

**STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
PENJUALAN PADA PRODUK TABUNGAN EMAS  
(Studi: PT. Pegadaian (Persero) Syariah Kantor  
Cabang Simpang Sekip Kota Bengkulu)**



**SKRIPSI**

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

**OLEH :**

**LISA CITRA AFRIYANTI**  
**NIM. 1416142150**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)  
ISTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
BENGKULU 2018 M/ 1439 H**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi dengan judul " Analisis *SWGT* Pada Tabungan Emas (Studi Pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa 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, kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, \_\_\_\_\_ 2018 M

1439 H

Mahasiswa yang menyatakan,



Lisa Citra Afrivanti

NIM. 1416142150

## SURAT PERNYATAAN

NAMA : Lisa Citra Afriyanti  
NIM : 1416142150  
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah  
JUDUL : Analisis *SWOT* Pada Tabungan Emas ( Studi Pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu).

Dengan ini dinyatakan bahwa, telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui <http://smallseotools.com/plagiarism-checker/> skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana semestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan ulang kembali.

Bengkulu, Mei 2018

Mengetahui tim verifikasi

Yang Membuat Pernyataan

  
Andang Sunarto, P.hD  
NIP: 197611242006041002

  
Lisa Citra Afriyanti  
NIM: 1416142150



## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Lisa Citra Afriyanti, NIM 1416142150 dengan judul “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Produk Tabungan Emas (Studi: PT.Pegadaian ( Persero) Syariah Kantor Cabang Simpang Sekip Kota Bengkulu)”, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 17 Mei 2018 H  
1 Ramadhan 1439 M

Pembimbing I



(Dr. Asnaini, MA)

NIP. 197304121998032003

Pembimbing II



(Yunida Een Fryanti, M.Si)

NIP. 198106122015032003





**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp : (0736) 51276, 51171 Fax : (0736) 51171 Bengkulu

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Produk Tabungan Emas ( Studi Pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu), oleh Lisa Citra Afriyanti NIM. 1416142150. Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Jum'at


Tanggal : 20 Juli 2018 M / 07 Dzulqa'dah 1439 H

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

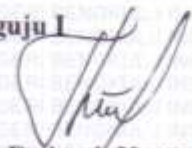
Bengkulu, 03 Agustus 2018 M  
20 Dzulqa'dah 1439 H

**Tim Sidang Munaqasyah**


**Ketua**

  
**Andang Sunarto, P.hD**  
NIP. 197611242006041002


**Penguji I**

  
**Dra. Fatimah Yunus, MA**  
NIP. 196303192000032003

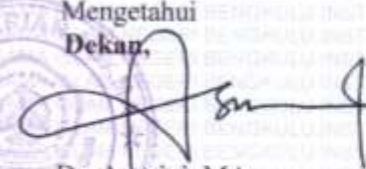
**Sekretaris**

  
**Yunida Ecn Fryanti, M.Si**  
NIP. 198106122015032003

**Penguji II**

  
**Rini Elvira, SE., M.Si**  
NIP. 197708152011012007

Mengetahui  
**Dekan,**

  
**Dr. Asnaini, MA**  
NIP. 197304121998032003

## **MOTTO**

“Allah Tempat Meminta Segala Sesuatu”  
(QS. Al-Ikhlās : 2)

“Dan Bersabarlah Kamu, Sesungguhnya Janji Allah Adalah Benar”  
(QS. Ar-Rūm : 60)

“Kerendahanmu tidak akan terangkat dengan merendahkan orang lain.”  
(Achmad Mustofa Bisri)

“Jika kau tak mampu berlari, berjalanlah. Jika kau tak mampu berjalan,  
merangkaklah. Bergerak maju dengan merangkak, setidaknya”  
(BTS)

## PERSEMBAHAN

*Skripsi ini kupersembahkan kepada :*

- ❖ *Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kasih sayang-Nya.*
- ❖ *Teruntuk Alm. Bapak, Sutarno, yang telah menyayangi dan mendidik ku. Terimakasih untuk semua cinta kasih yang tiada batasnya.*
- ❖ *Teruntuk Ibu ku, Sugiarti yang telah menyayangi, mencintai, dan mendidik ku. Terimakasih untuk semua cinta kasih, pelukan yang engkau berikan, serta semua doa yang engkau panjatkan untukku.*
- ❖ *Adik laki-laki ku, David Robi Agusta, yang telah menyayangiku, menjadi sumber penguat dan motivasiku.*
- ❖ *Keluarga Ir. Suawato dan Ibu Ida Fauziah (Pakde Bude), yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materil.*
- ❖ *Teruntuk people who are full of love, Ikke Amalia, Reni Ambarwati, Fernanda Yulistiani, terima kasih untuk semua cinta kasih, bantuan dan dukungan yang diberikan. you guys really helped me.*
- ❖ *Teruntuk Bidadari Surga ku, Hetty Kurnianti, S.E dan Meili Rahmawati S.E, terima kasih sudah berada di sisi ku, memberikan dukungan dari segala sisi.*
- ❖ *For ATM (Anti Mahal) Squad, my hore team, Hellen Dia Yuneta dan Vivi Anavisa, you always understand my situation. Terima kasih untuk semua kekonyolan dan crazy time and all crazy joke.*
- ❖ *Untuk Sahabat ku, Lufika Afridani, Listianah, Sinta Wulandari, Siti Meisaroh, Sisi Meiziani, terima kasih untuk semua waktu dan kebersamaan kita. It's a great moment.*
- ❖ *For big sister Riri Novita Sari, terima kasih untuk semua dukungan dan semangat yang telah diberikan.*
- ❖ *Teruntuk The nice dan lovely girl, Tyarani Dwi Puspita dan Tricia Pratiwi . Terimakasih untuk semua bantuan yang telah kalian berikan.*
- ❖ *Teruntuk temanku seperjuangan PBS D*
- ❖ *Teruntuk teman-teman KKN Desa Melati Harjo, Eka Alviani, Rozalia, Renti Laasmi, dan Cici.*
- ❖ *Teruntuk teman-teman PKL, Mariya Ulfa dan Putri Heriyani.*
- ❖ *Almamater yang telah menempahku.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis SWOT Pada Tabungan Emas (Studi Pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu)”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang menjadikan *uswatun hasanah* bagi kita semua. Amin.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis untuk mengucapkan rasa terima kasih teriiringi doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada :

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag,M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu
2. Dr. Asnaini, MA selaku Pembimbing I dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah membimbing dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.
4. Yosy Arisandy, MM selaku Kepala Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyelesaian tugas akhir ini.



5. Yunida Een Fyanti, M.Si, selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan semangat dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan banyak ilmu dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik.
8. Karyawan PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu KC Simpang Sekip yang telah banyak sekali membantu serta memberikan pelayanan dengan baik selama penelitian berlangsung.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

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

Bengkulu, 15 Juni 2018 M  
2 Dzulkaidah 1439 H

Mahasiswa yang menyatakan

Lisa Citra Afriyanti  
NIM. 1416142150

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>SURAT PENYATAAN PLAGIAT</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>PENGESAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>TRANSLITERASI</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	7
E. Penelitian Terdahulu .....	8
F. Metodologi Penelitian .....	11
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	11
2. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	11
3. Subjek/Informan Penelitian .....	11
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	12
5. Variabel dan Definisi Operasional Penelitian .....	14
6. Teknik Analisis Data .....	15
G. Sistematika Penulisan .....	18

## **BAB II KAJIAN TEORI**

A. Pemasaran .....	19
1. Pengertian Pemasaran.....	19
2. Konsep Pemasaran.....	19
B. Strategi Pemasaran .....	20
C. Promosi.....	21
1. Definisi Promosi.....	21
2. Fungsi Promosi.....	22
3. Tujuan Promosi .....	22
4. Bauran Promosi .....	23
D. Strategi .....	29
1. Pengertian Strategi .....	29
2. Ruang Lingkup Strategi .....	31
E. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan.....	32
F. Analisis <i>SWOT</i> .....	33
1. Pengertian Analisis <i>SWOT</i> .....	38
2. Fungsi Analisis <i>SWOT</i> .....	39
3. Manfaat Analisis <i>SWOT</i> .....	39
4. Tujuan Analisis <i>SWOT</i> .....	39
5. Tahap Analisis <i>SWOT</i> .....	40
G. Tabungan Emas .....	41
1. Pengertian Tabungan Emas .....	41
2. Akad-Akad Tabungan Emas.....	42

## **BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

A. Sejarah Singkat PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.....	44
B. Visi dan Misi PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu .....	45
C. Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.....	48

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	52
1. Kekuatan Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah.....	52
2. Kelemahan Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah.....	55

3. Peluang Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah .....	57
4. Ancaman Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah.....	59
B. Pembahasan.....	62
1. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Produk Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.....	62
2. Kuadran dan Strategi yang paling tepat digunakan .....	76
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	80

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Bukti Menghadiri Seminar proposal
- Lampiran 2 : Lembar Pengajuan Judul
- Lampiran 3 : Daftar Hadir Seminar Mahasiswa
- Lampiran 4 : Surat Pengesahan Penujukan Pembimbing
- Lampiran 5 : Surat Pengesahan Penelitian
- Lampiran 6 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 7 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 9 : Foto Dokumentasi
- Lampiran 10: Brosur Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah
- Lampiran 11: Lembar Bimbingan Skripsi



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Jumlah Nasabah PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.....	4
Tabel 1.2:Format Menganalisisdan Menentukan Strategi Dengan pendekatan matrik <i>SWOT</i> Tabungan Emas .....	16
Tabel 3.1 : Biaya transaksi tabungan emas .....	50
Tabel 4.1 : Pembatasan jumlah transaksi .....	56
Tabel 4.2 : Ringkasan Faktor Strategis Internal dan Eksternal Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah.....	61
Tabel 4.3 : Analisis <i>SWOT</i> untuk faktor internal pada Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah.....	64
Tabel 4.4 : Analisis <i>SWOT</i> untuk faktor eksternal pada Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah.....	65
Tabel 4.5 : Penentuan Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Produk Tabungan Emas.....	67

## ABSTRAK

Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Produk Tabungan Emas (Studi Pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu)

Oleh Lisa Citra Afriyanti, 1416142150.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menemukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu, menemukan bentuk strategi promosi untuk meningkatkan jumlah penjualan produk tabungan emas, mengetahui kaudran dan strategi yang paling tepat untuk digunakan dalam meningkatkan penjualan produk tabungan emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah 1). Observasi, 2). Wawancara terstruktur, 3) Dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis *strengths, weakness, opportunities, dan threats (SWOT)*. Hasil penelitian menemukan 7 kekuatan dan 5 kelemahan yang dimiliki oleh Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu, 3 peluang yang dapat diraih serta 3 ancaman yang dihadapi Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu. Strategi promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan antara lain 1). Melakukan promosi yang lebih gencar dengan didukungnya jumlah penduduk., 2). Melakukan inovasi pelayanan dan promosi melalui media *online*, 3). Memberikan *doorprize* kepada para nasabah, 4). Mengadakan kerjasama dengan lembaga-lembaga, 5). Memaksimalkan penggunaan media *online*, 6). Memperluas sasaran pemasaran, 7). Menambah staf pemasaran. 8). Memberikan *reward* kepada nasabah 9). Menambah media promosi, 10). Melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat, 11). Memberikan edukasi kepada masyarakat 12). Merancang kiat-kiat baru dalam melakukan promosi. PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu berada di Kuadran II atau agresif.

