includes competitive factors, namely black camping, the two factors are business margins, the third is the motivation of agents and members who are declining in broadcasting, and finally the stigma of society views that the precious metal gold business of EOA GOLD is an MLM (Multi Level Marketing) business. The supporting factor for EOA GOLD is a sharia cooperative called EOA Club, there is a D'syirkah program, both have EOA Academy, agents and members spread throughout the Bengkulu province

*Keywords : Strategy, Business Development and Spiritual
Company.*

PERSEMBAHAN

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu ya Allah, Tuhan yang Maha Agung, dan Maha Tinggi atas takdirmu penulis bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan penulis nanti, Aamiin. Dengan ini penulis persembahkan karya ini untuk:

1. Kepada orang yang sangat berharga dalam hidupku kedua orang tuaku yaitu Bapakku (Ahmad Salim) dan Ibuku (Aidaroh Tun), motivator terbesar dalam hidupku tak pernah henti-hentinya mendoakanku, menyayangiku, atas semua kerja keras pengorbanan dan kesabarannya lah mengantarkanku sampai ketahap ini.
2. Untuk kedua kakakku Nurhidayatuf Febrianti dan Muhammad As'ad serta ketiga adikku Adikku Nina Lutfiatu Sholehah, Mutiara Rahmadhanian, dan Rahmatul Innayah yang selalu memotivasiku selama ini dan yang telah memberikan semangat serta segala bantuan yang telah diberikan semoga kalian diberi kelancaran dalam menempuh pendidikan.
3. Seluruh keluarga besar ku yang senantiasa selalu mendoakan dan mendukung setiap langkah ku.
4. Ibu Eka Sri Wahyuni, S.E, M.M, selaku pembimbing I dan Ibu Kustin Hartini, M.M. Selaku pembimbing II, yang telah bersabar dalam membimbing serta mengarahkan penulis

demi terselesainya skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan..
6. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam bidang adminitrasi.
7. Partner perjuangan hidupku Taufiqurahman Al-Qusairi Mahdan yang selalu memberiku motivasi semangat tanpa lelah dalam pengerjaan skripsi ini
8. Sahabat seperjuangan selama kuliah yang selalu memberikan motivasi, dukungan serta membantuku selama ini Taufik Edi syahputra, Yolanita Faradila Putri, Arni Tiyulia dan Nada Ayu Abrina.
9. Kepada teman baikku yang senantiasa membantuku dalam perskripsian Rani Handani dan Alna Biyana.
10. Kepada teman seperjuangan Ekonomi Syariah F 2018 yang selalu memberikansenang dan motivasi.
11. Ucapan terimakasih untuk semua yang selalu memberi motivasi, dukungan dan do'a dalam meraih cita-cita dan menyelesaikan pendidikan strata satu ini.
12. Agama, Bangsa, dan Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis *Spiritual Company* (Studi Pada PT EOA GOLD Kantor cabang Provinsi Bengkulu)**”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu. Dalam proses penyusunan Skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Dr. KH Zulkarnain Dali, M.Pd, (Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu).
2. Dr. H. Supardi, M.A (Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu).
3. Yenti Sumarni, SE., M.M (Selaku Ketua Jurusan Ekonomi

Islam telah memberikan bimbingan, saran, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran).

4. Eka Sri Wahyuni, SE, MM (Selaku dosen pembimbing akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan, dan motivasi kepada penulis semasa kuliah).
5. Ibu Eka Sri Wahyuni, SE, MM (Selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan sumbangan pikiran dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini).
6. Ibu Kustn Hartini, M.M (Selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan sumbangan pikiran dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini).
7. Bapak/ibu dosen yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan bagi penulis.
8. Kedua orang tuaku yang selalu mendoakan kesuksesan penulis.
9. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu).
10. Semua pihak yang membantu penulisan skripsi ini
11. *Last but not least, i wanna thank me, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for doing all this hard.*

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik serta saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepan.

Bengkulu, 2022

Penulis

Istiqomatis Syururiyah
NIM 1811130187

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Penelitian Terdahulu	11
F. Metode Penelitian	18
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	18
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	19
3. Informan Penelitian	20
4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	23

5. Teknik pengumpulan data	25
6. Teknik Analisis Data.....	28
G. Sistematis Penulisan.....	33

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori	35
1. Pengertian strategi.....	35
2. Strategi dalam perspektif islam.....	36
3. Tipe-tipe strategi	39
4. Pengertian pengembangan bisnis	40
5. Komponen strategi	42
6. Gambaran Umum <i>Spiritual Company</i>	45
7. Bisnis Emas Logam Mulia	48
B. Kerangka Konseptual	53

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah Singkat Perusahaan	55
2. Visi Dan Misi Perusahaan PT EOA <i>GOLD</i>	56
3. Legalitas Perusahaan PT EOA <i>GOLD</i>	58
4. Struktur Manajemen Perusahaan PT EOA <i>GOLD</i> cabang provinsi Bengkulu.....	58
5. Arti logo perusahaan	60
6. Produk pada perusahaan PT EOA <i>GOLD</i> cabang provinsi Bengkulu	61
7. Data Informan Penelitian	63

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	65
---------------------------	----

B. Pembahasan.....	95
--------------------	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	112
---------------------	-----

B. Saran.....	114
---------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	54
Tabel 3.1	58
Tabel 3.2	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	58
Gambar 3.2	60
Gambar 3.3	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis Islam (*syari'ah*) kini kian marak dan menjamur di Indonesia. Salah satu pendorongnya adalah karena adanya kesadaran masyarakat yang mayoritas Muslim untuk menggunakan dan memanfaatkan produk-produk (barang maupun jasa) yang *halāl* dan *ṭayyib*. Maka peran produsen atau perusahaan-perusahaan bisnis berbasis syari'ah menjadi sebuah alternatif yang cukup menjanjikan. Perkembangan itu di satu sisi patut disyukuri, namun pada sisi lain juga perlu diwaspadai. Karena bukan tidak mungkin berbagai variasi produk syari'ah yang bermunculan saat ini ternyata tidak lebih dari sekedar 'berganti nama' saja. Artinya, secara paradigmatik sebuah perusahaan bisa saja tetap berpijak pada konsep bisnis sekuler-kapitalistik, tapi dipoles dengan label label syari'ah atau tepatnya label etika Islami, seperti: jujur, amanah dan sejenisnya. Hasilnya, yang penting bagi perusahaan tersebut adalah mendapatkan market share yang menguntungkan di pasar syari'ah. Inilah tantangan bagi pengusaha Muslim dalam mengembangkan bisnis yang syar'i. Bukan sekedar polesan, tapi juga asas, konsep, manusia, implementasi dan hasil yang benar benar

menampilkan karakter bisnis berbasis syari'ah yang utuh, unik dan barakah.¹

Pandangan bisnis dan investasi saat ini umumnya menganut paham kapitalisme, berbisnis dan berinvestasi demi mencari keuntungan sebesar-besarnya. Efek buruk dari paham ini bagi pelaku bisnis perusahaan adalah anggapan bahwa satu-satunya tujuan bisnis adalah memenuhi permintaan pelanggan dan bagaimana memenuhinya, tanggung jawab perusahaan adalah memuaskan pelanggan dan mencapai target penjualan tanpa memperhatikan nilai-nilai syariah.²

Dalam konteks Islam, yang menjadi panduan dari *Spiritual Company* adalah etika Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad. Sikap kerja keras Islam melihat pengabdian dalam mengisi sebagai kejujuran. alasan dan tujuan organisasi dunia lain adalah bahwa organisasi yang mendalam menumbuhkan jiwa organisasi, mendorong semua perwakilan untuk memiliki alasan yang jelas untuk kembali ke Al-Qur'an dan sunnah dan kembali

¹ Choirul Huda "Model Pengelolaan Bisnis Syari'ah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang" *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 24 No. 1, Mei (2016) Hal. 165

² Agustiaty, "Sistem Ekonomi Kapitalis", *Jurnal Ilmu sosial dan Ilmu politik Fisip Untad*, Vol.1 No. 2 (2009), 154.

ke hati setiap pekerja sehingga pekerjaan iklim menjadi membantu, dan perusahaan menjadi sehat secara finansial.³

Investasi merupakan peluang baik yang dapat dilakukan setiap orang, dengan adanya investasi maka akan mempermudah dalam menambah kebutuhan hidup, Sehingga investasi sangat diminati dari berbagai kalangan yakni dengan melakukan investasi emas, dikarenakan telah dipercaya memiliki proteksi kekayaan dan teruji sebagai solusi Tengah ketidakpastian ekonomi sekarang ini. Selain itu juga emas sering menjadi investasi penangkal inflasi, dikarenakan semakin tinggi laju inflasi maka semakin tinggi pula harga emas. Harga emas dipercaya dapat menjadikan tompangan daya beli artinya, apabila harga emas naik maka pendapatan akan turut ikut naik.⁴

Emas memiliki kelebihan dibandingkan produk investasi lainnya, karena berkarakteristik sebagai *safe haven* atau tempat yang aman ketika terjadi berbagai guncangan terhadap jenis aset lainnya. Selain itu, emas juga merupakan bentuk investasi yang mudah dan sudah biasa digunakan oleh investor dari berbagai kalangan. Bahkan, emas adalah aset yang telah membuat masyarakat tertarik selama ribuan tahun, karena menurut *Worthington & Pahlavani* emas

³ Nabila elok hapsari, skripsi, “ pengembangan karyawan berbasis spirirtual company”, (yogyakarta : Universitas islam indonesia, 2019), hal 21

⁴ Ihsan Kurniawan, “Analisis Keuntungan Investasi Emas Dengan IHSG” Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan Volume 3, Nomor 2 / Maret-2019 Hlm. 19

bersifat tahan lama, mudah untuk berpindah, diterima secara universal dan juga mudah untuk dikonfirmasi. Investasi emas juga diharapkan mampu menjadi solusi alternatif dalam rangka penambahan devisa negara dan juga laju pertumbuhan ekonomi dikarenakan investasi emas mampu menstabilkan nilai tukar terhadap mata uang asing. Di beberapa negara Eropa, emas dijadikan cadangan devisa oleh bank sentral untuk dapat menjaga stabilitas mata uang negara, dikarenakan emas merupakan komoditi yang dinilai paling menentukan bahkan pada situasi perekonomian negara yang sedang krisis.⁵

Saat ini banyak perusahaan menawarkan konsumen untuk melakukan investasi emas, diantaranya toko emas, perbankan syariah, dan lembaga-lembaga swasta begitu pula PT (*persero*). Mereka menawarkan produk berupa emas batangan ataupun berbentuk logam yang ditawarkan oleh setiap perusahaan untuk konsumen.⁶

Terkait dengan perkembangan perkembangan lembaga keuangan bank dan non-bank serta persaingan bisnis yang tidak dapat disangkal yang harus dihadapi organisasi dan lonjakan baru dalam harga emas dunia, barang-barang logam berharga yang disajikan di Indonesia

⁵ Christiani Oktaviani, Skripsi : "Investasi Emas, Inflasi Dan Nilai Tukar Di Indonesia" (Jawa Barat : Universitas Padjadjaran, 2015), Hal.10

⁶ Abdul Rohman, Skripsi : "Strategi Pemasaran Produk Mulia Pada PT Pegadaian Syariah Unit Telanaipura Kota Jambi" (Jambi : UIN Sultan Tata Saifudin,2021), Hal. 2.

oleh Perum Syariah dan berbagai pemerintah dan swasta bisnis menjadi cepat. cepat. Organisasi diperlukan untuk memenangkan oposisi dengan mendapatkan klien sebanyak mungkin dan menahan klien yang mereka miliki sekarang. Salah satu metode untuk menarik keuntungan klien dalam membeli barang adalah kemajuan dan inspirasi. Sebuah kemajuan yang baik dan menarik akan menginspirasi klien atau klien dekat sehingga mereka tertarik untuk membeli barang tersebut.⁷

EOA *Gold* adalah Logam Mulia (LM) yang dikeluarkan oleh PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) untuk meningkatkan nilai lebih (*value*) berupa perlindungan dan keamanan bagi investasi Anda. Logam Mulia EOA *Gold* terus diuji dan diverifikasi kemurniannya yang menjadikannya memiliki kadar terpercaya, puritas tertinggi 999% atau setara 24 karat, sehingga memberikan nilai yang tinggi bagi aset investasi Anda. Penamaan EOA adalah singkatan dari perusahaan produsennya yaitu PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) dimana nama ini diambil dari spirit *Employee Of Allah*. Spirit EOA inilah yang menjadi landasan bergerak, bertumbuh dan berinovasi sehingga

⁷ Desi Maida Riana, Skripsi, "Pengaruh Promosi Dan Motivasi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Murabahah Logam Mulia Investasi Abadi (Mulia)", (Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2019), Hal. 5

menjadikan pengelolaan managementnya berlandaskan *Spiritual Company*.⁸

Namun berdasarkan fenomena dan isu yang timbul ditengah masyarakat terdapat isu-isu terkait minat masyarakat dalam membeli produk emas logam mulia yang di keluarkan oleh PT. EOA (Emas Optimasi Abadi) *Gold*. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti ada beberapa asumsi masyarakat terkait produk emas logam mulia EOA *Gold*.⁹

Pertama, ditemukan adanya kekhawatiran masyarakat terkait status keaslian produk emas logam mulia EOA *Gold*.¹⁰ Kedua masyarakat yang enggan untuk investasi emas karna harga beli lebih tinggi di bandingkan harga jual kembali, hal ini diakibatkan karna kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pengetahuan investasi emas logam mulia itu sendiri.¹¹ Ketiga sulitnya untuk menggadaikan produk emas logam mulia EOA *Gold* di PT. Pegadaian.¹²

⁸ <https://eoagold.id/> (diakses pada 16 November 2021, pukul 05.45)

⁹ Wawancara observasi awal dengan para konsumen "Terkait Emas Logam Mulia EOA Gold, 19 Desember 2021

¹⁰ Mat Salim, "Pandangan Masyarakat Terkait Investasi Emas Logam Mulia," Wawancara, pra-riset, 20 Desember 2021.

¹¹ Nada Ayu Abrina, "Pandangan Masyarakat Terkait Investasi Emas Logam Mulia," Wawancara, pra-riset, 22 Desember 2021.

¹² Lilis Oktaviani, "Pandangan Masyarakat Terkait Investasi Emas Logam Mulia," Wawancara (telepon), pra-riset, 25 Desember 2021.

Berdasarkan beberapa hal di atas meliputi fenomena yang terjadi dan peneliti melakukan observasi awal melalui wawancara terhadap konsumen yang melatar belakangi penulis mengkaji lebih jauh mengenai strategi yang dijalankan suatu perusahaan ditengah banyaknya pesaing dan bagaimana pengembangan Bisnis yang menerapkan manajemen berbasis *spiritual company* dalam menjalankan bisnis perusahaan. Dari latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk menggali lebih dalam lagi tentang **“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS EMAS LOGAM MULIA BERBASIS *SPIRITUAL COMPANY*”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka terdapat beberapa rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis emas logam mulia berbasis *spiritual company* pada PT. EOA *GOLD* kantor cabang provinsi Bengkulu ?
2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam pengembangan bisnis emas logam mulia pada PT. EOA *GOLD* kantor cabang provinsi Bengkulu ?

