

**ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA LAYANAN APLIKASI *MOBILE*
PEGADAIAN SYARIAH DIGITAL (PSD) MENGGUNAKAN *SWOT*
ANALYSIS
(STUDI PADA PT PEGADAIAN SYARIAH CABANG SIMPANG SKIP
BENGKULU)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

OLEH:

Rizky Nanda Prastya Ningrum
NIM 1516140172

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2019 M/ 1440 H**

SURAT PERNYATAAN

Nama : Rizky Nanda Prastya Ningrum
NIM : 1516140172
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : "Analisis Startegi Bisnis pada Layanan Aplikasi *Mobile* Pegadaian Syariah Digital (PSD) Menggunakan *SWOT Analysis*"

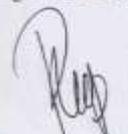
Telah dilakukan verifikasi plagiat melalui <https://smallseotools.com/plagiarism-checker/> skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiat. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan kembali.

Bengkulu, Agustus 2019
Dzulhijjah 1440 H

Mengetahui Tim Verifikasi


Andeng Sunarto, Ph.D
NIP. 197611242006041002

Yang Membuat Pernyataan


Rizky Nanda Prastya Ningrum
NIM. 1516140172

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi dengan judul “Analisis Startegi Bisnis pada Layanan Aplikasi *Mobile* Pegadaian Syariah Digital (PSD) Menggunakan *SWOT Analysis* (Studi Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip 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 dipublikasikan orang lain, kecuali 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 berlaku.

Bengkulu, Agustus 2019 M

Dzulhijjah 1440 H

Mahasiswa yang menyatakan



Rizky Nanda Prastva Ningrum
NIM 1516140172

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Rizky Nanda Prastya Ningrum, NIM 1516140172 dengan judul "Analisis Strategi Bisnis pada Layanan Aplikasi *Mobile* Pegadaian Syariah Digital (PSD) Menggunakan *SWOT Analysis* (Studi Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu)", Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam 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 diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, Agustus 2019 M
Dzulhijjah 1440 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Angang Sunarto, Ph.D
NIP. 197611242006041002

Yosy Arisandy, M.M
NIP. 198508012014032001





KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Raden Patah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Bisnis pada Layanan Aplikasi Mobile Pegadaian Syariah Digital (PSD) Menggunakan *SWOT Analysis* (Studi pada PT Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip .Bengkulu)", oleh: Rizky Nanda Prastya Ningrum NIM: 1516140172, 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: Jumat

Tanggal: 16 Agustus 2019M/ 15 Dzulhijjah 1440 H

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

Bengkulu, 22 Agustus 2019 M
21 Dzulhijjah 1440 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Andang Sunarto, Ph.D

NIP.197611242006041002

Penguji I

Drs. M. Syakroni, M.Ag

NIP.195707051987031003

Sekretaris

Yenti Sumarni, SE.MM

NIP.197904162007012020

Penguji II

Miti Yarmunida, M.Ag

NIP.19770552007102002

Mengetahui,

Dekan

Dr. Asnaini, MA

NIP.197304121998032003

MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)

(Qs. Alam Nasyrah: 6-7)

Bukan suatu aib jika kamu gagal dalam suatu usaha, yang merupakan aib adalah jika kamu tidak bangkit dari kegagalan itu

(Ali bin Abu Thalib)

Terus lah belajar dan berusaha menjadi baik karena hadiah terbaik yang bisa anda berikan kepada orang lain adalah anda sendiri jadi orang baik

(Penulis)

Persembahan

Sujud syukur kesembahkan kepada-Mu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadipribadi yang berfikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita. Denga ini kupersembahkan karya ini kepada:

- 1. Ibu Sumiyati ku tercinta, wanita nomor 1 di hatiku , cinta tebaik dan pali tulus yang Allah anugrahkan padaku. Trimakasih ibu, atas segala doa dan pengorbananmu.*
- 2. Yang selalu membantu meringankan pekerjaan rumahku, agar penulis fokus dalam penelitiannya Inga Tika, Kakak Fira, Abank Vito, dan Adek Fajar. Terimakasih atas segala bantuan kalian.*
- 3. Terima kasih untuk seseorang yang terkasih Achmat Eko, selalu membantu dan memberi dukungan kepada penulis sampai akhir skripsi.*
- 4. Terima kasih sedalam-dalamnya kepada pembimbingku bapak Andang Sunarto, Ph.D dan ibu Yosy Arisandy M.M yang telah membantu berjalannya skripsi ini.*
- 5. Terima kasih juga untuk Lambe Turahku atas semangat dan bantuan kalian dari awal semester sampai akhir semester, teruntuk Ratih, Dana, Riris dan Butet.*
- 6. Terima kasih juga untuk teman-teman KKN seperjuanganku, dan almamaterku.*

ABSTRAK

“Analisis Strategi Bisnis pada Layanan Aplikasi Mobile Pegadaian Syariah Digital (PSD) Menggunkakan *SWOT Analysis*”

(Studi pada PT Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu)

Oleh Rizky Nanda Prastya Ningrum, NIM 1516140172

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana strategi bisnis pada layana aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) dalam menunjang transaksi serta mengoptimalkan potensi dan peluang yang ada didalam menghadapi persaingan. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Adapun pembahasan hasil penelitian menggunakan pendekatan deskriptif analisis. Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa prosedur dan proses penerapan pada Pegadaian Syariah Digital (PSD) tidak sepenuhnya dilakukan secara *online*. *SWOT Analysis* juga menunjukkan hasil bahwa layana Pegadaian Syariah Digital (PSD) memiliki potensi kekuatan internal yang sangat baik sehingga bisa dimanfaatkan untuk menarik keuntungan, dimana memerlukan strategi pertumbuhan yang agresif. Sehingga Pegadaian Syariah Digital (PSD) dalam hal ini mempertajam nilai unik atau diferensiasi perusahaan dalam menghadapi persaingan.

Kata kunci: Prosedur dan Proses Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD), *SWOT Analysis*, Pegadaian Syariah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Startegi Bisnis pada Layanan Aplikasi *Mobile* Pegadaian Syariah Digital (PSD) Menggunakan *SWOT Analysis* (Studi Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip 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 untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) 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 beberapa pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag.,M.H. selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Yosy Arisandy, MM, selaku Ketua Prodi Perbankan Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

5. Andang Sunarto, Ph.D, selaku pembimbing I dan Yosy Arisandy, M.M selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Ibu tercinta Sumiyati, yang selalu mendoakan kesuksesan penulis.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal adminitrasi.
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 mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis kedepan.

Bengkulu, Agustus 2019M
Dzulhijjah 1440H

Rizky Nanda Prastya Ningrum
NIM 1516140172

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR DIAGRAM | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Batasan Masalah | 6 |
| C. Rumusan Masalah | 6 |
| D. Tujuan Penelitian | 6 |
| E. Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| F. Tinjauan Studi Terdahulu..... | 7 |
| G. Metode Penelitian..... | 10 |
| H. Sistematika Penulisan..... | 15 |
| BAB II KAJIAN TEORI | |
| A. Strategi Bisnis | 16 |
| B. Tahapan Manajemen Strategi | 20 |
| C. Analisis SWOT | 21 |
| D. Konsep Layanan | 29 |
| E. Kualitas pelayanan | 30 |

BAB III METODELOGI PENELITIAN

| | |
|----------------------------------|----|
| A. Sejarah Pegadaian | 33 |
| B. Profil perusahaan..... | 40 |
| C. Visi dan Misi Perusahaan..... | 41 |
| D. Produk Pegadaian Syariah..... | 42 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Prosedur dan proses penerapan pegadaian syariah digital | |
| 1. Proses dan Prosedur Pendaftaran/Registrasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) | 46 |
| 2. Proses <i>Download</i> Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD).... | 46 |
| 3. | |
| 4. Persyaratan Membuka Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD) | 47 |
| 5. Fitur-Fitur Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD)..... | 47 |
| 6. Flow Transaksi | 48 |
| B. Analisis Strategi Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD) | |
| 1. SWOT Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD) | 50 |
| 2. Matriks <i>Internal Strategi Analysis (IFAS)</i> dan <i>Eksternal Strategi Analisis (EFAS)</i> | 53 |
| 3. Diagram Analisis <i>SWOT</i> | 55 |
| 4. Matriks Analisis <i>SWOT</i> | 56 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 61 |
| B. Saran | 62 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------|---|
| Tabel 1.1 | : Daftar Rincian Sisa Uang Pinjaman – Gadai Syariah (Rhan) Per Tanggal: 31/12/2018 |
| Tabel 2.1 | : <i>Eksternal Strategi Analysis Summary (EFAS)</i> |
| Tabel 2.2 | : <i>Internal Strategi Analysis Summary (IFAS)</i> |
| Tabel 4.1 | : Identifikasi Lingkungan Internal (<i>S-W</i>) |
| Tabel 4.2 | : Identifikasi Lingkungan Eksternal (<i>O-T</i>) |
| Tabel 4.3 | : Matriks <i>SWOT</i> |

DAFTAR DIAGRAM

- Diagram 2.1 : *Cartesius SWOT Analysis*
- Diagram 4.1 : *Cartesius SWOT Analysis* Layanan PSD Pegadaian
Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-------------|---|
| Lampiran 1 | : Pengajuan Judul |
| Lampiran 2 | : Bukti Menghadiri Seminar |
| Lampiran 3 | : Daftar Hadir Seminar |
| Lampiran 4 | : Halaman Pengesahaan Penunjukan Pembimbing |
| Lampiran 5 | : Surat Penunjukan Pembimbing |
| Lampiran 6 | : Surat Keterangan Perubahan Judul |
| Lampiran 7 | : Halaman Pengesahan Izin Penelitian |
| Lampiran 8 | : Surat Permohonan Izin Penelitian |
| Lampiran 9 | : Surat Rekomendasi Penelitian |
| Lampiran 10 | : Surat Keterangan Perubahan Judul |
| Lampiran 11 | : Surat Keterangan Selesai Penelitian |
| Lampiran 12 | : Lembar Bimbingan Skripsi |
| Lampiran 13 | : Pedoman Wawancara |
| Lampiran 14 | : Lembar Bimbingan Skripsi |
| Lampiran 15 | :Dokumentasi |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga Pegadaian di Indonesia sudah lama berdiri sejak masa kolonial Belanda. Untuk menekan praktek pegadaian ilegal serta memperkecil lintah darat yang sangat merugikan masyarakat, maka pemerintah kolonial Belanda memonopoli usaha pegadaian dengan mendirikan jawatan pegadaian yang berada dalam lingkungan Kantor Besar Keuangan. Kemudian pada tahun 1930 dengan stbl. 1930 nomor 226. jawatan pegadaian itu diubah bentuknya menjadi Perusahaan Negara berdasarkan pasal 2 IBWI (*Donesche Bedrijven Wet*) yang berbunyi: penunjukan dari cabang-cabang dinas negara Indonesia sebagai perusahaan negara dalam pengertian undang-undang ini, dilakukan dengan ordonansi.¹ Sejak banyaknya perdebatan tentang Bunga Bank pada pegadaian pra Fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian unit layanan gadai syariah.²

Sebagai lembaga keuangan syariah non bank, PT Pegadaian syariah terus tumbuh dan berkembang sejak didirikan pertama kali di kota Bengkulu