*Kata kunci : Strategi promosi, Tabungan Emas, Analisis SWOT*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Lembaga keuangan non bank syariah di Bengkulu pada saat ini, seperti reksadana syariah, asuransi syariah, dan pegadaian syariah semakin berkembang dengan cepat. Salah satunya adalah pegadaian syariah yang merupakan pegadaian yang menjalankan sistem operasionalnya berdasarkan dengan prinsip syariah.

Allah SWT. berfirman dalam Qs. Al-Baqarah (2) : 283 :

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنِ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ ۖ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ رِءُوسُهُمْ فِيهَا ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۗ ﴾



Artinya :“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Dari penjelasan ayat diatas, maka diketahui bahwa Allah SWT memperbolehkan kegiatan gadai yang dimana pada kegiatan gadai tersebut diharuskan adanya saksi.

Keberadaan pegadaian syariah sendiri diperkuat dengan dikeluarkannya fatwa DSN-MUI No. 25/ DSN-MUI/ III/ 2002 tentang diperbolehkannya pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai barang jaminan utang dalam bentuk *rahn*.

Pegadaian syariah kian berkembang, tidak hanya dengan mendirikan *outlet* Pegadaian syariah diseluruh Indonesia tetapi juga dengan melakukan inovasi pada produk-produknya. Pagadaian syariah memiliki beragam produk untuk ditawarkan seperti, jasa gadai berprinsip syariah (*Rahn*), investasi sangat *liquid* sepanjang masa (*Mulia*), pembiayaan usaha mikro berprinsip syariah (*Arrum*), pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor (*Amanah*), dan tabungan emas.

Investasi emas merupakan cara menabung yang paling tepat, karena emas kemungkinan tidak akan pernah terkena dampak inflasi, sehingga ketika menabung dengan emas maka uang yang dimiliki akan tetap ketika inflasi atau penurunan mata uang terjadi.<sup>1</sup> Masyarakat memilih berinvestasi emas untuk tujuan mengamankan kekayaan.

Namun sayangnya, keinginan untuk membeli emas ini sering kali terkendala dengan kemampuan seseorang untuk dapat membeli emas tersebut. Hal tersebut karena harga emas yang relatif tinggi sedangkan pendapatan yang diperoleh masyarakat tidak mencukupi untuk berinvestasi pada emas. Pada tahun 2015 harga emas sebesar Rp 530.000,- per gram sedangkan pada tahun 2018 terhitung tanggal 26 Januari 2018 sebesar Rp 637.000,- per gram (harga emas dari tahun ke tahun cenderung mengamali fluktuasi harga yang dimana lebih dominan

---

<sup>1</sup> Sholeh Dipraja, *Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede?*, ( Jakarta : PT. Tangga Pustaka, 2011) hal. 21

lebih meningkat). Oleh sebab itu, sekarang ini telah banyak lembaga keuangan bank maupun non-bank yang menawarkan solusi bagi masyarakat yang ingin membeli emas namun tidak memiliki biaya yang cukup.

Salah satu produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah adalah tabungan, namun tabungan pada pegadaian syariah tidak berbentuk tabungan uang melainkan tabungan emas . Tabungan emas adalah layanan dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau.<sup>2</sup> Produk tabungan emas ini di luncurkan pada bulan Agustus tahun 2015, yang merupakan inovasi dari produk investasi emas sebelumnya yakni investasi produk MULIA. Dengan harga emas yang berfluktuatif dan biasanya relatif tinggi, maka dengan adanya tabungan emas ini masyarakat menengah kebawah yang ingin memiliki emas namun tidak memiliki biaya yang cukup untuk membeli emas, tabungan emas menjadi salah satu solusinya.

Untuk Produk Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu, sendiri baru dibuka pada tahun 2016 dan hingga bulan april 2018 nasabah yang menggunakan Produk Tabungan Emas berjumlah 503 orang.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> [www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php](http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php). Diakses Rabu, 27 Desember 2017

<sup>3</sup> Bapak Zulkifli, Penaksir cabang, Wawancara pada tanggal 05 April 2018



**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2016	232
2017	236
2018 ( Bulan April)	35

*Sumber : Data Primer, 2018*

Berdasarkan tabel 1.1 maka dapat dikatakan bahwa jumlah nasabah produk tabungan emas pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu mengalami penurunan padahal pihak PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu telah melakukan strategi promosi namun tidak dapat mempengaruhi jumlah penjualan produk tabungan emas.

Sedangkan strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumberdaya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis.<sup>4</sup>Promosi adalah suatu kegiatan mengkomunikasikan produk kepada masyarakat agar produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat dan masyarakat tertarik untuk membeli produk tersebut.

Strategi promosi adalah sesuatu yang telah direncanakan pada suatu bisnis untuk mengkomunikasikan produknya kepada masyarakat agar produknya dapat terjual dikalangan masyarakat. Agar produk suatu bisnis dapat terjual maka perlu menyusun suatu strategi yang sering disebut dengan strategi bauran promosi (*promotion-mix*) yang terdiri atas 4 (empat) komponen utama, yaitu periklanan

---

<sup>4</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*,( Bogor:Ghalia Indonesia, 2010), hal. 29.

(*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan penjualan perorangan (*personal selling*).<sup>5</sup>

Dengan promosi sebuah bisnis akan mendapatkan pelanggan baik dilingkungan sekitar bisnis maupun diluar lingkungan bisnis. Banyak sedikitnya pelanggan yang didapatkan tergantung bagaimana dan seperti apa perusahaan itu mempromosikan produk yang akan dijualnya. Promosi tidak hanya dilakukan pada satu produk namun untuk berbagai macam produk yang akan dijual membutuhkan promosi. Mempromosikan suatu produk dapat melalui dengan berbagai macam cara salah satunya dengan memasang sebuah iklan baik melalui sosial media maupun media-media lain yang dapat digunakan sebagai bahan untuk mempromosikan produk tersebut yang akan dijual.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka diperlukan ditemukan upaya menemukan startegi promosi yang dirasa mampu membantu PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu dalam meningkatkan penjualan produk tabungan emas.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PRODUK TABUNGAN EMAS ( Studi : PT. Pegadaian ( Persero) Syariah Kantor Cabang Simpang Sekip Kota Bengkulu )”**.

---

<sup>5</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif*,( Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2003) hal. 73

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kekuatan produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu?
2. Bagaimana kelemahan Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu?
3. Bagaimana peluang produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu?
4. Bagaimana ancaman oleh produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu?
5. Bagaimana bentuk strategi promosi untuk meningkatkan jumlah penjualan produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu?
6. Pada Kuadran berapakah strategi yang paling tepat untuk digunakan dalam meningkatkan jumlah penjualan produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana kekuatan dari produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui bagaimana kelemahan dari produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.

3. Untuk mengetahui bagaimana peluang dari produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.
4. Untuk mengetahui bagaimana ancaman dari produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.
5. Menemukan Bagaimana bentuk strategi promosi untuk meningkatkan jumlah penjualan produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.
6. Untuk mengetahui pada Kuadran berapakah strategi yang paling tepat untuk digunakan dalam meningkatkan jumlah penjualan produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kalangan akademisi seperti dosen, mahasiswa, peneliti, dimana hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan masukan dalam pengembangan teori strategi promosi PT. Pegadaian Syariah terutama berkaitan dengan produk tabungan emas.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu dalam menentukan

kebijakan mengenai strategi promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan produk tabungan emas.

## **E. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh Asrofi Nur Zamzam dengan judul “Penerapan Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Asuransi Bina Griya Upakara Cabang Surakarta” dimana hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan PT. Asuransi Bina griya Upakara Cabang Surakarta sudah efektif untuk meningkatkan jumlah nasabah. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dilihat dari peningkatan jumlah nasabah PT. Asuransi Bina Griya Upakara Cabang Surakarta dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan pihak perusahaan sudah efektif dan tepat sasaran. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan cara membandingkan jumlah nasabah setiap triwulannya untuk mengetahui peningkatan jumlah nasabah setiap triwulannya terhadap penerapan strategi promosi yang dilakukan PT. Asuransi Bina Griya Upakara Cabang Surakarta.<sup>6</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah pada penelitian ini objek kajian yang digunakan tidak merujuk pada suatu produk tertentu dari PT. Asuransi BinaGriya Upakarta Cabang Surakarta, sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan objek kajiannya berupa tabungan emas pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah tentang bagaimana strategi promosi mampu meningkatkan jumlah nasabah.

---

<sup>6</sup> Asrofi Nur Zamzam, *Penerapan Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Asuransi Bina Griya Upakara Cabang Surakarta*, (Surakarta : Universitas Sebelas Maret, 2013)



Kemudian terdapat Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 2 yang di tulis oleh Nurita Ayu Kumalasari dengan judul “ Perencanaan Strategi Promosi Melalui Analisis *SWOT* Pada Bisnis Delicy”. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi promosi pada Delicy melalui analisis *SWOT*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dimana penelitian ini menyimpulkan bahwa Delicy berada pada kuadran II yang menggunakan startegi diversifikasi, dimana strategi ini menjelaskan bahwa perusahaan memiliki peluang besar untuk pengembangan bisnisnya, tetapi masih juga memiliki banyak ancaman, sehingga perlu meminalkan ancaman yang dihadapi perusahaan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah dengan adanya pemakaian analisis *SWOT* dapat ditentukan strategi yang tepat untuk pengembangan perusahaan kedepannya. Penerapan startegu untuk pengembangan perusahaan ke depannya yaitu dengan pengembangan inovasi produk dan meningkatkan promosi yang semula hanya melalui twitter,reseller, dan pameran saja, melainkan mulai menggunakan media online dan mengadakan photo contest atau giveaway, serta voucher discount untuk menarik minat konsumen terhadap produk Delicy, selain itu Delicy dapat juga mengembangkan strategi yang telah ditetapkan salah satunya inovasi produk yang berfokus pada nilai kesehatan sebagai solusi pilihan sehat masyarakat.<sup>7</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah pada penelitian ini objek kajiannya berupa perusahaan yang bergerak dibidang makanan beku yang berbahan sayuram, sedangkan penelitian yang dilakukan objek kajian berupa perusahaan yang

---

<sup>7</sup> Nurita Ayu Kumalasari, *Perencanaan Strategi Promosi Melalui Analisis SWOT Pada Bisnis Delicy*, (Surabaya : Universitas Ciputra, 2016)

bergerak dibidang jasa yakni PT. Pegadain Syariah Kota Bengkulu. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama menggunakan Analisis *SWOT*.