C. Tujuan penelitian

Menurut masalah yang telah ditulis diatas maka tujuan dari penulis adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis logam mulia pada PT. EOA *GOLD* kantor cabang provinsi Bengkulu.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung dalam pengembangan bisnis logam mulia pada PT. EOA *GOLD* kantor cabang provinsi Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan. Pertama, bagi pimpinan serta karyawan pada PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) *Gold* kantor cabang provinsi Bengkulu Kedua, bagi penulis dapat menambah wawasan mengenai strategi pengembangan bisnis emas logam mulia berbasis *spiritual company* pada PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) *GOLD* kantor cabang provinsi Bengkulu. Selain itu juga sebagai salah satu syarat untuk penulisan Skripsi dalam menyelesaikan studi pada program S1 Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Manfaat praktis

- a. Manfaat untuk peneliti

Dapat menambah wawasan tentang strategi pengembangan bisnis emas logam mulia berbasis *spiritual company* pada PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) *GOLD* kantor cabang provinsi Bengkulu.

b. Manfaat untuk peneliti lain

Dapat dijadikan acuan sebagai referensi bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang berkaitan baik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

E. Penelitian Terdahulu

1. Primasti Ramadhani, Lukman M Baga, dan Bunasor Sanim (2018) dengan judul penelitian : Teknik Peningkatan Organisasi Penukaran Emas untuk Wilayah Jakarta Lebih Terpenting (Analisis Kontekstual PT XYZ). Strategi pemeriksaan yang digunakan adalah pendekatan eksplorasi dengan teknik yang pasti melalui analisis kontekstual. Mengingat efek samping dari tinjauan, hasil menunjukkan bahwa ada kontes dari pesaing untuk kemajuan, transaksi turn over yang tinggi dan prosedur periklanan yang tidak terlalu ditentukan, membawa pengurangan pendapatan dari barang-barang utamanya melalui gadai dan pembelian emas. dalam porsi. beberapa komponen, misalnya, latihan kunci, desain biaya, dan senjata rahasia dalam materi rencana aksi yang harus

disurvei agar organisasi dapat menyaingi pesaing. *Blue ocean strategy* membuka pintu baru bagi PT XYZ dengan menjadi pemasok aset bailout bagi klien untuk menyebabkan pembelian di toko-toko emas yang telah bergabung dengan PT XYZ.¹³

2. Wiwin Sari (2019) dengan judul penelitian : Analisis Strategi Pemasaran Produk Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (Mulia) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dan juga menggunakan penelitian kepustakaan (*Library research*) guna melengkapi data. Pengumpulan data penelitian dengan sumber data primer dan data sekunder dan pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran produk tabungan emas dari diferensiasi dalam memberi pelayanan dan informasi cukup memuaskan untuk sasaran dan nasabah produk MULIA. Dari aspek *marketing mix*, produk yang ditawarkan sangat variatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk masa sekarang dan masa yang

¹³ Primasti Ramadhani, Lukman M Baga, dan Bunasor Sanim, Skripsi (2018), "Teknik Peningkatan Organisasi Penukaran Emas untuk Wilayah Jakarta Lebih Terpenting (Analisis Kontekstual PT XYZ)", Jakarta : 2018

akan datang. Untuk lokasi mudah untuk dijangkau, sedangkan promosi menggunakan personal selling, periklanan melalui internet berupa jejaring sosial seperti Website., spanduk, brosur dan lain-lain, publisitas dengan presentasi pada kegiatan-kegiatan seperti *ivent-ivent* yang dilakukan sesuatu tempat tertentu, dan publik lainnya. Promosi penjualan dengan memberikan bebas administrasi pada acara-acara tertentu. Seorang marketing syariah di Pegadaian di Bandar Lampung mempunyai sifat teistis (*rabbaniyah*), etis (*akhlaqiyyah*), Realistis (*al-waqiyyah*), dan humanistis (*insaniyyah*) dalam memasarkan produk MULIA.¹⁴

3. Rahmayati (2021) dengan judul penelitian : *Spiritual Marketing* Dalam Memaksimalkan Pemasaran Syariah. Metodologi yang digunakan yaitu penelitian literatur sesuai dengan permasalahan dari referensi-referensi mengenai pemasaran syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran syariah mempunyai karakteristik dan value tersendiri yaitu dengan menerapkan karakteristik teistis, etis, realistis, dan humanistis. Strategi dalam spiritual marketing yaitu *information technology allows us to be transparent, be*

¹⁴ Wiwin Sari, Skripsi, “ Analisis Strategi Pemasaran Produk Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (Mulia) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Bandar Lampung”, Bandar Lampung: 2019

respect your competitors, the emergence of customers global paradox. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu prinsip dalam syariah marketing adalah menciptakan value bagi stakeholders-nya. Tiga stakeholders dari suatu perusahaan adalah people, customers dan shareholders, karena ketiganya sangat berperan dalam menjalankan usaha.¹⁵

4. Wida Yusari (2017) dengan judul penelitian : Analisis Swot Pemasaran Produk Mulia Di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekeh. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yakni prosedur penelitian yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam hal ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan metode analisis matriks SWOT. Dari hasil penelitian ini, berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal perusahaan dengan menggunakan analisis matriks SWOT pada produk mulia di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekeh diperoleh beberapa formulasi strategi alternatif yang dapat dilakukan, diantaranya adalah sebagai berikut: Strategi SO: mempertahankan kualitas produk, menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan masyarakat, pemanfaatan outlet untuk mendapatkan

¹⁵ Rahmayati (2021) dengan judul penelitian : Spiritual Marketing Dalam Memaksimalkan Pemasaran Syariah

nasabah baru, dan mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah dengan memberikan standar layanan yang berlaku di semua outlet. Strategi ST: layanan nasabah ditingkatkan baik penanganan keluhan atau komplain, mempertahankan ciri khas produk dan menambah program-program berhadiah, dan menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan masyarakat. Strategi WO: meningkatkan kualitas dari kegiatan promosi dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah, memberikan kemudahann akses informasi bagi masyarakat terhadap produk mulia, dan meningkatkan jaringan internet untuk media promosi ke nasabah. Strategi WT: menetapkan strategi baru yang lebih efektif dan efisien,¹⁶ meningkatkan promosi melalui berbagi media, dan pengajuan penambah pegawai untuk meningkatkan pelayanan dalam penjualan produk mulia.

5. Nabila Hapsari Elok (2018) dengan judul penelitian : Pengembangan Organisasi Berbasis Spiritual (Studi Kasus: Waroeng Grup Yogyakarta). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara. Hasil penelitian membuktikan bahwa melalui beberapa kegiatan amalan sebagai rutinitas kegiatan spiritual secara personal maupun kelompok dalam

¹⁶ Wida Yusari, Skripsi, "Analisis Swot Pemasaran Produk Mulia Di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekeh", Taba Cemekeh : 2017

organisasi, ternyata mampu membantu tercapainya tujuan organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa kepemimpinan dan pengembangan organisasi menjadi aturan baku budaya organisasi melalui konsep spiritual untuk proses kelangsungan organisasi, konsep ini harus dilakukan baik dari pimpinan paling atas sampai karyawan paling bawah secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap keberhasilan organisasi. Melalui program spiritual yang dirancang oleh pimpinan yang dilakukan sebagai rutinitas personal kemudian wajib dalam organisasi yang diharuskan bagi seluruh komponen dalam organisasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa peran pemimpin dengan perilaku spiritual dan membudayakan konsep baku sehingga diikuti oleh seluruh komponen organisasi memberikan pengaruh besar terhadap proses pengembangan organisasi di Waroeng Grup.¹⁷

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk mendeskripsikan

¹⁷ Nabila Hapsari Elok (2018), *Pengembangan Organisasi Berbasis Spiritual* (Studi Kasus: Waroeng Grup Yogyakarta), Skripsi : Universitas Islam Indonesia.

bagaimana pengembangan bisnis berbasis *spiritual company* pada perusahaan. Metode kualitatif adalah metode pengumpulan data berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi pada kondisi yang bersifat alamiah dimana peneliti sebagai instrumen utama dan bertujuan untuk menginterpretasikan fenomena yang terjadi dilapangan.

b. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian dengan pendekatan studi kasus dari hasil data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan informan.

Data primer dalam penelitian ini adalah data dari observasi langsung dan wawancara dengan jajaran struktur perusahaan pada PT. EOA Gold Cabang Provinsi Bengkulu dan para konsumen. Tujuannya untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan bisnis emas logam mulia berbasis *spiritual company*

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT EOA Gold cabang provinsi Bengkulu bertepatan di jalan Sawah Lebar, Kec. Ratu Agung, Kota Bengkulu. Dasar peneliti memilih PT EOA Gold cabang provinsi Bengkulu karena tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan

bisnis emas logam mulia berbasis spiritual company. Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini adalah bulan Januari-Maret 2022, dimulai dari menentukan subjek, objek penelitian dan mengidentifikasi masalah hingga penelitian selesai.

3. Informan Penelitian

Teknik yang digunakan peneliti dalam penelitian ini melalui *purposive sampling*, yaitu pemilihan sample berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai hubungan dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya.¹⁸ Sebagai pertimbangan yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diwawancarai secara mendalam maka telah ditentukan beberapa informan yang dibutuhkan dalam penelitian ini antara lain :

a. Branch manager PT EOA Gold cabang provinsi Bengkulu

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa *branch manager* adalah pemimpin dalam suatu perusahaan, dimana dalam penelitian ini sangat dibutuhkan informasi terkait bagaimana manajemen yang dijalankan oleh perusahaan PT. EOA Gold kantor cabang provinsi Bengkulu .

¹⁸ Kriyantono, *Rahmat*. (2006). "Teknik Praktis Riset Komunikasi". Jakarta : PT. Kencana Perdana.

b. Karyawan pada PT EOA Gold cabang provinsi Bengkulu

Sebagai pertimbangan peneliti membutuhkan karyawan yang dapat memberikan informasi terkait judul penelitian yaitu *manager marketing* yang berkompeten dalam menjelaskan seputar bisnis emas logam mulia EOA *Gold*, serta berkompeten dalam pembinaan Agen dan Member dalam bisnis emas EOA *Gold* kantor cabang provinsi Bengkulu.

c. Agen dan Member PT EOA Gold cabang provinsi Bengkulu

Sebagai pertimbangan agen yang telah memiliki banyak member kurang lebih 10 member dan rutin membina member dalam menjalankan bisnis emas logam mulia EOA *Gold* sedangkan member yang rutin dalam memasarkan produk emas logam mulia EOA *Gold* dan yang telah memiliki pencapaian target dalam penjualan minimal dapat menjual 20 keping emas dalam satu bulan.

d. Konsumen pada PT EOA Gold cabang provinsi Bengkulu

Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai sebanyak 5 konsumen dari beberapa konsumen yang ada di kota Bengkulu ini sebagai pertimbangan responden yang dipilih yaitu telah menjadi konsumen selama 1

tahun lebih, dan mempunyai tujuan orientasi investasi jangka panjang.

Penulis menentukan bahwa pihak yang akan menjadi informan merupakan perangkat penting dalam mengetahui bagaimana strategi pengembangan bisnis emas logam mulia berbasis *spiritual company*, sehingga dapat membantu penulis mendapatkan data-data atau informasi yang dibutuhkan mengenai kegiatan yang dilakukan.

4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan sesuatu hal terpenting dalam dilakukannya penelitian. Pengumpulan data adalah suatu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian. Oleh karena itu sangatlah mustahil peneliti mendapatkan temuan apabila tidak memperoleh data. metode pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini agar mempermudah penelitian maka peneliti memerlukan informan untuk memberikan informasi data yang diperlukan. Disini data dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.¹⁹

- a. Data primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti. Lalu diadakannya wawancara (*interview*), peneliti akan melakukan wawancara

¹⁹ Riduwan. 2010. Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti. Pemula. Bandung: Alfabeta

mendalam yang merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka (*face to face*) dengan informan. Dalam hal ini, peneliti mengambil data primer melalui wawancara terhadap informan yaitu jajaran struktur perusahaan PT. EOA *Gold* Cabang provinsi Bengkulu dan beberapa konsumen pada perusahaan tersebut.

- b. Data sekunder, Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan) *interview* (wawancara) kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya.²⁰Data yang diperoleh melalui studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data yang berasal dari buku-buku literatur, jurnal, skripsi, serta bacaan lain yang mendukung penelitian ini.

5. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini, karena jenis penelitiannya menggunakan penelitian lapangan (*field research*), maka pengumpulan datanya dilakukan melalui :

- a. Observasi

²⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2018). h. 225

Observasi merupakan kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan oleh objek yang diteliti.²¹ Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung dilapangan untuk memperoleh data dan informasi terkait objek penelitian yaitu strategi pengembangan bisnis emas logam mulia berbasis spiritual company pada PT. EOA *Gold* cabang provinsi Bengkulu. Pencatatan pada penelitian ini disebut sebagai hasil observasi. Kemudian peneliti membuat laporan ini didasarkan pada apa yang dilihat dan didengar selama pengamatan. Hasil observasi dapat dijelaskan secara rinci, akurat, objektif, dan bermakna.

b. Wawancara

Wawancara yang akan dilakukan adalah wawancara mendalam. wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Dalam hal ini metode wawancara mendalam yang

²¹ Kriyantono, Rahmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : PT. Kencana Perdana

dilakukan dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.²²

Langkah-langkah yang dilakukan dalam wawancara, sebagai berikut:

1. Menyusun pokok masalah serta panduan wawancara agar lebih terfokus pada strategi pengembangan bisnis emas logam mulai berbasis *spiritual company* pada PT. EOA *Gold* cabang provinsi Bengkulu
 2. Menentukan wawancara kepada informan yang mencakup jajaran struktur organisasi pada perusahaan dan beberapa konsumen pada perusahaan tersebut.
 3. Menyimpulkan hasil tanggapan wawancara
- c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis.²³ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dokumentasi yang langsung diambil dari objek penelitian yang berupa data-data yang berkaitan dengan Strategi pengembangan bisnis berbasis *spiritual company*,

²² Moleong, Lexy. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja

²³ Burhan Bungin, "*Penelitian Kualitatif*" (Jakarta: Kencana, 2007), h. 124-125.

maupun data yang didapat pada saat melakukan penelitian.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh, mempelajari, dan membaca literature, buku, artikel, jurnal serta refrensi lainnya.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Metode kualitatif adalah suatu pernyataan sistematis yang berkaitan dengan seperangkat proposisi yang berasal dari data dan diuji kembali secara empiris.²⁴ Dalam metode analisis ini peneliti berusaha menggambarkan sekaligus menganalisa secara deskriptif dari hasil penelitian yang dilakukan, yaitu mendiskriptifkan tentang Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis *Spiritual Company* Pada PT. EOA *Gold* Cabang Provinsi Bengkulu

Dalam penelitian ini, peneliti dalam menganalisis data menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan tranformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan dari lapangan. Pada

²⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2001), h. 8.

proses reduksi data, semua data umum yang telah dikumpulkan dalam proses pengumpulan data sebelumnya dipilih-pilih sedemikian rupa, sehingga peneliti dapat mengenali mana data yang telah sesuai dengan tujuan penelitian. Pendekatan dalam penelitian ini peneliti memilih mana fakta yang diperlukan dan mana fakta yang tidak diperlukan. Reduksi data ini dalam proses penelitian akan menghasilkan ringkasan catatan data dari lapangan.

Proses reduksi data akan dapat memperpendek, mempertegas, membuat fokus, dan membuang hal yang tidak perlu.²⁵ Data yang terkumpul dibaca, dipelajari, dan ditelaah, kemudian mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap fokus pada tujuan yang penulis lakukan.²⁶

Data yang direduksi dalam penelitian ini berupa data-data hasil wawancara dengan informan yaitu jajaran struktur perusahaan pada PT EOA *Gold* Provinsi Bengkulu dan Konsumen. Adapun tahap

²⁵Moh. Soehadha, *Metodologi Penelitian Sosiologi Agama (Kualitatif)* (Yogyakarta:Teras, 2008), h. 114

²⁶Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 247.

awal yang dilakukan peneliti dalam mereduksi data hasil wawancara secara langsung dengan mahasiswa, kemudian peneliti memilih mana yang berkaitan dengan sasaran dalam penelitian ini. Setelah itu, peneliti meringkas data yang telah dipilih menjadi ringkasan singkat yang berisi ulasan hasil wawancara. Kemudian ringkasan singkat tersebut peneliti sajikan dalam penyajian data.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan Tindakan. Melalui data yang disajikan, maka dapat melihat dan memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh antara mengalisis atau mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian data tersebut.

Penyajian data yang dimaksud adalah untuk menemukan suatu makna dari data-data yang telah diperoleh, kemudian disusun sistematis, dari bentuk informasi yang kompleks menjadi lebih sederhana dan mudah dipahami. Data-data yang telah direduksi, peneliti sajikan dalam bentuk penjelasan yang menggambarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)/Verifikasi (*Verification*) Kegiatan ketiga dalam menganalisis data adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Dari permulaan pengumpulan data, kemudian mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi.²⁷

Kesimpulan juga diverifikasi sebagaimana peneliti memproses, dalam verifikasi tersebut mungkin seringkas pemikiran kedua yang berlalu dengan cepat lewat pikiran peneliti selama menulis dengan kembali ke catatan lapangan. Secara singkat, maka muncul dari data yang telah teruji kepercayaannya, kekuatannya, konfirmabilitasnya yaitu validitasnya. Data yang suda direduksi dan disajikan, kemudian akan ditarik kesimpulan yaitu pengujian data hasil penelitian dengan bagaimana penerapan strategi pengembangan bisnis emas logam mulia berbasis spiritual company pada PT. EOA *Gold* kantor cabang rovinsi Bengkulu.

²⁷ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: Reflika Aditama, 2012), h. 341.