¹ Mariam Daris BZ, *Aneka Hukum Bisnis*, (Bandung: PT. Alumni, 1995), h. 153

² Ari Agung Nugraha, *Gambar Umum Kegiatan Usaha Pegadaian Syariah*, (Batam: PT Pegadaian Syariah, 2004)

pada bulan Mei 2014. Pertumbuhan Pegadaian syariah ditunjukkan pada tabel dan grafik dibawah ini:³

**Tabel 1.1 Daftar Rincian Sisa Uang Pinjaman – Gadai Syariah (Rahn)
Per Tanggal : 31/12/2018**

| Bulan Simpanan | | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------|-----------|------|------|------|------|
| Golongan A | Kantong | 1 | 1 | 3 | 10 |
| | Gudang | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Kendaraan | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Golongan B | Kantong | 9 | 12 | 12 | 12 |
| | Gudang | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | Kendaraan | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Golongan C | Kantong | 2 | 6 | 10 | 12 |
| | Gudang | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Kendaraan | 0 | 0 | 1 | 6 |
| Golongan D | Kantong | 2 | 1 | 7 | 6 |
| | Gudang | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Kendaraan | 0 | 0 | 0 | 2 |
| Jumlah Nasabah | | 14 | 20 | 33 | 49 |

Sumber: PT Pegadaian Syariah Cabang Simpang Sekip Bengkulu, 2018

Keterangan: besar pinjaman golongan A mulai dari Rp 50.000 – Rp 500.000, golongan B mulai dari Rp550.000 – Rp 5.000.000, golongan C mulai dari Rp 5.100.000 – Rp 20.000.000, dan golongan D lebih dari sama dengan Rp20.000.000. Untuk barang yang digadaikan ada barang Kantong yang meliputi emas dan permata, barang Gudang seperti elektronik dan tekstil, serta barang Kendaraan yaitu kendaraan bermotor dan mobil.

Pada tabel 1.1 diatas terlihat bahwa terjadi peningkatan jumlah nasabah yang mendapatkan pembiayaan meningkat 25% yaitu dari tahun 2014-2018 (14 menjadi 49). Dengan meningkatnya jumlah nasabah secara otomatis mempengaruhi pertumbuhan dan pencapaian omzet dari pegadaian syariah itu sendiri.

³ Wawancara dengan Redi Vanhar tanggal 2 Mei 2019 di Pegadaian Syariah Cabang Simpang Sekip Bengkulu.

Pegadaian Syariah terus melakukan peningkatan kualitas pelayanan dari produk inti Pegadaian Syariah yaitu dari sektor gadai. Pemberian pelayanan yang terbaik kepada para nasabah oleh lembaga pegadaian diperlukan untuk menjaga loyalitas nasabah dan kredibilitas pegadaian syariah.

Pengkajian terhadap kualitas layanan perbankan dapat dicermati berdasarkan dimensi kualitas layanan atau yang biasa disebut dengan istilah *service quality*. Adapun dimensi kualitas layanan yang dimaksud dapat dijelaskan sebagai berikut, yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*.⁴

Berdasarkan kajian terhadap dimensi kualitas layanan di atas, maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama yang selama ini memengaruhi kepuasan nasabah, Pegadaian syariah harus dapat menyesuaikan dengan kondisi pasar yang berkembang saat ini. Perkembangan tersebut dilihat dari teknologi informasi yang mengalami perubahan dan perkembangan dengan cepat, dan saat ini sudah menjadi tuntutan masyarakat yang tidak dapat ditawar lagi. Kemajuan teknologi informasi juga dapat dilihat dari sisi kemudahan-kemudahan dalam melayani berbagai transaksi dengan menggunakan teknologi yang semakin luas di era digital saat ini yang telah mempengaruhi pola perilaku manusia dalam mengakses beragam informasi dan berbagai fitur layanan elektronik.

⁴ Lupiyoadi, R. *Manajemen pemasaran jasa*. Edisi ke Satu, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat,2001), h. 148

Direktur keuangan dan teknologi informasi pegadaian Teguh Wahyono mengatakan sudah mempersiapkan strategi utama dalam menghadapi pertumbuhan teknologi informasi di tahun 2018. Salah satunya dengan memperluas jangkauan dan jenis layanan.⁵ Untuk mewujudkan hal itu pegadaian syariah meluncurkan layanan aplikasi *mobile* yang diberi nama Pegadaian Syariah Digital (PSD). Sehingga berbagai layanan pegadaian syariah bisa diakses secara digital.

Pegadaian Syariah Digital telah diluncurkan di tahun 2018 dan pada awal peluncurannya sudah ada lebih dari 10 ribu masyarakat yang mengunduh aplikasi ini melalui *Google Play Store*.⁶ Pegadaian Syariah Digital memiliki fitur-fitur antara lain: pendaftaran sebagai nasabah Pegadaian Syariah, pemantauan data nasabah, pembayaran rahn, pembayaran mikro, *open* tabungan emas, *top up* tabungan emas, transfer emas, cetak emas, info harga jual beli tabungan emas dan harga logam mulia, serta *booking* gadai syariah (rahn).

Menurut Kepala Cabang Pegadaian Bengkulu, Yan Irawan, aplikasi ini akan memberikan kemudahan layanan kepada para nasabah yang ingin melakukan transaksi di Pegadaian. Ia mengatakan dengan adanya aplikasi ini, maka transaksi cukup dilakukan dari rumah saja. Dengan kata lain bisa gadai via *online*. Untuk di Provinsi Bengkulu sendiri, terangnya, sudah banyak masyarakat yang memanfaatkan aplikasi ini. Hal ini terbukti dengan

⁵Kontan, *Ini Strategi pegadaian mengejar target bisnis 2018*, dikutip dari <https://m.kontan.co.id/news/ini-strategi-pegadaian-mengejar-target-bisnis-2018>, pada tanggal 5 Mei 2019, Pukul 21.27 WIB

⁶Google Play Store, *Pegadaian Syariah Digital*, Dikutip dari <http://play.google.com>, pada hari Selasa, tanggal 30 Desember 2019, pukul 07.28 WIB.

banyaknya transaksi yang dilakukan dengan menggunakan layanan teknologi ini.⁷

Namun tantangan yang dihadapi oleh pegadaian syariah semakin besar karena saat ini banyak sekali lembaga yang tertarik ke bisnis gadai baik yang legal maupun yang ilegal. Harus diakui sekarang pasarnya menjadi terbuka. Apalagi didukung dengan POJK (Peraturan Otoritas Jasa Keuangan) yang membolehkan usaha gadai swasta masuk, meski yang legal baru sedikit. Belum lagi mereka juga memiliki *fintech*, seperti perbankan khususnya bank swasta.⁸

Salah satu pesaing pegadaian syariah di kota Bengkulu yaitu dari perbankan syariah yang memiliki cara penjualan yang tidak jauh berbeda dengan produk pembiayaan rahn pegadaian syariah yaitu produk gadai emas Bank Mandiri Syariah (BSM). Jangka waktu pembiayaan ditentukan selama 4 bulan dan dapat diperpanjang atau dapat digadai ulang (setelah dilakukan penaksiran dan melunasi biaya gadai).

Berangkat dari pernyataan tersebut, penulis mencoba untuk melakukan penelitian tentang sejauh mana efektifitas strategi bisnis yang digunakan saat ini mampu mengoptimalkan potensi dan peluang yang ada dalam menghadapi persaingan.

⁷Wawancara dengan Yan Irawan, dikantor cabang pegadaian Bengkulu

⁸ OJK, *Documents Peraturan OJK*, dikutip dari <https://ojk.go.id>, pada hari Minggu, tanggal 5 Mei 2019, pukul 22:05 WIB.

B. Batasan Masalah

Permasalahan ini dibatasi untuk kajian:

1. Aplikasi *mobile* Pegadaian Syariah Digital (PSD).
2. Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu Bengkulu.
3. Metodologi analisis yang digunakan adalah *SWOT Analays*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka secara garis besar rumusan masalah yakni :

1. Bagaimana prosedur dan proses penerapan Pegadaian Syariah Digital (PSD) Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu?
2. Bagaimana hasil *SWOT analysis* strategi bisnis pada layanan aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PDS) Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui prosedur dan proses penerapan layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD) pada Pegadaian Syariah cabang Simpang Skip Bengkulu.
2. Untuk mengetahui hasil *SWOT analysis* strategi bisnis pada layanan aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PDS) Pegadaian Syariah cabang Simpang Skip Bengkulu.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam meningkatkan strategi bisnis pada pegadaian syariah. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk mengimplementasikan pengetahuan tentang ilmu yang penulis peroleh selama masa perkuliahan, khususnya dalam bidang perbankan.

2. Bagi Perusahaan

Semoga menjadi bahan masukan yang berarti untuk pegadaian syariah, dalam rangka meningkatkan strategi bisnis. Serta sebagai informasi betapa berpengaruhnya analisis manajemen strategi bisnis terhadap profit yang optimal.

3. Bagi Pihak Lain (Pembaca)

Dapat dijadikan salah satu sumber informasi dan study perbandingan dalam mengkaji ilmu pengetahuan dan sebagai penambahan wawasan pembaca.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis yang digunakan dan pengolahan data yang dilakukan para peneliti tersebut adalah sebagai berikut :

1. Joko Sutrisno. 2011. *Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce Dengan Metode SWOT : Studi Kasus: Pt. Chingmix Berhan Sejahtera.*

Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur. Hasil dari penelitian ini Strategi *OW (Opportunity – Weakness)* yang di temukan adalah memperbaiki situs *E-Commerce*, membuat katalog *online*, membuat fasilitas pemesanan *online*, membuat informasi status *order*, melakukan kerja sama dengan jasa kurir, membentuk data member/pelanggan yang lebih baik. Sementara strategi *OS (Opportunity – Strength)* menambah jumlah forum/komunitas untuk jenis hewan peliharaan lain melakukan kerjasama dengan produsen produk lain untuk jenis makanan hewan selain makanan ikan hias.

2. Vieqi Rakhma Wulan. 2017. *Financial Technology (Fintech) A New Transaction In Future*”. *Management Of Economy Department Of Pгри Adi Buana Surabaya University* dalam *Journal of Electrical Engineering and Computer Sciences*. Berdasarkan data dan diskusi yang telah disajikan. Pengembangan dan pemanfaatan teknologi harus diikuti oleh matangnya teknologi, sumber daya dan pengguna. Undang-undang juga diatur agar tidak mematikan industri serupa lainnya seperti perbankan.
3. Umi Masruroh. 2015. *Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara Ib (Studi pada Pt. Bank Btn Syariah Cabang Semarang)*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis *SWOT*. Dalam praktek Bank BTN Syariah Cabang Semarang mengimplementasikan strategi pemasaran menggunakan segmentasi, *posisioning*, *targeting* untuk menganalisis strategi pemasaran agar lebih terarah. Untuk pengembangan strategi

menggunakan konsep bauran pemasaran (marketing mix), dan melakukan proses penjualan dengan *Up selling*.

