

# **STRATEGI PENGEMBANGAN GADAI EMAS SYARIAH DI PEGADAIAN SYARIAH MLATI YOGYAKARTA**

Universitas Islam Indonesia  
Rizka Tri Nawangsih  
rizkatrinawangsih@gmail.com

Emas merupakan benda yang berharga yang banyak dimiliki masyarakat dan masih dianggap sebagai salah satu investasi yang menguntungkan. Ketika dalam keadaan mendesak dan membutuhkan dana dengan cepat, emas juga bisa dijadikan jaminan untuk mendapatkan pinjaman uang di pegadaian. Gadai barang terbanyak di pegadaian syariah saat ini juga masih didominasi dengan produk gadai emas. Namun saat ini telah banyak lembaga pinjaman lainnya yang menjadi pesaing dari pegadaian syariah sehingga hal ini menjadi salah satu ancaman dalam pengembangan pegadaian syariah itu sendiri. Penelitian ini akan membahas faktor eksternal dan faktor internal apa saja yang berpengaruh dalam pengembangan gadai syariah di Pegadaian Syariah Mlati Yogyakarta dan mencari strategi yang sesuai dengan menggunakan metode analisis SWOT. Untuk masalah faktor internal menggunakan metode analisis IFAS sedangkan untuk masalah faktor eksternal menggunakan metode analisis EFAS. Dari hasil penelitian menggunakan analisis SWOT menunjukkan Pegadaian Syariah Mlati berada pada kuadran 3 yang berarti strategi yang bisa digunakan adalah strategi *turnaround*.

Kata kunci : analisis IFAS, analisis EFAS, *turnaround*.

## ***ABSTRACT***

*Gold is a valuable item that many people have and is still considered a profitable investment. When in a state of urgency and need funds quickly, gold can also be used as collateral to get a loan of money in a pawnshop. Most pawned goods in Islamic pawnshops today are also still dominated by gold pawning products. But now there are many other lending institutions that are become competitors of sharia pawnshops, so this has become one of the threats in the development of sharia pawnshops themselves. This research will discuss external factors and internal factors*

*that influence the development of Islamic pawnshop in Pegadaian Syariah Mlati Yogyakarta and look for strategies that are appropriate using the SWOT analysis method. The internal factor problem uses the IFAS analysis method while for the external factor problem it uses the EFAS analysis method. From the results of the study using a SWOT analysis showed that Pegadaian Syariah Mlati is in quadrant 3 which means that the strategy that can be used is a turnaround strategy.*

*Keywords: IFAS analysis, EFAS analysis, turnaround*

## **PENDAHULUAN**

Di Indonesia sendiri Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika di bulan Januari 2003., kemudian menyusul pendirian ULGS di Surabaya, Makasar, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta di tahun yang sama hingga September 2003 (Rodoni Ahmad,2015). Pegadaian Syariah Mlati yang pertama kali didirikan di Yogyakarta merupakan pegadaian keempat yang didirikan di Indonesia.

Pada umumnya barang yang sering digadai oleh masyarakat adalah logam mulia seperti emas. Emas dianggap investasi yang menguntungkan bagi masyarakat selain untuk investasi jangka panjang emas juga dianggap benda yang mudah dan cepat untuk digadai ketika membutuhkan dana ekstra dibanding dengan barang lainnya seperti mobil, motor atau rumah yang dalam proses jual atau gadainya tidak semudah dan secepat gadai emas. Akan tetapi dalam pelaksanaan gadai emas syariah ini juga menemui kendala dalam pengembangannya seperti kurangnya sosialisasi tentang produk Pegadaian Syariah sehingga masih banyak masyarakat yang masih lebih memilih gadai konvensional dibandingkan dengan gadai syariah. Perlu adanya sebuah strategi pengembangan dimana gadai syariah dapat lebih bersaing dengan gadai konvensional yang saat ini masih menjadi pilihan utama masyarakat dibandingkan dengan gadai syariah.

Dengan adanya banyak pesaing yang ada pegadaian syariah di tuntut memiliki strategi yang mampu menarik nasabah untuk menggunakan produk-produk pegadaian syariah. Apalagi di era digital yang semua serba dimudahkan dalam satu genggaman, pegadaian harus memiliki strategi yang baik dalam promosi dibidang digital. Pesaing terbesar pegadaian saat ini salah satunya berasal dari bisnis pinjaman online *fintech* yang makin berkembang dan banyak diminati masyarakat. Syarat yang mudah tanpa

jaminan barang menjadi salah satu daya tarik para nasabah pinjaman online tertarik menggunakan jasa ini. Walaupun banyak permasalahan yang timbul akibat penggunaan pinjaman online ini namun sejak kemunculannya di 2016 lalu bisnis pinjaman online ini terus menjamur di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dirumuskan masalah adalah 1. Bagaimana pelaksanaan pembiayaan gadai emas dengan akad *rahn* di Perum Pegadaian Syariah Mlati, 2. Apa faktor eksternal dan internal di Pegadaian Syariah Mlati yang mempengaruhi strategi pengembangan produk gadai emas, 3. Bagaimana strategi pengembangan gadai emas di Pegadaian Syariah Mlati.

Sesuai dengan latar belakang masalah, tujuan penelitian adalah , 1. Menyusun strategi pengembangan gadai emas syariah di pegadaian syariah cabang Mlati, 2. Meneliti faktor internal dan external apa saja yang mempengaruhi pengembangan gadai emas di pegadaian Mlati

## **TINJAUAN LITERATUR**

Berbagai kendala yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah antara lain adalah:

1. Pegadaian Syariah adalah kegiatan yang relatif baru sebagai sistem keuangan. Hal tersebut menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi Pegadaian Syariah untuk mensosialisasikan produknya.
2. Beberapa peraturan dari pemerintah mengenai gadai syariah belum sepenuhnya mengakomodasi terhadap Pegadaian Syariah.

