

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Perencanaan Pegadaian Syariah dan Konvensional dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah

4.1.1 Perencanaan Pegadaian Syariah

Loyalitas nasabah merupakan faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Nasabah yang loyal adalah harapan bagi setiap lembaga keuangan baik yang konvensional maupun syariah, sama halnya dengan lembaga Pegadaian. Hal ini dikarenakan nasabah yang loyal mampu meningkatkan pendapatan serta keuntungan dengan signifikan sekaligus dapat membantu lembaga Pegadaian bertahan ditengah banyaknya lembaga perbankan yang masih sangat diminati oleh masyarakat pada umumnya. Yang dimaksud loyalitas nasabah yaitu kesetiaan pelanggan untuk tetap bertahan dan selalu menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Agar nasabah tetap loyal, tentunya ada upaya-upaya atau strategi yang dilakukan pihak Pegadaian guna menjaga ataupun meningkatkan loyalitas nasabahnya.

Perencanaan strategi dalam suatu bisnis atau usaha sangatlah dibutuhkan untuk pencapaian visi dan misi yang sudah ditetapkan, mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta menetapkan kelemahan dan kekuatan. Dengan pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Safri dari Pegadaian Syariah, narasumber menyatakan bahwa:

“Dalam pengembangan visi Pegadaian tentu harus mengikuti perkembangan zaman, terutama pangsa pasar di era modern saat ini, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang semakin berkembang. Maka dengan ini Pegadaian Syariah harus mengikuti kemauan pasar dengan mengikuti trend teknologi

saat ini yang serba digital dengan strategi pemasaran digital menggunakan dunia medsos atau media sosial.”¹

Dalam mencapai atau mewujudkan suatu visi tentunya perlu usaha atau upaya yang dilakukan, sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Safri dari Pegadaian Syariah, narasumber menyatakan bahwa:

“Pengembangan misi Pegadaian Syariah dalam mewujudkan suatu visi yakni dengan lebih mengutamakan atau mementingkan kemudahan nasabah dalam mengakses Pegadaian Syariah baik itu unit pelayanan maupun produk-produk yang ditawarkan Pegadaian baik secara langsung maupun dengan menggunakan teknologi.”²

Visi dan misi yang dimaksud dapat memberikan keterangan yang jelas tentang apa yang ingin dituju dan memberikan keterangan mengenai bagaimana lembaga pegadaian bekerja. Berdasarkan pernyataan mengenai perencanaan yang dijalankan Pegadaian Syariah dalam hal meningkatkan loyalitas nasabah. Adapun visi dan misi Pegadaian Syariah yang dijalankan adalah:

Visi : “Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis Gadai yang selalu menjadi *Market Leader* dan Mikro Berbasis Fudisia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.”

Misi :

1. Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

¹ Safri, Pengelola Unit Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Kab. Pinrang, wawancara oleh peneliti, 30 Juni 2020.

² Safri, Pengelola Unit Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Kab. Pinrang, wawancara oleh peneliti, 30 Juni 2020.

2. Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
3. Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwasannya salah satu visi dan misi yang diterapkan pada Pegadaian Syariah yakni memastikan pemerataan pelayanan dan kemudahan dalam mengakses Pegadaian Syariah dengan melihat sasaran pasar dengan memanfaatkan media digital dan teknologi saat ini. Dengan lebih mementingkan dan mengutamakan kemudahan nasabah dalam mengakses produk-produk Pegadaian Syariah serta memberikan pelayanan prima kepada nasabah.

Dalam melakukan sebuah perencanaan diperlukan sebuah analisis secara menyeluruh serta mendalam mengenai lingkungan perusahaan. Dimana lingkungan tersebut dibagi menjadi dua yakni lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Perusahaan perlu menganalisis faktor-faktor yang menjadi kemampuan untuk menemukan peluang yang menarik kemudian memanfaatkannya dan cepat dalam mengidentifikasi ancaman yang ada dari para pesaing serta suatu perusahaan mampu mengurangi kelemahan yang ada kemudian memperlihatkan kekuatan perusahaan.