4. Imanuel Adhitya Wulanata Chrismastianto. 2017. *Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pelita Harapan Tangerang. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa untuk menyikapi realisasi era digital saat ini, kualitas layanan perbankan di Indonesia diharapkan semakin meningkat secara signifikan, agar mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat, khususnya bagi masyarakat yang tinggal di daerah 3T (Terdepan, Terluar, dan Terpencil). Namun pada kenyataannya kualitas layanan perbankan di Indonesia saat ini masih minim dalam mengakses masyarakat yang tinggal di daerah 3T tersebut. Mencermati berbagai realita yang telah diuraikan di atas, maka melalui analisis *SWOT* implementasi kebijakan teknologi finansial ini, diharapkan kualitas layanan perbankan semakin dapat ditingkatkan dan dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Dengan demikian, setelah melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (*SWOT*) terhadap implementasi teknologi finansial, maka dapat disimpulkan bahwa teknologi finansial tersebut memiliki tingkat efektivitas yang baik untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan di Indonesia, sehingga pihak manajemen perbankan dapat mengimplementasikannya untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat Indonesia, khususnya bagi masyarakat yang tinggal di daerah 3T

(Terdepan, Terluar, dan Terpencil). Teknologi finansial memiliki tingkat efektivitas yang baik untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan di Indonesia, namun implementasi teknologi finansial di Indonesia masih tergolong baru dan kajian literasi yang relevan dengan teknologi finansial tersebut masih sangat terbatas.

Dalam pemaparan diatas bahwa penelitian tersebut memiliki objek kajian yang sama dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama melihat analisis *SWOT*, pengimplementasian teknologi finansial. Perbedaan dari penelitian ini adalah perbedaan waktu penelitian, tempat penelitian dan subjek penelitian karena penelitian ini berlokasi di Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip kota Bengkulu.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif yaitu prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/ melukiskan keadaan/subyek/obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya.⁹

b. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah melalui pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data

⁹ Hadari Nawawi, *Metodeologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda, 1991), h. 63.

deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diperlukan yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh).¹⁰ Penelitian ini akan menggambarkan hasil penelitian yang ditemukan di lapangan Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu secara umum, dan memberikan kesimpulan dalam menjawab permasalahan penelitian pada rumusan masalah.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu, Jl. S. Parman No.21C Bengkulu, adapun alasan penulis akan meneliti di tempat tersebut didasarkan atas pertimbangan bahwa Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip merupakan pusat pegadaian syariah di kota Bengkulu yang mempunyai tugas dan wewenang dalam proses penerapan layanan aplikasi *mobile PSD*.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan melakukan observasi awal dari tanggal 2 Mei 2019. Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkan ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 3 minggu, yaitu sejak tanggal 08 Juli- 29 Juli 2019. 1 minggu pengumpulan data dan 2 minggu pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

¹⁰ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Ed. 1, Cet-1, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h.82

3. Informan Penelitian

Teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive* (pengambilan informan berdasarkan tujuan). Penentuan informan dalam penelitian ini berdasarkan objek yang diteliti dan berdasarkan keterkaitan informan tersebut dengan penelitian.

Hal tersebut (dalam pemilihan subjek penelitian) didukung oleh pernyataan Basrowi mengenai pemilihan subjek penelitian yang baik harus memperhatikan setidaknya tiga syarat yaitu:¹¹

- a. Mereka sudah cukup lama dan intensif menyatu dalam kegiatan atau bidang kajian yang dijadikan penelitian.
- b. Mereka terlibat penuh dengan kegiatan atau bidang tersebut.
- c. Mereka memiliki cukup waktu untuk dimintai informasi.

Berdasarkan apa yang dipaparkan oleh Basrowi sesuai dengan pemilihan subjek yang telah ditetapkan oleh peneliti dengan bantuan dari pihak-pihak setempat. Jumlah informan secara keseluruhan berjumlah 4 (empat) orang, terdiri dari kepala cabang, penaksir, pengelolah agunan, dan kasir.

¹¹Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 188

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1) Data Sekunder

Secara tidak langsung data sekunder dapat diperoleh, seperti dari hasil atau sumber kedua yang kita butuhkan.¹² Data yang diperoleh melalui studi kepustakaan, yaitu pengumpulan data yang berasal dari buku-buku literature, jurnal, skripsi, serta bacaan lain yang berhubungan dengan analisa *SWOT* pada pegadaian syariah dan layanan aplikasi *mobile* Pegadaian Syariah Digital (PSD).

2) Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian yang berkenaan dengan analisa *SWOT* pada pegadaian syariah dan layanan aplikasi *mobile* Pegadaian Syariah Digital (PSD) yang diperoleh melalui kuesioner serta observasi pada Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu.

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Penelitian kepustakaan

Dengan cara penelitian pustaka penulis juga mengumpulkan sumber informasi dari para ahli yang bersifat teoritis dan berhubungan dengan penelitian ini.

¹²Burhan Bungin, *Metodeologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2014), h.85

2) Observasi

Yaitu dengan melakukan penelitian langsung untuk mengamati kondisi dari layanan aplikasi *mobile* PT. Pegadaian Syariah.

3) Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan Manajer Cabang Pegadaian Syariah kota Bengkulu. Untuk mencari informasi terkait layanan aplikasi *mobile* di PT. Pegadaian Syariah.

4) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik mengumpulkan data melalui bahan-bahan tertulis berupa struktur organisasi, serta dokumen-dokumen tentang pendapat dan yang berhubungan dengan masalah penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang penulis gunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah induktif. Metode induktif adalah metode yang di nilai dari analisis berbagai data yang terhimpun dari suatu penelitian, kemudian bergerak kearah pembentukan kesimpulan kategori atau ciri-ciri umum tertentu.

Dengan demikian metode induktif merupakan proses dimana peneliti mengumpulkan data dan kemudian mengembangkannya menjadi suatu teori. Data yang berhasil dikumpulkan dari lokasi penelitian. Selanjutnya di analisa kemudian disajikan secara tertulis dalam laporan tersebut, yaitu berupa data yang ditemukan dari observasi, wawancara dan

dokumentasi yang diperoleh dari Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu. Penerapannya adalah dengan mengolah data yang masih umum berupa jawaban dari pihak Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penulisan karya ilmiah ini adalah sebagai berikut:

- BAB I Pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan.
- BAB II Merupakan landasan teori tentang startegi bisnis, tahapan manajemen strategi, *SWOT Analysis*, dan konsep layanan.
- BAB III Merupakan gambaran umum PT. Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu.
- BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan dari menganalisa prosedur dan proses penerapan Pegadaian Syariah Digital (PSD) serta hasil *SWOT Analysis* strategi bisnis pada layanan *mobile* Pegadaian Syariah Digital (PDS) yang digunakan saat ini di Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu.
- BAB V Penutup, pada bab terakhir pokok-pokok kajian dalam penelitian yang membuat kesimpulan dan saran

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi Bisnis

1. Pengertian Strategi

Menurut kamus umum bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud. Namun dalam perkembangannya kata ini sering dipakai dalam pengertian yang lebih luas sebagai cara yang ditempuh seseorang atau organisasi untuk mencapai tujuan yang dicita-citakan.¹³

Jack Trout merumuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik.¹⁴

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.¹⁵ Strategi merupakan daya kreativitas dan daya cipta (inovasi) serta merupakan cara pencapaian tujuan yang sudah ditentukan

¹³ Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), h. 57

¹⁴ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Cet.1, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010), h. 29

¹⁵ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 33

oleh pemimpin puncak perusahaan sedangkan fokus pemasaran dilakukan oleh manajer pemasaran.¹⁶

Dari berbagai definisi strategi diatas dapat digaris bawahi strategi adalah sebuah kegiatan yang biasa dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk mencapai tujuan berdasarkan sumber-sumber perusahaan yang ada serta lingkungan yang dihadapi.

2. Strategi Bersaing

Hariadi strategi bersaing perusahaan merupakan langkah- langkah strategi yang terencana maupun tidak terencana untuk dapat memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan bertahan terhadap terhadap tekanan persaingan. Keunggulan bersaing dalam pasar akan memudahkan perusahaan untuk meraih keuntungan lebih besar daripada pesaing dan memberikan kesempatan hidup lebih lama dalam persaingan. Strategi perusahaan dapat dijalankan secara *ofensif* atau *defensif* atau dilakukan bergantian sesuai dengan kondisi di lapangan. Strategi bersaing mencakupi berbagai *manuver* taktik jangka pendek untuk mengelabui lawan, menjegal untuk menahan laju serangan lawan yang semuanya ditujukan untuk memenangkan pertempuran maupun peperangan.¹⁷

¹⁶ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 34

¹⁷ Hariadi, Bambang, *Strategi Manajemen*, (Jakarta : Bayumedia Publishing, 2005), h. 97

Hariadi selanjutnya membedakan antara strategi bersaing dan strategi bisnis, strategi bisnis tidak hanya semata berkaitan dengan bagaimana bersaing dengan lawan bisnis ataupun kekuatan-kekuatan dalam pasar, melainkan juga mencakup strategi dalam fungsi-fungsi yang dijalankan perusahaan, dan bagaimana respon manajemen terhadap perubahan kondisi industri yang menyangkut banyak hal yang tidak semata-mata persaingan saja. Sementara itu, strategi bersaing hanya fokus pada rencana tindakan manajemen untuk bersaing dengan sukses dan memberikan nilai yang sangat bagus pada konsumen.¹⁸

Menurut Porter inti dari perumusan strategi bersaing adalah menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya walaupun lingkungan yang sangat relevan sangat luas. Mencakup kekuatan-kekuatan sosial dan juga kekuatan-kekuatan ekonomi, aspek kunci dari lingkungan perusahaan adalah industri-industri dimana perusahaan tersebut bersaing.¹⁹

3. Landasan Syariah Persaingan Bisnis

Dunia bisnis penuh dengan tuntutan dan persaingan untuk terus berinovasi dengan mengembangkan produk maupun prosesnya. Kemudahan dan kemanfaatan bila tidak didukung dengan percepatan dan lompatan inovasi suatu produk, akan mengalami kesulitan bersaing.

¹⁸ Hariadi, Bambang, *Strategi Manajemen*, (Jakarta : Bayumedia Publishing, 2005), h. 97

¹⁹ Michael E. Porter, *Strategi Bersaing (competitive strategy)*, (Tangerang: Kharisma Publishing Group, 2007), h. 33

Strategi bersaing atau persaingan dalam pandangan syariah dibolehkan dengan kriteria secara baik. Salah satunya dijelaskan dalam Al-qur'an surat Al-Baqarah ayat 148 tentang anjuran berlomba dalam kebaikan:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيَهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

*Artinya: "Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lomba kamu (dalam berbuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha kuasa atas segala sesuatu."*²⁰

Dalam kandungan ayat Al-qur'an diatas dijelaskan bahwa berlomba, bersaing, dan bersegera dalam kebaikan (ibadah) dan usaha (bisnis) itu diperbolehkan, selama persaingan itu tidak melanggar prinsip syariah. Seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah, ketika berdagang Rasul tidak pernah melakukan usaha yang membuat usaha pesaingnya hancur, walaupun tidak berarti gaya berdagang Rasul seadanya tanpa memperhatikan saya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur, termasuk jika ada kecacatan pada barangnya.²¹

²⁰Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Diponegoro, 2008), h. 23

²¹M. Ismail Yusanto dan M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 92

B. Tahapan Manajemen Strategi

Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap, yaitu: formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.²²

1. Formulasi strategi

Tahap memformulasikan strategi antara lain menetapkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi organisasi dari sudut pandang eksternal, menetapkan kelemahan dan keunggulan yang dimiliki organisasi dari sudut pandang internal, menyusun rencana jangka panjang, membuat strategi-strategi alternatif dan memilih strategi tertentu yang akan dicapai.