Selanjutnya jurnal *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* Volume 18 yang ditulis oleh Cepy Nurmalia Wahyuningtias, Sudarmiati, Aniek Indrawati, dengan judul *SWOT Analysis for Determining Marketing Strategy at the Primagama Courses*. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan poin-poin berikut: (1) internal (IFAS) dan faktor eksternal (EFAS) di Institut Primagama untuk Tutoring Kota Probolinggo; (2) Analisis *SWOT* untuk menentukan strategi pemasaran di Primagama Kursus Kota Probolinggo. Sumber data diperoleh langsung dari kepala cabang, departemen pemasaran, tutor, dan siswa dari Program Primagama di Probolinggo dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi, kemudian, mencari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang kemudian digunakan untuk menentukan strategi pemasaran untuk *Primagama Course* di Probolinggo dengan menggunakan analisis *SWOT*. Temuan menunjukkan bahwa berdasarkan matriks IFAS dan EFAS, diketahui bahwa Program Primagama di Probolinggo memperoleh nilai 3,42 untuk IFAS dan EFAS 3,55. Berdasarkan analisis matriks *SWOT* dan *SPACE* yang telah dilakukan, Program Primagama di Probolinggo terletak pada koordinat (0,77: 0,93) yang berarti terletak di kuadran I (agresif)

atau dapat disebut sebagai strategi SO.<sup>8</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian ini adalah pada variabel yang akan diteliti dimana penelitian ini meneliti tentang strategi pemasaran di program paradigma, sedangkan penelitian yang dilakukan meneliti tentang strategi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian Syariah pada produk tabungan emas. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama menggunakan analisis *SWOT*.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang dipaparkan sebelumnya, maka jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan dekriptif. Dimana penelitian ini berusaha menggambarkan atau memaparkan Strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada produk tabungan emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu secara sistematis.

### **2. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dari bulan Desember 2017 sampai dengan bulan 29 April 2018 dengan mengambil lokasi penelitian pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu yang beralamatkan di Jl. S. Parman, Penurunan, Ratu Samban, Kota Bengkulu. Alasan pemilihan lokasi penelitian dikarenakan ditemukannya masalah yaitu terjadinya penurunan penjualan produk tabungan emas. Oleh

---

<sup>8</sup> Cepy Nurmalia Wahyuningtias, dkk, *SWOT Analysis for Determining Marketing Strategy at the Primagama Courses*, (Malang : Universitas Negeri Malang, 2016)

karena itu peneliti mencoba menemukan strategi promosi yang lebih efektif. Agar penjualan produk tabungan emas dapat meningkat.

### **3. Informan Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menetapkan informan penelitian yang terdiri dari :

- a. Pimpinan PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.
- b. Karyawan PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu, dengan kriteria karyawan mengetahui dan memahami Produk Tabungan Emas.

### **4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

#### a. Sumber Data

##### 1) Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden. Data primer bisa dikatakan juga data yang dikumpulkan oleh suatu badan itu pula<sup>9</sup>. Data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui wawancara dengan pihak yang menjadi objek penelitian dalam hal ini adalah Bapak Zulkifli selaku penaksir PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.

##### 2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media pelantara ( diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) yang telah dipublikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini antara

---

<sup>9</sup> Djarwanto, *Statistik Sosial Ekonomi*,( Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta, 2001) hal. 10

lain : majalah, brosur, internet dan lain sebagainya yang berkaitan dengan PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.

#### b. Teknik Pengumpulan Data

##### 1) Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan.<sup>10</sup> Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi awal dengan melakukan wawancara singkat dengan pegawai PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu dan mencari sumber-sumber referensi mengenai Produk Tabungan Emas melalui brosur maupun internet.

##### 2) Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur merupakan wawancara dimana pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya sudah disiapkan.<sup>11</sup> Data penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara kepada karyawan dan nasabah penelitian yang dilakukan secara terstruktur berdasarkan pedoman wawancara pada saat di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu yang disesuaikan dengan jadwal penelitian.

##### 3) Kepustakaan

---

<sup>10</sup> Burhan Burgin, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, ( Jakarta : Kencana, 2007) hal.118

<sup>11</sup> M. Muchson, *Statistik Deskriptif*, ( Bogor : Guepedia, 2016), hal. 26

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur, catatan-catatan, serta laporan-laporan yang berkaitan dengan Produk Tabungan Emas.

#### 4) Dokumentasi

Suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen maupun gambar, penulis memperoleh data dengan cara mengambil gambar lokasi.

### **5. Variabel dan Definisi Operasional Penelitian**

#### a. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka mem-berikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.<sup>12</sup>

#### b. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran perusahaan terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran dalam

---

<sup>12</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2012) hal. 06

hubungannya dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dalam kondisi persaingan.<sup>13</sup>

c. Promosi

Promosi adalah Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan, dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut.<sup>14</sup>

d. Strategi

Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.<sup>15</sup>

## 6. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis *SWOT*, yaitu teknik analisis terhadap kekuatan dan kelemahan dari Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah serta peluang dan ancaman lingkungannya. Dimana hasil penelitian ini diuraikan secara kualitatif mengenai pemahaman tentang faktor-faktor eksternal, (terdiri dari tantangan dan peluang), ditambah dengan pemeriksaan internal kekuatan dan kelemahan membantu dalam membentuk visi lembaga tersebut kedepan. Identifikasi lingkungan internal pemasaran dilakukan dengan memperhatikan faktor kekuatan dan faktor kelemahan yang dimiliki Produk Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Syariah

---

<sup>13</sup> Arlina Nurbaity Lubis, *Strategi Pemasarab dan Persaingan Bisnis*, ( Medan : Universitas Sumatra Utara, 2004)

<sup>14</sup> Nurul Huda, dkk. *Pemasarah Syariah*, ( Jakarta : Kencana, 2017) hal. 17

<sup>15</sup> Fandy Tjaptono, *Strategi Pemasaran*, (cet. Ke-5, Yogyakarta : Adi press, 2014) hal.144

Kota Bengkulu, sedangkan identifikasi lingkungan eksternal dilakukan dengan memperhatikan faktor peluang yang ada, serta faktor ancaman yang berasal dari pesaing.

**Tabel 1.2**  
**Format Menganalisis Dan Menentukan Strategi**  
**Dengan Pendekatan Matrik SWOT**

<b>Internal (S-W)</b>	<b>Strengths (S) Kekuatan</b>	<b>Weaknesses (W) Kelemahan</b>
<b>Eksternal (O-T)</b>	<b>Strategi S-O</b> Mengandalkan kekuatan produk tabungan emas terhadap peluang yang ada <u>Kuadran I</u> Strategi agresif	<b>Strategi W-O</b> Mengandalkan peluang dengan adanya keterbatasan produk tabungan emas. <u>Kuadran II</u> strategi <i>turn around</i>
<b>Threats (T) Ancaman</b>	<b>Strategi S-T</b> Mengandalkan kekuatan produk tabungan emas dalam menghadapi berbagai ancaman <u>Kuadran III</u> Strategi diverifikasi	<b>St Strategi W-T</b> Strategi terpaksa diambil akibat kelemahan dan keterbatasan produk tabungan emas <u>Kuadran IV</u> Strategi difensif

Sumber: Fahmi,<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategi...*, h.264



Strategi S-O dikenal dengan strategi agresif didapatkan perusahaan dalam menentukan strategi berdasarkan kombinasi kekuatan dan kesempatan yang bisa memanfaatkan kekuatan produk tabungan emas untuk menggunakan peluang sebaik-baiknya. Strategi W-O dikenal dengan strategi *turn around* didapatkan dengan cara perusahaan harus membuat strategi bagaimana meminimalkan kelemahan produk tabungan emas peluang yang menguntungkan. Strategi S-T dikenal dengan strategi diversifikasi didapatkan dengan cara perusahaan bisa memanfaatkan kekuatan produk tabungan emas untuk mengatasi ancaman. Strategi W-T dikenal dengan strategi defensif didapat dengan cara perusahaan harus meminimalkan kelemahan dan keterbatasan produk tabungan emas

Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang *SWOT*, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis *SWOT*, yaitu:<sup>17</sup>

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O and T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi diluar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.

b. Faktor Internal

---

<sup>17</sup>Irham Fahmi, *Manajemen Strategi...*, h. 260

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths and weaknesses* (S and W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan.

## **G. Sistematika Penulisan**

Bab Pertama, adalah pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, dan metologi penelitian. Karena bab pertama ini menghantarkan kepada pembahasan penelitian sehingga mempermudah dalam mengadakan dan menyelesaikan penelitian ini.

Bab Kedua, adalah kajian teori dan kerangka berfikir yang menjelaskan mengenai kajian teori yang berisikan teori pemasaran, promosi, dan analisis *SWOT* pada produk industri jasa yang mendukung penulisan skripsi.

Bab Ketiga, merupakan pembahasan mengenai gambaran umum PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.

Bab Keempat, merupakan pembahasan tentang strategi promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan produk tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.

Bab Kelima, merupakan penutup dimana menjelaskan pokok-pokok kajian dalam penelitian yang meliputi kesimpulan dan saran.