Analisis internal merupakan analisis lingkungan internal perusahaan dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Safri dari Pegadaian Syariah, narasumber menyatakan bahwa:

“Mengidentifikasi kekuatan Pegadaian Syariah dengan melihat pertumbuhan dengan melakukan perbandingan dari hari per hari, bulan per bulan, hingga tahun per tahun. Yang mana jumlah nasabah setiap tahunnya meningkat serta nasabah secara signifikan terus melakukan aktifitas transaksi setiap harinya, dengan memberikan pelayanan prima serta cepat tanggap dalam melayani nasabah. Adapun cara mengidentifikasi kelemahan dengan rutin melakukan survei kepuasan nasabah, agar dapat melakukan perbaikan dengan secepat mungkin.”³

Berdasarkan pernyataan diatas, dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan Pegadaian Syariah yakni dengan melihat pertumbuhan minat nasabah setiap hari yang melakukan transaksi produk ataupun jasa pada pegadaian Syariah dengan memberikan pelayanan kepada nasabah dengan baik dan cepat dalam merespon nasabah. Kemudian cara mengidentifikasi kelemahan yakni dengan rutin melakukan survei kepuasan nasabah untuk mengetahui kelemahan yang dimiliki sehingga mampu melakukan perbaikan-perbaikan secepat mungkin.

Adapun kekuatan dan kelemahan yang dimiliki sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Safri dari Pegadaian Syariah, narasumber menyatakan bahwa:

“Yang menjadi kekuatan Pegadaian Syariah yakni masyarakat yang mayoritas beragama Islam sehingga dapat hal tersebut dapat menjadi peluang yang sangat besar untuk meningkatkan jumlah nasabah, dan memberikan kemudahan kepada nasabah yang melakukan pembiayaan. Adapun kelemahan yang dimiliki yakni lembaga Pegadaian Syariah masih tergolong baru dimasyarakat sehingga kurang dikenali dan jumlah cabang yang masih terbatas. Oleh karena itu kita masih terus melakukan sosialisasi kepada masyarakat.”⁴

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dari Pegadaian Syariah terletak pada mayoritas masyarakat yang beragama Islam sehingga hal itu dapat menjadi daya tarik kepada masyarakat yang ingin bertansaksi gadai sesuai prinsip syariah, akan tetapi yang menjadi kelemahan

³ Safri, PengelolaUnit Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Kab. Pinrang, wawancara oleh peneliti, 30 Juni 2020.

⁴ Safri, PengelolaUnit Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Kab. Pinrang, wawancara oleh peneliti, 30 Juni 2020.

saat ini yakni Pegadaian Syariah masih tergolong baru dan cabang yang dimiliki masih terbatas sehingga kurang dikenali masyarakat pada umumnya. Jika dilihat dari kekuatan yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah sudah terbilang cukup kuat, namun harus lebih memperhatikan dan mengkaji kembali faktor yang menjadi kelemahannya agar kelemahan saat ini dapat teratasi bahkan berubah menjadi kekuatan. Artinya Pegadaian Syariah memiliki kesempatan untuk lebih berkembang dimasa yang akan datang.

Setelah mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, selanjutnya melakukan analisis lingkungan eksternal dengan mengidentifikasi peluang dan ancaman. Sebagaimana hasil wawancara Bapak Safri dari Pegadaian Syariah, narasumber menyatakan bahwa:

“Mengidentifikasi peluang biasanya dilakukan dengan survei kepuasan nasabah yang melibatkan pihak ketiga yang memiliki integritas yang sudah diakui, dalam hal ini peluang Pegadaian Syariah yakni memiliki tempat yang strategis yang berlokasi dekat dengan pasar sentral Pinrang yang berada ditengah-tengah pelaku UMKM. Adapun cara mengidentifikasi ancaman yang ada dari pesaing luar biasanya dengan melakukan pendataan yang dilakukan oleh konsultan diluar pegadaian kemudian dilakukan perbaikan dan penyesuaian dengan pasar yang diinginkan nasabah”⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas, bahwasannya memiliki peluang yang sangat luas karena lokasi yang terletak sangat strategis guna menarik minat masyarakat yang umumnya kelas menengah ke bawah yang mana Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral berlokasi di pusat pasar yang diharapkan mampu menarik banyak nasabah. Sedangkan yang menjadi faktor penghambat yakni lembaga Pegadaian masih kurang eksis jika dibandingkan dengan lembaga Perbankan yang saat ini masih diminati oleh masyarakat pada umumnya yang mana bank saat ini juga memiliki produk gadai,

⁵ Safri, PengelolaUnit Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Kab. Pinrang, wawancara oleh peneliti, 30 Juni 2020.

sehingga hal tersebut dapat berpengaruh pada pengurangan tingkat pendapatan secara tidak langsung.