2. Implementasi strategi

Tahap mengimplementasikan strategi memerlukan suatu keputusan dari pihak yang berwenang dalam mengambil keputusan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi pegawai, dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki sehingga strategi yang sudah diformulasikan dapat dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, merencanakan struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan modal, mengembangkan dan utilisasi sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi. Mengimplementasikan strategi sering disebut sebagai “*action stage*” dari manajemen strategis.

Pengimplementasian strategi memiliki maksud memobilisasi para pegawai

²²Fred R. David, *Strategic Management (Manajemen Strategis Konsep)*, (Jakarta: SalembaEmpat, 2012), h. 6

dan manajer untuk menterjemahkan strategi yang sudah diformulasikan menjadi aksi.

3. Evaluasi strategi

Tahap mengevaluasi strategi adalah tahap terakhir dalam manajemen strategis. Para manajer sangat perlu untuk mengetahui ketika ada strategi yang sudah diformulasikan tidak berjalan dengan baik. Evaluasi strategi memiliki tiga aktivitas yang fundamental, yaitu mereview faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar untuk strategi saat ini, mengukur performa, dan mengambil langkah korektif.

C. *SWOT Analysis*

1. Pengertian *SWOT Analysis*

SWOT Analysis atau analisis *SWOT* adalah analisis kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*), serta secara bersamaan dapat menganalisis juga peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi perusahaan.²³

Analisa *SWOT* adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat mengetahui *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan), serta secara bersamaan dapat juga mengetahui *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) yang dihadapi perusahaan.²⁴ Perencanaan strategis suatu

²³Jusuf Udaya, *Manajemen Strategik Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 40

²⁴Irham Fahmi, *Kewirausahaan (Teori, Kasus dan Solusi)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.

perusahaan harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada kondisi pada saat ini.²⁵

2. Matriks *Eksternal Strategi Analysis Summary (EFAS)* dan Internal *Strategi Analysis Summary (IFAS)*

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *SWOT Analysis* dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yang terdiri dari *Strenghts*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threaths* terkait pengimplementasian teknologi finansial dalam perbankan syariah. Analisis ini didasarkan logika yang dapat mengetahui *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan), serta secara bersamaan dapat mengetahui *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman). *Strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman) merupakan faktor-faktor strategis perusahaan yang perlu dianalisis dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut pula analisis situasi dengan model analisis *SWOT*.²⁶

Analisis *SWOT* ini akan dilakukan pada pengimplementasian teknologi finansial pada Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu, hal ini disebut pula analisis situasi dengan model analisis *SWOT*.

²⁵ Freddy Rangkuti, *Analysis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 20

²⁶ Freddy Rangkuti, *Analysis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017, h. 20.

a. Matriks Faktor Strategi *Eksternal*

Sebelum membuat Matriks Faktor Strategi *Eksternal*, terlebih dahulu perlu mengetahui Faktor Strategi *Eksternal*. Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi *Eksternal* :

- 1) Susunlah dalam kolom 1 (5 – 10 peluang dan ancaman).
- 2) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
- 3) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya jika ancamannya sedikit ratingnya 4.
- 4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).

- 5) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan untuk dihitung.
- 6) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.²⁷

Tabel 2.1 Eksternal Strategi Analysis Summary (EFAS)

| FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL | BOBOT | RATING | BOBOT X RATING |
|----------------------------------|-------|--------|----------------|
| PELUANG | | | |
| ANCAMAN | | | |
| TOTAL | | | |

Sumber: Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*.

b. Matriks Faktor Strategi Internal

Setelah faktor-faktor strategis *internal* suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel *Internal Strategi Analysis Summary (IFAS)* disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis *internal* tersebut dalam kerangka *Strength and Weakness* perusahaan. Tahapnya adalah:

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.

²⁷ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 24-26

- 2) Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- 3) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (kekuatan yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika kekuatan kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating kelemahan adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai kelemahan sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya jika kelemahan sedikit ratingnya 4.
- 4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- 5) Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan untuk dihitung.
- 6) Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-

faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

Tabel 2.2 Internal Strategi Analysis Summary (IFAS)

| FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL | BOBOT | RATING | BOBOT X RATING |
|----------------------------------|-------|--------|----------------|
| PELUANG | | | |
| ANCAMAN | | | |
| TOTAL | | | |

Sumber: Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus

Bisnis

3. Diagram Cartesius SWOT Analysis

Langkah selanjutnya adalah menelaah melalui diagram analisis SWOT dengan membuat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y, dimana nilai dari sumbu X di dapat dari selisih antara total *Strength* dan total *Weakness*, sedangkan untuk nilai sumbu Y didapat dari selisih antara total *Opportunities* dan total *Threat*.

Di bawah ini gambar Diagram *Cartesius SWOT Analysis* sebagai berikut:



Diagram 2.1 *Cartesius SWOT Analysis*

Diagram *Cartesius SWOT Analysis* pada gambar menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:²⁸

- a. Kuadran 1: Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal.
- b. Kuadran 2: Kuadran ini menandakan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dari segi *internal*. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- c. Kuadran 3: kuadran ini jelas memperlihatkan bahwa kondisi perusahaan sangat lemah namun memiliki peluang yang besar untuk bisa berkembang. Untuk perusahaan disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya, arena dikhawatirkan perusahaan akan sulit menangkap peluang yang ada, serta perusahaan harus memperbaiki kinerja dari pihak *internal*.
- d. Kuadran 4: Kuadran Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena jelas terlihat bahwa dari pihak *internal* maupun

²⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 20

eksternal sangat lemah. Untuk itu diharapkan perusahaan disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, dengan memperbaiki kinerja internalnya agar tidak semakin terpuruk.

4. Matriks *Tows* atau *SWOT*

Penyusunan formulasi strategis dibuat berdasarkan hasil analisis SWOT. Yaitu dengan menggabungkan berbagai indikator yang terdapat dalam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Model penggabungannya menggunakan *Tows* Matriks/ Matrik *SWOT*. Namun tidak semua rencana strategi yang disusun dari *Tows* Matrik ini digunakan seluruhnya. Strategi yang dipilih adalah strategi yang dapat memecahkan isu strategis perusahaan.

- a. *S-O* strategi adalah strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk merebut peluang.
- b. *W-O* strategi adalah strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
- c. *S-T* strategi adalah strategi yang disusun dengan cara menggunakan semua kekuatan untuk mengatasi ancaman.
- d. *W-T* strategi adalah strategi yang disusun dengan cara meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman.²⁹

²⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 84

D. Konsep Layanan

1. Pengertian Layanan

Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain.³⁰ Sedangkan menurut istilah Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau cara tidak langsung yaitu dengan melalui mesin atau sarana teknologi informasi.³¹

Tujuan dari pelayanan adalah untuk membantu memenuhi kepentingan orang lain atau umum, karena sering kali untuk memenuhi kebutuhan tidak dapat dilakukan sendiri melainkan memerlukan bantuan berupa sarana dan prasarana yang memadai dan sumber daya manusia yang handal.

2. Fungsi Pelayanan

Adapun fungsi dari adanya pelayanan antara lain:

- a. Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan, sehingga dapat menghemat waktu
- b. Meningkatkan produktifitas, baik barang maupun jasa
- c. Mendapatkan kualitas produk yang lebih atau terjamin
- d. Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan

³⁰Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta, Balai Pustaka, 1999), h. 25

³¹ Kashmir, *Etika Customer Service*, Cet. Ke-I, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 15

- e. Menimbulkan perasaan puas pada orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat emosional mereka.³²

E. Kualitas Pelayanan

Bertolak dari definisi tersebut, kajian mengenai kualitas layanan pegadaian syariah dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi nasabah (*customer*) terhadap pelayanan yang mereka terima, disesuaikan dengan standar kualitas layanan pegadaian syariah yang dimaksud kepada nasabahnya. Hal ini berarti apabila layanan pegadaian syariah yang diterima atau yang dirasakan (*perceived service*) oleh nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan baik atau berkualitas tinggi. Sebaliknya, apabila tingkat layanan yang diterima oleh nasabah lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan pegadaian syariah tersebut dapat dipersepsikan buruk atau berkualitas rendah. Dengan demikian, persepsi yang ditunjukkan oleh nasabah akan memengaruhi loyalitas mereka terhadap perbankan dan akan menyampaikan persepsinya tersebut kepada nasabah yang lain. Hal ini berarti persepsi yang ditunjukkan oleh nasabah akan memengaruhi loyalitas nasabah secara langsung.³³

Bertolak dari beragam pernyataan di atas, pengkajian terhadap kualitas layanan pegadaian syariah dapat dicermati berdasarkan dimensi kualitas layanan atau yang biasa disebut dengan istilah *service quality*.

³² Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2002), h. 119

³³ Imanuel Adhitya Wulanata Chrismastianto, *Analisis Swot Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia*, (Universitas Pelita Harapan Tangerang, 2017), h 138-139

Adapun dimensi kualitas layanan yang dimaksud dapat dijelaskan sebagai berikut:³⁴

1. *Tangibles*, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. *Reliability*, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness*, yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance*, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

³⁴ Lupiyoadi, R., *Manajemen pemasaran jasa*. Edisi ke Satu, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001), h 148

5. *Emphaty*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Berdasarkan kajian terhadap dimensi kualitas layanan di atas, maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama yang selama ini memengaruhi kepuasan nasabah lembaga pegadaian syariah. Pemberian pelayanan yang terbaik kepada para nasabah oleh lembaga pegadaian syariah diperlukan untuk menjaga loyalitas nasabah dan kredibilitas pegadaian.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Pegadaian

1. Sejarah Pegadaian di Indonesia

Pegadaian adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang usaha intinya adalah bidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat atas dasar hukum gadai. Dalam perjanjian gadai benda jaminan harus diserahkan di bawah kekuasaan Perum Pegadaian dan memberikan kekuasaan kepada Pegadaian untuk mengadakan pelelangan terhadap benda jaminan apabila debitur tidak dapat atau tidak sanggup melunasi. Berikut ini dikemukakan perkembangan Gadai di Indonesia, antara lain:

a. Pegadaian Pada Masa Penjajahan

Pemerintah Belanda *Verenigde Oost Indische Compagnie* (VOC) membentuk Bank Van Leening yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai, lembaga ini pertama kali didirikan di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746.

Lembaga kredit dengan sistem gadai pertama kali hadir pada saat VOC datang di Indonesia. Institusi yang menjalankan usaha tersebut adalah *Bank Van Leening*, dengan modal awal sebesar 7.500.000,- yang terdiri dari 2/3 modal milik VOC dan sisanya milik swasta. Namun ketika VOC bubar di Indonesia pada tahun 1800 maka usaha pegadaian

dimaksud, diambil alih oleh Pemerintahan Hindia-Belanda. Di masa Pemerintahan Daendels, dikeluarkan peraturan tentang barang yang dapat diterima sebagai jaminan gadai, seperti perhiasan, kain, dan lain-lain.