## BAB III

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Sejarah Singkat PT. Pegadaian Syariah

Pegadaian merupakan lembaga perkreditan rakyat dengan sistem gadai, lembaga semacam ini pada awalnya berkembang di Italia yang kemudian dipraktekkan di wilayah-wilayah Eropa lainnya, misalnya Inggris dan Belanda. Sistem gadai tersebut masuk ke Indonesia di bawa dan di kembangkan oleh Belanda (VOC) yaitu sekitar pada abad ke 19.<sup>18</sup>

Dalam rangka memperlancar kegiatan perekonomian VOC mendirikan *Bank Van Leening* yaitu lembaga kredit dengan sistem gadai. *Bank Van Leening* di dirikan pertama kali di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1764 berdasarkan keputusan Gubernur Jendral Van Imhoff. Tetapi setelah Inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari Belanda (1811-1816) Bank Leening milik Belanda tersebut dibubarkan dan Gubernur Jendral Thomas Stamford Raffles menyatakan setiap orang boleh mendirikan usaha pegadaian dengan izin pemerintah daerah setempat. Di zaman kemerdekaan pemerintah Republik Indonesia mengambil alih usaha dinas pegadaian dan mengubah status pegadaian menjadi Perusahaan Negara (PN) pegadaian berdasarkan undang-undang No.19 Prp 1960. Perkembangan selanjutnya pada tanggal 11 Maret 1969b berdasarkan peraturan pemerintah RI No. 7 Tahun 1969 PN Pegadaian berubah menjadi perusahaan

---

<sup>18</sup> <http://www.pegadaiansyariah.co.id/produk>, diakses pada Sabtu, 13 Januari 2018

jawatan (perjan). Kemudian pada tanggapsl 10 April 1990 berdasarkan peraturan pemerintah No. 10 tahun 1990 perjanjian pegadaian. Sampai saat ini lembaga yang melakukan usaha berdasarkan atas hukum gadai hanyalah perum pegadaian.<sup>19</sup>

Pada tanggal 1 April 1991 didirikan pegadaian pertama di Sukabumi, Jawa Barat, sekaligus ini merupakan awal berdirinya pegadaian di Indonesia, serta menjadi hari ulang tahun pegadaian. Dalam perjalanan Pegadaian mengalami beberapa kali perubahan status yaitu sebagai perusahaan Negara (PN) sejak 1 Januari 1961 kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 1961 menjadi Perusahaan Jawatan selanjutnya berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 1990 berubah menjadi perusahaan umum (PERUM) hingga sekarang.<sup>20</sup>

## **B. Visi dan Misi PT. Pegadain Syariah**

### 1. Visi PT. Pegadain Syariah

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu jadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

### 2. Misi PT. Pegadaian Syariah

- a. Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- b. Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian dalam

---

<sup>19</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 1998) hal. 247

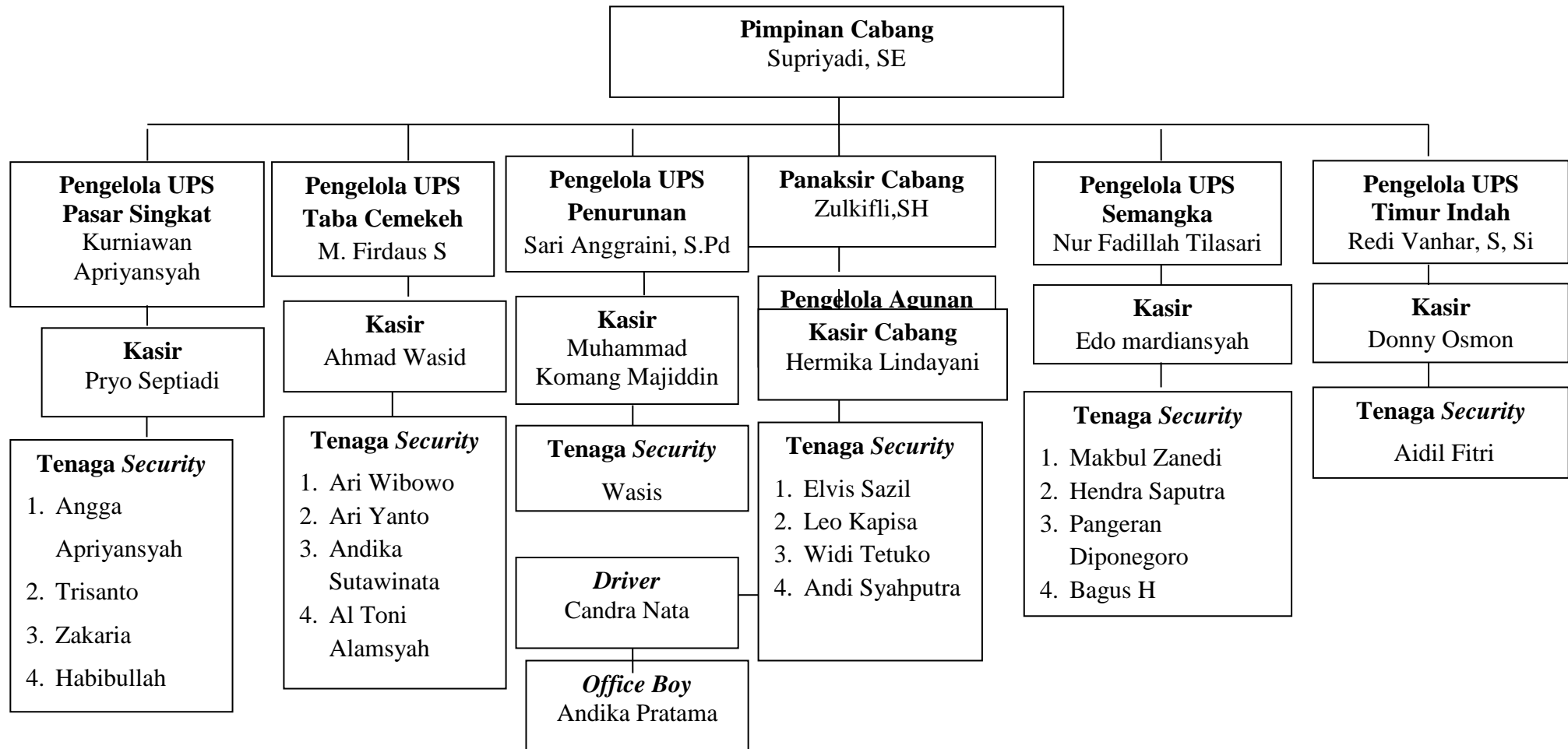
<sup>20</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2011) hal. 80

mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

- c. Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

### C. Struktur Organisasi

Gambar 1.1 Struktur Organisasi PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu



#### **D. Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah**

Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Dimana layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat yang ingin berinvestasi emas.<sup>21</sup>

Dengan adanya tabungan emas yang ditawarkan oleh pegadaian, maka memungkinkan setiap masyarakat untuk melakukan investasi emas batangan. Tabungan emas ini merupakan solusi yang ditawarkan kepada masyarakat yang ingin berinvestasi emas tetapi memiliki keterbatasan dana.

Berikut ini merupakan prosedur dan mekanisme produk tabungan emas :

1. Membuka rekening tabungan emas dikantor cabang PT. Pegadaian Syariah.
2. Proses pembelian emas dapat dilakukan dengan kelipatan 0,01 gram atau sebesar Rp 6.370,00 untuk tanggal hari ini 28 Januari 2018.
3. Apabila membutuhkan dana tunai, saldo titipan emas yang anda miliki dapat dijual kembali (*buyback*) ke PT. Pegadaian Syariah dengan minimal penjualan 1 gram dan anda dapat menerima uang tunai sebesar Rp. 637.000,00 untuk tanggal hari ini 28 Januari 2018.
4. Apabila menghendaki fisik emas batangan, anda dapat melakukan order cetak dengan beberapa pilihan keping (5 gr, 10 gr, 25 gr, 50 gr, dan 100 gr) dengan membayar biaya cetak yang disesuaikan dengan kepingan yang dipilih.

---

<sup>21</sup> [www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas-pdp](http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas-pdp). Diakses pada 27 Januari 2018



5. Minimal saldo yang dimiliki adalah sebesar 0,1 gram.
6. Transaksi penjualan emas kepada PT. Pegadaian Syariah dan pencetakan emas batangan, saat ini hanya dapat dilakukan diseluruh kantor cabang dengan menunjukkan buku tabungan dan identitas dirinya yang asli.

Kemudian terdapat beberapa persyaratan pembukaan rekening tabunga emas, yaitu antara lain :

1. Mengisi data formulir pembukaan rekening tabungan emas yang telah disediakan oleh pihak PT. Pegadaian Syariah.
2. Melampirkan *fotocopy* identitas diri (KTP/SIM/Pasport) yang masih berlaku.
3. Membayar biaya administrasi pembukaan rekening tabungan sebesar Rp 10.000,00.
4. Membayar biaya fasilitas titipan selama 12 bulan sebesar RP 30.000,00.
5. Membuka saldo awal dengan menabung minimal Rp 6. 370,00 untuk tanggal hari ini 28 Januari 2018 yang dikonvesikan pada bentuk emas sebesar 0,01 gram.

Persyaratan pembukaan rekening tabungan emas bagi anak yang belum memiliki KTP, antara lain :

1. Mengisi data formulir pembukaan rekening tabungan emas yang telah disediakan serta ditanda tangani oleh orang tua/ wali.
2. Melampirkan *copy* akte kelahiran.

3. Melampirkan *copy* kartu keluarga untuk anak yang tidak tinggal serumah dengan orang tua/ wali.
4. Membayar biaya administrasi pembukaan rekening sebesar Rp. 10.000,00.
5. Membayar biaya fasilitas titipan selama 12 bulan sebesar Rp. 30.000,00.
6. Membayar setoran awal dengan minimal menabung Rp. 6.370, 00 untuk tanggal hari ini 20 Januari 2018 yang akan di konversikan pada emas seberat 0,01 gram.
7. Dibawah ini merupakan daftar biaya-biaya transaksi dalam produk tabungan emas

**Tabel 1.2**

**Biaya Transaksi Tabungan Emas**

BIAYA TRANSAKSI		
TRANSAKSI	BIAYA	KETERANGAN
Pembukaan Rekening	Rp. 10.000,00	Per rekening tabungan.
Transfer Emas	Rp. 2.000,00	Per transaksi
Pencetakan rekening koran	-	-
Penggantian buku tabungan (akibat hilang/ rusak)	Rp. 10.000,00	Per buku tabungan
Penutupan rekening	Rp. 30.000,00	Per rekening tabungan.
Denda keterlambatan pengambilan emas cetak	Rp. 20.000,00	Per order cetak per 30 hari dan maksimal Rp.

		250.000,00 dibebankan mulai hari ke-121 dari tanggal order cetak.
Biaya fasilitas titipan	-	-

Ket :

- Biaya fasilitas titipan emas berlaku sampai tanggal 31 Desember 2016.
- Biaya pencetakan rekening koran berlaku samapai tanggal 31 Maret 2017.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Maulidiyah. "Analisis Penerapan Segmentasi Pasar Pada Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya". (Surabaya : UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017).