Berdasarkan keterangan dari beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategi yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral ternyata mampu menjaga loyalitas nasabahnya dengan strategi perencanaan yang telah diterapkan, meskipun saat ini Pegadaian Syariah masih tergolong baru dimata masyarakat akan tetapi jika dilihat dari awal perkembangannya Pegadaian Syraiah ternyata mampu menarik minat nasabah yang terbukti dari tahun ke tahun meningkat.

4.1.2 Perencanaan Pegadaian Konvensional

Setiap organisasi perlu melakukan suatu perencanaan dalam setiap kegiatan organisasinya. Dalam hal ini untuk meningkatkan loyalitas nasabah pastinya juga perlu perencanaan yang matang, sebab perencanaan ini merupakan proses dasar manajemen dalam mengambil suatu keputusan maupun tindakan.

Adapun sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Iswan dari Pegadaian Konvensional, narasumber menyatakan bahwa:

“Salah satu visi Pegadaian adalah dengan menjadi agen inklusi keuangan terbaik pilihan masyarakat. Maka dengan itu agar visi dapat tercapai, Pegadaian selalu melakukan pengembangan produk sehingga lebih banyak pilihan yang ditawarkan kepada masyarakat untuk berbagai kebutuhan yang berbeda. Pegadaian juga terus berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik agar tetap menjadi pilihan bagi masyarakat.”⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas PT. Pegadaian Cabang Pinrang ingin menjadi agen Inklusi Keuangan yaitu suatu kondisi dimana setiap anggota masyarakat mempunyai akses terhadap berbagai layanan keuangan formal yang berkualitas, tepat

⁶ Muhammad Iswan, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Pinrang, wawancara oleh peneliti, 1 Juli 2020.

waktu, lancar dan aman dengan biaya terjangkau sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masing-masing.⁷

Dalam penerapan perencanaan strategi melibatkan penetapan yang tepat, guna mencapai tujuan perusahaan, perencanaan strategi meliputi pada jangkauan masa depan yang jauh (visi), dan menetapkan sebagai keputusan pimpinan tertinggi agar mampu berinteraksi secara efektif (misi). Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Iswan dari Pegadaian Konvensional, narasumber menyatakan bahwa:

“Dengan cara memberikan *Service Excellence* dengan fokus nasabah melalui proses bisnis yang lebih sederhana dan digital, teknologi informasi yang handal dan mutakhir, praktik manajemen risiko yang kokoh dan SDM (Sumber Daya Manusia) yang profesional, berbudaya dan kinerja baik”⁸

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Iswan, bahwasannya visi dan misi yang diterapkan Pegadaian Konvensional yakni dengan mengembangkan produk-produk terbaru sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta fokus untuk memberikan *service excellence* dengan memanfaatkan teknologi digital saat ini dengan proses yang lebih mudah. Pada dasarnya kedua lembaga sama-sama mampu memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan nasabah dengan pengembangan produk dan pemanfaatan teknologi agar lebih mudah diakses. Serta tidak lupa untuk terus mengembangkan kinerja para karyawan agar lebih profesional dan berbudaya.

Adapun visi dan misi Pegadaian yang dijalankan adalah:

Visi : “Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat.

⁷ Teori Inklusi Keuangan, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Inklusi_keuangan. (3 Juli 2020)

⁸ Muhammad Iswan, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Pinrang, wawancara oleh peneliti, 1 Juli 2020.

Misi :

1. Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti.
2. Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan
3. Memberikan *service excellence* dengan focus nasabah melalui:
 - a. Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
 - b. Teknologi informasi yang handal dan mutakhir
 - c. Praktek manajemen risiko yang kokoh
 - d. SDM yang profesional berbudaya kinerja baik

Penerapan dan pengembangan visi dan misi merupakan salah satu perencanaan strategi yang dilakukan oleh kedua lembaga Pegadaian di Kab. Pinrang baik Syariah maupun Konvensional guna menjaga loyalitas nasabah, yang kemudian nantinya akan dijadikan landasan agar dapat berjalan dengan baik sesuai perencanaan diawal.