Pada tahun 1811, kekuasaan di Indonesia diambil alih oleh Inggris, yaitu Raffles selaku penguasa yang mengeluarkan peraturan bahwa setiap pihak dapat mendirikan *Bank Van Leening*, selama ia mendapat izin dari penguasa atau pemerintah setempat, yang disebut *Licentie Stelsel*. Namun sistem *Licentie Stelsel* tidak menguntungkan pemerintah sehingga tahun 1811 dihapuskan dan diganti dengan *Pach Stelsel*. Pada tahun 1816, Hindia-Belanda kembali menguasai Indonesia, dan membuat *Pach Stelsel* semakin berkembang. Namun, berdasarkan penelitian pemerintah saat itu, banyak *Pach Stelsel* yang melakukan perbuatan sewenang-wenang, seperti menaikkan suku bunga.

Berdasarkan dari adanya pelanggaran hukum, *Pach Stelsel* dihapuskan oleh pemerintah Hindia-Belanda pada tahun 1870, dan diganti dengan *Licentie Stelsel*. Usaha ini tidak berhasil, karena ternyata penyelewengan masih berjalan tanpa menghiraukan peraturan pemerintah sehingga timbul kehendak pemerintah untuk menguasai sendiri badan usaha ini.

Berdasarkan Staatsblad No. 131 tanggal 1 April 1901 didirikan Pegadaian Negara pertama di Sukabumi, Jawa Barat yang bernama

Pegadaian. Tanggal 1 April kemudian dijadikan sebagai hari lahirnya Pegadaian di Indonesia.

Seiring dengan perjalanan waktu, Pegadaian negara tersebut semakin berkembang dengan baik, sehingga pemerintahan Hindia-Belanda mengeluarkan peraturan monopoli, Staatsblad No. 749 Tahun 1914, dan Staatsblad No. 28 Tahun 1921.

b. Pegadaian Pada Masa Kemerdekaan

Sesudah bangsa Indonesia memproklamkan kemerdekaan pada tahun 1945, yaitu pada tanggal 1 Januari 1967 penguasaan terhadap Pegadaian Negara mengalami peralihan sehingga Pegadaian Negara dijadikan Perusahaan Negara (PN) dan berada dalam lingkup Departemen Keuangan Pemerintahan RI berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 176 Tahun 1961.

Selanjutnya, status badan hukum Pegadaian sebagai Perusahaan Pegadaian Negara mengalami perubahan untuk menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan) berdasarkan Instruksi Presiden No. 17 Tahun 1969, Undang-Undang No. 9 Tahun 1969, dan Peraturan Pemerintah No. 17 Tahun 1969, serta Surat Keputusan Menteri Keuangan RI No. Kep. 664/MK/9/1969.

Setelah itu, Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 1990 mengubah dasar hukum Perusahaan Jawatan (Pegadaian) menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian. Peraturan Pemerintah dimaksud,

diubah menjadi Peraturan Pemerintah No. 103 Tahun 2000 tentang Pegadaian.

2. Sejarah Pegadaian Syari'ah di Indonesia

Keluarnya Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan Pegadaian. Satu hal yang perlu dicermati bahwa PP No. 10 tahun 1990 menegaskan misi yang harus diemban oleh Pegadaian untuk mencegah praktik riba, misi ini tidak berubah hingga terbitnya Peraturan Pemerintah No. 103 Tahun 2000 yang dijadikan bak landasan kegiatan usaha Perum Pegadaian sampai sekarang. Beberapa pihak setuju bahwa operasionalisasi Pegadaian pra Fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 tentang Bunga Bank, telah sesuai dengan konsep syari'ah meskipun harus diakui belakangan bahwa terdapat beberapa aspek yang menepis anggapan itu.

Setelah melalui kajian panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian Unit Layanan Gadai Syari'ah sebagai langkah awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syari'ah. Praktik Pegadaian Syari'ah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu azas rasionalitas, efisiensi dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai Islam. Fungsi operasi Pegadaian Syari'ah itu sendiri dijalankan oleh kantor- kantor Cabang Pegadaian Syari'ah/ Unit Layanan Gadai Syari'ah (ULGS) sebagai satu unit organisasi di bawah binaan Divisi Usaha Lain

Perum Pegadaian. ULGS ini merupakan unit bisnis mandiri yang secara struktural terpisah pengelolaannya dari usaha gadai konvensional.

Pegadaian Syari'ah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syari'ah (ULGS) Cabang Dewi Sartika di bulan Januari tahun 2003. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makasar, Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta di tahun yang sama hingga September 2003. Masih di tahun yang sama pula, 4 Kantor Cabang Pegadaian di Aceh dikonversi menjadi Pegadaian Syari'ah.

3. Pegadaian Syari'ah Cabang Simpang Skip Kota Bengkulu

Pegadaian Syari'ah Cabang Kota Bengkulu, dan mulai beroperasi pada bulan 29 April 2009. Pegadaian mempunyai semboyan : "Mengatasi Masalah Tanpa Masalah". Semboyan ini bermakna bahwa apa yang mereka tawarkan adalah proses yang lebih simpel bagi pihak yang membutuhkan dana cepat. Dengan jaminan barang bergerak yang dimiliki, akan mendapatkan pinjaman dalam waktu singkat dan prosedur yang mudah. Visi Pegadaian Syari'ah adalah menjadi lembaga keuangan syari'ah terkemuka di Indonesia dan menjadi perusahaan yang modern, dinamis dan inovatif dengan usaha utama gadai".³⁵

Perum Pegadaian Syari'ah dalam menjalankan tugas pokok tersebut, maka KCPS berfungsi sebagai organisasi Cabang Perum Pegadaian yang bertanggung jawab mengelola usaha kredit gadai secara

³⁵Beben Muhadi, *Pelelangan Jaminan Gadai Syari'ah pada Pegadaian Syari'ah Cabang Bengkulu*, (Bengkuku: Universitas Bengkulu, 2013), h. 35

syari'ah agar mampu berkembang menjadi institusi syari'ah yang mandiri dan menjadi pilihan utama warga masyarakat yang membutuhkan pelayanan gadai secara syari'ah. Pegadaian Syari'ah cabang Kota Bengkulu memiliki beberapa pegawai yakni :

a. Babara Susyanto sebagai Kepala Cabang.

Kepala Kantor Cabang Pegdaian dipimpin oleh seorang manajer yang mempunyai tugas melaksanakan kegiatan operasional pemberian kredit atas dasar hukum gadai dan melaksanakan usaha-usaha lainnya serta mewakili kepentingan perusahaan dalam hubungan dengan pihak lainnya atau masyarakat sesuai ketentuan yang berlaku dalam rangka melaksanakan misi perusahaan.

b. Redi Vanhar sebagai Penaksir.

Karyawan kantor Cabang yang ditugaskan sebagai penaksir barang jaminan, memberikan pelayanan dalam bentuk jasa kepada nasabahnya, yaitu dengan melakukan penilaian terhadap barang jaminan yang akan digunakan untuk meminta pinjaman. Hasil penilaian ini kemudian digunakan untuk menentukan besar kecilnya jumlah pinjaman yang dapat diterima oleh nasabah pemilik barang jaminan. Hasil penilaian dan penentuan besar kecilnya jumlah pinjaman yang dapat diterima oleh nasabah kemudian ditulis dalam Surat Bukti Kredit (SBK) yang selanjutnya diserahkan kepada nasabah untuk bahan pengambilan uang pinjaman kepada kasir.

c. Hermika Lindayani sebagai Kasir.

Sebagai petugas Kasir untuk mengeluarkan atau membayar uang pinjaman kepada nasabah mencatat setiap pembayaran pinjaman serta selanjutnya dilaporkan kepada bagian administrasi. Pada saat pelunasan, kasir menerima dan memeriksa Surat Bukti Kredit (SBK) asli tentang kelengkapan data dan keabsahannya. Adapun tugas kasir sebagai berikut :

- 1) Menerima SBK lembar asli dari nasabah (rahin) dan Surat Bukti Kredit (SBK) dwilipat dari penaksir, selanjutnya memeriksa keabsahannya.
- 2) Menyiapkan pembayaran, membubuhkan paraf dan tanda 'bayar' pada SBK asli dan lembar kedua. Menyerahkan Surat Bukti Kredit (SBK) asli dan uang kepada nasabah (rahin).
- 3) Mendistribusikan SBK kepada bagian administrasi.
- 4) Pada saat pelunasan, kasir menerima dan memeriksa Surat Bukti Kredit (SBK) asli tentang kelengkapan dan keabsahannya.
- 5) Membuat slip pelunasan rangkap.
- 6) Menerima pembayaran dari rahin berupa pokok pinjaman dan jasa simpan sesuai yang tertera dalam SBK dan slip pelunasan. Selanjutnya membubuhkan cap 'Lunas' dan memberi paraf pada SBK dan kitir-kitirnya.
- 7) Mencatat semua penerimaan dalam bentuk pelunasan pinjaman dan pendapatan jasa simpan dalam Laporan Harian Kas (LHK),

mendistribusikan Surat Bukti Kredit (SBK) kepada bagian administrasi, lembar 1 slip pelunasan diserahkan kepada rahin untuk mengambil marhun, kitir Surat Bukti Kredit (SBK) diserahkan kepada penyimpan/pemegang gudang sebagai dasar pengeluaran.

d. Affien Nur Rohim sebagai Bagian Administrasi.

Tugas bagian administrasi mencatat transaksi pelunasan berdasarkan Surat Bukti Kredit yang asli yang diterima dari kasir pada buku pelunasan, buku kas, ikhtisar pinjaman dan pelunasan, dan buku gudang. Serta membuat rekapitulasi pelunasan, mencocokkannya dengan buku gudang, dan buku pelunasan.

B. Profil Perusahaan

Adapun profil Pegadaian Syariah Bengkulu yaitu :

Nama : PT. Pegadaian Syariah Simpang Skip Cabang Bengkulu

Alamat : Jln. S. Parman No 21 Simpang Skip Ratu Agung, Padang
Jati, Kota Bengkulu

Telpon : (0711) 347767

Website : www.pegadaian.co.id

Berdiri Cabang : 29 April 2009³⁶

³⁶ Redi Vanhar, Asisten Manajer, Wawancara pada tanggal 05 Mei 2019

C. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi Pegadaian Syariah

Menjadi lembaga keuangan syari'ah terkemuka di Indonesia dan menjadi perusahaan yang modern, dinamis dan inovatif dengan usaha utama gadai.³⁷

2. Misi Pegadaian Syariah

- a. Memberikan kemudahan kepada masyarakat yang ingin melakukan transaksi yang halal.
- b. Memberikan superior return bagi investor.
- c. Memberikan ketenangan kerja bagi karyawan. Jadi tujuan pendirian Pegadaian syari'ah meliputi seluruh *stakeholder* yang berhubungan dengan upaya layanan Pegadaian yaitu masyarakat, investor, dan karyawan.
- d. Pada tahun 2013 Pegadaian menjadi "CHAMPION" dalam pembiayaan mikro dan kecil berbasis gadai dan fiducia bagi masyarakat menengah ke bawah.
- e. Mendukung program pemerintah dalam upaya memajukan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah melalui kegiatan utama berupa penyaluran kredit gadai dan melakukan usaha lain yang menguntungkan.

³⁷ www.pegadaian.co.id, diakses pada hari Sabtu, tanggal 25 Mei 2019, pukul 16.00 WIB.