G. Sistematis Penulisan

Sistematika penelitian ditujukan untuk memudahkan pemahaman tentang penelitian ini, maka peneliti membagi skripsi ini menjadi lima bagian yang terdiri dari bab per bab, yang berkaitan dan merupakan satu kesatuan yang utuh dari skripsi ini. Adapun sistematika penelitiannya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini meliputi latar belakang masalah yang mengenai obyek kajian dalam penelitian, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II Kajian Teori, meliputi tinjauan umum strategi dan pengembangan bisnis, tinjauan umum mengenai logam mulia, pengertian logam mulia, kelebihan dan kekurangan logam mulia, jenis-jenis emas, faktor-faktor yang mempengaruhi harga emas, dan tinjauan umum mengenai *spriritual company*.

Bab III gambaran umum objek penelitian PT EOA Gold cabang provinsi Bengkulu, Dalam bab ini dibahas dari mulai sejarah, logo brand, struktur perusahaan, visi dan misi PT EOA Gold, dan produk yang di keluarkan oleh PT EOA Gold.

Bab IV Hasil dan Pembahasan, merupakan hasil penelitian yang didapat melalui wawancara dengan pihak

perusahaan dan konsumen PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu.

Bab V Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran-saran berkaitan dengan hasil penelitian yang ditentukan oleh penulis sekaligus di ajukan sebagai jawaban atas pokok masalah.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah suatu siklus pengaturan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau individu dengan pemikiran sebagai variabel internal dan eksternal organisasi untuk mencapai tujuan yang ideal, memiliki pilihan untuk mendominasi dari para pesaingnya. Penataan kunci cukup sering dimulai dari "apa yang bisa terjadi" bukan dari "apa yang terjadi". Kecepatan kemajuan pasar baru dan perubahan dalam desain pembeli membutuhkan keterampilan pusat. Organisasi perlu mencermati center contest dalam bisnis yang dijalankannya. Pemahaman yang layak tentang gagasan metodologi dan gagasan terkait lainnya akan menentukan pencapaian teknik yang disusun.²⁸

2. Strategi Dalam Perspektif Islam

Dalam kaitan ini, Islam telah menggariskan bahwa sifat perbuatan harus berorientasi pada pencapaian keridhaan Allah SWT. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam Qs. Al-Mulk ayat 2-3 yang berbunyi:

²⁸ Lantip diatprasojo, *manajemen strategi* (yogyakarta ; UNY press, 2018), hlm. 3.

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ وَهُوَ
الْعَزِيزُ الْعَفُورُ
الَّذِي خَلَقَ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ طِبَاقًا ۗ مَا تَرَىٰ فِي خَلْقِ الرَّحْمَنِ مِن
تَفَوتٍ ۗ فَاذْرَجِ الْبَصَرَ هَلْ تَرَىٰ مِن فُطُورٍ

Artinya : *“Yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. Dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun. Yang telah menciptakan tujuh langit berlapis-lapis, kamu sekali-kali tidak melihat pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pemurah sesuatu yang tidak seimbang. Maka lihatlah berulang-ulang, adakah kamu lihat sesuatu yang tidak seimbang ?”*²⁹

Ayat di atas menjelaskan tentang menahan diri bahwa orang dalam melakukan latihan mereka harus memenuhi dua syarat tanpa penundaan sesaat, yaitu harapan dan ketulusan dan cara yang harus sesuai dengan hukum Islam. Apabila aktivitas manusia memenuhi dua syarat tersebut secara rangkap, maka pada saat itulah penyebabnya dinamakan ahsan (*ahsanul amal*), yaitu amalan yang paling baik dalam melihat Allah SWT.

Akibatnya, dalam mendefinisikan sebuah metodologi yang bergantung pada sudut pandang Islam, aksentuasi ditetapkan pada ruang halal dan haram. Ini

²⁹ <https://tafsirweb.com/11030-surat-al-mulk-ayat-2.html>

dapat ditemukan dalam standar Islam sehubungan dengan Halal dan Haram, termasuk:

1. Segala sesuatu pada dasarnya boleh.
2. Untuk membuat absah dan untuk melarang adalah hak Allah semata.
3. Melarang yang halal dan memperbolehkan yang haram sama dengan sirik.
4. Larangan atas segala sesuatu di dasarkan atas sifat najis dan melukai.
5. Apa yang mendorong pada haram adalah juga haram.
6. Menganggap yang haram sebagai halal adalah dilarang.
7. Niat yang baik tidak membuat yang haram bisa di terima.
8. Hal-hal yang meragukan sebaiknya di hindari.
9. Yang haram terlarang bagi siapapun.

Jadi, Islam telah menetapkan bagi manusia suatu tolak ukur untuk menilai segala sesuatu, sehingga dapat diketahui mana perbuatan yang terpuji (baik) yang harus segera dilaksanakan dan mana perbuatan yang tercela (buruk) yang harus ditinggalkan. Hal tersebut dapat digunakan dalam menyusun strategi yang bertujuan untuk menggapai visi, misi dan tujuan organisasi yang harus melihat prinsip-prinsip halal dan haram, agar tujuan dari sebuah organisasi atau sebuah usaha tidak hanya demi

menggapai orientasi materi tetapi juga demi menggapai ridho Allah SWT pada setiap prosesnya.³⁰

3. Tipe-tipe Strategi

Menurut Rangkuti pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tipe-tipe strategi, yakni sebagai berikut:³¹

a. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Kondisi Perusahaan saat ini strategi Kondisi Perusahaan di masa depan Misalnya, strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

b. Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi

³⁰ Senja Yola Riski, "Strategi Pengembangan usaha dan Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Karyawan dalam perspektif Ekonomi Islam" (Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Lampung, 2016), h. 33-35

³¹ Rangkuti, (2014), *Manajemen Strategi*, Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat. h. 6

bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan sebagainya.

c. Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. Misalnya, strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.³²

4. Pengertian Pengembangan Bisnis

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan.³³ Sedangkan bisnis diartikan sebagai usaha dagang, pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Namun harus dipahami, bahwa praktek-praktek bisnis

³² Ivan ade pratama, Skripsi, “pengembangan bisnis gerai kopi killiney kopitiam”, (sumatera : Universitas sumatera utara, 2019), Hal. 9

³³ Departemen Nasional Pendidikan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, h.538

seharusnya dilakukan setiap manusia, sesuai ajaran Islam yang telah ditentukan batas-batasnya.³⁴

Sejak zaman Rasulullah SAW umat Islam telah menggeluti dunia bisnis dan berhasil. Banyak diantara para sahabat yang menjadi pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya melewati batas teritorial Mekkah ataupun Madinah. Dengan berlandaskan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya, pengembangan sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis.³⁵

5. Komponen Strategi Pengembangan Bisnis

a. Faktor Internal

1. Manajemen

Manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan suatu organisasi dengan cara bekerja dalam team.³⁶

2. Pemasaran

³⁴ chilyatunnisa, skripsi, "pengembangan bisnis melalui model waralaba Syariah di laundry Polaris Semarang", (Semarang : Universitas Walisongo, 2016), hal. 36.

³⁵ Muhammad Ismail Yusanto, Menggagas Bisnis Islami, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h.i

³⁶ Dafid Fred R, Manajemen Strategi konsep, (Bandung :Salemba Empa, 2011)

Pemasaran dapat dideskripsikan dengan proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa.³⁷

3. Keuangan

Keuangan adalah mempelajari bagaimana individu, bisnis, dan organisasi meningkatkan, mengalokasi, dan menggunakan sumber daya moneter sejalan dengan waktu, dan juga menghitung resiko dalam menjalankan proyek mereka.

4. Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan/menghasilkan atau menambah nilai guna terhadap suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan oleh orang atau badan (produsen).³⁸

b. Faktor eksternal

1. Ekonomi

Ekonomi adalah suatu ilmu sosial yang mempelajari aktifitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa.

³⁷ Dryanto, Manajemen Pemasaran, (Bandung: Satu Nusa, 2011), hlm 32

³⁸ Peter salim, Kamus Besar Bahasa Indonesia kontemporer, Jakarta modern English press,2000

2. Sosial, Budaya, dan Lingkungan

Sosial adalah suatu cara tentang bagaimana para individu saling berhubungan satu sama lain. Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi. Lingkungan adalah kombinasi antara kondisi fisik yang mencakup keadaan sumber daya alam seperti tanah, air, energi surya, mineral, serta flora dan fauna yang tumbuh di atas tanah maupun dalam lautan, dengan kelembagaan yang meliputi ciptaan manusia seperti keputusan bagaimana menggunakan lingkungan fisik tersebut.

3. Pemerintah

Pemerintah adalah organisasi yang memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu.

4. Teknologi

Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang di perlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.

5. Kompetitif

Kompetitif atau keunggulan bersaing adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki

kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri dan pasar yang sama.³⁹

6. Gambaran Umum *Spiritual Company*

Landasan teoritis mengenai *spiritual company* memang tidak punya batasan arti serta masih minim akan definisi literatur, karena *spiritual company* dapat diartikan sebagai perusahaan yang harmonis dengan seluruh *stakeholder*.⁴⁰ Secara umum istilah *spiritual company* didasari dari spiritualitas di tempat kerja, dimana perusahaan yang memperhatikan aspek spiritual dalam menjalankan aktivitas bisnis, lalu dapat berkembang pesat sehingga menjadi *sustainable company* dikategorikan perusahaan yang termasuk *spiritual company*.⁴¹

Pilar utama dalam sebuah perusahaan adalah visi dan misi, oleh karena itu perusahaan yang menanamkan nilai-nilai spiritual memiliki visi dan misi spiritual perusahaan seperti perusahaan pada umumnya agar memberikan karakter atau kepribadian khas kepada perusahaan. Kemudian memberikan kekuatan untuk

³⁹ Ulfa Hidayati, skripsi, *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam*(Lampung : Universitas Islam Negeriraden Intan, 2018), hal. 25

⁴⁰ Oka Widana, "Spiritual Company", <http://ahlikeuangan-Indonesia.com/>, diakses pada tanggal 10 februari 2022, pukul 16.00 WIB.

⁴¹ Arief Efendi, Abad 21: Era Spiritual Company, <http://muhariefeffendi.wordpress.com/>, diakses pada tanggal 10 februari 2022, pukul 16.30 WIB.

bersaing, sehingga spiritual perusahaan mengandung perhatian pada tiga hal fundamental, di antaranya:⁴²

- a. Perusahaan menjadi pencipta kesejahteraan bagi internal maupun eksternal *stakeholder*, bumi dan seluruh ekosistem yang menopangnya.
- b. Perusahaan bertanggung jawab pada pelestarian dan pengayaan keimanan dan kepercayaan, kehidupan, keturunan dan generasi yang akan datang, dan kekayaan.
- c. Perusahaan harus dibangun di atas persaudaraan universal yang mngedepankan persamaan, cinta kasih, kebaikan, kewajiban menciptakan kesejahteraan orang lain, dan menciptakan keadilan sosial ekonomi.

Spiritual Company adalah penerapan nilai-nilai spiritual di dalam perusahaan. Penerapan nilai spiritual tidak hanya dilakukan di dalam proses kerja, tetapi juga bersifat global di internal perusahaan baik garis komando maupun garis koordinasi. Para pemimpin perusahaan atau pelaku bisnis kini sadar bahwa nilai-nilai spiritual akan memberikan dampak positif terhadap hasil kerja. Hal demikian dikarenakan orang-orang yang memiliki spiritual tinggi lebih menyadari terhadap tanggungjawabnya, sehingga ia akan lebih termotivasi

⁴² Sanerya Hendrawan, *Spiritual Manajement: From Personal Enlightenment Towards God Corporate Governance*, (Bandung: Mizan, 2009), hlm. 100-101.

untuk mengerjakan tugas-tugasnya dengan baik. Konsep-konsep: spiritual bisnis, *good corporate governance*, *corporate social responsibility*, *servant leadership*. Kalau dulu pemisahan tegas antara praktik bisnis dan keagamaan, sekarang mulai digabung ketika para pebisnis mulai merasa kosong batinnya.⁴³

Praktek bisnis yang tidak menanamkan jiwa spiritual lebih mementingkan duniawi saja, hanya ingin memperoleh kekayaan mengikuti model kapitalisme, mencari keuntungan yang bersifat semu, dan mengikuti *trend* gaya hidup sedangkan bisnis yang menggunakan nilai spiritual berorientasi pada tujuan akhirat, lebih menanamkan moralitas serta melahirkan kedamaian, mengikuti suara hati nurani yang sejati, dan keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang.⁴⁴

7. Gambaran Umum Bisnis Emas Logam Mulia

a. Pengertian Logam Mulia

Menurut Dr. Ahmad Fatih, Logam adalah unsur yang mempunyai sifat fisik umum seperti berwujud padat, bertitik leleh tinggi, lentur (tidak mudah patah), mudah di bentuk (dapat di tempa dan ditarik),

⁴³ Haliza Utari, Skripsi, "*Prinsip Syariah Pada Spiritual Company Dan Dampaknya Bagi Kelangsungan Hidup Perusahaan*", (Jogyakarta : Universitas Gadjah Mada, 2015), Hal. 3

⁴⁴ Dani Safitri, " Pendekatan Komunikasi Organisasi Waroeng *Steak And Shake* Dalam Membangun *Spiritual Company*, (Universitas islam negeri Sunan Kalijaga,2014) hal. 25

penghantar panas dan listrik yang baik, dan dapat dibuat paduan antar sesama logam.⁴⁵ Sedangkan menurut Budiono Logam adalah jenis barang tambang yang keras seperti emas, perak, tembaga, dan sebagainya.⁴⁶ Mulia adalah bermutu tinggi atau berharga, misal emas, perak, dan sebagainya⁴⁷

b. Macam-macam Bisnis Emas Logam Mulia

1) EOA *Gold*

EOA *Gold* adalah Logam Mulia (LM) yang dikeluarkan oleh PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) untuk meningkatkan nilai lebih (value) berupa perlindungan dan keamanan bagi investasi Anda. Logam Mulia EOA GOLD terus diuji dan diverifikasi kemurniannya yang menjadikannya memiliki kadar terpercaya, puritas tertinggi 999% atau setara 24 karat, sehingga memberikan nilai yang tinggi bagi aset investasi Anda. Penamaan EOA adalah singkatan dari perusahaan produsennya yaitu PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) dimana nama ini diambil dari spirit Employee Of Allah. Spirit EOA inilah

⁴⁵ Dr. Ahmad Fatih, Kamus Lengkap Kimia, (Yogyakarta: Panji Pustaka, 2012), cet ke-1, h. 287

⁴⁶ Budiono, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, (Surabaya: Karya Agung, 2005), hal. 320.

⁴⁷ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), edisi IV, cet ke-1, h. 837.

yang menjadi landasan bergerak, bertumbuh dan berinovasi sehingga menjadikan pengelolaan managementnya berlandaskan Spiritual Company.⁴⁸

2) Antam

Antam merupakan logam mulia yang diproduksi oleh PT Aneka Tambang atau disingkat menjadi Antam dengan karakter khusus yang sulit untuk dipalsukan. Sertifikat yang didapatkan saat Anda membeli emas Antam menjelaskan berat, kadar kemurnian, dan nomor seri emas. Emas Antam tersedia dalam beberapa ukuran. Ukuran logam mulia yang paling populer adalah emas Antam dengan berat 5g, 10g, 50g, dan 100 gram.⁴⁹

3) MiniGold

MiniGold di produksi oleh PT. Sinergi Digital Global Mulia yang merupakan Logam Mulia 24K berbentuk fisik. Beli emas langsung pegang emas. MiniGold Logam Mulia 24 Karat dengan uji berkala dan bersertifikat Sucofindo & G-Lab Pegadaian. Aneka ukuran Logam Mulia

⁴⁸ Web Resmi, EOA Gold, dikutip dari <https://eoagold.id/ea-gold> diakses hari Selasa, tanggal 8 maret 2022. Pukul 12. 15 WIB.

⁴⁹ Web Resmi, ANTAM, dikutip dari <https://www.antam.com/en> diakses hari Selasa, tanggal 8 februari 2022. Pukul 12.30 WIB.

mulai dari 0.025 gram, 0.05 gram, 0.1 gram, 0.25 gram, 05 gram dan aneka ukuran lainnya.⁵⁰

4) Lotus Archi

Lotus Archi diproduksi oleh Lotus Lingga Pratama (LLP) sebagai perusahaan yang mengkhususkan diri dalam merancang dan memproduksi perhiasan emas sejak tahun 1975. Emas batangan ini menawarkan kadar terpercaya dan kemurnian tertinggi 99.99%. Setiap emas batangan Lotus Archi juga sudah dilengkapi dengan sertifikat asli. LLP merupakan anggota resmi dari World Gold Council dan Asosiasi Pengusaha Emas dan Permata Indonesia (APEPI). Sama seperti jenis emas batangan lainnya, Lotus Archi juga tersedia dalam beberapa pilihan gram.⁵¹

5) UBS

UBS Gold merupakan perusahaan produksi emas dan logam mulia milik PT Untung Bersama Sejahtera yang sudah berdiri sejak tahun 1981 di Surabaya. Untuk semakin menarik minat masyarakat, UBS juga menghadirkan beragam

⁵⁰ Web Resmi, MiniGold, dikutip dari <https://minigold.co.id/> diakses hari Selasa, tanggal 8 februari 2022. Pukul 12.45 WIB.