Adapun analisis lingkungan internal yang dilakukan untuk mengidentifikasi lebih awal kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Iswan dari Pegadaian Konvensional, narasumber menyatakan bahwa:

“Mengidentifikasi kekuatan setiap hari kami lakukan pada saat *morning breafing* kepada seluruh pegawai dan salah satu titik pembahasan adalah meningkatkan loyalitas nasabah. Pada dasarnya dengan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Adapun cara mengidentifikasi kelemahan dengan perbaikan-perbaikan terus kami lakukan setiap 2 minggu sekali kami melaksanakan *Sharing and Learning* untuk membahas perkembangan perusahaan.”⁹

⁹ Muhammad Iswan, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Pinrang, wawancara oleh peneliti, 1 Juli 2020.

Berdasarkan pernyataan diatas, Pegadaian Konvensional dalam mengidentifikasi kekuatan dilakukan setiap harinya pada saat *morning breafing* kepada seluruh pegawai, yang pada dasarnya agar terus meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Adapun cara mengidentifikasi kelemahan yakni dengan rutin melakukan survei kepuasan nasabah kemudian melakukan perbaikan setiap 2 minggu sekali.

Adapun kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dari Pegadaian Konvensional sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Iswan, narasumber menyatakan bahwa:

“Yang menjadi kekuatan dari Pegadaian yaitu yang pertama memiliki banyak outlet yang tersebar disetiap kecamatan, kemudian jumlah nasabah yang dimiliki atau memiliki nasabah yang loyal sehingga masih eksis sampai saat ini, serta usia pegadaian yang sudah lama beroperasi sehingga memiliki banyak pengalaman didunia kerja. Adapun kelemahan yang dimiliki yakni tarif yang masih tergolong tinggi dibandingkan dengan pesaing serta bisnis pegadaian saat ini bukan lagi yang menjadi satu-satunya usaha gadai sehingga menimbulkan banyak pesaing.”¹⁰

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki yakni Pegadaian Konvensional sudah lama beroperasi sehingga memiliki banyak outlet yang ada pada setiap kecamatan terdapat unit pegadaian serta memiliki banyak pengalaman didunia kerja, sehingga masih eksis sampai saat ini karena memiliki jumlah nasabah yang banyak serta nasabah yang loyal. Adapun yang menjadi kelemahan disini yakni tarif yang ditetapkan masih tergolong tinggi jika dibandingkan dengan para pesaing, yang diharapkan segera mampu mengatasi hal tersebut karena saat ini Pegadaian bukan lagi satu-satunya usaha gadai yang beroperasi.

¹⁰ Muhammad Iswan, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Pinrang, wawancara oleh peneliti, 1 Juli 2020.

Setelah mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, selanjutnya menganalisis faktor eksternal, peluang harus dimanfaatkan dengan baik, sementara ancaman dapat menjadi penghalang dari kekuatan yang dimiliki lembaga Pegadaian.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Iswan dari Pegadaian Konvensional, narasumber menyatakan bahwa:

“Mengidentifikasi peluang dengan melakukan survei kepada nasabah terkait kebutuhan dan ekspektasi masyarakat yang nantinya akan kami sesuaikan permintaan nasabah dengan aturan atau sistem yang berlaku pada Pegadaian Cabang Pinrang. Adapun cara mengidentifikasi ancaman dengan melakukan riset dan penelitian kepada para pesaing untuk sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi program kerja kedepannya agar lebih baik.”¹¹

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, Pegadaian Cabang Pinrang ini berlokasi di Lapangan Lasinrang yang merupakan salah satu tempat keramaian, dengan melakukan survei kepada nasabah terkait ekspektasi dan kebutuhan masyarakat saat ini yang nantinya akan disesuaikan dengan permintaan sehingga hal tersebut diharapkan memiliki peluang yang besar untuk menarik minat nasabah. Sedangkan yang menjadi faktor penghambat lembaga Pegadaian saat ini masih kurang eksis jika dibandingkan dengan lembaga Perbankan yang saat ini masih diminati oleh masyarakat pada umumnya yang mana bank saat ini juga memiliki produk gadai, sehingga hal tersebut dapat berpengaruh pada pengurangan tingkat pendapatan secara tidak langsung.