- f. Turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama golongan menengah ke bawah.
- g. Menghindarkan masyarakat dari gadai gelap, praktik riba dan pinjaman tidak wajar lainnya.³⁸

D. Produk Pegadaian Syariah

1. Arrum Haji

Adalah pembiayaan syariah untuk melaksanakan ibadah haji nasabah yang memiliki emas minimal 15 gram dapat mengajukan pembiayaan. Keunggulan produk ini adalah :

- a. Berangkat haji, murah, mudah dan cepat.
- b. Produk haji tidak ada batas waktu.
- c. Produk haji dilayani di cabang dan unit pegadaian syariah seluruh Indonesia.

2. Arrum BPKB

Adalah pembiayaan yang berprinsip syariah untuk pengembangan Usaha kecil mikro dan menengah (UMKM). Sesuai dengan Fatwa DSN MUI No. 68/DSN.MUI/III/2008. Keunggulan Dari Produk ini adalah :

- a. Proses pembiayaan dilayani dilebih dari 600 *outlet* Pegadaian Syariah.
- b. Pembiayaan angsuran dapat dilakukan di seluruh *outlet* Pegadaian Syariah.

³⁸ www.pegadaian.co.id, diakses pada hari Sabtu, tanggal 25 Mei 2019, pukul 16.00 WIB.

- c. Pembiayaan berjangka waktu *fleksibel* mulai dari 12, 18, 24 dan 36 bulan dan dapat dilunasi sewaktu waktu.
- d. Pegadaian mengenakan biaya pengelolaan (*Mu'nah*) yang menarik dan *kompetitif*.
- e. Prosedur pelayanan cepat dan mudah.
- f. Pegadaian hanya menyimpan BPKB, Kendaraan dapat digunakan Nasabah.

3. Produk Amanah

Produk Amanah Adalah pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor kepada karyawan tetap dan pengusaha mikro dengan prinsip syariah. Sesuai dengan Fatwa DSN MUI No. 68/DSN.MUI/III/2008.

Keunggulan dari produk amanah ini adalah :

- a. Proses transaksi berprinsip syariah yang adil dan menentramkan sesuai fatwa DSN MUI No. 68/DSN.MUI/III/2008.
- b. Pelayanan di lebih dari 4600 *outlet* Pegadaian di seluruh Indonesia.
- c. Pembayaran dengan uang mulai 20%.
- d. Pembiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12, 18, 24, 36, 48 dan 60 bulan.
- e. Pegadaian menggunakan biaya pengelolaan (*Mu'nah*) yang kompetitif yaitu 0,8% x taksiran.
- f. Prosedur pelayanan cepat dan mudah.

4. *Arrum* Emas

Pembiayaan gadai sistem angsuran berprinsip syariah dengan jaminan emas sesuai dengan Fatwa DSN MUI No. 26/DSN.MUI/III/2008. Peryaratan hanya dengan copy KTP/ SIM/ Passport dan menyerahkan jaminan berupa emas atau berlian. Keunggulan dari Produk arum emas ini sebagai berikut:

- a. Proses transaksi sesuai dengan Fatwa DSN MUI No. 26/DSN.MUI/III/2008. Plafon pinjaman 95% dari nilai taksiran.
- b. Pinjaman berjangka waktu fleksibel mulai 12, 18, 24, dan 36 bulan.
- c. Pinjaman mulai Rp 1.000.000–Rp 200.000.000.
- d. Proses cepat tanpa survey 15-30 menit.
- e. Perlindungan atas risiko kehilangan atau kerusakan barang.
- f. Pegadaian mengenakan biayaeliharaan (Mu'nah) sebesar $0,95\% \times$ harga taksiran perhiasan \times jangka waktu.

5. Rahn Bisnis

Adalah fitur layanan pemberian pinjaman cepat dan aman yang tepat untuk pendanaan bisnis anda, dengan agunan emas.

6. Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

7. Rahn

Adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Prosesnya cepat hanya dalam waktu 15 menit dana cair dan aman

penyimpanannya. Jaminan berupa barang perhiasan, elektronik atau kendaraan bermotor.

8. Mulia

Adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

9. Multi Pembayaran *Online* (MPO)

Melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/pulsa ponsel, air minum, pembelian tiket kereta api, dan lain sebagainya secara *online*. Layanan MPO merupakan solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di Bank.³⁹

³⁹<https://pegadaiansyariah.co.id/>, pada hari Senin, tanggal 20 Mei 2019, pukul 23.12
WIB

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Prosedur dan Proses Penerapan Pegadaian Syariah Digital (PSD)

Penulis sajikan dari hasil wawancara bagaimana prosedur dan proses penerapan Pegadaian Syariah Digital (PSD) di bawah ini sebagai berikut.

1. Proses dan Prosedur Pendaftaran/Registrasi Pegadaian Syariah Digital (PSD)

- a. Nasabah mengisi data diri pada aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD);
- b. Nasabah datang ke cabang atau agen pegadaian terdekat untuk pelaksanaan prosedur *Know Your Customer (KYC)*;
- c. Nasabah melengkapi dokumen pembukuan tabungan emas dan mengambil buku tabungan emas;
- d. Nasabah mendapatkan nomor *Cost Insurance and Freight (CIF)* yang tertera di buku tabungan untuk melakukan *linking CIF*.

2. Proses Download Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD)

Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) dapat di *download* melalui ponsel dengan *Android* dan *IOS: Google Play Store* dan *App Store* dengan *keyword* 'Pegadaian Syariah Digital', kemudian klik instal.

3. Proses *Linking CIF (Cost Insurance and Freight)*

Nasabah menginput nomor *CIF* yang didapat dari cabang pada saat pendaftaran/registrasi. Setelah proses *linking CIF* berhasil, semua

portofolio transaksi nasabah dapat dipantau secara *realtime* sesuai data sistem yang dimiliki pegadaian.

4. Persyaratan Membuka Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD)

- a. Menggunakan kartu ponsel berbasis *GSM* dan ponsel dengan fasilitas *GPRS/EDGE/3G/4G* dan *WIFI*;
- b. Melaksanakan prosedur *Know Your Customer (KYC)*;
- c. Memiliki rekening tabungan emas.

5. Fitur-Fitur Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD)

- a. Transaksi Emas (*top up* tabungan emas, jual emas, transfer emas, cetak emas, *open* tabungan emas, info harga emas, beli logam mulia)
- b. Pembiayaan (Amanah, Arrum Haji, Arrum BPKB, Arrum Emas, Tasjily Tanah)
- c. Transaksi pembayaran (Rahn dan Mikro)
- d. Rahn (gadai)
- e. Info Produk
- f. Pencarian lokasi cabang pegadaian
- g. Multi Payment *Online* (Listrik, telepon, *Indihome*, PDAM, pulsa, BPJS)

6. Flow Transaksi

- a. *Open* Tabungan Emas: Menu buka tabungan masukkan nominal pembukaan (minimal Rp 100.000), pilih *outlet*, pilih mode pembayaran, konfirmasi transaksi; transaksi berhasil.
- b. *Top Up* Tabungan Emas: menu emas; pilih *top up* emas; masukkan rekening tabungan emas; masukkan nominal *top up*; pilih metode pembayaran; memastikan data yang diinput benar; transaksi berhasil.
- c. Jual Emas: menu emas; pilih jual emas; input nomor rekening, jumlah penjualan, rekening penerimaan dana; konfirmasi jual tabungan emas; input pin; penjualan emas berhasil.
- d. Transfer Emas: menu emas; pilih transfer emas; lengkapi data input rekening: pilih nomor rekening asal, pilih nomor rekening tujuan transfer,

masukkan nominal transfer dalam gram; konfirmasi pembayaran; mendapat notifikasi dari pegadaian syariah dan bank BNI; melakukan pembayaran pada pihak bank BNI.

- e. Info Harga: menu emas; pilih harga emas; ditampilkan informasi harga logam mulia.
- f. Beli logam mulia: menu emas; pilih beli logam mulia; pilih jenis logam mulia yang diinginkan; tekan tambah untuk membeli logam mulia dan dapat memilih jumlah keping yang diinginkan; pilih tenor angsuran; isi besaran uang muka; biaya angsuran perbulan akan muncul secara otomatis; pilih tempat pengambilan barang; masukkan nama daerah atau cabang yang diinginkan; pilih cabang jika telah sesuai dengan pilihan; ceklis konfirmasi pembelian; menampilkan total pembayaran uang muka yang harus di bayarkan; pilih bank kemudian ditampilkan halaman tatacara pembayaran sesuai dengan bank yang dipilih; tekan selesai; mendapat notifikasi dari Pegadaian Syariah.
- g. Pembiayaan Amanah: menu pembiayaan; pilih amanah; lengkapi data simulasi Amanah: pilih jenis nasabah, jenis kendaraan, kondisi kendaraan, masukkan harga pasaran; pilih lama angsuran; lengkapi data form agunan: merek kendaraan, tipe/model, isi silinder (CC), tahun pembuatan, nama pemilik BPKB, warna dan keterangan; lengkapi data diri; mengisi formulir Amanah; pilih outlet, atur bjadwal dan waktu transaksi, konfirmasi transaksi, transaksi sukses.

- h. Pembiayaan Arrum Emas: menu pembiayaan; pilih arum Emas; pilih tambah perhiasan atau tambah logam; input barang jaminan, keluar jumlah taksiran, pilih uang pinjaman, pilih angsuran, pilih outlet, atur jadwal dan waktu transaksi, konfirmasi transaksi, transaksi sukses.
- i. Pembayaran Rahn: Menu pembayaran; pilih Rahn; pilih cicil; masukan nominal cicil pilih nomor akad / nomor akad lain dan masukkan nomor akad; transaksi berhasil.
- j. Pembayaran Mikro: Menu pembayaran; pilih mikro; pilih nomor akad / nomor akad lain dan masukkan nomor akad; transaksi berhasil.
- k. Rahn (gadai): menu rahn; lengkapi data diri; upload identitas diri (KTP atau *Paspor*); *upload* foto barang jaminan dan melengkapi data barang yang akan dijadikan agunan; memastikan data yang diinput adalah benar; transaksi berhasil.
- l. Info produk: menu produk, pilih informasi produk yang dibutuhkan: Rahn, Tabungan Emas, Pembayaran, Mulia, Amanah, Arum Haji, Arum BPKB.

B. Analisis Strategi Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD)

1. SWOT Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD)

a. Analisis Internal

1) Strengths (Kekuatan)

a) Meminimalisir Layanan Biaya Operasional Pegadaian Syariah

Kelebihan untuk pihak pegadaian, yakni dapat meminimalisir biaya operasional pegadaian yang mana selama ini

terus menerus minus dari keuntungan memudahkan pegadaian dalam berinteraksi dengan nasabahnya melalui media internet setiap saat dengan fasilitas Pegadaian Syariah Digital. Pihak pegadaian juga dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah, serta bank dapat memblokir rekening nasabah apabila transaksi yang dilakukan ternyata fiktif .

b) Layanan Transaksi dapat dilakukan dimana saja

Kelebihan untuk nasabah, yaitu nasabah bisa langsung melakukan kegiatan gadai di rumah tanpa harus antri di pegadaian. Dengan adanya layanan Pegadaian Syariah Digital, nasabah bisa memantau harga emas setiap saat, melakukan pembayaran rahn dan kegiatan gadai dimana saja.

c) Memberi Kemudahan

Transaksi mudah dilakukan nasabah pegadaian syariah dapat menikmati fasilitas *mobile* pegadaian syariah digital selama 24 jam 7 hari seminggu untuk melakukan beragam transaksi baik finansial maupun non finansial. Transaksi finansial antara lain pembayaran rahn atau mikro, *top up* emas, membayar pengeluaran rutin bulanan seperti listrik, membeli pulsa, sampai membayar BPJS. Sedangkan transaksi non finansial seperti informasi harga emas, portofolio dan informasi produk pegadaian syariah.