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Kekuatan (*Strength*) Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu

Dalam analisis *SWOT*, kekuatan (*strength*) adalah kemampuan utama yang mempunyai nilai lebih dari perusahaan dibandingkan pesaing.<sup>23</sup> Kekuatan merupakan faktor internal yang menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan. Jadi dapat dikatakan kemampuan (*strength*) merupakan kelebihan atau keunggulan yang dimiliki oleh suatu produk dari sebuah perusahaan atau perusahaan itu sendiri untuk memberikan nilai jual yang berbeda dari produk lain. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, maka dapat didapatkan kekuatan (*strength*) dari produk tabungan emas dari PT. Pegadaian Syariah yaitu Kota Bengkulu sebagai berikut :

a. *Brand Image* PT. Pegadaian Syariah yang baik

PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu merupakan lembaga milik BUMN dan diawasi langsung oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Hal tersebut menjadi jamaian bagi nasabah yang ingin menginvestasikan dananya pada produk-produk PT. Pegadaian Syariah

---

<sup>23</sup> Ais Zakiyudin, *Manajemen Bisnis*,(Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016) hal. 173

khususnya produk tabungan emas. Nasabah tidak perlu khawatir akan hilangnya dana yang telah di investasikan pada tabungan emas karena di jamin oleh pemerintah.

Selain itu, PT. Pegadaian Syariah sendiri sudah memenangkan beberapa ajang penghargaan, misalnya penghargaan *Brand Asia Award Top 3 Most Powerful Financial Institution Non Bank Brand in Indonesia* pada tahun 2016, *Sustainable Finance Award Industri Keuangan Non Bank* pada tahun 2016 dan *BUMN Terbaik 2016 Kategori Bidang Keuangan Sektor Pembiayaan dan Keuangan Lainnya*.<sup>24</sup>

b. Tersedia dalam layanan *online*

Selain layanan yang tersedia secara langsung, layanan Tabungan emas sendiri sudah tersedia dalam layanan online, dimana memudahkan nasabah untuk mengecek secara langsung melalui *website* yang telah disediakan. Nasabah dapat mengakses website [www.pegadain.co.id](http://www.pegadain.co.id).

Selain tersedia website, nasabah juga dapat melakukan pembelian emas secara online melalui layanan BNI *M-Banking*, Mandiri Internet, dan Mandiri *mobile*. Hal tersebut cukup memudahkan bagi nasabah sehingga tidak perlu langsung datang ke outlet Pegadaian Syariah untuk melakukan transaksi.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> [www.pegadain.co.id](http://www.pegadain.co.id), diakses pada 27 juni 2018

<sup>25</sup> Wawancara dengan Bapak Zulkifli selaku penaksir, pada tanggal 14 Maret 2018

- c. Harga yang ditawarkan sangat terjangkau.

PT. Pegadaian Syariah menawarkan pembelian emas melalui tabungan emas dengan harga yang sangat terjangkau. Nasabah bisa mulai menabung emas sebesar 0,01 gram atau sebesar Rp 5.830,- (untuk tanggal 19 Maret 2018).<sup>26</sup>

- d. Tidak adanya potongan per bulan.

Jika umumnya tabungan dikenakan potongan per bulan, namun pada tabungan emas tidak terdapat potongan per bulan. Nasabah hanya perlu membayar biaya perawatan per tahun sebesar Rp 30.000,-.

- e. Lokasi PT. Padaian Syariah Kota Bengkulu Sangat Strategis

PT.Pegadaian Syariah Kota Bengklu terletak dipusat Kota Bengkulu dan lokasinya sangat strategis.

Kawasan PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu terletak di kawasan industri Jasa ( Universitas Muhammadiyah, Bank Danamond, Bank BNI, Bank Mandiri Syariah, Rumah Sakit Kota, Rumah Sakit Tiara Sella, Asuransi Jiwasraya), selain itu kantor PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu Kota Bengkulu terletak di kawasan perkantoran (Kantor Kejaksaan Tinggi Negeri Bengkulu), serta kantor PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu terletak dikawasan perumahan.

Akses yang tersedia juga sangat memudahkan masyarakat untuk mencapai lokasi kantor PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu. Jalan

---

<sup>26</sup> [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id), diakses pada 26 Juni 2108

yang cukup luas dan merupakan jalan utama yang sering dilewati oleh angkutan umum.

- f. Nasabah dapat menabung dan menjual emas di *outlet* mana saja.

Nasabah tabungan emas dapat dengan mudah untuk melakukan transaksi seperti menabung dan menjual emas di *outlet* mana saja.

Untuk saat ini tersedia 4 *outlet* Pegadaian Syariah di Kota Bengkulu.

- g. Adanya layanan dari petugas yang profesional.<sup>27</sup>

PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu memiliki standar pelayanan yang baik. Petugas yang paham dan mengerti mengenai setiap produk yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu, termasuk produk tabungan emas itu sendiri.

Selain itu, PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu juga menyediakan fasilitas yang mendukung kenyamanan nasabah yang ingin melakukan transaksi.

## **2. Kelemahan (*Weaknesses*) Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu**

Kelemahan (*weaknesses*) adalah faktor yang dapat mengurangi kemampuan operasi perusahaan.<sup>28</sup> Jadi dapat dikatakan kelemahan (*weaknesses*) merupakan keterbatasan atau kekurangan yang dimiliki oleh suatu produk dari suatu perusahaan atau perusahaan itu sendiri, sehingga dapat menghambat kinerja perusahaan itu sendiri. Adapun beberapa kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki oleh tabungan emas antara lain, yaitu :

---

<sup>27</sup> Wawancara dengan Bapak Zulkifli bagian Penaksir, Pada tanggal 14 Maret 2018 di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu

<sup>28</sup> Ais Zakiyudin, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016) hal. 173

- a. Penutupan tabungan harus dilakukan di *outlite* asal tabungan emas dibuka.

Meskipun nasabah dapat melakukan transaksi seperti pembelian dan penjualan emas di outlet mana saja, namun untuk penutupan tabungan emas harus dilakukan pada *outlet* asal nasabah membuka tabungan emas. Hal ini dirasa cukup merepotkan bagi nasabah, karena jika ada nasabah yang berpindah domisili suatu saat jika ingin melakukan penutupan tabungan maka harus kembali ke *outlet* asal yang mungkin saja berjarak cukup jauh dan membutuhkan waktu yang lama untuk mencapai *outlet* asal pembukaan tabungan emas.

- b. Adanya *kurs* jual dan kurs beli emas.

Salah satu kelemahan berinvestasi emas adalah adanya *kurs* jual dan *kurs* beli emas. Sehingga apabila nasabah menjual emas maka akan terdapat perbedaan kurs jual dan *kurs* beli.

- c. Adanya pembatasan jumlah transaksi dari tabungan emas.

PT. Pegadaian Syariah menetapkan batasan transaksi pada tabungan emas, baik dalam pembelian dan penjualan emas.

**Tabel 4.1**  
**Tabel Pembatasan Jumlah Transaksi Tabungan Emas**

Transaksi	Pembatasan		
	Minimal	Maksimal	Ket.
Pemilik rekening dapat membeli	0,01 gram	100 gram	per CIF
Pemilik rekening dapat	1 gram	100 gram	per CIF



menjual			
Pemilik rekening dapat mencetak	1 gram	100 gram	per CIF
Pemilik rekening dapat mentrasfer	1 gram	100 gram	per CIF
Saldo rekening	0,1 gram	- gram	Per Rekening

*Sumber : Data Sekunder*

- d. Adanya berat tertentu agar emas bisa dicetak, yaitu mulai dari 1gram.<sup>29</sup>

Nasabah yang melakukan investasi emas melalui tabungan emas tidak bisa melakukan pencetakan emas dengan mudah, karena adanya patokan berat emas, agar emas dapat dicetak yaitu mulai dengan 1 gram.

- e. PT. Pegadaian Syariah tidak menjadikan produk tabungan emas sebagai produk unggulan.

PT. Pegadaian Syariah tidak mengagungkan produk tabungan emas mereka, karena mereka menganggap produk ini sebagai produk pendamping saja.

### **3. Peluang (*Opportunity*) Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu**

Peluang (*opportunity*) adalah kesempatan-kesempatan yang ada yang tentunya memiliki potensi menghasilkan keuntungan melalui usaha-usaha yang

<sup>29</sup> Wawancara dengan Bapak Zulkifli bagian Penaksir, Pada tanggal 14 Maret 2018 di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu

diarahkan untuk memanfaatkan kesempatan-kesempatan tersebut.<sup>30</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa peluang (*opportunity*) merupakan suatu kesempatan yang dimiliki oleh perusahaan guna meningkatkan daya saing yang dimiliki oleh suatu produk sehingga mampu meningkatkan keuntungan.

- a. Emas merupakan salah satu pilihan investasi yang cukup digemari oleh kalangan masyarakat.

Hingga saat ini emas masih menjadi pilihan investasi yang cukup digemari oleh kalangan masyarakat. Hal ini dikarenakan emas merupakan logam mulia yang nilainya stabil, dimana harganya semakin hari cenderung naik dan jarang sekali terjadi penurunan harga emas. Selain itu emas memiliki kemungkinan yang kecil terkena inflasi.

- b. Satu-satunya lembaga yang menyediakan produk tabungan emas.

Untuk saat ini hanya PT. Pegadaian Syariah yang menyediakan produk tabungan emas. Tabungan emas ini sendiri merupakan produk yang bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat yang ingin memiliki emas namun memiliki biaya yang terbatas.

- c. Mayoritas penduduk Bengkulu yang beragama Islam.<sup>31</sup>

Berdasarkan data statistik, 349.375 jiwa penduduk Kota Bengkulu beragama Islam.<sup>32</sup> Melihat hal tersebut menjadi sebuah peluang tersendiri untuk masyarakat yang beragama Islam tersebut memilih membuka tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah di

---

<sup>30</sup> Ais Zakiyudin, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016) hal. 173

<sup>31</sup> Wawancara dengan Bapak Zulkifli bagian Penaksir, Pada tanggal 14 Maret 2018 di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu

<sup>32</sup> <https://bengkulu.kemenag.go.id>, diakses pada 20 Maret 2018

bandingkan untuk membuka tabungan emas di Pegadaian Konvensional.