⁵¹ Web Resmi, Lotus Archi, dikutip dari <https://lotusarchi.com/home> diakses hari Selasa, tanggal 8 februari 2022. Pukul 13.02 WIB.

jenis *brand* perhiasan, seperti Starshine, EG, Kasandra, Venus, dan Basic Chain.⁵²

6) Galeri24

Galeri24 merupakan anak perusahaan PT Pegadaian (Persero) yang bergerak di bidang jual beli emas baik perhiasan maupun emas batangan. Galeri24 juga memiliki berbagai jenis emas batangan yang kadarnya 24 karat dalam berbagai seri serta ukuran. Untuk mendapatkan emas dari Galeri24, kita bisa datang ke cabang Pegadaian terdekat.⁵³

B. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu konsep yang berisikan suatu hubungan kausal antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam rangka memberikan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti. Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁵⁴ Variabel-variabel penelitian dijelaskan secara mendalam dan relevan dengan

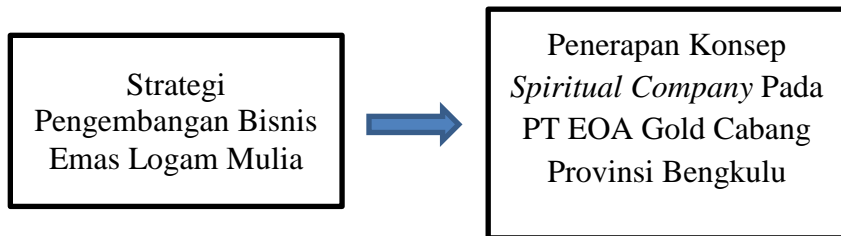
⁵² Web Resmi, UBS, dikutip dari <https://ubsgold.com/> diakses hari Selasa, tanggal 8 februari 2022. Pukul 13.10 WIB.

⁵³ Web Resmi, Galeri24, dikutip dari <https://www.galeri24.co.id/> diakses hari Selasa, tanggal 8 februari 2022. Pukul 13.25 WIB.

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D, C*, (Bandung: CV Alabeta, 2016), hlm. 60

permasalahan yang diteliti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan penelitian.⁵⁵

Tabel 2.1
Kerangka Berpikir



⁵⁵ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2019) hal.7

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Sejarah perdaban EOA adalah dimulai dari salah satu training PPA (Pola Pertolongan Allah) yang menghasilkan ribuan para alumni dimana di dalam training itu ada satu materi yang mengajak kita untuk kembali ke jalan Allah SWT. Dimana didalam Alquran dan Hadist menyebutkan bahwasanya sebaik-baiknya manusia adalah manusia yang bermanfaat bagi manusia lain sehingga ada kewajiban kita untuk berdakwah, ada 3 tugas kita sebagai manusia di muka bumi ini yaitu ibadah, khalifah, dakwah. Dimana dakwah menyebutkan bahwa ingatkanlah walau satu ayat. Namun dakwah juga harus disupport oleh *enditas financial* yang berbentuk bisnis dimana PPA ini mengbrand desainkan dirinya sebagai *Employee Of Allah* yaitu karyawannya Allah, berarti bos besarnya adalah Allah, berarti yang dilakukan semua adalah tujuannya untuk Allah. Jadi EOA *Gold* adalah Logam Mulia (LM) yang dikeluarkan oleh PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) untuk meningkatkan nilai lebih (value) berupa perlindungan dan keamanan bagi investasi. Penamaan EOA adalah singkatan dari perusahaan produsennya yaitu PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) dimana nama ini diambil dari spirit *Employee Of Allah*. Spirit EOA

inilah yang menjadi landasan bergerak, bertumbuh dan berinovasi sehingga menjadikan pengelolaan managementnya berlandaskan Spiritual Company.⁵⁶ Untuk PT. EOA *Gold* kantor cabang provinsi Bengkulu berdiri pada juni 2019.

B. Visi dan Misi Perusahaan PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) GOLD

1. Visi

Menjadi Perusahaan Terkemuka Dengan Tujuan Mengembalikan Kejayaan Dengan Emas

2. Misi

- a. Membuat management yang kuat dan profesional
- b. Melakukan inovasi produk dan program EOA GOLD
- c. Membuat ekosistem support EOA GOLD
- d. Melakukan pembinaan agent, member dan konsumen EOA GOLD
- e. Membangun kerjasama dalam menguatkan ekosistem
- f. Culture EOA GOLD dibuat sedemikian rupa agar baik konsumen, member dan agen memiliki spirit yang sama yaitu berkontribusi sebanyak-banyaknya untuk sebanyak mungkin orang dengan pemberdayaan secara tersistem dalam dimensi ekonomi.⁵⁷

⁵⁶ Web Resmi, EOA Gold, dikutip dari <https://eoagold.id/eoa-gold> diakses hari Selasa, tanggal 15 februari 2022. Pukul 08. 15 WIB.

⁵⁷ Web Resmi, EOA Gold, dikutip dari <https://eoagold.id/eoa-gold> diakses hari Selasa, tanggal 15 februari 2022. Pukul 09.11 WIB.

C. Legalitas Perusahaan PT EOA GOLD

Gambar 3.1

Legalitas Perusahaan PT EOA GOLD



D. Struktur Manajemen Perusahaan PT EOA Gold Kantor Cabang Provinsi Bengkulu

Tabel 3.1

Struktur Kepengurusan Perusahaan PT EOA Gold Kantor Cabang Provinsi Bengkulu

No	Nama	Jabatan	Wewenang
1	Febri Pane	<i>Branch Manager</i>	Informasi pendaftaran AOG, MOG, COG dan informasi resmi dari pusat dll
2	Wensi	<i>Manager marketing</i>	Informasi

			<i>flyer, SBE, Gold Sharing, Pembinaan AOG dan MOG dll.</i>
3	Emilda	<i>Manager operasional</i>	Informasi berkaitan waktu operasional kantor cabang, lokasi cabang, <i>Buyback</i> Emas, Konfirmasi pengiriman dll
4	Harni	<i>Manager finance</i>	Informasi pembelian emas, konfirmasi pembayaran emas dll.
5	Nina	Admin operasional	Informasi <i>stock selling</i> cabang
6	Amel	Admin logistik	Informasi <i>stock</i> emas, Link pembelian, Rekening transfer, konfirmasi <i>packing</i> dan pengiriman

			emas.
--	--	--	-------

E. Arti Logo Perusahaan

Gambar 3.2
Logo Perusahaan PT Emas Optimasi Abadi (EOA)



F. Produk Pada Perusahaan PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) Gold Kantor Cabang Provinsi Bengkulu

Gambar 3.3
Produk Pada Perusahaan PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) Gold
Kantor Cabang Provinsi Bengkulu





G. Data Informan Penelitian

Tabel 3.2

Data Informan Penelitian

No	Nama	Umur	Status/Jabatan	Alamat
1	Andika Berry	41 tahun	<i>Manager research and Development</i>	Jl. Pembangunan
2	Febri Pane	27 tahun	<i>Branch Manager</i>	Jl. Bumi Ayu
3	Harni Suci	26 tahun	Agen	Jl. Pagar dewa
4	Trisna Apriani	39 tahun	Agen	Jl. Barito no.10
6	Yuli Yenti	40 tahun	Agen	Jl. Sudirman
7	Sri Astuti	28 tahun	Member	Jl. Padat karya 17
8	Yelita Sari	24 tahun	Member	Jl. Tanah patah
9	Mela Septiani	35 tahun	Member	Jl. Pekan Sabtu
10	Arta Siregar	23 tahun	Konsumen	Jl. Unib belakang
11	Elisa Tamara	26 tahun	Konsumen	Jl. Kenanga 5
12	Indria Yuliana	42 tahun	Konsumen	Jl. Sumur dewa 5
13	Vika Purnama	30 tahun	Konsumen	Jl. Km 6,5
14	Aliyah Restu	22 tahun	Konsumen	Jl. Mahakam

15	Lulu Tika	25 tahun	Konsumen	Jl. Sawah lebar
16	Irma Sari	27 tahun	Konsumen	Jl. Raden patah
17	Lovita	21 tahun	Konsumen	Jl. Sukaram i
18	Meta Safitri	28 tahun	Konsumen	Jl. Natadirja
19	Nabila Tasya	24 tahun	Konsumen	Jl. Bumi ayu

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti kepada 19 informan diantaranya 1 orang *Manager Research and Development*, 1 orang *Branch manager*, 3 orang Agen, 3 orang member, dan 10 orang konsumen dimana hasil menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis emas logam mulia berbasis *Spiritual Company* yang diterapkan oleh PT. EOA GOLD kantor Cabang provinsi Bengkulu dikatakan berhasil dan sangat memberikan pengaruh yang besar terhadap perkembangan bisnis perusahaan baik didalam manajemen perusahaan maupun dalam menarik para konsumen dimana didalam pengembangan bisnisnya tidak semata-mata mencari keuntungan belaka namun juga melihat aspek-aspek yang dijalankan berdasarkan prinsip yang berbasis *spiritual company* yaitu yang berlandaskan ajaran agama Islam yakni Al-Quran dan Hadist. Dalam pengembangan bisnis yang dilakukan ialah tidak tertuju langsung bagaimana caranya agar produk yang mereka laku terjual di masyarakat akan tetapi yang perusahaan lakukan terlebih dahulu ialah membentuk bagaimana manajemen perusahaan dan karyawan dalam menjalankan bisnis perusahaan di niatkan

karna Allah SWT sehingga setiap hal yang dijalankan perusahaan menjadi berkah dan di ridhoi Allah SWT.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap para narasumber yaitu manajemen PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu dapat dilihat dibawah ini :

a. Manager Research and development dan Branch Manager

1. Berdasarkan sumber web yang dibaca peneliti bahwasanya PT. EOA GOLD ini menjalankan manajemen bisnisnya berlandaskan spiritual company. Spiritual company yang seperti apa yang diterapkan dalam menjalankan Bisnis Emas logam Mulia ini pada PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu ?

Menurut pernyataan melalui wawancara yang dilakukan peneliti pada hari kamis 26 mei 2022 kepada bapak andika berry (39) pihak pertama ialah Manager Research and Development PT EOA GOLD kantor Cabang provinsi Bengkulu mengatakan :

“Jadi sebenarnya dilihat dari tujuan perusahaan itu didirikan, EOA GOLD mempunyai visi yaitu mengembalikan kejayaan umat dengan wasilah emas. Maksudnya adalah proses pemikiran yang dibentuk dari lingkungan perusahaan yaitu dari tokoh atau guru yang ada di peradaban, dimana di PT EOA GOLD ini ada istilah mambangun peradaban EOA yaitu singkatan dari Employee Of Allah yang artinya karyawannya Allah SWT dimana bos besarnya

adalah allah SWT, berarti semua yang dilakukan perusahaan adalah tujuannya untuk Allah SWT. Dimana bentuk implementasinya pertama visi adalah untuk membesarkan wakaf untuk mengembalikan kejayaan umat dengan wasilah emas, dalam bentuk wakaf-wakaf yang diberikan dimana 10% keuntungan perusahaan akan diwakafkan ke wakaf peradaban, jadi islam itu bertumbuh karna ada nilai wakaf jadi sebenarnya ada wakaf yang dijalankan oleh seluruh umat di indonesia seharusnya. Dan perusahaan ini juga menjalankan bentuk dari spiritual itu sendiri yang disebut dengan prinsip sahabat perjalanan yaitu a) Untuk karyawan setiap adzan diwajibkan untuk beristirahat untuk melakukan ibadah sholat khusus untuk laki laki itu dimasjid dan perempuan menyesuaikan, b) setiap karyawan tidak boleh jauh dari alquran satu hari pun dimana sebelum memasuki jam kerja karyawan diwajibkan membaca Al-Quran serta diwajibkan untuk mentadaburi ayat Al-Quran, c) kita diwajibkan untuk bangun sepertiga malam (me time call), d) wajib sedekah subuh. dan yang terakhir melakukan kajian atau tausiyah mengenai bisnis itu sendiri maupun tentang kehidupan yang tentunya hal yang mendekatkan diri kita kepada penciptanya.”⁵⁸

Adapun penjelasan tambahan dari pihak kedua Branch manager ibu Febri Pane (27) PT EOA GOLD kantor Cabang provinsi Bengkulu yang dilakukan peneliti pada hari kamis 26 mei 2022.

“spiritual company artinya mengutamakan spiritual para pelaku bisnis nya dimana hal ini dibuktikan dengan para agen dan member yang akan bergabung di EOA GOLD wajib mengikuti training PPA (Pola

⁵⁸ Berry, wawancara terhadap manajer research and development PT EOA GOLD kantor cabang provinsi bengkulu, tanggal 26 mei 2022

Pertolongan Allah). PPA adalah sebuah spiritual training, Namun yang paling penting dari kelas privat PPA ini adalah ketauhidan kepada Allah makin terasa. Para pesertanya dapat merasa dekat dan dapat menghadirkan Allah dalam tiap detik hidupnya dan itulah puncak pencapaiannya. Salah satu visi besarnya adalah mengembalikan umat kepada Allah. Jadi dalam menjalankan bisnis emas logam mulia ini pun tidak semata-mata mencari keuntungan saja melainkan berlandaskan prinsip islam yang tentunya berharap ridho Allah SWT.”⁵⁹

Berdasarkan hasil jawaban wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu sebelum fokus untuk menjalankan bisnis ke masyarakat, perusahaan harus membangun karakter dan kebiasaan yang menumbuhkan nilai-nilai islam perusahaan yang dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT, selain itu pula dapat di simpulkan bahwa setiap keping emas mengandung nilai wakaf dimana beberapa persen keuntungan perusahaan akan diwakafkan dan kedua hal ini lah bentuk dari spiritual company yang mereka terapkan dalam menjalankan bisnis emas logam mulia.

2. Bagaimana strategi pengembangan bisnis emas logam mulia pada PT EOA GOLD kantor cabang Provinsi

⁵⁹ Febri pane, wawancara terhadap branch manajer PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu, tanggal 26 mei 2022

Bengkulu yang tentunya berpedoman pada manajemen bisnis berbasis *spiritual company* ?

Menurut pernyataan bapak andika berr y(39) pihak pertama ialah Manager Research and Development PT EOA GOLD kantor Cabang provinsi Bengkulu mengatakan :

“Perusahaan tentunya menjalankan strategi untuk mencapai sebuah misi perusahaan kami diantaranya adalah yang pertama Penguatan team sales dan marketing dimana di indonesia sendiri telah tersebar 80 cabang seluruh indonesia dan ada 7.000 agen dan 15.000 member, terkhusus dibengkulu sudah memiliki 40 agen dan 230 member yang telah bergabung di EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu. Pada strategi yang pertama ini kita melakukan edukasi penguatan team dilapangan terkait dari awal bagaimana menjalankan bisnis sampai dengan bagaimana cara menarik konsumen. Kedua, mengembangkan bisnis dengan memperluas jaringan dengan syiar emas yaitu dengan cara mengadakan acara sharing emas, seminar mengenai bisnis emas secara online maupun offline. Ketiga mengeluarkan produk terbaru dari EOA GOLD dimana ada Gold Series isra’ mi’raj, Gold Series Ramadhan dan lainnya. Keempat, Adanya agen dan member yang memberikan edukasi mengenai bisnis emas, investasi emas, manfaat emas dan solusi solusi yang dapat diatas dengan wasilah emas, mengedukasi masyarakat menggantikan sistem ribawi dengan cara menabung emas, dimana ada strategi yang diberikan yaitu istilah sadis(sabar dan disiplin) jadi agen dan member yang menyuarakan dan mengajak masyarakat untuk menabung emas secara konsisten karna sebenarnya emas itu bukan alat investasi melainkan sebagai tabungan visi , dimana emas

sebagai wasilah untuk mewujudkan impian masyarakat dengan lebih cepat, lebih murah dan lebih halal dan tentunya perusahaan menedukasi masyarakat bahwa ketika tabungan mencapai 85 gram pertahunnya dan mencapai nisab maka diwajibkan untuk mengeluarkan zakat”⁶⁰

Disisi lain pernyataan menurut febri pane (27) selaku branch manager mengatakan :

“Strategi pengembangan bisnis juga melalui training PPA, karna kelas PPA ini tidak hanya diikuti oleh pelaku bisnis EOA GOLD saja namun juga masyarakat umum, dan disanalah kita memperkenalkan bisnis emas logam mulia EOA GOLD, dan alhamdulillah hal itu sangat mempengaruhi perkembangan bisnis ini, dan salah satu yang tak kalah pentingnya ialah sistem promosi yang dilakukan adalah memanfaatkan kemajuan teknologi yaitu melalui web dan beberapa sosial media seperti whatsapp, facebook, dan instagram dan Selain itu saya sebagai branch manager juga menjalin silaturahmi kepada seluruh lapisan masyarakat untuk mengajak masyarakat menabung emas logam mulia mulai dari mahasiswa, ASN, IRT, dan yang lainnya. Tentunya hal in sangat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan bisnis ini.”⁶¹

Dari hasil jawaban wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa PT EOA GOLD kantor cabang

⁶⁰ Andika Berry, wawancara terhadap manajer research and development PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu, tanggal 26 mei 2022

⁶¹ Febri pane, wawancara terhadap branch manajer PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu, tanggal 26 mei 2022

provinsi Bengkulu telah menjalankan beberapa strategi Bisnis mulai dari sistem manajemen perusahaan, sistem sales dan marketing dan inovasi produk sampai dengan cara perusahaan menarik para konsumen.

b. Agent dan Member PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada hari selasa 24 mei 2022 dengan pihak agent dan member PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu selaku pelaku bisnis yang mensyiarkan sebuah visi perusahaan, diperoleh hasil wawancara sebagai berikut :

1. Apakah faktor utama ibu bergabung didalam bisnis emas logam mulia pada PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu ?