Dalam perkembangan dan pertumbuhan Pegadaian Syariah di masa yang akan datang, Pegadaian Syariah diharapkan menjalankan berbagai langkah-langkah yang dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Pegadaian Syariah ketika menjalankan kegiatannya harus konsisten menjalankan prinsip-prinsip syariah, karena sebagian masyarakat memilih Pegadaian Syariah dengan alasan transaksi yang dilakukan adalah sesuai dengan syariah.
2. Sesuai dengan moto pegadaian “mengatasi masalah tanpa masalah”. Maka di harapkan pegadaian juga mampu melayani kebutuhan masyarakat dengan cepat dan dengan persyaratan yang mudah sehingga dapat menjadi andalan bagi masyarakat. Di samping variabel biaya yang terjangkau bagi masyarakat.
3. Pemerintah perlu untuk mengakomodir keberadaan Pegadaian Syariah ini dengan membuat Peraturan Pemerintah (PP) atau Undang-Undang Pegadaian Syariah dalam Perum Pegadaian Syariah. (Rodoni, 2015)

Randi Saputra & Kasyaful Mahalli (2014) menyebutkan bahwa pegadaian syariah memiliki prospek yang cerah. Strategi pengembangan yang dapat dilakukan:

1. Mengoptimalkan pelayanan yang ada untuk merangkul nasabah
2. Peningkatan sosialisai pada masyarakat dan memeperluas strategi pemasaran
3. Menjaga hubungan baik dengan nasabah lama dan baru
4. Meningkatkan sarana dan prasarana serta kemudahan prosedur dan persyaratan dam transaksi
5. Menjalin kerja sama dengan lembaga lain untuk melakukan promosi produk-produk baru
6. Menempatkan kantor pegadaian syariah berapa dilokasi yang ramai penduduk (lokasi strategis).

Rahmi (2014) Resiko dan kendala yang dihadapi oleh pegadaian dalam pemasaran pembiayaan MULIA anantara lain kurangnya minat masyarakat serta kerugian pegadaian atas penunggakan angsura MULIA yang dilakukan oleh nasabah pegadaian sehingga mengakibatkan proses pelelangan.

Irayana (2014) Akad murabahah dan rahn pembiayaan mulia telah sesuai dengan syarat dan rukun menurut hukum islam. Hambatan pengembangan pembiayaan MULIA dengan akad murabahah dan rahn adalah adanya anggapan sebagian masyarakat bahwa akad murabahah dan rahn masuk dalam satu transaksi dengan dua akad yang dilarang oleh nabi. Sedangkan dari segi prasarana tempat penyimpanan pegadaian yang dinilai belum sepenuhnya aman.

Karnaen (1999) Dapat disimpulkan bahwa pegadaian syariah diindonesia mempunyai prospek yang sangat cerah, baik untuk perum pegadaian maupun pegadaian syariah yang baru, prospek ini akan lebih cerah apabila kelemahan mudharabah dapat dikurangi dan ancaman dapat diatasi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Objek penelitian**

Lokasi Penelitian ini dilaksanakan di perum Pegadaian Syariah cabang Mlati Yogyakarta Jl. Magelang No. 197 Yogyakarta. Sedangkan responden dari penelitian ini ada dua yaitu, (1) kepala Pegadaian Syariah Cabang Mlati dan (2) nasabah Pegadaian Syariah Mlati. Di Perum Pegadaian Syariah Mlati ini penulis akan menetili tentang aktifitas pelaksanaan gadai emas menggunakan akad *rahn*. Sehingga penulis dapat

mengetahui kelemahan, kekuatan, peluang dan tantangan yang dihadapi oleh perum Pegadaian Syariah Mlati dalam proses gadai emas dengan akad *rahn*.

### **Sumber Data**

Ada dua jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Sumber data primer

Sumber data primer berupa data yang langsung didapatkan dalam penelitian dilapangan berupa wawancara dan kuesioner. Adapun pihak-pihak yang dipilih untuk menjadi narasumber antara lain : pertama, pemimpin Cabang Pegadaian Syariah Mlati yang menguasai semua kegiatan. Kedua, pegawai Pegadaian Syariah yang terlibat langsung dalam menangani transaksi gadai emas dengan nasabah cabang Pegadaian Syariah Mlati. Data yang diperoleh dari kuesioner di ambil dari nasabah yang terlibat dalam kegiatan gadai di Pegadaian Syariah cabang Mlati.

#### 2. Sumber data sekunder

Sumber data ini adalah yang sifatnya untuk mendukung sumber data primer. Sumber data sekunder ini antara lain adalah : buku-buku ilmiah, makalah-makalah, dokumen, dan arsip Pegadaian Syariah cabang Mlati yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer dengan metode :

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab atau pertemuan dengan seseorang untuk suatu pembicaraan. Metode wawancara dalam konteks ini berarti proses memperoleh suatu fakta atau data dengan langsung (tanya jawab secara lisan) dengan responden penelitian, baik secara temu wicara atau menggunakan teknologi komunikasi (jarak jauh) (Supardi, 2005).

Wawancara di dalam penelitian kualitatif pada umumnya tidak dilakukan secara terstruktur ketat dan dengan pertanyaan tertutup seperti di dalam penelitian kuantitatif, tetapi dilakukan secara tidak terstruktur atau sering disebut sebagai teknik “wawancara mendalam”, karena peneliti merasa tidak tahu apa yang belum diketahuinya. (Sutopo, 2002).