#### **4. Ancaman (*Threats*) Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu**

Ancaman (*threats*) adalah sesuatu yang sangat mungkin terjadi atas beroperasinya perusahaan dan berpotensi kerugian bagi perusahaan.<sup>33</sup> Jadi ancaman (*threats*) merupakan sebuah situasi yang tidak menguntungkan bagi perusahaan sehingga nantinya dapat berpotensi menimbulkan kerugian pada perusahaan. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa ancaman yang dihadapi oleh produk tabungan emas, antara lain :

a. Harga emas yang berfluktuatif.<sup>34</sup>

Meskipun harga emas cenderung stabil dan mengalami kenaikan, namun tidak menutup kemungkinan harga emas akan mengalami penurunan harga, hal tersebut akan berakibat sulitnya perhitungan nilai yang dimiliki dimasa yang akan mendatang.

Nasabah yang beinvestasi dengan nilai kecil mungkin tidak akan terlalu berpengaruh, namun bagi nasabah yang berrinvestasi dengan nilai yang cukup besar, fluktuasi harga emas ini cukup menjadi pertimbangan.

---

<sup>33</sup> Ais Zakiyudin, *Manajemen Bisnis*...hal.173

<sup>34</sup> Wawancara dengan Bapak Supriyadi selaku Pimpinan Cabang PT.Pegadaian Syariah Kota Bengkulu, Pada tanggal 14 Maret 2018

- b. Adanya lembaga keuangan lain yang menawarkan produk investasi emas.

Hingga saat ini hanya PT. Pegadaian Syariah yang hanya menyediakan produk tabungan emas, namun terdapat lembaga keuangan lain yang menyediakan produk investasi emas, seperti produk cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Mandiri Syariah dan produk pembiayaan emas iB Hasanah yang ditawarkan oleh Bank BNI Syariah.

- c. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pegadaian syariah.<sup>35</sup>

Seperti yang sudah dijelaskan bahwa masyarakat Kota Bengkulu beragama Islam, namun sayangnya banyak masyarakat yang kurang memahami bahkan tidak tahu tentang lembaga keuangan syariah, mereka mengira atau menilai bahwa sistem operasional antara lembaga keuangan syariah sama dengan sistem operasional lembaga keuangan konvensional. Sehingga mereka tidak memiliki pertimbangan tersendiri terhadap unsur syariah yang telah ditawarkan. Begitu dengan menggunakan jasa Pegadain, banyak masyarakat yang berfikir bahwa PT. Pegadaian Syariah sama dengan PT. Pegadain Konvensional.

---

<sup>35</sup> Wawancara dengan Bapak Zulkifli bagian Penaksir, Pada tanggal 14 Maret 2018 di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu

**Tabel 4.2 Ringkasan Faktor- Faktor Srategis Internal dan Faktor-  
Faktor Srategis Eksternal Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian  
Syariah Kota Bengkulu**

<b>I</b>	<b>Kekuatan</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Brand Image</i> PT. Pegadaian Syariah yang baik</li> <li>b. Layanan Oonline yang disediakan oleh pihak PT. Pegadaian Syariah memudahkan nasabah tabungan emas dalam melakukan transaksi.</li> <li>c. Harga yang ditawarkan sangat terjangkau.</li> <li>d. Tidak ada potongan perbulan</li> <li>e. Lokasi PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu sangat strategis.</li> <li>f. Nasabah dapat menabung dan menjual emas di outlet dimana saja.</li> <li>g. Petugas sangat profesional dalam memberikan layanan.</li> </ul>
<b>II</b>	<b>Kelemahan</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Penutupan tabungan emas harus dilakukan di outlet asal dimana tabungan emas dibuka.</li> <li>b. Adanya kurs jual dan kurs beli emas.</li> <li>c. Adanya berat tertentu agar emas bisa dicetak.</li> <li>d. Adanya pembatasan jumlah transaksi dari tabungan emas.</li> <li>e. PT. Pegadaian Syariah tidak menjadikan produk tabungan emas sebagai produk unggulan</li> </ul>
<b>III</b>	<b>Peluang</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Emas merupakan salah satu pilihan investasi yang cukup digemari oleh kalangan masyarakat.</li> <li>b. Mayoritas penduduk Kota Bengkulu beragama Islam.</li> <li>c. Satu-satunya produk tabungan yang ditawarkan oleh pihak</li> </ul>

	pegadaian dalam bentuk tabungan emas.
<b>IV</b>	<b>Ancaman</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Harga emas yang fluktuatif.</li> <li>b. Adanya lembaga keuangan lain yang menawarkan produk investasi emas.</li> <li>c. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai Pegadaian Syariah.</li> </ul>

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

## B. Pembahasan

### 1. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Produk Tabungan Emas

Analisis *SWOT* merupakan singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknessess* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana *SWOT* ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi pada *profit* dan *non profit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan perusahaan tersebut secara *komprehensif*.<sup>36</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa analisis *SWOT* adalah suatu analisis yang dilakukan melalui, kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknessess*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Dimana kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknessess*) merupakan faktor internal perusahaan, sedangkan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) merupakan faktor eksternal perusahaan.

---

<sup>36</sup> Irham Fahmi, *Studi Kelayakan Bisnis dan Keputusan Investasi*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2014) hal. 371

Tabungan emas adalah sebuah layanan dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau.<sup>37</sup> Tabungan emas merupakan sebuah produk yang diciptakan untuk membantu masyarakat yang ingin memiliki emas namun tidak memiliki dana yang cukup untuk dapat membeli atau mencicil emas.

Strategi promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan produk tabungan emas pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu harus meninjau kembali kondisi internal dan kondisi eksternal perusahaan agar dapat melakukan strategi promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan produk tabungan emas tersebut.

Setelah menganalisis faktor strategis internal dan eksternal produk tabungan emas dapat diketahui dan menemukan strategi promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan dengan matriks SWOT yang terdiri dari strategi untuk S-O (mengandalkan kekuatan terhadap peluang yang ada), strategi untuk W-O (mengandalkan peluang dengan adanya keterbatasan), strategi untuk S-T (mengandalkan kekuatan dalam menghadapi berbagai ancaman), dan strategi untuk W-T (strategi yang terpaksa diambil akibat kelemahan dan keterbatasan).

Berdasarkan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, faktor internal dan eksternal yang telah dipaparkan diatas maka dapat di rumuskan analisis *SWOT* untuk faktor internal dan faktor eksternal serta strategi matrik *SWOT*.

---

<sup>37</sup> [www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php](http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php). Diakses Rabu, 27 Desember 2017

**Tabel 4.3 Analisis SWOT untuk Faktor Internal pada Produk Tabungan Emas PT.Pegadaian Syariah Kota Bengkulu<sup>38</sup>**

Uraian	Bobot	Rating	Skor
<b>1. Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>			
a. <i>Brand Image</i> PT. Pegadaian Syariah yang baik	0,75	4	3
b. Layanan <i>Online</i> yang disediakan oleh pihak PT. Pegadaian Syariah memudahkan nasabah tabungan emas dalam melakukan transaksi.	0,50	3	1,5
c. Harga yang ditawarkan sangat terjangkau.	0,75	4	3
d. Tidak ada potongan perbulan	0,50	4	2
e. Lokasi PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu sangat strategis.	0,50	3	1,5
f. Nasabah dapat menabung dan menjual emas di <i>outlet</i> dimana saja.	0,50	3	1,5
g. Adanya layanan dari petugas yang profesional.	0,50	3	1,5
<b>Jumlah</b>	<b>4</b>	<b>24</b>	<b>14</b>
<b>2. Kelemahan (<i>weaknesses</i>)</b>			
a. Penutupan tabungan emas harus dilakukan di <i>outlet</i> asal dimana tabungan emas dibuka.	0,50	3	1,5

<sup>38</sup> IrhamFahmi, *Manajemen Strategis : Teori dan Aplikasi* (Jakarta : ALFABETA, 2013)hal.



b. Adanya kurs jual dan kurs beli emas.	0,50	2	1
c. Adanya berat tertentu agar emas bisa dicetak.	0,50	3	1,5
d. Adanya pembatasan jumlah transaksi dari tabungan emas.	0,50	3	1,5
e. PT. Pegadaian Syariah tidak menjadikan produk tabungan emas sebagai produk unggulan	0,50	4	2
Jumlah	2,5	15	7,5
Jumlah ( S + W)	6.5		21,5

Sumber :Data Primer yang diolah

**Tabel 4.4 Analisis Swot Untuk Faktor Eksternal Pada Pt.Pegadaian Syariah Kota Bengkulu<sup>39</sup>**

1. Peluang ( <i>Opportunities</i> )			
a. Emas merupakan salah satu pilihan investasi yang cukup digemari oleh kalangan masyarakat.	0,75	5	3,75
b. Mayoritas penduduk Kota Bengkulu beragama Islam.	0,50	4	2
c. Satu-satunya produk tabungan yang ditawarkan oleh pihak pegadaian dalam bentuk tabungan emas.	0,75	4	2,25
Jumlah	2	13	8,75

<sup>39</sup> IrhamFahmi, *Manajemen Strategis : Teori dan Aplikasi* (Jakarta : ALFABETA, 2013)hal. 271

2. Ancaman (Threats)			
a. Harga emas yang fluktuatif.	0,75	3	2,25
b. Adanya lembaga keuangan lain yang menawarkan produk investasi emas.	0,50	4	2
c. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai Pegadaian Syariah.	0,50	2	1
Jumlah	1,75	9	5,25
Jumlah ( O + T)	3,75		16,22

*Sumber : Data primer yang diolah*

Dari hasil analisis tabel faktor internal dan faktor eksternal diatas, menunjukkan bahwa untuk total nilai skor dari masing-masing faktor dapat dirincikan sebagai berikut

1. Faktor kekuatan (*stregth*) : 14
2. Faktor kelemahan (*weakness*) : 11,25
3. Faktor peluang (*opportunities*) : 10,97
4. Faktor ancaman (*threats*) : 5,25

Dari perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai kekuatan lebih tinggi dari pada faktor kelemahan dengan selisih 9,31 dan nilai faktor peluang lebih rendah dibandingkan dengan faktor ancaman dengan selisih 7.

Setelah menganalisis faktor strategis internal dan eksternal pada Produk tabungan emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu dapat di ketahui dan menemukan strategi yang tepat bagi produk tabungan emas.