Menurut Harni Suci (26) selaku Agent mengatakan :

“Faktor utama saya bergabung untuk berbisnis EOA GOLD ini, karena logam mulia EOA GOLD ini terdapat wakaf disetiap pembeliannya. Investasi logam mulia merupakan investasi yang sangat minim resiko dan terhindar dari inflasi. Aman karena kita pegang sendiri fisiknya, dan apabila kita membutuhkan uang, Kita bisa menjual secukupnya. Disimpan aja menguntungkan apalagi ikut terjun langsung berjualan.”

Menurut Trisna Apriani (39) selaku Agen mengatakan

“Faktor utamanya adalah awal niatnya untuk diri sendiri tetapi setelah mengikuti ilmu dari pada guru serta mentor yang mengajarkan bisnis yang mendekatkan diri kepada Allah hal itu yang membuat saya yakin untuk bergabung kedalam bisnis ini, saya juga terpanggil untuk mengajak terutama keluarga dekat, sahabat, dan tetangga untuk merasakan manfaat menabung emas EOA GOLD”

Menurut Yeli Yenti (35) selaku member mengatakan :

“Faktor utama bergabung kedalam bagian pelaku bisnis EOA GOLD adalah ingin menabung sekaligus berbisnis, karna yang saya fikir bahwa menabung emas logam mulia dengan sangat sulit namun sejak saya mengenal bisnis EOA GOLD itu memudahkan saya untuk menabung sesuai dengan kemampuan saya bahkan bisa untuk dijadikan bisnis yang menjanjikan dengan itu menekan diri kita yang awalnya konsumtif beralih ke menabung.”

Berdasarkan hasil jawaban wawancara diatas mengenai alasan para agent dan member bergabung kedalam bisnis emas EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu selain karena untuk meningkatkan perekonomian individu guna menabung dan berbisnis juga karna faktor melihat bagaimana sistem manajemen perusahaan dalam menjalankan bisnis yang tidak hanya berorientasi dunia maupun akhirat

dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa perusahaan EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu mengenai sistem manajemen berbasis spiritual company sangat berpengaruh terhadap keputusan para Agen dan member untuk bergabung dalam bisnis emas logam mulia ini.

2. Apakah ibu paham mengenai manajemen bisnis yang diterapkan oleh PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu yang berbasis spiritual company ? Menurut ibu Mela Septiani (45) selaku Member mengatakan :

“Ya. Salah satunya terdapat wakaf, yang nantinya wakaf ini akan diperuntukan untuk kemashlatan umat manusia terutama umat muslim. Membangun peradaban EOA (employee of Allah). Menggunakan Marketing langit, ikhtiar dengan menyelamatkan aset umat untuk keuntungan mereka sendiri. Di bantu dengan manajemen cabang yang selalu mendekati diri kepada Allah SWT. Begitu juga tim manajemen pusat yang selalu memantay para manajemen cabang maupun agen nya. Wakaf cabang yang sudah terwujudkan salah satunya kampung peradaban. Terdapat kolam tambak udang, air mineral merk EOA, yayasan Abulyatama dan lainnya. Dibangun guna untuk membantu masyarakat sekitar mendapatkan lapangan pekerjaan, dan berbagai kegiatan sosial lainnya.”

Menurut ibu trisna (39) selaku member mengatakan :

“Untuk manajemen bisnisnya adalah murni jual beli tentunya bukan bisnis yang seperti MLM (Multi Level

Marketing) jadi akadnya jelas ketika konsumen punya uang ya mereka bisa langsung memegang fisik emasnya jadi tidak melanggar hukum transaksi jual beli emas, dan perusahaan juga mengedukasi kepada kami para pelaku bisnis agar mensyiarkan kepada masyarakat bahwa menabung emas itu untuk jangka panjang terutama untuk jalan atau wasilah untuk mewujudkan impian masa depan seperti dana pendidikan, dana haji atau umrah, untuk membeli rumah yang intinya membeli secara cash dan menghindari riba”

Menurut ibu Rahmi Suswanti (36) selaku member mengatakan :

“Spiritual company pada PT EOA GOLD kantor cabang Bengkulu selalu mengajarkan bahwa bisnis ini tidak hanya menggunakan ikhtiar bumi akan tetapi ikhtiar langit juga , dan PT EOA GOLD kantor cabang Bengkulu mengajak untk mensyiarkan kebaikan terhadap aset umat melalui wakaf dan program-program lainnya.”

Menurut Yuli Yenti (40) selaku agen mengatakan :

“Manajemen bisnis yang diterapkan adalah yang mengedepankan prinsip spiritual yaitu konsep Spirit Of EOA yang menjadi landasan berserah, bertumbuh, dan berinovasi sehingga pengelolaan bisnisnya berbasis spiritual company dimana para kami Agen dan member melabelkan diri sebagai EOA(Employee Of Allah) Filosofi Employee Of Allah berarti memahami dan mengaplikasikan prinsip semua dari Allah, semua untuk Allah, semua karna Allah, semua milik Allah dan Semua kembali kepada Allah”

Berdasarkan hasil jawaban diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen perusahaan berhasil untuk menjadikan agen dan member menjadi satu visi dalam menjalankan bisnis emas logam mulia yang berbasis spiritual company dimana agen dan member dapat mengsyiarkan mengenai bisnis emas logam mulia dan mensyiarkan tentang mengembalikan kejayaan umat dengan wasilah menabung emas logam mulia.

3. Dalam menjalankan bisnis ini hal apa yang selalu anda pegang dan pertahankan untuk mendapatkan konsumen tentunya perpacu kepada manajemen bisnis yang di terapkan oleh PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu ?

Menurut Harni Suci (26) selaku agen mengatakan :

“Dalam menjalankan bisnis ini, saya selalu memegang teguh kepercayaan kepada ikhtiar yang sudah saya jalankan. Saya menerapkan konsep Posting-Posting-Closing. Saya membagi waktu marketing saya dalam 4 waktu. Jam 6 pagi, Jam 1 siang, Jam 4 Sore, jam 7 Malam. Waktu ini saya pilih karena ini merupakan waktu dimana rata-rata orang sedang menggunakan handphone. Postingan yang saya bagikan meliputi promosi tentang EOA GOLD, ilmu tentang logam mulia, kejadian pribadi yang saya alami, bukti transfer untuk memicu pusat perhatian, dan ilmu2 tentang bisnis serta ilmu agama yang berkaitan. Ini salah satu dampak baik bagi cabang Bengkulu, lebih banyak orang yang tertarik untuk

menabung EOA GOLD maka makin besar cabang dapat mengumpulkan wakaf peradaban.

Menurut Trisna Apriani (39) selaku agen mengatakan :

“Yang saya pegang untuk bisnis ini adalah bahwa dibisnis ini bukan hanya mengejar tabungan dunia namun juga sebagai tabungan akhirat dimana visi dari perusahaan adalah untuk menebar kebaikan, disetiap sepingan yang dibeli mengandung nilai wakaf dan senantiasa ketika saya mengajak orang untuk menabung emas logam mulia EOA GOLD itu selalu saya tekankan bahwa setiap kepingan EOA GOLD sudah bernilai kebaikan, dengan selogan tabungan dunia dapat, tabungan akhirat juga dapat, insyaallah”

Menurut Sri Astuti (36) selaku member mengatakan :

“hal yang saya pegang dalam menjalankan bisnis ini adalah di dalam ajaran perusahaan kita dituntut untuk transparan dan tidak ada istilah tikung-menikung sesama agent atau member karna hanya mementingkan keuntungan sendiri dan asas yang sangat dipegang dalam menjalankan bisnis ini adalah jujur dan inilah mengapa bisnis EOA GOLD beda dengan bisnis emas yang lainnya”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa agen dan member sangat memegang teguh prinsip-prinsip manajemen perusahaan yang berlandaskan spiritual. Dapat dilihat bahwa semua yang dijalankan semata-mata karna

Allah SWT dan para agen dan member memperhatikan etika bisnis yang didalamnya mengandung nilai yang sangat penting, dimana perusahaan ini mengatur konsep bisnis yang bisa dikatakan bahwa etika bisnis perusahaan menggunakan konsep tauhid yang artinya perilaku pembisnis harus sesuai dengan aturan aturan syariat islam saat melakukan kegiatan bisnisnya salah satunya adalah nilai kejujuran.

4. Strategi apa yang anda gunakan agar mencapai target setiap bulannya ? jika iya jelaskan strategi apa yang anda gunakan tentunya strategi yang berpacu pada manajemen bisnis berbasis spiritual company !

Menurut Yeli Yenti (40) selaku agen mengatakan :

“Strategi yang saya gunakan : pertama adalah Iman :Percaya dengan apa yang saya lakukan dan apa yang orang lain berikan itu atas izin Allah SWT. Sedekah subuh, sedekah dadakan, sedekah Jum’at. Sholat fardu dan sunnah. Kedua, Ikhtiar : menggunakan konsep posting - posting - closing. Saya percaya apabila apa yang terus menerus saya bagikan, akan mendapatkan perhatian dan rasa penasaran bagi calon konsumen saya. Ketiga, Maksimal : metode maksimal saya terapkan guna untuk melihat kemajuan bisnis saya. Maksimal dalam menjalankan ibadah dan ikhtiar. Karena tujuan dibuatnya EOA GOLD : Mengembalikan Kejayaan dengan Emas.”

Menurut Mela Septiani (45) selaku member mengatakan :

“Untuk target jika saya targetkan dalam angka itu tidak ada patokan namun target saya ada setiap bertemu dengan siapapun keluarga, teman, ataupun rekan kerja setiap ada kesempatan saya syiar mengenai manfaat menabung emas logam mulia EOA GOLD terutama menabung jangka panjang dimana disebutkan tabungan visi emas, kenapa dikatakan tabungan visi emas karena pencapaian untuk jangka panjang”

Menurut Trisna Apriani (39) selaku agen mengatakan :

“Strategi yang saya gunakan adalah membangun manajemen terlebih dahulu, dengan membangun sistem pertemanan, saya dimana di EOA GOLD diajarkan bagaimana strateginya yaitu dengan merekrut sebanyak mungkin teman baik melalui media sosial maupun tatap muka dengan seringnya kita mengajak dan mensharing mengenai menabung emas logam mulia EOA GOLD maka secara otomatis produk itu akan di kenal oleh masyarakat. Dan strategi yang digunakan adalah membranding diri sebagai Agent of Gold ataupun Member of Gold dimana yang dibuktikan dengan bukti lisensi bahwa diri kita adalah sumber yang terpercaya”

Menurut Sri Astuti (36) selaku member mengatakan :

“Kalau strategi saya selain menjalankan prinsip-prinsip yang diajarkan perusahaan saya tentunya jalan untuk mencapai target ialah dengan cara semangat mengiklan di seluruh sosmed baik di

Whatsapp, Facebook dan mempromosikan secara offline ketika bertemu teman atau kerabat dengan cara memperkenalkan dan mengajak untuk berinvestasi emas EOA GOLD.”

Berdasarkan hasil jawaban wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa agen dan member pada PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu telah menjalankan beberapa strategi dalam mengembangkan bisnis emas logam mulia ini yang tentunya berpedoman kepada manajemen bisnisnya yaitu spiritual company dalam tujuannya bagaimana dapat mengedukasi serta mengajak masyarakat untuk memahami bahwa pentingnya manabung emas. Dan strategi bisnis yang digunakan PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu ini adalah strategi pemasaran digital dengan sosial media marketing dan pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut atau yang disebut dengan WOM (Word Of Mouth) tentunya strategi yang dilakukan PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu telah mencakup komponen untuk membuat bagaimana sebuah bisnis dapat berkembang.

c. Konsumen PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada hari sabtu 21 mei 2022 dengan para konsumen yang telah memiliki karakteristik informan yang di tetapkan oleh peneliti guna mengetahui bagaimana pengaruh strategi yang dijalankan oleh PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu yang berbasis *Spiritual Company*, maka diperoleh hasil wawancara sebagai berikut :

Peneliti menanyakan kepada konsumen terkait hal apa yang membuat konsumen yakin untuk membeli produk emas logam mulia di PT EOA Gold kantor cabang provinsi Bengkulu ?

Menurut Aliyah Restu (22) mengatakan :

“Hal yang membuat saya yakin untuk membeli produk emas logam mulia di PT EOA GOLD kantor cabang provinsi bengkulu karna saya sudah sangat percaya terhadap produknya, barang nya original dan ibu pane mempromosikannya sangat baik sehingga saya sangat tertarik untuk membeli”

Disisi lain menurut vika punama (30) mengatakan :

“Karna saya sering mengamati, mendengar dan membaca di platfrom EOA GOLD baik whatsapp, instagram, maupun facebook terkait emas logam Mulia EOA GOLD dan saya percaya kepada tokoh-tokoh yang menjadi Agen atau member di EOA GOLD mempunyai kredibilitas yang baik

Disisi lain menurut Elisa Tamara (26) mengatakan :

“hal yang membuat saya yakin karena banyak orang yang membeli produk EOA GOLD, emas EOA GOLD murni 24 karat dan sudah terverifikasi SNI, tersedia banyak varian gramasi emas, Desain EOA GOLD elegan dan langsung dicetak bersama sertifikat.”

Berdasarkan hasil jawaban wawancara diatas dapat disimpulkan hal yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk EOA GOLD dipengaruhi beberapa faktor yaitu mengenai pemasaran yang dilakukan, kredibilitas seorang agen dan member yang artinya kepercayaan konsumen terhadap agen dan member sangat baik, bentuk inovasi yaitu dengan melihat variasi produk EOA GOLD.

Selain itu peneliti juga menanyakan hal apa yang membedakan produk emas logam mulia di PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu dengan produk pada perusahaan lain ?

Menurut Indria yuliana (42) mengatakan :

“menurut saya emas logam mulia dari EOA GOLD sangat mudah didapatkan karna banyak agen yang tersebar jadi sangat mudah untuk membeli sewaktu-waktu kita ada uang untuk menabung emas logam mulia”

Selanjutnya Menurut Meta Safitri (32) mengatakan :

“yang membedakan emas logam mulia EOA GOLD menurut saya adalah sangat mudah untuk di beli karna emas logam mulia dari EOA GOLD dapat dibeli mulai dari kepingan kecil yang dibandrol harga mulai dari

Rp. 30.000 an hal inipun menjadi membeda karna anak-anak juga bisa ikut menabung.”

Disisi lain menurut Irma Sari (27) mengatakan :

“Emas logam mulia EOA GOLD disetiap kepingan emasnya mengadung nilai wakaf, hal ini adalah hal yang jarang perusahaan lain terapkan jadi menurut saya ini menjadi alternatif menabung yang tepat karna tidak hanya menabung di dunia namun juga untuk tabungan di akhirat”

Berdasarkan hasil jawaban wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ciri khas pada perusahaan PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu yang berbasis spiritual company sangat dikenal oleh masyarakat sehingga hal tersebut menjadi branding bagi PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu.

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah sistem pemasaran yang digunakan oleh PT EOA GOLD yang berorientasi investasi akhirat berpengaruh untuk para konsumen ?