Untuk itu dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interviewing*) atau tidak terstruktur. Dengan menggunakan teknik wawancara ini penulis dapat menggali informasi secara lebih jauh dan mendalam di waktu dan kondisi konteks yang dianggap paling tepat guna mendapatkan informasi yang rinci, jujur dan mendalam. Pihak-pihak yang akan diwawancarai peneliti yaitu Kepala pegadaian perum Pegadaian Syariah Mlati sebagai pemimpin yang mengetahui seluruh aktivitas pembiayaan gadai di perum Pegadaian Syariah cabang Mlati.

## 2. Dokumen

Pengumpulan data dengan teknik dokumen dapat penulis peroleh dari data di Pegadaian Syariah Mlati, buku-buku, maupun jurnal-jurnal penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

## 3. Kuesioner

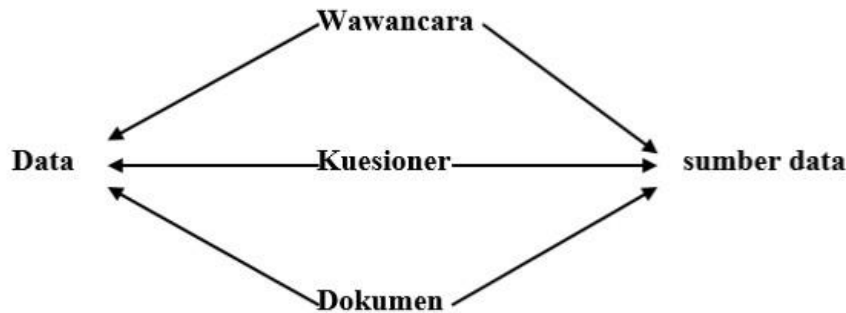
Kuisisioner merupakan daftar pertanyaan bagi pengumpulan data dalam penelitian. Teknik pengumpulan datanya atau cara mengajukan pertanyaan tersebut kepada informan, bisa dilakukan secara lisan atau tertulis. Dalam pelaksanaan secara lisan peneliti akan menanyakan kepada responden pertanyaan sesuai dengan pertanyaan yang ada di kuisisioner, dan kemudian jawaban dari responden akan dicatat oleh pengumpul data dalam kuisisioner tersebut sesuai dengan pilihan jawaban yang tersedia. Cara ini sering dilakukan terutama bila pengumpul data menghadapi informan yang tidak bisa baca tulis. Kuisisioner yang disajikan secara tertulis biasanya dikirim langsung ke setiap responden, dan setelah diisi jawabannya kemudian dikirim kembali ke pengumpul data atau penelitiannya, atau mungkin secara langsung dikumpulkan oleh pengumpul data itu sendiri. Cara ini sering disebut sebagai teknik angket (*enquette*) (Sutopo, 2002).

Penulis menggunakan pengumpulan data angket dimana responden mengisi sendiri daftar pertanyaan yang telah penulis sediakan di kantor Pegadaian Syariah cabang Mlati. Dari data yang diambil dari kuisisioner ini akan menentukan perhitungan EFAS dan IFAS dalam analisis SWOT.

## **Pengujian Keabsahan Data**

Dalam pengujian keabsahan data, penulis menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi yang digunakan untuk menguji keabsahan data adalah triangulasi metode. Triangulasi metode adaah usaha mengecek keabsahan data temuan penelitian.

Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Dengan teknik triangulasi metode penulis membandingkan antara hasil wawancara dari nara sumber, hasil kuesioner dan dokumen yang ada.



Gambar 1  
Triangulasi metode

1. Wawancara : penulis menggali informasi melalui narasumber yang sudah dipilih yaitu kepala pegadaian syariah Mlati sebagai orang tau persis tentang kegiatan gadai emas yang ada di pegadaian syariah malati.
2. Kuesioner : penyebaran kuesioner terhadap 100 nasabah pegadaian syariah Mlati tentang kelemahan, kekuatan, acaman , peluang apa saja yang ada di pegadaian syariah Mlati
3. Dokumen : penulis mengumpulkan dokumen-dokumen mengenai kantor pegadaian syariah Mlati baik dari arsip kantor pegadaian maupun dari internet.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Dengan analisa ini maka kemudian dapat diidentifikasi berbagai faktor yang secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (lembaga gadai syariah). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threath*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan,

strategi, dan kebijakan perusahaan (lembaga gadai syariah). Dengan demikian, *strategic planner* harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (SWOT) dalam kondisi yang ada saat ini. Hasil ini disebut dengan analisis situasi, model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Tahapan analisis SWOT menurut sebagai berikut:

1) Menentukan faktor –faktor strategi eksternal

Faktor-faktor eksternal dapat diperoleh dengan cara menganalisis lingkungan eksternal pegadaian dengan kegiatannya seperti analisis terhadap nasabah, kondisi perekonomian saat ini, analisis terhadap kompetitor dan sebagainya. Dari faktor-faktor strategi eksternal tersebut yang merupakan suatu peluang dan ancaman bagi pegadaian. Selanjutnya dari faktor tersebut disusun kedalam sebuah matrik strategis eksternal EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*)

2) Menentukan faktor-faktor strategi internal

Dalam menentukan faktor-faktor internal, hal tersebut diperoleh berdasarkan keadaan internal pegadaian seperti sumber daya, keunggulan produk dan lain sebagainya. Faktor strategis internal tersebut merupakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pegadaian syariah. Dari faktor-faktor internal tersebut kemudian diidentifikasi kedalam tabel matrik internal IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

3) Merumuskan strategi alternatif dengan membuat matrik internal –eksternal dalam sebuah matriks SWOT.