Penyusunan formulasi strategis di susun berdasarkan analisis *SWOT*, yakni dengan menggabungkan beberapa indikator yang terdapat dalam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Berdasarkan hasil EFAS dan IFAS maka PT.Pegadaian Syariah Kota Bengkulu KC dapat melakukan formulasi arah strategi dengan menggunakan matriks *SWOT*, yang kemudian menghasilkan beberapa pilihan strategi sebagai berikut :

**Tabel 4.5 Penentuan Srategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu**

<p><b>Internal</b> <b>(S-W)</b></p>	<p><b>Strengths (S)</b> <b>(Kekuatan)</b></p>	<p><b>Weaknesses (W)</b> <b>(Kelemahan)</b></p>
<p><b>Eksternal</b> <b>(O-T)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Brand Image</i> PT. Pegadaian Syariah yang baik.</li> <li>2. Layanan <i>online</i> yang disediakan oleh PT. Pegadaian Syariah memudahkan nasabah tabungan emas dalam melakukan transaksi.</li> <li>3. Harga sangat terjangkau.</li> <li>4. Tidak ada potongan perbulan.</li> <li>5. Lokasi PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu sangat strategis</li> <li>6. Nasabah dapat menabung dan menjual emas di</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penutupan tabungan harus dilakukan di <i>outlet</i> asal tabungan emas dibuka.</li> <li>2. Adanya <i>kurs</i> jual dan <i>kurs</i> beli emas.</li> <li>3. Adanya berat tertentu agar emas bisa dicetak, yaitu mulai dari 1 gram.</li> <li>4. Adanya pembatasan jumlah pembelian</li> <li>5. PT. Pegadaian Syariah tidak menjadikan produk tabungan emas sebagai produk unggulan</li> </ol>

	<p><i>outlet</i> di mana saja.</p> <p>7. Petugas sangat profesional dalam memberikan layanan.</p>	
<p><b>Opportunities (O)</b> <b>(Peluang)</b></p> <p>1. Emas merupakan salah satu pilihan berinvestasi yang cukup digemari oleh masyarakat.</p> <p>2. Mayoritas penduduk Kota Bengkulu yang beragama Islam.</p> <p>3. Satu-satunya produk tabungan yang ditawarkan oleh pihak Pegadaian dalam bentuk tabungan emas.</p>	<p><b>Strategi untuk S-O</b></p> <p>1. Mempertahankan kualitas produk yang telah dimiliki.</p> <p>2. Meningkatkan pelayanan kepada nasabah.</p> <p>3. Melakukan promosi yang lebih gencar dengan didukungnya jumlah penduduk.</p> <p>4. Melakukan inovasi pelayanan dan promosi melalui media <i>online</i>.</p> <p>5. Memberikan <i>doorprize</i> kepada para nasabah.</p> <p>6. Mengadakan kerjasama dengan lembaga-lembaga, seperti universitas, sekolah dan sebagainya.</p>	<p><b>Strategi untuk W-O</b></p> <p>1. Lebih meningkatkan kegiatan promosi.</p> <p>2. Memaksimalkan penggunaan media <i>online</i></p> <p>3. Memperluas sasaran pemasaran.</p> <p>4. Menambah staf pemasaran.</p> <p>5. Melakukan inovasi pada produk dengan syarat-syarat yang ditetapkan.</p> <p>6. Memberikan <i>reward</i> kepada nasabah yang memiliki jumlah saldo tertentu.</p>
<p><b>Threats ( T)</b> <b>(Ancaman)</b></p>	<p><b>Strategi Untuk S-T</b></p> <p>1. Menambah media</p>	<p><b>Strategi Untuk W-T</b></p> <p>1. Mengembangkan</p>

1. Harga emas yang fluktuatif.	promosi seperti iklan ditelevisi,	sistem terkait regulasi.
2. Adanya lembaga keuangan lain yang menawarkan produk investasi emas.	koran, dan media sosial	2. Merancang kiat-kiat baru dalam melakukan promosi.
3. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai Pegadaian Syariah.	2. Melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat. 3. Memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah, khususnya pegadaian syariah.	3. Meningkatkan kiat-kiat dalam pengembangan produk.

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Tabel 4.5 diatas menjelaskan kondisi internal PT. Pegadaian Syariah kota Bengkulu memiliki 7 kekuatan dan 5 kelemahan. Jika kekuatan yang dimiliki lebih banyak dari kelemahan yang dimiliki maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut dalam keadaan baik.<sup>40</sup>

Kondisi eksternal perusahaan perusahaan sendiri terdiri dari 3 peluang yang dimiliki oleh PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu dan 3 ancaman yang dihadapi oleh PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu. Jumlah peluang dan ancaman yang dimiliki oleh PT. Pegadaian Syariah adalah seimbang.

Tabel 4.5 diatas juga menjelaskan 6 S-O, 6 strategi W-O, 3 strategi S-T, dan 3 strategi W-T. Strategi S-O merupakan strategi agresif diambil dengan

<sup>40</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan (Teori dan Aplikasi)*, (Bandung, Alfabeta, 2013) hal. 221

memaksimalkan 7 kekuatan yang dimiliki oleh Produk Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu untuk meraih 3 peluang yang dapat digapai. Sedangkan strategi S-T merupakan strategi diversifikasi produk yang diambil dengan memaksimalkan 7 kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi 3 ancaman yang dihadapi saat ini oleh Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu .

Kemudian strategi W-O merupakan strategi *turn around* yang diambil dengan memanfaatkan 3 peluang yang ada dengan 5 kelemahan yang dimiliki oleh Produk Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu. Strategi W-T merupakan strategi defensif, strategi ini diambil akibat adanya kelemahan dan keterbatasan dari Produk Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu.

Tabel 4.5 di atas menjelaskan 4 pilihan strategi yang dapat diambil terkait Produk Tabungan Emas pada PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu, yaitu :

1. Strategi S-O

a. Mempertahankan kualitas yang telah dimiliki.

PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu sudah memiliki kualitas yang baik. Dimulai dengan harga yang sangat terjangkau serta jaminan keamanan bagi nasabah yang ingin berinvestasi emas melalui produk tabungan emas.

b. Meningkatkan pelayanan kepada nasabah.

Walaupun sudah tergolong baik, PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu harus terus berusaha meningkatkan pelayanan

kepada nasabah, baik dari segi sarana maupun prasana guna meningkatkan kenyamanan nasabah yang ingin melakukan transaksi, khususnya nasabah tabungan emas.

- c. Melakukan promosi yang lebih gencar dengan di dukungnya jumlah penduduk.

Telah diketahui mayoritas penduduk kota Bengkulu adalah beragama Islam, hal ini amat sangat menguntungkan bagi PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, khususnya nasabah Produk Tabungan Emas, yang dimana hanya Pegadain saja yang menyediakan produk tersebut.

- d. Melakukan inovasi pelayanan dan promosi melalui media *online*.

Sekarang ini pertumbuhan media *online* sangatlah pesat. Masyarakat lebih menyukai hal-hal yang praktis, sehingga rata-rata mereka melakukan pemenuhan kebutuhan melalui media *online*. Dengan penoptimalkan penggunaan media *online*, sehingga nasabah mampu mengakses informasi atau melakukan transaksi dengan lebih mudah lagi di mana pun dan kapan pun.

- e. Memberikan *doorprize* kepada para nasabah.

Pemberian *doorprice* menjadi salah satu srategi promosi yang diharapkan mampu membuat nasabah tertarik agar menggunakan suatu produk, dimana dalam hal ini adalah produk tabungan emas. Dengan adanya *doorprice* yang diberikan seperti hadiah liburan atau hadiah lainnya maka tidak akan menutup

kemungkinan akan mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan emas.

- f. Mengadakan kerjasama dengan lembaga-lembaga, seperti universitas, sekolah dan sebagainya.

Dengan diadakannya kerja sama dengan suatu lembaga tertentu, maka hal tersebut dapat menciptakan sasaran pasar baru dan memungkinkan untuk menarik minat masyarakat terhadap tabungan emas.

## 2. Strategi W-O

- a. Lebih meningkatkan kegiatan promosi

Dengan peluang masyarakat kota Bengkulu yang beragama Islam. Dengan peningkatan promosi diharapkan masyarakat akan lebih tertarik untuk menggunakan produk dari PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu khususnya Produk Tabungan Emas.

- b. Memaksimalkan penggunaan media *online*

Dengan semakin berkembangnya zaman, media online menjadi salah satu sarana yang cukup digemari oleh banyak kalangan, hal ini dapat dimanfaatkan untuk melakukan promosi seperti melalui *facebook*, *twitter* atau *instagram*.

- c. Memperluas sasaran pemasaran.

Memperluas sasaran pemasaran ini bertujuan untuk lebih meningkatkan kegiatan promosi kepada masyarakat. Dengan sasaran pemasaran yang lebih luas maka diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan Produk Tabungan Emas.



- d. Melakukan inovasi pada produk terkait dengan syarat-syarat yang ditetapkan.

Seperti yang diketahui bahwa pada Produk Tabungan Emas ini terdapat beberapa persyaratan yang diberikan kepada nasabah terkait dengan sistem operasional. Persyaratan tersebut dinilai cukup merepotkan atau membebani nasabah, diharapkan agar dilakukan kajian ulang mengenai persyaratan tersebut.

- e. Menambah staf pemasaran.

Penambahan staf pemasaran dirasa perlu khususnya *sales*, hal ini agar dapat dilakukan promosi *door to door*.

- f. Memberikan *reward* kepada nasabah yang memiliki jumlah saldo tertentu.

Dengan pemberian *reward* ini diharapkan mampu membuat nasabah terus menerus menggunakan produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan, dalam hal ini produk tabungan emas PT. Pegadaian Syraiah.

### 3. Startegi S-T

- a. Menambah media promosi elektronik maupun non-elektronik

Penambahan media promosi seperti iklan di televisi, media sosial atau koran bertujuan untuk menarik dan mempengaruhi nasabah maupun calon nasabah.

- b. Melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat.

Salah satu penyebab dari kurangnya peminat suatu produk dikarenakan masyarakat belum mengenal produk tersebut. Dengan

dilakukannya sosialisasi maka masyarakat akan lebih mengenal produk-produk dari PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu, khususnya untuk Produk Tabungan Emas.

- c. Melakukan edukasi kepada masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah khususnya Pegadaian Syariah.

Salah satu penyebab dari kurangnya minat masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah adalah karena mereka berfikir bahwa sama saja antara lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah. Dengan adanya edukasi tentang lembaga keuangan syariah maka diharapkan masyarakat muslim akan memilih lembaga keuangan syariah, khususnya Pegadaian Syariah.

#### 4. Strategi W-T

- a. Mengembangkan sistem terkait regulasi

Seperti yang diketahui terdapat beberapa regulasi mengenai prosuk tabungan emas yang kurang menguntungkan bagi nasabah yaitu diantaranya adanya pembatasan jumlah pembelian emas serta penutupan tabungan yang harus dilakukan di tempat awal membuka tabungan emaa, serta adanya berat tertentu agar emas dapat dicetak. Untuk itu diharapkan agar PT. Pegadaian Syariah mampu untuk mengembangkan sistem yang berkaitan dengan regulasi sehingga nantinya mampu mempermudah nasabah.

b. Merancang kiat-kiat baru dalam melakukan promosi.