Menurut Elisa Tamara (26) mengatakan :

“Ya sangat berpengaruh karna EOA GOLD bukanlah sekedar bisnis jual beli emas jual beli emas saja melainkan salah satu tujuannya adalah menguatkan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan dana wakaf yang didapat dari hasil perusahaan cabang dan dana tersebut dihimpun dan dikembangkan melalui berbagai macam sektor usaha para anggota ekosistem yang bergabung didalam peradaban EOA dimana hasil dari pengelolaannya kembali digunakan untuk pembebasan

riba yaitu dengan cara membangun aset umat melalui menabung emas logam mulia.”

Disisi lain menurut Arta Siregar (23) Mengatakan :

“saya sebagai konsumen nonmuslin tidak berorientasi kepada hal tersebut, karna niat saya adalah untuk menabung agar uang saya terhindar dari inflasi tetapi saya sangat tertarik dan nyaman terhadap promosi dan pelayanan dari agen ataupun member karna menjelaskan terkait menabung emas sangat detail mulai dari manfaat, keuntungan serta dampak untuk diri kita maupun orang lain”

Menurut Irma Sri (27) mengatakan :

“Ya sangat berpengaruh karna saya pribadi terkadang ketika ingin bersedekah dalam ukuran yang sedikit membuat saya mengurungkan diri untuk bersedekah, ketika saya melihat dan mengenal produk logam mulia EOA GOLD disebutkan bahwa setiap keping emas sudah memiliki nilai wakaf, jadi ketika setiap bulannya saya menyisihkan uang untuk menabung emas maka secara otomatis saya juga bersedekah atau berwakaf.”

Berdasarkan hasil jawaban wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan perusahaan mengenai menebar kebaikan dengan cara menyisihkan 10% keuntungan perusahaan untuk wakaf dan menebarkan kebaikan kepada umat bisa dikatakan berhasil karna masyarakatpun menilai bahwa hal tersebut adalah suatu hal yang sangat dipertimbangkan ketika mengambil keputusan konsumen untuk membeli produk EOA GOLD.

Peneliti juga menanyakan terhadap tanggapan konsumen terkait isu –isu yang muncul terkait produk emas logam mulia dari PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu, mulai dari keaslian emas logam mulia EOA GOLD, harga jual lebih rendah dibandingkan harga beli atau yang disebut dengan Buyback, dan EOA GOLD ini masih dikatakan baru mengapa para konsumen tetap yakin untuk membeli produk emas logam mulia dari PT EOA GOLD kantor cabang provins Bengkulu ?

Tanggapan menurut Lulu Tika (25) mengatakan :

“Kalo menurut saya semua tergantung kepada pilihan konsumen, kita sebagai konsumen juga tentu harus menjadi konsumen yang cerdas sebelum membeli, saya sebagai konsumen sudah menyelidiki bahwa emas logam mulia dari EOA GOLD sudah terjamin keasliannya, saya pun sempat tidak percaya awalnya namun ketika para agen membuktikan keaslian dari produk EOA GOLD ke toko emas yang ada di kota bengkulu, alhasil EOA GOLD memiliki nilai keaslian 24 karat alias 999% kemurniannya.”

Pendapat menurut Lovita (20) mengatakan :

“Pendapat saya mengenai Buyback memang pada saat kita jual pada waktu yang dekat akan rugi atau harganya lebih rendah namun yang harus kita ketahui bahwa emas adalah investasi jangka panjang yang bernilai tinggi jika dijual jadi kita sebagai konsumen juga harus paham mengenai menabung emas logam mulia.”

Dan peneliti juga menanyakan kepada konsumen terkait hal yang perlu diperbaiki ataupun saran yang dapat membantu perkembangan bisnis emas logam mulia PT EOA GOLD kantor cabang provinsi.

Menurut Aliyah Restu (22) mengatakan :

“Menurut saya sudah sangat bagus dalam pemasaran produk dan pelayanannya karna PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu sangat menjaga hubungan baik terhadap konsumen dan memberikan pengetahuan bahwa menabung emas sangat menguntungkan.”

Hal lain menurut Vika Purnama (30) mengatakan :

“sebenarnya ikhtiar dalam pemasaran sudah sangat bagus karna Agen dan member sangat tersebar luas namun lebih ditingkatkan lagi untuk turun ke masyarakat selain dikota namun ke daerah-daerah yang minim edukasi terkait emas logam mulia karna yang masyarakat tau adalah emas perhiasan.”

Peneliti juga menanyakan kepada pihak manajemen perusahaan PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu pada hari kamis 26 mei 2022 mengenai faktor penghambat dan pendukung dalam pengembangan Bisnis Emas logam mulia pada perusahaan tersebut diperoleh hasil wawancara sebagai berikut :

a. Branch Manager dan Manager Reasearch and Development

1. Apa saja faktor penghambat dalam menjalankan bisnis emas logam mulia pada PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu ?

Menurut pernyataan melalui wawancara yang dilakukan peneliti pada hari Kamis 26 Mei 2022 kepada Bapak Andika Berry (39) pihak pertama ialah Manager Research and Development PT EOA GOLD kantor Cabang provinsi Bengkulu mengatakan :

“Salah satu penghambat yang kita hadapi adalah kita sering mengalami black campaign terhadap isu-isu yang dilemparkan terhadap perusahaan kami tetapi kami sudah memikirkan hal tersebut dengan cara mengklarifikasi secara cepat dan tepat agar isu-isu itu tidak menjamur di pandangan masyarakat, kedua terkait dengan margin karena keuntungan bisnis ini tidak sebesar bisnis lain dan itu mungkin menjadi penghambat untuk orang-orang bergabung namun kita memiliki segmen market yang luas. Yang ketiga ada beberapa agen dan member yang kurang menjiwai mengenai bisnis emas ini ketika omset mengalami penurunan maka semangat untuk syiar menjadi menurun yang otomatis ketika semangat turun banyak masyarakat baru yang tidak bisa mengetahui bisnis emas logam mulia ini sehingga tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap bisnis kita. Namun cara perusahaan menanggapi hal tersebut adalah dengan melakukan program-program inovasi yang bagaimana bisa berdampak kepada finansial para agen dan member, disini kita memberikan program reward yang para agen dan member memiliki pencapaian

tertentu. Faktor penghambat Yang keempat adalah akses pengiriman ke beberapa daerah jika dilakukan secara online yang terkendala di pengiriman yang terkadang para konsumen berada jauh dari posisi para agen dan member berada.

Adapun penjelasan tambahan dari pihak kedua Branch manager Febri Pane (27) PT EOA GOLD kantor Cabang provinsi Bengkulu mengatakan :

“Kurang menerimanya masyarakat ketika disampaikan tentang bisnis dan investasi karna tidak sedikit masyarakat yang alergi dengan kalimat bisnis, bisa jadi karna faktor pernah mengalami hal yang tidak menyenangkan terkait bisnis yang masyarakat ikuti.”

2. Apa saja faktor pendukung dalam menjalankan bisnis emas logam mulia pada PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu ?

Branch manager Febri Pane (27) PT EOA GOLD kantor Cabang provinsi Bengkulu mengatakan :

“Emas logam mulia EOA GOLD kita jadikan sebagai emas produktif, kalo di brand lain itu tidak ada yang mempunyai program aset produktif karna mereka tidak ada instrumennya, sedangkan kita punya karna kita mempunyai ekosistem bisnis yang disebut dengan peradaban EOA dimana EOA GOLD ini memiliki koperasi syariah yang bernama EOA Club dimana disana ada nama program D’syirkah dimana emas konsumen akan

menjadi aset produktif, dimana jika para konsumen memiliki emas misal 100 gram emas dan mereka titipkan di EOA Club akan diputar lagi untuk mensupport cabang EOA GOLD dan mensupport bisnis bisnis yang lebih produktif lagi sehingga emas yang di titipkan akan berputar secara semakin bermanfaat bagi orang dan kita akan mendapatkan bagi hasil selama 3 bulan, 6 bulan atau 2 tahun sesuai kontrak yang dilakukan. Dan satu lagi kita memiliki EOA Academy satu-satunya program pembelajaran tentang ilmu emas dari A-Z secara secara komprehensif tentunya berdasarkan hasil research yang kita ajarkan kepada agen dan member alhamdulillah dengan adanya itu dapat mencerdaskan masyarakat terkait emas dan tentunya agen dan member. Dan disisi lain emas adalah barang yang tidak kenal kadaluwarsa, kebutuhan semua orang, agent dan member tersebar diseluruh daerah provinsi Bengkulu, disuport oleh manajemen cabang dan pusat, bisnis potensial sepanjang waktu, sunnah rasul dan yang terakhir adalah emas EOA GOLD terdiri dari beberapa varian mulai dari ukuran 0,025 sehingga seluruh lapisan masyarakat dapat menjangkau”

3. Banyak sekali isu-isu yang beredar dimasyarakat terkhususnya Bengkulu dimana masyarakat masih belum percaya terkait keaslian dari produk emas logam mulia pada PT EOA GOLD, bagaimana perusahaan mananggapi hal tersebut ?

Branch manager Febri Pane (27) PT EOA GOLD kantor Cabang provinsi Bengkulu mengatakan :

Untuk menanggapi isu-isu itu memang masyarakat masih awam , jadi yang perlu diketahui bahwa EOA GOLD ini secara manajemen sistemnya sudah mendapatkan sertifikasi internasional yaitu sertifikasi ISO didapat dari pihak independen artinya kita menjamin setiap bisnis dan proses mulai dari bahan baku emas menjadi produk EOA GOLD itu sendiri yang sudah berkemasan dan sudah siap jual sudah melalui proses yang profesional, yang kedua dari sisi produk yang siap jual itu kita juga sudah mendapatkan sertifikasi SNI, yang kita ketahui bahwa sertifikasi SNI itu tidak gampang untuk mendapatkannya tentunya jika produk kita abal-abal SNI tidak akan mungkin mengeluarkan sertifikasi dengan tingkat keamanan kita perbaiki dengan mencantumkan sertifikat dan hologram yang menunjukkan keaslian guna mengurangi risiko pemalsuan emas.

4. Berdasarkan survei sebelumnya banyak masyarakat yang enggan membeli produk emas logam mulia dikarenakan pada saat ingin menjual kembali yang menjadi patokan harga adalah harga *Buyback* dimana harga jual lebih rendah dibandingkan harga beli, Bagaimana perusahaan menanggapi hal tersebut ?

Branch manager Febri Pane (27) PT EOA GOLD kantor Cabang provinsi Bengkulu mengatakan :

“Hal inilah yang menjadi tugas dari Agen dan member saat mensyiarkan terkait manbung emas logam mulia bahwa emas adalah tabungan

investasi jangka panjang yang dimana harga buyback tinggi jika jarak beli dan jual memiliki tenggat waktu yang lama, karna yang perlu kita ketahui bahwa harga emas disetiap tahunnya secara grafik terus meningkat. Bukan hanya di EOA GOLD, seluruh emas dan emas yang dibeli dimanapun pasti ketika akan dijual lagi akan menggunakan harga buyback, tetapi EOA GOLD adalah satu-satunya perusahaan emas yang memiliki harga jual atau buyback yang tinggi di kelasnya”

5. Yang sudah kita ketahui bahwa emas logam mulia dibengkulu sebelum masuknya produk emas logam mulia EOA GOLD di Bengkulu sudah ada seperti produk milik BUMN dan lainnya, yang bisa dikatakan masyarakat lebih percaya untuk berinvestasi dan membeli produk disana. Bagaimana cara perusahaan mengatasi masalah persaingan tersebut ? dan keunggulan apa yang di tonjolkan perusahaan terkait Produk PT EOA GOLD itu sendiri ?

Branch manager Febri Pane (27) PT EOA GOLD kantor Cabang provinsi Bengkulu mengatakan :

“EOA GOLD tidak fokus pada kompetitor tapi fokus kepada pembinaan dan edukasi jadi fokus EOA GOLD adalah mencerdaskan masyarakat tentang pentingnya menabung emas logam mulia terlepas logam mulia brand apapun terserah masyarakat yang menilai, namun emas EOA

GOLD memiliki keunggulan setiap keping emas yang membeli artinya berwakaf jadi emas EOA GOLD adalah emas dunia akhirat.”

Berdasarkan hasil jawaban wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu mengalami beberapa faktor penghambat dalam menjalankan bisnis emas logam mulia meliputi Black Campaing mengenai keaslian produk EOA GOLD, kredibilitas perusahaan, dan kontra masyarakat mengenai pandangan bisnis emas logam mulia. Namun dibalik adanya faktor penghambat ada juga faktor pendukung dalam menjalankan bisnis ini yang dimanfaatkan oleh PT EOA GOLD sebagai solusi untuk mengatasi penghambat yang ada tentunya PT EOA GOLD memiliki berbagai solusi dalam menghadapi permasalahan yang ada.

B. Pembahasan

1. strategi pengembangan bisnis emas logam mulia berbasis *Spiritual Company* pada PT. EOA Gold kantor cabang provinsi Bengkulu.

Strategi pengembangan bisnis adalah sekumpulan tujuan, kebijakan, perencanaan dan aktivitas perusahaan yang ditujukan untuk mengidentifikasi kesempatan bisnis di tengah pasar dan mempertahankan kelangsungan bisnis

atau mencapai kesuksesan bisnis suatu visi perusahaan, tentunya setiap perusahaan memiliki manajemen bisnisnya tersendiri.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti melalui wawancara tentang Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis Spiritual Company studi pada PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu dijelaskan bahwa strategi yang digunakan adalah penguatan manajemen perusahaan. Setelah penguatan manajemen perusahaan melakukan beberapa strategi yang berlandaskan manajemen perusahaan yang berbasis spiritual company yang dimana strategi tersebut dapat mempengaruhi perkembangan bisnis emas logam bisnis dan mempengaruhi keputusan konsumen untuk mengadopsi produk emas logam mulia EOA GOLD dari kantor cabang provinsi Bengkulu. Berdasarkan hasil penelitian PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu telah melakukan strategi yang dapat menunjang keberhasilan visi perusahaan yaitu dengan menerapkan Komponen Strategi Pengembangan Bisnis, yaitu :

a. Manajemen

Manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan suatu organisasi atau perusahaan dengan cara membangun kerjasama dalam team.

Jadi dari hasil penelitian diketahui bahwa PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu menggunakan manajemen perusahaan yang berbasis spiritual company, yang sudah dijelaskan bahwa perusahaan menjalankan bisnisnya berdasarkan prinsip-prinsip yang dimana perusahaan harus membangun karakter dan kebiasaan yang menumbuhkan nilai-nilai islam perusahaan yang dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT. Yang dapat diartikan bahwa PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu sebelum terjun ke masyarakat perusahaan tersebut melakukan penguatan tim untuk menyamakan visi dan misi dalam mencapai tujuan perusahaan.

b. Pemasaran

Pemasaran dapat dideskripsikan dengan proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa. Jadi dari hasil penelitian diketahui bahwa PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu dalam upaya mengembangkan bisnis emas logam mulia dengan cara melakukan berbagai strategi pemasaran diantaranya PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu membuat sistem pemasaran menggunakan Agen dan member untuk

mensiarkan produk yang di produksi oleh perusahaan tersebut dimana di kantor cabang provinsi bengkulu telah memiliki 40 agen dan 230 member yang telah bergabung di EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu. Pada strategi yang pertama ini perusahaan melakukan edukasi penguatan team dilapangan terkait dari awal bagaimana menjalankan bisnis sampai dengan bagaimana cara menarik konsumen. Kedua, mengembangkan bisnis dengan memperluas jaringan dengan syiar emas yaitu dengan cara mengadakan acara sharing emas, seminar mengenai bisnis emas secara online maupun offline.

c. Keuangan

Keuangan adalah mempelajari bagaimana individu, bisnis, dan organisasi meningkatkan, mengalokasi, dan menggunakan sumber daya moneter sejalan dengan waktu, dan juga menghitung resiko dalam menjalankan proyek mereka.