Tahap selanjutnya adalah mentransfer peluang, ancaman serta kekuatan dan kelemahan perusahaan didasarkan pada analisis faktor internal-eksternal ke dalam matrik SWOT. Tahap kegiatan yang dilakukan dalam pembuatan matrik ini adalah:

- a) Dalam tabel *Opportunities* (O) buat 5 sampai 10 peluang eksternal. tabel itu harus mempertimbangkan deregulasi industri sebagai salah satu faktor strategis.
- b) Dalam tabel *Threats* (T) buat 5 sampai 10 ancaman eksternal yang harus dihadapi pegadaian syariah.
- c) Dalam tabel *Strenghts* (S) buat kekuatan yang dimiliki Pegadaian Syariah Mlati baik saat ini maupun masa mendatang.
- d) Dalam tabel *Weakness* (W) susun 5 sampai 10 kelemahan dan kekurangan yang dimiliki Pegadaian Syariah Mlati.



IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan dalam internal pegadaian	WEAKNESS (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal pegadaian
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal pegadaian	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal pegadaian	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2

Diagram Matrik SWOT

4) Memutuskan alternatif strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT

Berdasarkan peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan serta disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, membuat berbagai alternatif strategi berdasarkan kombinasi keempat faktor tersebut.

a) Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan pada pemanfaatan seluruh kekuatan untuk membuat dan memanfaatkan seluruh kekuatan sebesar-besarnya.

b) Strategi ST

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatur ancaman.

c) Strategi WO

Strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d) Strategi WT

Strategi yang didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan meminimalkan yang ada sekaligus menghindari ancaman.

(Rangkuti, 2002).

Dengan analisis SWOT ini dapat diketahui kekuatan (*Strength*) dari Pegadaian Syariah Mlati, peluang (*Opportunities*) dari Pegadaian Syariah Mlati, kelemahan (*Weakness*) dari Pegadaian Syariah Mlati, serta ancaman (*Threats*) yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah Mlati. Dari empat aspek ini maka dapat ditemukan strategi apa yang harus dilakukan dalam mengembangkan gadai emas di kantor cabang Pegadaian Syariah Mlati Yogyakarta.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Prosedur Gadai Emas di UPS Mlati**

#### **1. Mengisi formulir**

Tahap awal sebelum melaksanakan gadai, nasabah datang ke pegadaian dengan membawa emas yang akan di gadai, kemudian nasabah diminta untuk mengisi dan menandatangani formulir pengajuan gadai emas di Pegadaian Syariah

#### **2. Menunjukkan KTP/ kartu identitas lain**

Nasabah akan diminta menunjukkan identitas KTP untuk mencocokkan keaslian data yang terisi di dalam formulir.

#### **3. Penaksiran Barang Jaminan**

Selanjutnya nasabah akan diminta untuk menyerahkan barang gadai kepada penaksir untuk ditentukan berapa jumlah taksiran pinjaman gadai yang akan nasabah terima. Nilai taksiran pinjaman adalah sebesar 92% sampai 95% dari harga emas nasabah.

#### **4. Penerimaan dana gadai**

Setelah penaksiran emas selesai, nasabah dapat mengambil uang pinjaman gadai yang telah ditentukan penaksir di kasir. Jangka waktu jatuh tempo dari *rahn* ini adalah selama 4 bulan, dan dapat kembali diperpanjang. Namun apabila melebihi batas waktu jatuh tempo tidak diperpanjang, maka emas tersebut akan dilelang oleh pegadaian.

## Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah

Tahun 2018	Tahun 2019
1. Literasi Pasar Tradisional	1. Literasi Pasar Tradisional
2. Literasi Kampus	2. Literasi Kampus
3. Literasi Instansi	3. Literasi Instansi
4. Literasi Komunitas	4. Literasi Komunitas
5. Menghubungi Nasabah Potensial	5. Menghubungi Nasabah Potensial
6. Pegadaian Digital	6. Pegadaian Digital
7. Pengadaan Agen Pegadaian	7. Pengadaan Agen Pegadaian
	8. Media sosial

Tabel 1  
Strategi pemasaran Pegadaian Syariah

Berikut strategi pemasaran yang dijalankan oleh Pegadaian Syariah dari tahun 2018 hingga 2019:

1. Literasi pasar tradisional

Pasar merupakan salah satu tempat perputaran roda ekonomi masyarakat, oleh karena itu pegadaian menjadikan pasar sebagai salah satu tempat dalam memasarkan produk-produknya, terutama produk untuk pembiayaan usaha mikro. Namun ditengah lesunya perekonomian saat ini dimana para pedagang tradisional cenderung mengalami penurunan omset setiap tahunnya menyebabkan literasi pasar tradisional ini kurang efektif karena calon nasabah cenderung lama dalam mengambil keputusan dalam menerima penawaran produk dari Pegadaian Syariah.

2. Literasi Kampus

Pegadaian Syariah melakukan literasi kampus dimana pegadaian melakukan kerja sama dengan kampus terkait untuk menyelenggarakan kegiatan dilingkungan kampus maupun dalam kegiatan kemahasiswaan kampus

3. Literasi Instansi

Literasi instansi dimana Pegadaian Syariah memperkenalkan produk-produk yang ditawarkan pegadaian dengan ikut berpartisipasi dalam kegiatan suatu instansi dan

kemudian memperkenalkan produk gadai kepada para pegawai yang ada dalam kegiatan tersebut.