Kondisi pasar yang ada di Bengkulu berbeda-beda, dengan adanya kiat-kiat promosi yang baru maka diharapkan dapat ditemukan cara baru agar mampu menarik minat masyarakat.

c. Meningkatkan kiat-kiat dalam pengembangan produk.

Hal ini dilakukan guna menciptakan suatu inovasi produk yang kemudian akan menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan nasabah.

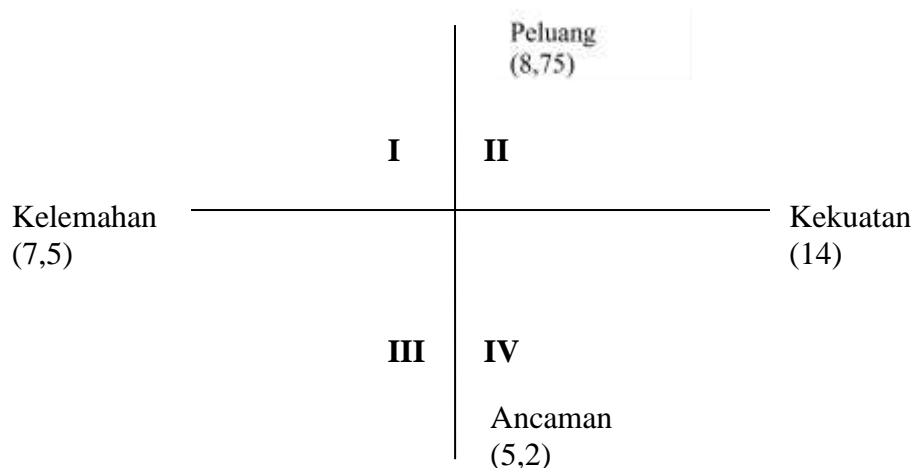
**Tabel 4.6 Ringkasan Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Emas Dengan Matrik *SWOT***

<b>Strategi untuk S-O</b>	<b>Strategi untuk W-O</b>
1. Mempertahankan kualitas produk yang telah dimiliki.	1. Lebih meningkatkan kegiatan promosi.
2. Meningkatkan pelayanan kepada nasabah.	2. Memaksimalkan penggunaan media <i>online</i>
3. Melakukan promosi yang lebih gencar dengan didukungnya jumlah penduduk.	3. Memperluas sasaran pemasaran.
4. Melakukan inovasi pelayanan dan promosi melalui media <i>online</i> .	4. Menambah staf pemasaran.
5. Memberikan <i>doorprize</i> kepada para nasabah.	5. Melakukan inovasi pada produk dengan syarat-syarat yang ditetapkan.
6. Mengadakan kerjasama	6. Memberikan <i>reward</i> kepada nasabah yang memiliki jumlah saldo tertentu.

dengan lembaga-lembaga, seperti universitas, sekolah dan sebagainya.	
<b>Strategi Untuk S-T</b> 1. Menambah media promosi seperti iklan di televisi, koran, dan media sosial 2. Melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat. 3. Memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah, khususnya pegadaian syariah.	<b>Strategi Untuk W-T</b> 1. Mengembangkan sistem terkait regulasi. 2. Merancang kiat-kiat baru dalam melakukan promosi. 3. Meningkatkan kiat-kiat dalam pengembangan produk.

## 2. Kuadran dan Strategi Paling Tepat Untuk Digunakan Dalam Promosi

Untuk meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Emas.



**Gambar 4.1 Diagram Analisis SWOT<sup>41</sup>**

<sup>41</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategis : Teori dan Aplikasi* (Bandung : Alfabeta, 2015) hal.266

Pada diagram analisis *SWOT* diatas menunjukkan bahwa PT.Pegadaian Syariahberada di kuadran II dimana seperti yang diketahui dari hasil analisis PT. Pegadaian Syariah memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan pe. Peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Tabungan emas adalah sebuah produk yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Syariah, dimana produk ini merupakan layanan dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau.

Dari hasil analisis, maka dapat diketahui kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu, yaitu :

1. Kekuatan (*Strengths*)
  - a. *Brand Image* PT. Pegadaian Syariah yang baik.
  - b. Layanan *online* yang disediakan oleh PT. Pegadaian Syariah memudahkan nasabah tabungan emas dalam melakukan transaksi.
  - c. Harga sangat terjangkau.
  - d. Tidak ada potongan perbulan.
  - e. Lokasi PT. Pegadaian Syariah Kota Bengkulu sangat strategis
  - f. Nasabah dapat menabung dan menjual emas di *outlet* di mana saja.
  - g. Petugas sangat profesional dalam memberikan layanan.
2. Kelemahan (*Weaknesses*)
  - a. Penutupan tabungan harus dilakukan di *outlet* asal tabungan emas dibuka.
  - b. Adanya *kurs* jual dan *kurs* beli emas.

- c. Adanya berat tertentu agar emas bisa dicetak, yaitu mulai dari 1gram.
  - d. Adanya pembatasan jumlah pembelian
  - e. PT. Pegadaian Syariah tidak menjadikan produk tabungan emas sebagai produk unggulan
3. Peluang (*Opportunities*)
- a. Emas merupakan salah satu pilihan investasi yang cukup digemari oleh kalangan masyarakat.
  - b. Satu-satunya lembaga yang menyediakan produk tabungan emas.
  - c. Mayoritas penduduk Bengkulu yang beragama Muslim.
4. Ancaman (*Threats*)
- a. Harga emas yang berfluktuatif.
  - b. Adanya lembaga keuangan lain yang menawarkan produk investasi emas.
  - c. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pegadaian syariah.
5. Strategi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan emas.
- a. Melakukan promosi yang lebih gencar dengan didukungnya jumlah penduduk.
  - b. Melakukan inovasi pelayanan dan promosi melalui media *online*.
  - c. Memberikan *doorprize* kepada para nasabah.

- d. Mengadakan kerjasama dengan lembaga-lembaga, seperti universitas, sekolah dan sebagainya. Lebih meningkatkan kegiatan promosi.
  - e. Memaksimalkan penggunaan media *online*
  - f. Memperluas sasaran pemasaran.
  - g. Menambah staf pemasaran.
  - h. Memberikan *reward* kepada nasabah yang memiliki jumlah saldo tertentu.
  - i. Menambah media promosi seperti iklan di televisi, koran, dan media sosial
  - j. Melakukan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat.
  - k. Memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah, khususnya pegadaian syariah.
  - l. Merancang kiat-kiat baru dalam melakukan promosi.
6. Kuadran dan strategi yang paling tepat untuk digunakan dalam promosi produk tabungan emas adalah kuadran II atau *agresif*.

## **B. Saran**

Berdasarkan data dan informasi yang telah didapat oleh penulis maka penulis akan memberikan saran kepada PT. Pegadaian Syariah terkait promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan produk tabungan emas maka perlu diperhatikan adanya lembaga keuangan lain yang menawarkan produk investasi emas serta kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pegadaian syariah, karenanya pihak PT. Pegadaian Syariah diharapkan dapat memberikan sosialisasi



kepada masyarakat agar masyarakat paham mengenai pegadaian syariah terutama tentang produk tabungan emas serta lebih gencar lagi melakukan promosi mengenai produk tabungan emas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Cipta Kurnia. *Pendekatan Analisis Swot Terhadap Produk Tabungan Haji Arafah*. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah. 2008
- Al Arif, M. Nur Rianto . 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah Bandung* : Alfabeta.
- Ascarya. 2011. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta : Rajagrafindo Persada
- Asnawi, Nur. 2017. *Pemasaran Syariah : Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Burgin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Dipraja, Sholeh. 2011. *Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede?*. Jakarta : PT. Tangga Pustaka.
- Djarwanto.2001. *Statistik Sosial Ekonomi*. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta
- Effendi, Usman. 2014. *Asas Manajemen*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Ehsanullah, Syed. 2015. *Gold Investment from Islamic Perspective: The Case of Malaysia*. Malaysia : Institute of Islamic Banking and Finance, International Islamic University Malaysia.
- Fahmi, Irham. 2014. *Studi Kelayakan Bisnis dan Keputusan Investasi*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Fahmi, Irfan. 2013 *Kewirausahaan ( teori,kasus, dan solusi)*. Bandung : Alfabeta.
- Fauzi,Muhammad. *Implementasi Prinsip Syari'ah Pada Perbankan Syari'ah di Kota Semarang*. Semarang : IAIN Walisongo. 2007
- Gulo, W. 2000. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Grasindo.
- Huda, Nurul. 2017. *Pemasaran Syariah : Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Kencana
- Ismail. 20011. *Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta : Kencana.
- Ismail, 2011. *Perbankan Syariah* . Jakarta : Penedamedia Group.
- Kasmir. 1995. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Kasmir. 2012. *Kewirausahaan..* Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Marimin. 2004. *Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta : Grasindo.

- Muhammad, Suwarsono . 2008. *Manajemen Strategik : Konsep dan Kasus*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Nasken, M. Romi. *Analisis SWOT Terhadap Produk Deposito Mudharabah ( Studi Kasus : PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Pembantu Kalimantan )* , Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2006
- Nu Nu Htay, dan Syed Ahmad Salman. *Viability of Islamic Insurance ( Takaful ) in India : SWOT Analysis Approach, Review of European Studies, Vol. 5 no. 4 India*. 2013.
- Nor, Dumair, dkk, 2007. *Ekonomi Versi Salaf Pasuruan*: Pustaka Sidogiri.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Utama
- Siagian, Sondang. 1995. *Manajemen Stratejik*. Jakarta :Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Susyanti, Jeni. 2016. *Pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah Malang* : Empat Dua.
- Sutedi, Adrian. 20011. *Hukum Gadai Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Yuliani. *Analisis SWOT Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin*. Banjarmasin : IAIN Banjarmasin. 2017.
- Yusuf Hamali, Arif.2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Zaenuri. 2014. *Konsep Pembiayaan Pemilikan Emas Pada Perbankan Syariah ( Studi Bank Mandiri Syariah Semarang)*. Semarang : UIN Wali Songo
- Anual Report Pegadain Tahun 2016, <http://pegadaian.co.id/info-annual-report.php>, diakses pada 23 Desember 2017
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 77/ DSN-MUI/ V/ 2010*.
- Peraturan Bank Indonesia. *Kepemilikan emas dengan akad Murabahah, SE Nomor 14/ 16/ DPbS*.