Jadi dari hasil penelitian diketahui bahwa bisnis emas logam mulia PT EOA GOLD kantor cabang provinsi bengkulu adalah murni jual beli dimana Agen dan member langsung mengelola hasil bisnis mereka untuk mereka sendiri, dimana mereka mengambil langsung produk emas logam mulia ke kantor cabang provinsi Bengkulu dengan membeli

produk yang akan mereka pasarkan sesuai dengan sedikit atau banyaknya modal dari masing masing agen dan member. Namun 10% keuntungan penjualan dari PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu dialih untuk wakaf peraban EOA, dimana hal ini adalah bentuk dari adanya bisnis emas logam mulia dapat meningkatkan kejayaan umat dengan membantu bisnis-bisnis muslim dan membangun beberapa rumah tahfiz serta mengadakan kegiatan amal lainnya, dengan hal ini maka perusahaan dianggap berhasil dalam mencapai misi perusahaan.

d. Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan/menghasilkan atau menambah nilai guna terhadap suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan oleh orang atau badan (produsen)

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa produk emas yang kita ketahui adalah produk emas yang tidak dapat diinovasikan, namun pada PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu emas logam mulia dikemas dengan gramasi yang sangat mudah di jangkau oleh setiap lapisan masyarakat yaitu dimulai dari 0,025 gram, 0,05 gram, 0,01 gram, 0,2 gram, 0,5 gram hingga 10 gram. Dengan hal itu dimana pada saat penelitian terhadap konsumen hal itu sangat

memudahkan konsumen dalam menabung emas logam mulia karena sebelumnya logam mulia sangat susah dijangkau karena ukuran logam mulia dapat dibeli dalam jumlah gramasi yang besar. Dan bentuk inovasi emas logam mulia EOA GOLD memanfaatkan beberapa moment hari besar islam yaitu dengan mengeluarkan EOA GOLD series Idul Fitri, EOA GOLD Series idul Fitri, EOA GOLD Series Isra mi'raj, bahkan para konsumen bisa memesan produk emas logam mulia EOA GOLD sesuai dengan yang diinginkan misalnya pada hari ulang tahun dan lainnya serta perusahaan dapat memesan produk EOA GOLD dengan Branding masing-masing perusahaan.

Berdasarkan 4 komponen pengembangan bisnis diatas terdapat landasan manajemen perusahaan yaitu berbasis *Spiritual Company*. Pilar utama dalam sebuah perusahaan adalah visi dan misi, oleh karena itu perusahaan yang menanamkan nilai-nilai spiritual memiliki visi dan misi spiritual perusahaan seperti perusahaan pada umumnya agar memberikan karakter atau kepribadian khas kepada perusahaan. Kemudian memberikan kekuatan untuk bersaing, sehingga spiritual perusahaan mengandung perhatian pada tiga hal fundamental, di antaranya:

1. Perusahaan menjadi pencipta kesejahteraan bagi internal maupun eksternal *stakeholder*, bumi dan seluruh ekosistem yang menopangnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di ketahui bahwa PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu sangat memperhatikan para karyawan perusahaan bagaimana perusahaan membina para karyawan untuk selalu mendekatkan diri kepada Allah SWT, dan perusahaan ini memiliki visi yaitu mengembalikan kejayaan masyarakat dengan wasilah emas sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan sangat memperhatikan dan mengutamakan kesejahteraan internal maupun eksternal perusahaan.

2. Perusahaan bertanggung jawab pada pelestarian dan pengayaan keimanan dan kepercayaan, kehidupan, keturunan dan generasi yang akan datang, dan kekayaan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa perusahaan sangat menekankan kepada para karyawan terutama agen dan member untuk mengedukasi para masyarakat bahwasanya PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu tidak hanya berorientasi dunia yang sekedar mencari keuntungan melainkan akhirat juga karna

disetiap visi dan misi yang dijalankan semua diniatkan karna Allah SWT dn bentuk implementasi nya adalah setiap keping emas yang dibeli oleh konsumen mengandung nilai wakaf dimana 10 % keuntungan perusahaan akan dikelola di peradabadian EOA yang mana akan dialihkan untuk membangun beberapa program dunia akhirat seperti pembangunan pesantren, rumah tahfiz dan mendukung bisnis-bisnis muslim serta membangun sektor-sektor usaha yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

3. Perusahaan harus dibangun di atas persaudaraan universal yang mengedepankan persamaan, cinta kasih, kebaikan, kewajiban menciptakan kesejahteraan orang lain, dan menciptakan keadilan sosial ekonomi.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa visi perusahaan adalah mengembalikan kesejahteraan masyarakat dengan wasilah emas dimana didalam pada saat penelitian terhadap konsumen sebagai acuan konsumen percaya kepada perusahaan adalah karna para agen dan member melayani konsumen dengan sepenuh hati bagaimana para agen dan member menjelaskan mengenai bisnis emas logam mulia ini dan bagaimana cara mereka

mengedukasi para konsumen bagaimana menebar kebaikan melalui bisnis emas logam mulia ini.

2. Faktor penghambat dan pendukung dalam pengembangan bisnis emas logam mulia pada PT. EOA Gold kantor cabang provinsi Bengkulu.

Di dalam menjalankan sebuah bisnis tentu ada faktor penghambat dan pendukung bagaimana sebuah bisnis berproses, yang disebabkan oleh beberapa faktor yang tentunya disetiap faktor sangat berpengaruh terhadap kemajuan suatu perusahaan, namun dengan adanya faktor pendukung dapat dijadikan alternatif untuk mengatasi sebuah hambatan yang ada, didalam perusahaan dikenal dengan istilah *problem solving* yang artinya adalah mengidentifikasi dan menemukan solusi dari masalah yang dihadapi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan mengenai faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan bisnis emas logam mulia pada PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu ditemukan bahwa terdapat faktor penghambat yaitu faktor kompetitif, kondisi dimana perusahaan mengalami black campaigning hal ini terjadi karna adanya persaingan bisnis yang disebabkan oleh beberapa oknum yang tidak bertanggung jawab, yang kedua faktor margin bisnis dimana keuntungan tidak sebesar dengan bisnis yang

lainnya yang membuat sedikit masyarakat enggan bergabung, yang selanjutnya karna faktor motivasi para Agen dan Member karna bisnis ini adalah bisnis yang memiliki waktu untuk menari konsumen karna bisnis emas logam mulia adalah bisnis jangka panjang dimana konsumen membeli produk tersebut saat sebagian konsumen menyisihkan uang gajian di awal bulan, dengan hal itu membuat motivasi syiar agen dan member menurun , dan yang terakhir karna faktor eksternal yaitu kurangnya edukasi masyarakat masyarakat terkait bisnis dan investai Emas logam mulia yang dikarenakan maraknya jenis bisnis yang sudah menyeret masyarakat ke bisnis abal-abal yang sangat merugikan sehingga ketika masyarakat mendengar mengenai bisnis mengenai emas logam mulia sedikit banyaknya masyarkat menolak.

Yang selanjutnya peneliti juga menanyakan faktor pendukung perusahaan dalam menjalankan bisnis emas logam mulia EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Hal yang menjadi pembeda Emas logam mulia EOA GOLD dengan brand lain adalah PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu menjadikan Emas logam mulia sebagai emas produktif yang memiliki instrument dimana EOA GOLD mempunyai ekosistem bisnis yang

disebut dengan peradadaban EOA (*Employee Of Allah*) yang artinya karyawannya Allah SWT.

2. EOA GOLD ini memiliki koperasi syariah yang bernama *EOA Club* dimana disana ada nama program *D'syirkah* dimana emas konsumen akan menjadi aset produktif, dimana jika para konsumen memiliki emas misal 100 gram emas dan mereka titipkan di EOA Club akan diputar lagi untuk mensupport cabang EOA GOLD dan mensupport bisnis bisnis yang lebih produktif lagi sehingga emas yang di titipkan akan berputar secara semakin bermanfaat bagi orang dan kita akan mendapatkan bagi hasil selama 3 bulan, 6 bulan atau 2 tahun sesuai kontrak yang dilakukan.
3. EOA GOLD memiliki EOA Academy satu- satunya program pembelajaran tentang ilmu emas dari A-Z secara secara kmomprensif tentunya berdasarkan hasil research yang kita ajarkan kepada agen dan member alhamdulillah dengan adanya itu dapat mencerdaskan masyarakat terkait emas dan tentunya para agen dan member.
3. Dan disisi lain emas adalah barang yang tidak kenal kadaluwarsa, yang menjadi kebutuhan semua masyarakat untuk menabung.
4. Agent dan member tersebar diseluruh daerah provinsi Bengkulu.

5. PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu disuport oleh manajemen cabang dan pusat mulai dari sistem manajemen sampai dengan edukasi mengenai bisnis emas logam mulia.
6. bisnis potensial sepanjang waktu, artinya selama masyarakat membutuhkan emas sebagai alat investasi maka bisnis emas logam mulia ini akan terus berjalan dan bisnis emas ini sangat minim risiko kerugian karna walaupun emas logam mulia tersebut tidak laku maka dapat disimpan untuk diri sendiri untuk menabung.
7. Sunnah Rasul, PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu menjadikan bisnis ini sebagai wasilah untuk mencapai kejayaan umat melalui emas logam mulia, karna Rasulullah sangat menganjurkan mencari rezeki atau nafkah melalui perdagangan.
8. Emas logam mulia pada PT EOA GOLD terdiri dari beberapa varian mulai dari ukuran 0,025 sehingga seluruh lapisan masyarakat dapat menjangkau, dan perusahaan ini juga menerima pesananan untuk hari besar yang menggunakan nama pribadi atau nama perusahaan sehingga hal ini menjadi daya tarik konsumen.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan diketahui bahwa perusahaan telah melakukan upaya agar

masalah yang ada tidak menjadi penghambat untuk berkembangnya bisnis emas logam mulia EOA GOLD.

Untuk mengatasi masalah black compaing perusahaan melakukan berbagai klarifikasi kepada masyarakat dengan cara yang tepat dan tegas yang dapat mematahkan isu-isu yang dilemparkan terkait produk emas logam mulia EOA GOLD, mengenai masalah menurunnya motivasi syiar para agen dan member ketika omset menurun perusahaan melakukan program-program yang dapat membangkitkan semangat syiar dengan cara melakukan program yang dapat berdampak pada finansial agen dan member dan perusahaan memberikan program reward atau penghargaan setiap bulannya kepada agen atau member yang mencapai target dan yang terakhir masalah pandangan masyarakat terkait bisnis terkhususnya bisnis emas logam mulia, dimana perusahaan PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu melakukan berbagai edukasi melalui seminar online maupun offline dimana didalamnya terdapat sharing session mengenai bisnis emas logam mulia EOA GOLD di kantor cabang provinsi Bengkulu.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi pengembangan bisnis emas logam mulia berbasis spiritual Company pada PT EOA *GOLD* kantor cabang provinsi Bengkulu meliputi beberapa komponen strategi pengembangan bisnis yaitu : sistem Manajemen, sistem pemasaran, sistem keuangan, dan sistem produksi yang berlandaskan spiritual company sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis emas logam mulia pada PT EOA *GOLD* kantor cabang provinsi Bengkulu. Perusahaan ini menerapkan nilai spiritual tidak hanya dilakukan di dalam proses kerja, tetapi juga bersifat global di internal perusahaan maupun eksternal. Para pemimpin perusahaan atau pelaku bisnis meyakini bahwa nilai-nilai spiritual akan memberikan dampak positif terhadap hasil kerja yang bernilai dunia dan akhirat.

2. faktor penghambat dan pendukung dalam pengembangan bisnis emas logam mulia pada PT. EOA *Gold* kantor cabang provinsi Bengkulu meliputi Faktor faktor kompetitif, kondisi dimana perusahaan mengalami *black campaign* hal ini terjadi karna adanya persaingan bisnis,

yang kedua faktor margin bisnis dimana keuntungan tidak sebesar dengan bisnis yang lainnya, motivasi agen dan member yang menurun dalam bersyiar disaat pemasukan tidak stabil, dan yang terakhir masyarakat memandang bahwa bisnis emas logam mulia EOA GOLD sebagai bisnis MLM (*Multi Level Marketing*).

Faktor Pendukung EOA GOLD ini memiliki koperasi syariah yang bernama EOA Club adanya program *D'syirkah* dimana emas konsumen akan menjadi aset produktif, kedua EOA GOLD memiliki EOA *Academy* satu- satunya program pembelajaran tentang ilmu emas secara komprehensif. Agen dan member tersebar diseluruh daerah provinsi Bengkulu. EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu disuport oleh manajemen cabang dan pusat, bisnis potensial sepanjang waktu, sunnah rasul dan yang terakhir adalah emas EOA GOLD terdiri dari beberapa varian mulai dari ukuran 0,025 sehingga seluruh lapisan masyarakat dapat menjangkau.

B. Saran

Dengan selesainya penelitian yang telah dilakukan pada PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu, maka peneliti memberikan saran sebagai bahan pertimbangan antara lain :

1. Bagi pihak manajemen perusahaan PT EOA *GOLD* kantor cabang provinsi Bengkulu mengadakan program-program yang dapat meningkatkan lagi program yang dapat menumbuhkan semangat syiar para Agen dan Member.
2. Untuk para Agen dan Member EOA *GOLD* kantor cabang provinsi Bengkulu lebih ditingkatkan lagi dalam hal mensyiarkan produk serta mempertahankan motivasi bersyiar.
3. Bagi konsumen di tekankan menjadi konsumen yang cerdas dalam memilih produk investasi dengan selektif. Emas logam mulia adalah alat investasi yang sangat tepat bagi masa depan karna emas logam mulia adalah aset yang tahan akan inflasi dengan itu teruslah menyisihkan uang dialihkan untuk menabung kegunaan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rohman, Skripsi : “Strategi Pemasaran Produk Mulia Pada PT Pegadaian Syariah Unit Telanaipura Kota Jambi” (Jambi : UIN Sultan Tata Saifudin,2021).
- Agustiati, “Sistem Ekonomi Kapitalis”, Jurnal Ilmu sosial dan Ilmu politik Fisip Untad, Vol.1 No. 2 (2009).
- Andika Berry, wawancara terhadap manajer research and development PT EOA GOLD kantor cabang provinsi bengkulu, tanggal 26 mei 2022.
- Arief Efendi, Abad 21: Era Spiritual Company, <http://muhariefeffendi.wordpress.com/>, diakses pada tanggal 10 februari 2022, pukul 16.30 WIB.
- Berry, wawancara terhadap manajer research and development PT EOA GOLD kantor cabang provinsi bengkulu, tanggal 26 mei 2022.
- Budiono, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, (Surabaya: Karya Agung, 2005).
- Burhan Bungin, “*Penelitian Kualitatif*” (Jakarta: Kencana, 2007).
- chilyatunnisa, skripsi, “pengembangan bisnis melalui model waralaba Syariah di laundry Polaris Semarang”, (Semarang : Universitas Walisongo, 2016).
- Choirul Huda “Model Pengelolaan Bisnis Syari’ah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang”Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 24 No. 1, Mei (2016).

Christiani Oktaviani, Skripsi : “Investasi Emas, Inflasi Dan Nilai Tukar Di Indonesia” (Jawa Barat : Universitas Padjadjaran, 2015).

Dafid Fred R, Manajemen Strategi konsep, (Bandung :Salemba Empa, 2011).

Dani Safitri, “ Pendekatan Komunikasi Organisasi Waroeng *Steak And Shake* Dalam Membangun *Spiritual Company*, (*Universitas islam negeri Sunan Kalijaga,2014*).

Departemen Nasional Pendidikan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.

Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), edisi IV, cet ke-1,

Dr. Ahmad Fatih, Kamus Lengkap Kimia, (Yogyakarta: Panji Pustaka, 2012), cet ke-1.

Dryanto, Manajemen Pemasaran, (Bandung: Satu Nusa, 2011).

Febri pane, wawancara terhadap branch manajer PT EOA GOLD kantor cabang provinsi Bengkulu, tanggal 26 mei 2022.

Haliza Utari, Skripsi, “*Prinsip Syariah Pada Spiritual Company Dan Dampaknya Bagi Kelangsungan Hidup Perusahaan*”, (Jogyakarta : Universitas Gadjah Mada, 2015).

<https://eoagold.id/> (diakses pada 16 November 2021, pukul 05.45).

<https://tafsirweb.com/11030-surat-al-mulk-ayat-2.html>

Ihsan Kurniawan, "Analisis Keuntungan Investasi Emas Dengan IHSG" *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* Volume 3, Nomor 2 / Maret-2019.

Ivan ade pratama, Skripsi, "pengembangan bisnis gerai kopi killiney kopitiam", (sumatera : Universitas sumatera utara, 2019).

Kriyantono, *Rahmat.* (2006). "Teknik Praktis Riset Komunikasi". Jakarta : PT. Kencana Perdana.

Lantip diatprasojo, *manajemen strategi* (yogyakarta ; UNY press, 2018).

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2001).

Lilis Oktaviani, "Pandangan Masyarakat Terkait Investasi Emas Logam Mulia," Wawancara (telepon), pra-riset, 25 Desember 2021.

Mat Salim, "Pandangan Masyarakat Terkait Investasi Emas Logam Mulia," Wawancara, pra-riset, 20 Desember 2021.

Moh. Soehadha, *Metodologi Penelitian Sosiologi Agama* (Kualitatif) (Yogyakarta:Teras, 2008).

Moleong, Lexy. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja.

Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002).

Nabila elok hapsari, skripsi, “ pengembangan karyawan berbasis spirirtual company”, (yogyakarta : Universitas islam indonesia, 2019).

Nabila Hapsari Elok (2018), *Pengembangan Organisasi Berbasis Spiritual* (Studi Kasus: Waroeng Grup Yogyakarta), Skripsi : Universitas Islam Indonesia.