Nasabah juga dapat melakukan pengajuan pembiayaan usaha dan gadai barang dengan mudah dan cepat di rumah,

dimanapun dan nantinya tim pegadaian bisa jemput bola memprosesnya.

- d) Memiliki agen pegadaian yang terus bertambah jumlahnya dipasaran

Jumlah agen saat ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan. Tentu ini dapat menjadi peluang bagi Pegadaian Syariah dalam menguasai pangsa pasar dan kepercayaan dari nasabah menggunakan layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD) dalam transaksi pegadaian baik finansial maupun non finansial.

- e) Layanan Informasi Cepat

Bagi nasabah yang sebagian besar didominasi oleh generasi milenial. Akses cepat ke pegadaian adalah suatu keharusan, lewat Pegadaian Syariah Digital nasabah bisa mengetahui harga jual dan beli emas terbaru setiap harinya tanpa harus mengecek saldo, *top up* dan transfer emas secepat yang nasabah inginkan.

2) *Weaknesses* (Kelemahan)

- a) Kurangnya Perlindungan Hak *Privasi*

Hal ini dikarenakan karyawan pegadaian bisa mengetahui tentang data nasabah dan dana yang tersimpan karena banyak dari mereka yang memiliki akses tersebut, sehingga apabila ada beberapa orang dari pihak pegadaian yang memiliki niat buruk

terhadap dana nasabah pasti akan di salah gunakan untuk kepentingan pribadi karyawan pegadaian itu sendiri.

b) Tergantung Jaringan dan Internet

Dalam hal ini, tidak mungkin melakukan transaksi Pegadaian Syariah Digital (PSD) di kawasan yang jaringan dan jaringan internetnya belum ada atau terbilang tidak bagus. Jaringan internet yang diharapkan juga lebih kencang kecepatannya, kalau tidak Pegadaian Syariah Digital (PSD) akan mengalami gagal transaksi.

c) Tidak Semua Bank Menjalani Kerjasama dengan Lembaga Pegadaian Syariah dalam Transaksi Digital

Transaksi finansial di dalam Pegadaian Syariah Digital (PSD) hanya dapat dilakukan pada bank BRI.

d) Kurangnya Pengetahuan Masyarakat dalam Mengakses Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD)

Pengetahuan masyarakat akan teknologi finansial yang relatif rendah memungkinkan mereka tidak dapat maksimal dalam mengakses layanan pegadaian, sehingga pemerintah, dalam hal ini OJK berkolaborasi dengan lembaga pegadaian dan penyedia jasa teknologi finansial perlu melakukan sosialisasi penggunaan teknologi finansial tersebut.

e) Infrastruktur Teknologi Komunikasi yang Belum Merata antara Masyarakat Perkotaan dan Masyarakat Daerah

Ketimpangan akses layanan perbankan karena infrastruktur teknologi komunikasi yang tidak merata antara daerah perkotaan dengan daerah 3T, menyebabkan masyarakat kesulitan melakukan transaksi finansial secara *online*, sehingga layanan perbankan tidak dapat dirasakan secara maksimal.

b. Analisis Eksternal

1) Opportunities (Peluang Kesempatan)

- a) Adanya Penerapan Teknologi-Teknologi Baru dengan Perkembangan IT
- b) Kepercayaan Nasabah Terhadap Pegadaian Syariah Meningkatkan
- c) Masyarakat yang Mayoritas Beragama Islam Merupakan Pasar Potensial yang Sangat Besar

2) Threads (Ancama)

- a) Pesaing Mempunyai Teknologi yang Lebih Canggih
- b) Penyedia Jasa Layanan Teknologi Finansial Semakin Beragam
- c) Target dari *Cybercrime*

2. Matrik Internal Strategi Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Strategi Analysis Summary (EFAS)

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian maka dapat dibuat Matriks Faktor Strategi Internal (dalam PT. Pegadaian Syariah KC Simpang Skip Bengkulu) yaitu Kekuatan (*Streangths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*), Matriks Faktor Strategi *Eksternal* (luar PT.

Pegadaian Syariah KC Simpang Skip Bengkulu) yaitu Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*).

Identifikasi Lingkungan Internal (S – W)

Dalam menghadapi lingkungan internal (S-W) dapat menggunakan kombinasi pendekatan dengan ^{strategi} *Internal Strategi Analysis Summary (IFAS)* dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1

Identifikasi Lingkungan Internal (S – W)

| FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL | BOBOT | RATING | BOBOT X RATING |
|--|-------|--------|----------------|
| Kekuatan (S) | | | |
| 1. Meminimalisir layanan biaya operasional pegadaian syariah | 0,10 | 3,25 | 0,32 |
| 2. Layanan transaksi dapat dilakukan dimana saja | 0,15 | 3,75 | 0,56 |
| 3. Memberi kemudahan | 0,05 | 3,50 | 0,17 |
| 4. Memiliki agen pegadaian yang terus bertambah jumlahnya dipasaran | 0,05 | 3,25 | 0,16 |
| 5. Layanan informasi cepat | 0,15 | 3,75 | 0,56 |
| Total (S) | | | 1,77 |
| Kelemahan (W) | | | |
| 1. Kurangnya perlindungan hak privasi | 0,05 | 1,75 | 0,09 |
| 2. Tergantung jaringan internet | 0,10 | 2,75 | 0,27 |
| 3. Tidak semua bank menjalani kerjasama dengan lembaga pegadaian syariah dalam transaksi digital | 0,05 | 2,75 | 0,14 |
| 4. Kurangnya pengetahuan masyarakat dalam mengakses layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD) | 0,15 | 3,00 | 0,45 |
| 5. Infrastruktur teknologi | 0,15 | 3,25 | 0,49 |

| | | | |
|---|------|----|------|
| komunikasi yang belum merata antara masyarakat perkotaan dan masyarakat | | | |
| Total (W) | | | 1,44 |
| Total Internal Strategi Analysis Summary (IFAS) | 1,00 | 31 | 3,21 |

Identifikasi Lingkungan Eksternal (O-T)

Dalam mengidentifikasi lingkungan *Eksternal (O-T)* juga dapat menggunakan kombinasi pendekatan dengan strategi *Eksternal Strategi Analysis Summary (EFAS)* dengan tabel sebagai berikut:

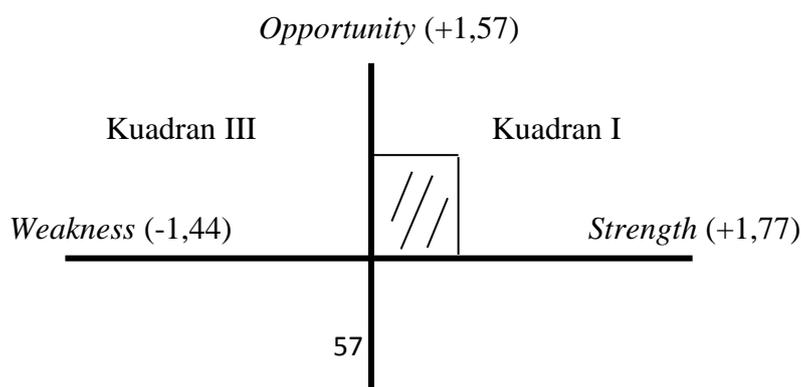
Tabel 4.2

Identifikasi Lingkungan Eksternal (O-T)

| FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL | BOBOT | RATING | BOBOT X RATING |
|---|-------|--------|----------------|
| Peluang (O) | | | |
| 1. Adanya Penerapan Teknologi-Teknologi Baru dengan Perkembangan IT | 0,15 | 3,50 | 0,52 |
| 2. Kepercayaan Nasabah Terhadap Pegadaian Syariah Meningkat | 0,20 | 3,75 | 0,75 |
| 3. Masyarakat yang Mayoritas Beragama Islam Merupakan Pasar Potensial yang Sangat Besar | 0,10 | 3,00 | 0,30 |
| Total (O) | | | 1,57 |
| Ancaman (T) | | | |
| 1. Pesaing Mempunyai Teknologi yang Lebih Canggih | 0,10 | 1,75 | 0,17 |
| 2. Penyedia Jasa Layanan Teknologi Finansial Semakin Beragam | 0,20 | 2,50 | 0,50 |
| 3. Target dari <i>Cybercrime</i> | 0,15 | 2,25 | 0,34 |
| Total (T) | | | 1,01 |
| Total Eksternal Strategi Analysis Summary (EFAS) | 1,00 | 21,75 | 2,58 |

3. Diagram *Cartesius SWOT Analysis*

Dari hasil analisis pada tabel 4.1 *Internal Strategi Analysis Summary (IFAS)*, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,21 yang berarti bahwa layanan finansial Pegadaian Syariah Digital (PSD) berada di titik rata-rata dalam usahanya menjalankan strategi memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan. Dari hasil analisis pada tabel 4.2 *Eksternal Strategi Analysis Summary (EFAS)*, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 2,58 yang berarti bahwa layanan finansial Pegadaian Syariah Digital (PSD) berada pada titik rata-rata dalam usahanya untuk menjalankan strategi memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman. Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci *strength* 1,77, *weakness* 1,44, *opportunity* 1,57, *threat* 1,01, Maka diketahui selisih total skor faktor *strength* dan *weakness* adalah (+) 0,33, sedangkan selisih total skor faktor *opportunity* dan *threat* adalah (+) 0,56. Dibawah ini merupakan gambar diagram Analisis SWOT:



Kuadran IV

Kuadran II

Threat (-1,01)

Diagram 4.1 *Certesius SWOT Analysis* Layanan PSD Pegadaian Syariah
Cabang Simpang Skip Kota Bengkulu

Dari gambar diagram analisis *SWOT* diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu berada pada kuadran I yang mendukung strategi *growth* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut mempunyai peluang dan kekuatan sehingga bisa menggunakan peluang yang ada. Stategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omset yang maksimal.