#### 4. Literasi Komunitas

Pemasaran produk melalui literasi komunitas merupakan salah satu strategi pegadaian dalam mendapatkan nasabah baru dengan cara ikut dalam kegiatan komunitas tertentu. misalnya komunitas motor, pegadaian akan menawarkan produk yang sesuai, salah satunya *Arrum*.

#### 5. Menghubungi nasabah potensial

Menjalin silaturahmi yang baik dengan nasabah juga merupakan salah satu pendekatan pegadaian syariah terhadap nasabah. Salah satu strategi pegadaian syariaah dalam menarik pelanggan adalah dengan menghubungi pelanggan yang potensial via telpon atau pesan *whatsapp*.

#### 6. Pengadaan Agen Pegadaian

Pengadaan agen pegadaian ini merupakan inovasi baru dari pegadaian untuk menjangkau banyak lagi nasabah untuk bertansaksi di pegadaian. Dengan banyaknya agen pegadaian ini bisa menjadi cara pegadaian syariah dalam memasarkan produk-produk yang ada di Pegadaian Syariah, mengingat keterbatasan SDM pegadaian yang belum mampu untuk menjangkau masyarakat secara luas. Setiap agen akan mendapatkan fee dari setiap transaksi yang dilakukan nasabah melalui agen pegadaian tersebut.

#### 7. Aplikasi Digital Pegadaian

Di era digital ini, untuk makin memudahkan para nasabah mengakses informasi serta kemudahan bertransaksi, Pegadaian Syariah membuat sebuah aplikasi pegadaian digital. Dengan adanya aplikasi Pegadaian Syariah digital ini para nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi secara online tanpa harus pergi ke kantor pegadaian secara langsung.

#### 8. Media sosial Pegadaian Syariah

Mengikuti perkembangan zaman, pegadaian juga memasarkan produknya melalui akun media sosial seperti facebook, instagram dan twitter. Ini dianggap lebih efektif mengenalkan produk Pegadaian Syariah kepada milenial muda yang tidak pernal lepas dari *gadget* dan media sosial.

## Strategi Pengembangan Melalui Analisis SWOT

Faktor Internal	Bobot (a)	Rating (b)	Total (a x b)
<b>Kekuatan (S)</b>			
1. Lokasi Pegadaian Syariah yang strategis	0,10	4	0,4
2. Persyaratan yang mudah dan proses cepat	0,15	4	0,6
3. Produk Pegadaian Syariah sesuai dengan syariah islam	0,08	4	0,32
4. Jaminan keamanan barang gadai	0,10	4	0,4
5. Promosi mendekat ke masyarakat melalui literasi yang tepat sasaran	0,07	4	0,28
<b>Total (S)</b>			<b>2</b>
<b>Kelemahan (W)</b>			
1. Jumlah outlet Pegadaian Syariah yang kurang dibandingkan pegadaian kovesional	0,10	4	0,4
2. Produk pembiayaan Pegadaian Syariah yang kurang dikenal masyarakat	0,15	3	0,45
3. Sedikit SDM Pegadaian Syariah yang memahami tentang keuangan syariah	0,06	3	0,18
4. Promosi yang belum menjangkau ke seluruh lapisan masyarakat	0,11	4	0,44
5. Pegadaian Syariah belum bisa memberikan potongan harga untuk pelanggan setia	0,08	4	0,32
<b>Total (W)</b>	<b>1</b>		<b>1,79</b>
<b>Total (S+W) = X</b>			<b>3,79</b>

Tabel 2  
Analisis Internal (IFAS)

Dari hasil analisis internal IFAS diatas, faktor kekuatan (strenght) memiliki nilai total 2 sedangkan faktor kelemahan (weaknesss) memiliki nilai total 1,97. Nilai tersebut diambil dari hasil jawaban yang diperoleh dari responden. Total skor nilai total rata-rata dari kekuatan

adalah sebesar 2 menandakan kekuatan memiliki nilai yang baik, sedangkan kelemahan memiliki nilai total rata-rata 1,79 menandakan faktor kelemahan sedang. Dari gabungan nilai strenght dan weaknesss maka nilai IFAS adalah 3,79.

Faktor Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Total (a x b)
<b>Peluang (O)</b>			
1. Lokasi kantor Pegadaian Syariah yang cukup strategis	0,10	4	0,4
2. Anggapan bunga adalah haram	0,08	4	0,32
3. Pegadaian merambah dunia digital dengan meluncurkan aplikasi digital Pegadaian Syariah	0,11	4	0,44
4. Nasabah pengguna Pegadaian Syariah bukan hanya dari umat islam	0,06	4	0,24
5. Produk pembiayaan yang ada pada Pegadaian Syariah merupakan kebutuhan masyarakat.	0,15	4	0,6
<b>Total (O)</b>			2
<b>Ancaman (T)</b>			
1. Adanya tindak kriminal seperti perampokan	0,05	3	0,15
2. Anggapan bahwa lembaga Pegadaian Syariah berkaitan dengan fanatisme agama	0,08	3	0,24
3. Semakin banyak usaha gadai lainnya yang menjadi pesaiang Pegadaian Syariah	0,10	4	0,4
4. Semakin banyaknya pinjaman online tanpa barang jaminan	0,16	4	0,64
5. Anggapan masyarakat bahwa Pegadaian Syariah sama dengan pegadaian konvensional	0,11	4	0,44
<b>Total (T)</b>	1		1,87
<b>Total (O+T) =y</b>			3,87

Tabel 3  
Analisis Eksternal (EFAS)

Dari hasil pengumpulan data responden analisis eksternal (EFAS) faktor *opportunities* mendapat nilai 2 sedangkan pada faktor *threats* mendapatkan nilai 1,87. Hasil data tersebut berasal dari total jawaban responden kemudian dibagi jumlah responden. Skor untuk *opportunities* adalah sebesar 2. Kemudian skor dari faktor *Threats* sebesar 1,87, hal ini menunjukkan faktor *opportunities* lebih besar dari pada *Threats* pegadaian syariah. Total skor dari *opportunities* dan *threats* adalah sebesar 3,87.