Nada Ayu Abrina, “Pandangan Masyarakat Terkait Investasi Emas Logam Mulia,” Wawancara, pra-riiset, 22 Desember 2021.

Oka Widana, “Spiritual Company”, <http://ahlikeuangan-Indonesia.com/>, diakses pada tanggal 10 februari 2022, pukul 16.00 WIB.

Peter salim, Kamus Besar Bahasa Indonesia kontemporer, Jakarta modern English press,2000.

Primasti Ramadhani, Lukman M Baga, dan Bunasor Sanim, Skripsi (2018), “Teknik Peningkatan Organisasi Penukaran Emas untuk Wilayah Jakarta Lebih Terpenting (Analisis Kontekstual PT XYZ)”, Jakarta : 2018

Rahmayati (2021) dengan judul penelitian : Spiritual Marketing Dalam Memaksimalkan Pemasaran Syariah.

Rangkuti, (2014), Manajemen Strategi, Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.

Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2019).

Riduwan. 2010. Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti. Pemula. Bandung: Alfabeta.

Sanerya Hendrawan, *Spiritual Manajement: From Personal Enlightenment Towards God Corporate Governance*, (Bandung: Mizan, 2009).

Senja Yola Riski, “Strategi Pengembangan usaha dan Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Karyawan dalam perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Lampung, 2016).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D, C*, (Bandung: CV Alabeta, 2016).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018).

Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: Reflika Aditama, 2012).

Ulfa Hidayati, skripsi, *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam*(Lampung : Universitas Islam Negeriraden Intan, 2018).

Web Resmi, ANTAM, dikutip dari <https://www.antam.com/en> diakses hari Selasa, tanggal 8 februari 2022. Pukul 12.30 WIB.

Web Resmi, EOA Gold, dikutip dari <https://eoagold.id/ea-gold> diakses hari Selasa, tanggal 8 maret 2022. Pukul 12. 15 WIB.

Web Resmi, Galeri24, dikutip dari <https://www.galeri24.co.id/>diakses hari Selasa, tanggal 8 februari 2022. Pukul 13.25 WIB.

Web Resmi, Lotus Archi, dikutip dari <https://lotusarchi.com/home> diakses hari Selasa, tanggal 8 februari 2022. Pukul 13.02 WIB.

Web Resmi, MiniGold, dikutip dari <https://minigold.co.id/> diakses hari Selasa, tanggal 8 februari 2022. Pukul 12.45 WIB.

Web Resmi, UBS, dikutip dari <https://ubsgold.com/> diakses hari Selasa, tanggal 8 februari 2022. Pukul 13.10 WIB.

Wida Yusari, Skripsi, “Analisis Swot Pemasaran Produk Mulia Di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Taba Cemekah”, Taba Cemekah : 2017

Wiwin Sari, Skripsi, “ Analisis Strategi Pemasaran Produk Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (Mulia) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Bandar Lampung”, Bandar Lampung: 2019

L

A

M

P

I

R

A

N

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Rudei Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: 0738151171, 51172, 51276 Fax: 0738151172

FORM 1 PENGAJUAN JUDUL TUGAS AKHIR SKRIPSI

I. Identitas Mahasiswa

Nama : Istiqomah Syarifah
NIM : 18050187
Prodi : Ekonomi Syariah
Semester : Tujuh (7)

II. Judul Yang Dajukan (Disertai Latar Belakang Masalah dan Rumusan Masalah)

- Judul 1*: Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Melalui Prinsip syariah
Latar Belakang Masalah**: (Lampirkan) Berbasis spiritual company (studi kasus PT ECA Gold
Kantor cabang provinsi Bengkulu)
Rumusan Masalah***: (Lampirkan)
- Judul 2*:
Latar Belakang Masalah**: (Lampirkan)
Rumusan Masalah***: (Lampirkan)
- Judul 3*:
Latar Belakang Masalah**: (Lampirkan)
Rumusan Masalah***: (Lampirkan)

III. Proses Konsultasi

1. Validasi Judul oleh Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan: Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia
Berbasis spiritual company (studi kasus PT ECA Gold kantor cabang provinsi Bengkulu)

Pengelola Perpustakaan

29/12/21
Afa Yuningtish, M.S.K.

2. Konsultasi dan Persetujuan dengan Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Catatan: Bisa dilanjutkan, jelaskan Fenomena Hg Bisnis Logam Mulia
di masyarakat, biar masalahnya fokus

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Efa Sri Widyayanti, M.A.

IV. Judul Yang Disahkan

Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis spiritual company
(studi kasus PT ECA Gold cabang provinsi Bengkulu)

Penunjukkan Dosen Penyeminar:

Bengkulu, 16 Desember 2021

Mengesahkan

Kajur Ekis/Mansjemen

[Signature]

Mahasiswa

[Signature]
Istiqomah Syarifah

* Jelas, spesifik, tidak disingkat, rentang 6 (enam) sampai dengan 12 (dua belas) kata

** Minimal 5 (lima) paragraf berisi ide atau gagasan yang mengungkapkan masalah penelitian (kesenjangan antara ideal/teori dan praktik/pelaksanaannya)

*** Jelas, spesifik dan tidak ambigu



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0736) 51171-51172-53879 Fax. (0736) 51172-51171-51172

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

No : .42.../SKLP-FEBI/01/7/2022

Satgas Plagiasi Program Studi Ekonomi Syariah Menerangkan bahwa :

Nama : Istiqomatis syururiyah
NIM : 1811130187
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Tugas Akhir : Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis *Spiritual Company* (studi pada PT EOA Gold kantor cabang provinsi Bengkulu)
Similarity Index : 10%
Status : Lulus

Adalah benar- benar telah lulus pengecekan plagiasi dari naskah Publikasi Tugas Akhir melalui aplikasi Turnitin.

Satgas Plagiasi Program Studi Ekonomi Syariah

Herlina Yustati, MA., Ek
NIP. 198505222019320004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Selasa, 28 Desember 2021
Nama Mahasiswa : Istiqomatis Syururiyah
NIM : 1811130187
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis <i>Spiritual Company</i> (Studi Kasus Pada Pt. Emas Optimasi Abadi (Eoa) Gold Kantor Cabang Provinsi Bengkulu)		

Mengetahui,
a.n. Dekan
Wakil Dekan I

Dr. Nurul Hak, M.A.
NIP 196606161995031003

Catatan:
Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola

Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Istiqomatis Syurriyah
NIM : 1811130187
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
	<ul style="list-style-type: none">✓ Perbaiki masalah + fenomena dgn jelas.✓ Rumusan masalah sesuai dgn Tema dan masalah	

Bengkulu, 28 Desember 2021
Penyeminar,



Eka Sri Wahyuni, SE,MM
NIP. 197705092008012014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171-51172-51276 Fax (0736) 5117

BALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul "Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis *Spiritual Company* (Studi Pada PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) Gold Kantor Cabang Provinsi Bengkulu)" yang disusun oleh :

Nama : Istiqomatis Syururiyah
Nim : 1811130187
Prodi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai saran dan arahan pembimbing. Selanjutnya dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan surat izin penelitian.

Bengkulu, Mei 2022

Pembimbing I

Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M.
NIP. 197705092008012014

Pembimbing II

Kustin Hartini, M.M.
NIDN. 2002038102

Mengetahui,
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Herlina Yustati, M.A., E.k
NIP. 198505222019032004

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi berjudul "Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis Spiritual Company (Studi pada PT. Emas Optimasi Abadi (EOA Gold Kantor Cabang Provinsi Bengkulu)" yang disusun oleh :

Nama : Istiqomatis Syururiyah
NIM : 1811130187
Prodi : Ekonomi Syariah

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 28 Desember 2021 M/ 1443 H

Dan telah diperbaiki sesuai saran-saran tim penyeminar. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada jurusan untuk ditunjuk Tim pembimbing Skripsi.

Bengkulu, 14 Januari 2022 M
Rabiul Awal 1443 H

Mengetahui



Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M
NIP. 197705092008012014

Penyeminar



Eka Sri Wahyuni, S.E., M.M
NIP. 197705092008012014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Fakamih (0736) 51171-51172
Website: www.uinfatbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor : 0126/1a.23/E.IV/PP.00.9/01/2022

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Eka Sriwahyuni, MM
NIP. : 197705092008012014
Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Kustin Hartini, MM
NIDN. : 2002038102
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

- N a m a : Istiqomatis Syarifiah
Nim. : 1811120187
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Tugas Akhir : Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis *Spiritual Company* (Studi Pada PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) Gold Kantor Cabang Provinsi Bengkulu.
- Keterangan : Skripsi

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 19 Januari 2022
Dekan,



- Tembusan :
1. Wakil Rektor I
 2. Dosen yang bersangkutan
 3. Mahasiswa yang bersangkutan
 4. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Falah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfbengkulu.ac.id

Nomor : 0570/Un.23/F.IV.1/PP.00.9/05/2022
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian.

Bengkulu, 23 Mei 2022

Kepada Yth.
Pimpinan PT. EOA GOLD
Kantor Cabang Bengkulu
di-
Bengkulu

Assalamu'alaikumWr.Wb

Sehubungan dengan penyelesaian Studi Sarjana S.1 pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Tahun Akademik 2021/2022 atas nama :

Nama : Istiqomatis Syururiyah

NIM : 1811130187

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul : Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia Berbasis *Spiritual Company* (Studi Pada PT. Emas Optimasi Abadi (EOA) Gold Kantor Cabang Provinsi Bengkulu).

Tempat Penelitian : PT. EOA GOLD Kantor Cabang Provinsi Bengkulu.

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax: (0736) 51172

DAFTAR HADIR UJIAN KOMPREHENSIF ONLINE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN BENGKULU

HARI/TANGGAL : Senin/14 Februari 2022
PRODI/SEMESTER : Ekonomi Syariah/ VIII

MAHASISWA	DOSEN PENGUJI
 Istiqomatis Svururivah NIM. 1811130187	 Yetti Afrida Indra, M.Ak., CIOaR NIDN. 0214048401

Catatan dari Penguji (Jika Ada):

Mengetahui,
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah



Herlina Yustati, M.A., Ek.
NIP. 198505220190322004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0736) 51178, 51171 Fax: (0736) 51172

BLANKO NILAI UJIAN KOMPETENSI ONLINE

HARI/TANGGAL :
NAMA/NIM : Istiqomati Syaturyah/1811130187
JURUSAN/PRODI : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
UJIAN KE : 1 (satu)

NO	KODE SOAL	NILAI
1	Keislaman 1	75
2	Keislaman 2	75
3	Keislaman 3	75
4	Keislaman 4	75
5	Keislaman 5	75
6	Keilmuan 1	75
7	Keilmuan 2	75
8	Keilmuan 3	75
9	Keilmuan 4	75
10	Keilmuan 5	75
Nilai Rata - Rata		75

Keterangan :

1. Bobot nilai tiap soal dalam angka 10 - 100
2. Mahasiswa dinyatakan lulus jika mencapai rata - rata nilai minimal 70
3. Keterangan Nilai : a.
80 - 100 = A b. 70 -
79 = B

Bengkulu, Februari 2022
Penguji,

Yetti Afrida Indra, M.Ak., CIQaR
NIDN. 0214048401



PT. EMAS OPTIMASI ABADI (EOA) GOLD CABANG BENGKULU
JL. DEMPO RAYA SAWAH LEBAR KOTA BENGKULU
Telp. 082281224343

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : A./eoa.gold/XII/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Febriani Fitri Pane, Amd.I.Kom
Jabatan : Branch Manager
Alamat : Jl Dempo Raya Sawah Lebar

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini :

Nama : Istiqomatis Syururiyah
NIM : 1811130187
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Soekano Bengkulu

Benar-benar telah selesai melakukan penelitian di PT EOA GOLD Kantor Cabang Provinsi Bengkulu selama 1 (satu) minggu terhitung mulai 25 Mei s/d 01 Juni 2022 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS EMAS LOGAM MULIA BERBASIS SPIRITUAL COMPANY (Studi Pada PT EOA GOLD Kantor Cabang Provinsi Bengkulu)"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengkulu, 02 juni 2022

Branch Manager

EOA GOLD
Febriani Fitri Pane, Amd.I.Kom





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK
INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Istiqomatis Syururiyah Program Studi : Ekonomi Syariah
NIM : 1811130187 Pembimbing II : Kustin Hartini, M.M
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia
Berkas *Spiritual Company* (Studi Pada Pt. Emas Optimasi Abadi (Eoa)
Gold Kantor Cabang Provinsi Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	08 Maret 2022	BAB I-II	1. Tinjau ulang penulisan 2. Tinjau ulang istilah asing 3. Tinjau ulang footnote 4. Tambah karakteristik informan	
2	18 maret 2022	BAB I-III	1. Tinjau lagi penulisan istilah asing 2. Tinjau ulang penulisan masalah dan tujuan 3. Lanjut pedoman wawancara	
3	18 mei 2022	BAB I-III	Perbaiki pedoman	

			wawancara	✓
4	06 juni 2022	BAB I-III	Acc penelitian dilanjutkan ke pembimbing I	✓
5	13 juni 2022	BAB IV-V	Perbaiki untuk pembahasan dan kesimpulan	✓
6	15 juni 2022	BAB I-V	Lengkapi semua lampiran	✓
7	24 juni 2022	BAB I-V	Acc dapat dilanjutkan ke pembimbing I	✓

Bengkulu, 27 Juni 2022

Pembimbing II



Kustin Hartini, M.M
NIDN. 2002038102




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK
INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Istiqomatis Syururiyah Program Studi : Ekonomi Syariah
NIM : 1811130187 Pembimbing I : Eka Sri Wahyuni, M.M
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis Emas Logam Mulia
Berbasis *Spiritual Company* (Studi Pada Pt. Emas Optimasi Abadi (EOA)
Gold Kantor Cabang Provinsi Bengkulu)

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	06 Juni 2022	Pedoman Penelitian	ACC	
2	29 Juni 2022	BAB I-III	1. Lengkapi Footnote 2. Perbaiki penulisan kata hubung dan simbol 3. Ditambahkan survei terhadap informan	
3	30 Juni 2022	BAB I-III	ACC	
4	4 juli 2022	BAB IV-V	ACC	

5	06 Juli 2022	BAB I-V	ACC	
---	--------------	---------	-----	--

Bengkulu, 06 Juli 2022

Pembimbing I



Eka Sri Wahyuni, M.M
NIP. 197705092008012014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

DAFTAR NILAI

Nama : Istiqomatis Syururiyah
NIM : 1811130187
Jurusan : Ekonomi Islam

I. Nilai yang diperoleh dalam bimbingan skripsi	NILAI
1. Sistematika	95
2. Isi	
3. Cara penyajian	
4. Usaha selama bimbingan	
Jumlah	
II. Nilai yang diperoleh dalam ujian skripsi	
1. Sistematika	/
2. Isi termasuk konsep, aktualisasi dan jalan pikiran	
3. Bahasa	
4. Cara penyajian	
5. Kemampuan yang mempertahankan	
III. Nilai Skripsi (Penilaian)	
1. Pembimbing I	/
2. Pembimbing II	
3. Penguji I	
4. Penguji II	
Jumlah	

Bengkulu, 07 Juli 2022

Pembimbing II

Kustin Hartini, M.M

NIDN. 2002038102



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

DAFTAR NILAI

Nama : Istiqomatis Syururiyah
NIM : 1811130187
Jurusan : Ekonomi Islam

I. Nilai yang diperoleh dalam bimbingan skripsi	NILAI
1. Sistematika	85
2. Isi	85
3. Cara penyajian	85
4. Usaha selama bimbingan	85
Jumlah	85
II. Nilai yang diperoleh dalam ujian skripsi	
1. Sistematika	/
2. Isi termasuk konsep, aktualisasi dan jalan pikiran	/
3. Bahasa	/
4. Cara penyajian	/
5. Kemampuan yang mempertahankan	/
III. Nilai Skripsi (Penilaian)	
1. Pembimbing I	/
2. Pembimbing II	/
3. Penguji I	/
4. Penguji II	/
Jumlah	

Bengkulu, 07 Juli 2022

Pembimbing I

Eka Sri Wahyuni, M.M

NIP. 197705092008012014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jln. Raden Fatah PagerDewaTelp. (0736) 51276, 51171 Faks. (0736) 51171 Bengkulu

SURAT KETERANGAN

Dengan ini memberikan keterangan bahwa:

Nama : Istiqomatis Syururiyah
NIM : 18111300187
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah memiliki sertifikat LENGKAP sesuai dengan persyaratan SKPI sehingga dapat mengikuti ujian magang.

Demikian surat keterangan ini dibuat, atas perkenannya diucapkan terimakasih.

Bengkulu, Juli 2022

Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Herlina Yustati, M.A., F.k
NIP. 198505222019032004