4. Matriks Analisis *SWOT*

Berdasarkan hasil *EFAS* dan *IFAS* maka Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu dapat melakukan formulasi arah strategi dengan menggunakan *matrik Tows/ matrik SWOT*. Matrik *Tows* yang dikembangkan berdasarkan analisis *SWOT* yang menghasilkan beberapa pilihan strategi sebagai berikut:

Tabel 4.3

Matriks SWOT

| | | |
|---|---|---|
| <p>IFAS</p> <p>EFAS</p> | <p>Strengths (Kekuatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meminimalisir Biaya Operasional Pegadaian Syariah. 2. Layanan Transaksi dapat dilakukan dimana saja. 3. Memberi Kemudahan. 4. Memiliki agen pegadaian yang terus bertambah jumlahnya dipasaran. 5. Layanan Informasi cepat. | <p>Weaknesses (Kelemahan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya Perlindungan Hak Privasi. 2. Tergantung Jaringan dan Internet. 3. Tidak Semua Bank Menjalani Kerjasama dengan Lembaga Pegadaian Syariah dalam Transaksi Digital. 4. Kurangnya Pengetahuan Masyarakat dalam Mengakses Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD). 5. Infrastruktur Teknologi Komunikasi yang Belum Merata antara Masyarakat Perkotaan dan Masyarakat. |
| <p>Opportunities (Peluang Kesempatan)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya Penerapan Teknologi-Teknologi Baru dengan Perkembangan IT. 2. Kepercayaan Nasabah Terhadap Pegadaian Syariah Meningkat. 3. Masyarakat yang Mayoritas Beragama Islam Merupakan Pasar Potensial yang Sangat Besar. | <p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas didalam pelayanan berbasis online. 2. Memperkuat dan mempertahankan <i>image</i> di masyarakat dengan menekankan prinsip ekonomi syariah yang profesional. 3. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberi respon yang cepat kepada nasabah. 4. Mempertahankan dan meningkatkan sumber daya keuangan untuk mendukung pertumbuhan pegadaian. | <p>Strategi SW</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kerjasama dengan bank atau toko waralaba yang menyediakan pelayanan payment untuk menmabahkan metode pembayaran. 2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusi khususnya bidang IT. 3. Memlakukan sosialisasi tentang prinsip pegadaian syariah dan cara penggunaan dari layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD). |
| <p>Threads (Ancaman)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing Mempunyai Teknologi yang Lebih Canggih. | <p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan fasilitas-fasilitas yang berbasis teknologi sehingga | <p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menetapkan strategi bisnis yang baru yang lebih efektif dan efisien. |

| | | |
|---|---|--|
| 2. Penyedia Jasa Layanan Teknologi Finansial Semakin Beragam. 3. Target dari <i>Cybercrime</i> . | dapat memudahkan akses bagi nasabah. 2. Meningkatkan layanan hingga ke daerah terpencil. 3. Meningkatkan sumber daya terhadap penguasaan teknologi fintech terbaru. | 2. Meningkatkan daya saing produk dengan mempertahankan ciri khas produk dan menambah program berhadiah. 3. Melakukan strategi promosi yang lebih gencar disemua media. |
|---|---|--|

Berdasarkan analisis tersebut di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor *internal* dan *eksternal*. Gabungan kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam diagram hasil analisis *SWOT* sebagai berikut:

1. Strategi *SO* (Mendukung Strategi *Growth*)

- a. Meningkatkan kualitas didalam pelayanan berbasis *online*.

Peningkatan kualitas didalam pelayanan berbasis *online* akan menarik simpatik nasabah maupun calon nasabah.

- b. Memperkuat dan mempertahankan *image* di masyarakat dengan menekankan prinsip ekonomi syariah yang profesional.

Kalaupun bisa pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu kepada nasabah mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan pelayanan di pegadaian konvensional. Sehingga rasa kepercayaan nasabah terhadap pegadaian makin meningkat, dan pada akhirnya loyalitas kepada nasabah juga meningkat. Selain itu pegadaian juga bisa menarik nasabah baru yang menjadi target sasarannya.

- c. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberi respon yang cepat kepada nasabah.

Respon atau tanggapan yang cepat akan melahirkan kepuasan dari nasabah.

- d. Mempertahankan dan meningkatkan sumber daya keuangan untuk mendukung pertumbuhan pegadaian.

Sumber daya keuangan yang meningkat dan stabil berpengaruh pada pertumbuhan pegadaian syariah untuk berkembang menjadi lebih baik lagi. Pengolahan keuangan dengan cermat juga perlu dilakukan demi pengembangan teknologi terutama PSD seoptimal mungkin.

2. Strategi SW (Mendukung Strategi *Diversifikasi*)

- a. Menjalin kerjasama dengan bank atau toko waralaba yang menyediakan pelayanan payment untuk menmabahkan metode pembayaran.

Strategi ini perlu dilakukan guna memperluas layanan transaksi.

- b. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusi khususnya bidang IT.

Salah satu langkahnya dapat dilakukan melalui pelatihan-pelatihan secara kontinyu dan konsisten tentang teknologi *fintech*.

- c. Memlakukan sosialisasi tentang prinsip pegadaian syariah dan cara penggunaan dari layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD).

Untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas dan meningkatkan promosi, strategi ini mampu untuk dapat bersaing menghadapi persaingan.

3. Strategi *ST* (Mendukung Strategi *Turn-Around*)

- a. Meningkatkan fasilitas-fasilitas yang berbasis teknologi sehingga dapat memudahkan akses bagi nasabah.

Strategi ini perlu dilakukan, mengingat teknologi informasi dan komunikasi memberi kemudahan dalam memberikan informasi dan meningkatkan pelayanan terhadap nasabah.

- b. Meningkatkan layanan hingga ke daerah terpencil.

Meningkatkan jangkauan layanan dengan cara membuka layanan di daerah terpencil. Pelayanan pegadaian di daerah terpencil tidak melulu dilakukan dengan membuka kantor cabang yang membutuhkan modal besar. Pegadaian bisa meningkatkan layanan digital dan menambah agen pegadaian syariah di banyak daerah.

- c. Meningkatkan sumber daya terhadap penguasaan teknologi *fintech* terbaru.

Meningkatkan sumber daya penguasaan teknologi *fintech* terbaru guna meningkatkan profesionalisme layanan di pegadaian syariah.

4. Strategi *WT* (Mendukung Strategi *Defensif*)

- a. Menetapkan strategi bisnis yang baru yang lebih efektif dan efisien.

Strategi bisnis yang baru yang efektif dan efisien perlu di tetapkan guna memahami perubahan selera konsumen.

- b. Meningkatkan daya saing produk dengan mempertahankan ciri khas produk dan menambah program berhadiah.

Agar dapat menarik minat nasabah untuk menabung emas dan gadai di Pegadaian Syariah Cabanag Simpang Skip Bengkulu harus mempertahankan ciri khas produk serta perlunya menambah program-program berhadiah.

- c. Melakukan strategi promosi yang lebih gencar disemua media.

Melakukan strategi promosi yang lebih gencar disemua media untuk meningkatkan pasar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Secara umum seluruh prosedur dan proses penerapan produk pada Pegadaian Syariah Digital (PSD) yaitu nasabah harus melakukan pengisian data diri atau data barang yang sudah disiapkan oleh pihak pegadaian secara *online*, kemudian pihak bank memverifikasi data dan permintaan nasabah secara *online*. Selanjutnya nasabah wajib mendatangi cabang atau *outlet* agen terdekat untuk melakukan nilai perkiraan uang pinjaman dan pencairan pinjaman, melakukan penandatanganan perjanjian, menyerahkan emas atau barang gadai, atau mengambil buku tabungan.
2. Berdasarkan perolehan dari diagram cartesius, menunjukkan bahwa layanan aplikasi *mobile* PSD pada Pegadaian Syariah Cabang Simpang Skip Bengkulu berada pada kuadran I (satu) yaitu *growth*. Strategi yang mesti diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Dengan formulasi strategi yaitu meningkatkan kualitas didalam pelayanan berbasis online, memperkuat dan mempertahankan *image* di masyarakat dengan menekankan prinsip ekonomi syariah yang professional, meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberi respon yang cepat kepada nasabah, mempertahankan dan meningkatkan sumber daya keuangan untuk mendukung pertumbuhahn pegadaian.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, ada beberapa saran bagi Pegadaian Syariah dalam meningkatkan layanan aplikasi *mobile* Pegadaian Syariah Digital (PSD) untuk menunjang transaksi pegadaian syariah:

1. Bagi masyarakat umum hendaknya dapat lebih memahami layanan Pegadaian Syariah Digital beserta manfaatnya yang diterapkan oleh pegadaian syariah. Sehingga dapat memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi nasabah untuk memanfaatkan layanan Pegadaian Syariah Digital yang ada.
2. Dan bagi para praktisi dan ahli pegadaian untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan inovasi-inovasi yang berkaitan dengan produk dan layanan pegadaian. Dan lebih mengenalkan kepada masyarakat bagaimana manfaat layanan Pegadaian Syariah Digital yang telah ada.
3. Serta bagi pihak Pegadaian Syariah supaya dapat lebih meningkatkan produk dan layanan yang lebih baik sehingga lebih dapat diterima lagi keberdaannya di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi, Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta. 2008
- Bungin, Burhan. *Metodeologi Penelitian Kuantitati*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group. 2014
- Christmastianto, Imanuel Adhitya Wulanata. *Analisis Swot Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia*. Universitas Pelita Harapan Tangerang. 2017
- Daris BZ, Mariam. *Aneka Hukum Bisnis*. Bandung: PT. Alumni. 1995
- David, Fred R. *Strategic Management (Manajemen Strategis Konsep)*. Jakarta: Salemba Empat. 2012
- Departemen Agama RI. *Al-qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV Diponegoro. 2008
- Fahmi, Irham. *Kewirausahaan (Teori, Kasus dan Solusi)*. Bandung: Alfabeta. 2013
- Google Play Store. *Pegadaian Syariah Digital*. dikutip dari <http://play.google.com>, pada hari Selasa, tanggal 30 Juli 2019, Pukul 07.28 WIB.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*, Ed. 1, Cet-1. Jakarta: Bumi Aksara. 2013
- Hariadi, Bambang. *Strategi Manajemen*. Jakarta : Bayumedia Publishing. 2005

- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Cet.1. Bogor : Ghalia Indonesia. 2010
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2012
- Illi, Makhalul. *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*.
Yogyakarta: UII Press. 2002
- Kashmir. *Etika Customer Service*, Cet. Ke-I, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
2005
- Lupiyoadi, R. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi ke Satu*. Jakarta: Penerbit
Salemba Empat. 2001
- Moenir. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara. 2002
- Muhadi, Beben. *Pelelangan Jaminan Gadai Syari'ah pada Pegadaian Syari'ah
Cabang Bengkulu*. UNIB: Skripsi sarjana, fakultas hukum. 2013
- Nawawi, Hadari. *Metodeologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda.
1991
- Nugraha, Ari Agung. *Gambar Umum Kegiatan Usaha Pegadaian Syariah*.
Batam: PT Pegadaian Syariah. 2004
- Porter, Michael E. *Strategi Bersaing (competitive strategy)*.Tangerang: Kharisma
Publishing Group. 2007
- Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud. *Kamus Umum Bahasa
Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 1999

Udaya, Jusuf. *Manajemen Strategik Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013

Wawancara dengan Yan Irawan, dikantor cabang pegadaian Bengkulu

Wawancara dengan Redi Vanhar tanggal 2 Mei 2019 di Pegadaian Syariah
Cabang Simpang Sekip Bengkulu.

Yusanto, M. Ismail, M. Karebat Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*.
Jakarta: Gema Insani Press. 2002

Dikutip dari www.pegadaian.co.id pada hari Sabtu, tanggal 25
Mei 2019. Pukul 16.00 WIB.

Kontan. *Ini Strategi pegadaian mengejar target bisnis 2018*. dikutip dari
[https://m.kontan.co.id/news/ini-strategi-pegadaian-mengejar-target-
bisnis-2018](https://m.kontan.co.id/news/ini-strategi-pegadaian-mengejar-target-bisnis-2018) pada tanggal 5 Mei 2019, Pukul 21.27 WIB

OJK. *Documents Peraturan OJK*. dikutip dari <https://ojk.go.id> pada hari Minggu.
tanggal 5 Mei 2019, Pukul 22:05 WIB.