Berdasarkan hasil skoring diatas dalam analisis internal IFAS memiliki nilai 3,79, sedangkan dalam analisis eksternal EFAS memiliki nilai 3,87. Hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal lebih tinggi dibandingkan dengan faktor internal.

### Analisis Dengan Menggunakan Matriks SWOT

	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi Pegadaian Syariah yang strategis.</li> <li>2. Persyaratan yang mudah dan proses cepat.</li> <li>3. Produk Pegadaian Syariah sesuai dengan syariah islam</li> <li>4. Jaminan keamanan barang gadai.</li> <li>5. Promosi mendekati ke masyarakat melalui literasi yang tepat sasaran.</li> </ol>	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah outlet Pegadaian Syariah yang kurang dibandingkan pegadaian konvensional.</li> <li>2. Produk pembiayaan Pegadaian Syariah yang kurang dikenal masyarakat.</li> <li>3. Sedikit SDM Pegadaian Syariah yang memahami tentang keuangan syariah.</li> <li>4. Promosi yang belum menjangkau ke seluruh lapisan masyarakat.</li> <li>5. Pegadaian Syariah belum bisa memberikan potongan harga untuk pelanggan setia.</li> </ol>
Peluang (O)	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan promosi produk melalui media</li> </ol>	<p>STRATEGI WO</p>

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi kantor Pegadaian Syariah yang cukup strategis.</li> <li>2. Anggapan bunga adalah haram.</li> <li>3. Pegadaian merambah dunia digital dengan meluncurkan aplikasi digital Pegadaian Syariah.</li> <li>4. Nasabah pengguna Pegadaian Syariah bukan hanya dari umat islam.</li> <li>5. Produk pembiayaan yang ada pada Pegadaian Syariah merupakan kebutuhan masyarakat.</li> </ol>	<p>elektronik (TV), melalui media televisi pegadaaisn dapat melakukan promosi lebih luas kepada seluruh masyarakat</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Memperbaiki tampilan kantor</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bekerja sama dengan bisnis starup, sehingga pelanggan bisa mendapatkan keuntungan seperti, mendapatkan cashback dari transaksi pembayaran</li> <li>2. Merekrut karyawan yang memiliki <i>background</i> keuangan syariah. Inovasi pelayanan menjemput pelanggan seperti pegadaian keliling menggunakan mini bus untuk menjangkau lebih banyak nasabah.</li> </ol>
<p>Tantangan (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya tindak kriminal seperti perampokan.</li> <li>2. Anggapan bahwa lembaga Pegadaian Syariah berkaitan dengan fanatisme agama.</li> <li>3. Semakin banyak usaha gadai lainnya yang menjadi pesaing Pegadaian Syariah.</li> <li>4. Semakin banyaknya pinjaman online tanpa barang jaminan.</li> <li>5. Anggapan masyarakat bahwa Pegadaian Syariah sama dengan pegadaian konvensional.</li> </ol>	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. literasi agama, dengan mengadakan sharing dengan pemeluk agama lain tentang keuntungan bertransaksi di pegadaian syariaiah.</li> <li>2. Mengadakan sosialisasi kepada masyarakat mengenai bahaya penggunaan <i>fintech</i></li> </ol>	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan pegadaian digital yang sudah ada dan terus mengembangkan aplikasi tersebut.</li> <li>2. Membuat konten youtube untuk mempromosikan produk pegadaian serta membuat review mengenai kepuasan pelanggan yang bertransaksi di Pegadaian Syariah, baik nasabah muslim maupun non muslim.</li> <li>3. Merekrut karyawan yang memiliki <i>basic</i> keuangan syariah untuk menjadi narasumber dari setiap kegiatan sosialisasi Pegadaian Syariah serta secara berkala mengadakan pelatihan untuk karyawan yang tidak memiliki</li> </ol>



		background keuangan syariah. 4. Bekerjasama dengan perusahaan fintech untuk memberikan kemudahan bertantraksi untuk para nasabah pegadaian syariaiah
--	--	---

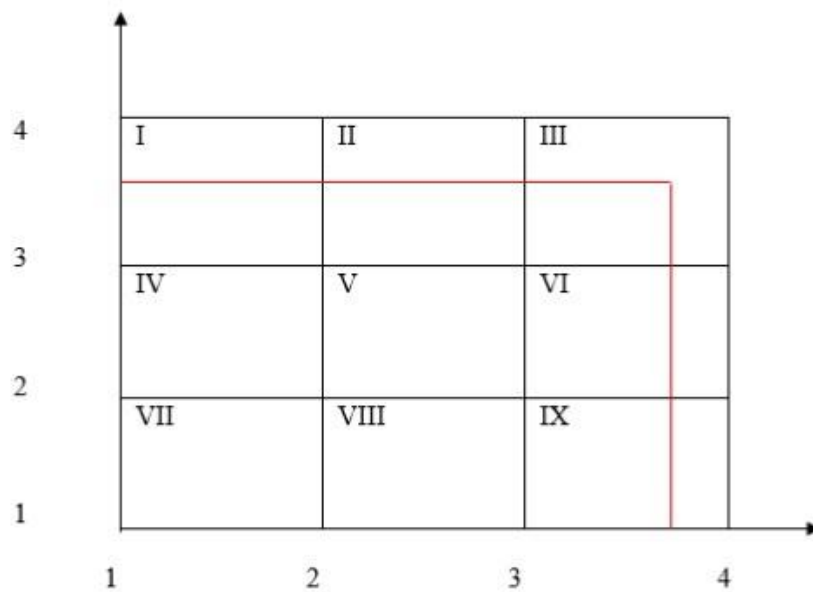
Tabel 4  
Matrik SWOT

Berdasarkan penghitungan analisis faktor internal dan eksternal diketahui bahwa faktor internal lebih tinggi dibandingkan dengan faktor eksternal maka strategi yang digunakan sesuai dengan tabel analisis SWOT adalah strategi WT :

1. Memanfaatkan aplikasi pegadaian digital yang ada dan terus mengembangkannya. Aplikasi ini perlu dikembangkan lagi karena belum banyak nasabah pegadaian syariah yang memanfaatkan aplikasi tersebut. Aplikasi pegadaian saat ini dianggap belum mampu memberikan kemudahan bagi para nasabah pegadaian syariah.
2. Membuat konten youtube untuk mempromosikan produk pegadaian serta membuat review mengenai kepuasan pelanggan yang bertransaksi di Pegadaian Syariah, baik nasabah muslim maupun non muslim.
3. Merekrut karyawan yang memiliki basic keuangan syariah untuk menjadi narasumber dari setiap kegiatan sosialisasi Pegadaian Syariah serta mengadakan pelatihan secara berkala untuk karyawan yang tidak memiliki background pendidikan syariah.
4. Bekerjasama dengan perusahaan fintech untuk memberikan kemudahan pembayaran kepada nasabah pegadaian syariah

#### **Diagram Matrik Internal Eksternal (IE)**

Dari hasil penghitungan tabel IFAS maka nilainya adalah 3,79 sedangkan pada tabel perhitungan EFAS sebesar 3,87. Itu artinya dari hasil perhitungan tersebut bila dikonversikan ke dalam diagram matrik IE maka berada di kuadran III yang artinya pegadaian syariah berada pada fase penciutan (turnaround). Posisi tersebut dapat dilihat pada gambar 4



Gambar 3  
Diagram Matrik IE

Dari gambar diagram Matriks IE posisi Pegadaian Syariah berada di kuadran III. Dapat diketahui bahwa strategi yang sesuai untuk kuadran III adalah strategi *turnaround*. Nilai EFAS lebih tinggi dibandingkan dengan IFAS

### Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa faktor Ekasternal lebih tinggi dibandingkan faktor Internal, hal ini menempatkan pegadaian syariah pada kuadran III yang berkonsentrasi dengan menggunakan metode strategi *turnaround*. Sementara dari sisi eksternal peluang lebih besar dibandingkan dengan tantangan, sehingga strategi yang sesuai adalah adalah strategi W-T, yaitu menggunakan strategi untuk memanfaatkan peluang untuk menghindari ancaman.

Dari segi faktor Internal yang mempengaruhi perkembangan gadai emas syariah adalah :

1. Jumlah outlet Pegadaian Syariah yang kurang dibandingkan pegadaian kovesional.
2. Produk pembiayaan Pegadaian Syariah yang kurang dikenal masyarakat.

3. Sedikit SDM Pegadaian Syariah yang memahami tentang keuangan syariah.
4. Promosi yang belum menjangkau ke seluruh lapisan masyarakat.
5. Pegadaian Syariah belum bisa memberikan potongan harga untuk pelanggan setia.

Dari sisi Eksternal pegadaian syariah memiliki nilai yang lebih tinggi, ini artinya pegadaian telah mampu memanfaatkan peluang untuk mengatasi tantangan. Adapun peluang yang dimiliki oleh pegadaian syariah antara lain :

1. Lokasi pegadaian syariah yang strategis
2. Anggapan bunga adalah haram,
3. Pegadaian syariah mengembangkan aplikasi digital (pegadaian syariah digital) untuk memudahkan transaksi masyarakat
4. Pengguna pegadaian syariah bukan hanya dari umat muslim
5. Produk yang ada pada pegadaian syariah merupakan kebutuhan masyarakat.

Sedangkan tantangan yang dihadapi oleh pegadaian syariah yang paling besar adalah adanya semakin banyaknya jasa keuangan *fintech* yang menyediakan jasa pinjaman uang tanpa adanya barang jaminan serta perusahaan gadai swasta lainnya yang telah mendapat ijin dari OJK yang semakin menjamur. Dengan adanya beberapa tantangan tersebut dan melihat dari peluang yang ada maka strategi yang dapat dilakukan oleh Pegadaian Syariah Mlati pada khususnya dan Pegadaian Syariah pada umumnya kedepannya adalah:

1. Mengembangkan aplikasi pegadaian syariah digital dan konektivitas dengan sistem digital lainnya agar tidak kalah bersaing dengan bisnis pembiayaan *fintech* saat ini. Di era keuangan yang serba digital dan terkoneksi saat ini, Pegadaian Syariah melalui aplikasi digitalnya atau pun konektivitasnya dengan sistem lain harus bisa memudahkan nasabah dalam bertransaksi secara online. Salah satu kegiatan yang akan sangat membantu nasabah dalam kegiatan gadai emas adalah apabila pembayaran angsuran bulanan gadai emas dapat dilakukan secara online dengan mudah, khususnya dengan aplikasi digital milik Pegadaian Syariah sendiri atau pun terkoneksi dengan sistem digital yang lain.
2. Untuk menjangkau masyarakat secara luas hingga pada golongan milenial, strategi yang bisa dilakukan oleh Pegadaian Syariah adalah semakin menguatkan strategi promosinya di bagian Media Sosial. Perusahaan bisa melakukan promosi aktif melalui media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram atau membuat Youtube chanel.

Media sosial yang sudah menjadi keseharian masyarakat saat ini menjadi salah satu metode yang sangat efektif dibandingkan dengan promosi melalui media konvensional seperti media cetak atau pun televisi.

3. Pengetahuan secara teknis dan umum mengenai Pegadaian Syariah dan produk-produknya sangat penting untuk dimiliki oleh karyawan Pegadaian Syariah. Dengan meningkatkan pelatihan-pelatihan yang ada terkait pegadaian syariah kepada karyawan atau pun merekrut karyawan baru yang memiliki latar belakang akademis atau yang sudah mempunyai pengalaman kerja di bidang ekonomi syariah, akan sangat memudahkan perusahaan dalam menyampaikan kelebihan-kelebihan dari produk Pegadaian.
4. Dengan bekerja sama dengan perusahaan *fintech* menguntungkan kedua belah pihak, baik pihak pegadaian maupun nasabah. Kemudahan dalam sistem pembayaran serta kemungkinan nasabah mendapatkan promo menarik pada saat pembayaran angsuran gadai menjadi strategi yang tepat sesuai dengan perkembangan jaman saat ini dimana segala kemudahan bisa diperoleh dalalam satu langkah yang mudah. Mudahnya proses pembayaran angsuran gadai emas tanpa harus datang ke outlet pegadaian syariah dapat menjadi faktor penting yang akan membuat pegadaian syariah semakin diminati nasabah. Peneliti menemukan proses pembayaran online yang saat ini bisa dilakukan pada angsuran gadai emas di Pegadaian Syariah adalah melalui menu pembayaran *rahn* pada aplikasi Pegadaian Syariah Digital yang kemudian untuk pembayarannya dapat dilakukan transfer melalui bank. Peneliti belum menemukan cara lain pembayaran angsuran gadai emas melalui sistem terkoneksi dengan aplikasi pembayaran *fintech* seperti OVO, GOPAY, LINK, DANA atau pun aplikasi toko online (*e-commerce*) seperti TOKOPEDIA dan BUKALAPAK dimana saat ini sudah dilakukan oleh lembaga-lembaga pembiayaan lainnya. Sebelumnya sistem pembayaran angsuran Pegadaian (konvensional) secara terkoneksi pernah bisa dilakukan melalui aplikasi TOKOPEDIA, tapi saat ini pun sistem tersebut sudah tidak lagi berjalan. Kerjasama yang masih berjalan antara PT Pegadaian (Persero), yang adalah induk dari Pegadaian Syariah dan TOKOPEDIA saat ini adalah pada produk Tabungan Emas. Diharapkan dengan semakin banyaknya variasi cara pembayaran angsuran gadai emas maka nasabah akan semakin dimudahkan dalam bertransaksi dan produk gadai emas pun akan semakin diminati.

## **SARAN**

Dari hasil penelitian di atas maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan yang mungkin nantinya akan berguna, saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Dengan perkembangan teknologi yang ada pegadaian harus mampu bersaing dalam pemasaran melalui aplikasi digital, pemasaran yang baik serta strategi pengembangan produk yang inovatif akan mampu meningkatkan kualitas serta jumlah nasabah pegadaian syariah.
2. Memberikan nasabah lebih banyak kemudahan dan keuntungan dalam melakukan transaksi juga akan memberikan keuntungan bukan hanya bagi pegadaian syariah juga bagi nasabah pegadaian syariah yang salah satunya adalah dengan dengan cara bekerja sama dengan aplikasi pembayaran *fintech* yang sering memberikan promo-promo menarik seperti diskon atau *cashback* dalam transaksi pembayaran ke pegadaian syariah.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan gadai yang diteliti bukan hanya gadai emas saja. Penulis juga berharap kedepannya akan ada penelitian tentang pengaruh pinjaman online *fintech* terhadap perkembangan pegadaian syariah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Ansori .A.G. (2005). *Gadai Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

Fajar Nur'aini DF. (2016). *Teknik Analisis SWOT pedoman menyusun strategi yang efektif dan efisien serta cara mengelola kekuatan dan ancaman*. Yogyakarta:

QUASRANT

Irayana Harpen. 2014. *Kajian akad pembiayaan logam mulia untuk masyarakat pada pegadaian syariah*. Manaru riau. Vol. 13, No.1 .hlm.8-9

Muhamad & Hadi Sholikul. (2003). *Pegadaian Syariah*. Jakarta: Salemba Diniyah

Muhammad Firdaus NH,dkk. (2005). Mengatasi Maalah Dengan Pegadaian Syariah. Jakarta: Reinisan

Rangkuti Freddy. (2014). Analisis Swot: teknik membedah kasus bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Rais Sasli. (2008). Pegadian Syariah konsep dan sistem operasi. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta

Rodoni Ahmad. (2015). Asuransi dan pegadaian syariah. Jakarta: Mitra Wacana Media

Putri Balgis. 2017. *Gadai emas syariah : evaluasi dan usulan akad sesuai prinsip syariah*. Jurisprudence . Vol.7, No.1, Juni 2017 hlm. 11-12

Randi Saputra dan Kasyaful Mahalli. 2014. *Analisis poyensi dan kendala pengembangan pegadaian syariah di kota medan*. Jurnal ekonomi dan keuangan 1. Hlm 13-15

Supardi. (2005). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta

Sutopo H.B. (2002). Metodologi Penelitian Kualitatif. Surakarta: Sebelas Maret University Press