Berdasarkan keterangan dari beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategi yang diterapkan oleh Pegadaian Cabang Pinrang ternyata mampu mempertahankan loyalitas nasabahnya dengan strategi perencanaan yang diterapkan, jika dibandingkan jumlah nasabah saat ini pada Pegadaian Konvensional

¹¹ Muhammad Iswan, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Pinrang, wawancara oleh peneliti, 1 Juli 2020.

masih diatas dibandingkan dengan jumlah nasabah pada Pegadaian Syariah akan tetapi pelayanan dan produk yang ditawarkan kepada nasabah dengan perencanaan strategi yang diterapkan dapat memuaskan nasabah yang ada pada kedua lembaga, dan sudah terbukti mampu menjaga loyalitas nasabahnya masing-masing.

4.2 Pelaksanaan Pegadaian Syariah dan Konvensional dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah

4.3.1 Pelaksanaan Pegadaian Syariah

Pada tahap pelaksanaan strategi mengharuskan perusahaan menetapkan program yang mana pernyataan aktivitas atau langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan. Program melibatkan restrukturisasi perusahaan, pengembangan budaya, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi. Pelaksanaan juga meliputi serangkaian program periklanan dan promosi untuk mendorong minat pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan. Dengan ini program yang dijalankan oleh kedua lembaga Pegadaian dalam menjaga loyalitas nasabahnya, sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Safri dari Pegadaian Syariah, menyatakan bahwa:

“Program yang dilakukan antara lain dengan lebih meluaskan pengetahuan nasabah tentang produk-produk terbaru ataupun yang menjadi unggulan Pegadaian Syariah dengan cara melakukan promosi melalui media digital terutama pada bidang medsos (media sosial) seperti facebook, instagram, twitter, dll. kita juga tidak lupa pula untuk terjun langsung kelapangan kepasar-pasar tradisonal dengan membagikan brosur produk-produk Pegadaian Syariah. Adapun program yang dilaksanakan dalam menjaga loyalitas nasabah yaitu amanah dan rahn.”¹²

Berdasarkan hasil wawancara diatas, program yang dilakukan pada Pegadaian Syariah untuk menjaga loyalitas nasabah dengan menawarkan solusi pinjaman cepat

¹² Safri, PengelolaUnit Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Kab. Pinrang, wawancara oleh peneliti, 30 Juni 2020.

dan halal dengan program rahn. Adapun program amanah yaitu layanan pinjaman tunai khusus untuk pembelian kendaraan bermotor kepada pengusaha mikro/kecil, karyawan dan tenaga kerja profesional. Dalam menjaga loyalitas nasabah Pegadaian Syariah kemudian melakukan promosi melalui media digital agar lebih mudah dikenal masyarakat banyak serta tidak lupa untuk turun langsung kelapangan agar dapat menyentuh masyarakat secara langsung untuk memperkenalkan produk terbaru yang telah dikeluarkan dengan membagikan brosur serta berusaha memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Program merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan dalam perencanaan strategi. Rencana jangka panjang yang diterapkan dalam program akan memberikan arah tujuan yang sifatnya jangka panjang pula. Pelaksanaan program akan dirincikan dengan anggaran, sehingga anggaran yang disusun juga harus memiliki arah yang sifatnya jangka panjang agar pelaksanaan program dapat dijalankan dengan efektif. Jika anggaran tidak disusun berdasarkan program, pada dasarnya pelaksanaan program tidak bisa berjalan dan perusahaan seperti tanpa tujuan yang jelas.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Safri dari Pegadaian Syariah, menyatakan bahwa:

“Biaya untuk pemasaran biasanya dianggarkan sesuai kebutuhan unit masing-masing dengan kegiatan yang akan dilakukan, yang nantinya akan diinput dalam triwulan atau setiap 3 bulan sekali oleh setiap unit kemudian mengajukan anggaran untuk kegiatan tersebut.”¹³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dari pihak Pegadaian Syariah ternyata mampu menjalankan program yang direncanakan dengan baik, jika dilihat dari

¹³ Safri, PengelolaUnit Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Kab. Pinrang, wawancara oleh peneliti, 30 Juni 2020.

anggaran yang dikeluarkan setiap 3 bulan sekali guna menjalankan program. Keberhasilan program yang dijalankan artinya nasabah senang menggunakan program yang disediakan oleh pihak Pegadaian.

Setelah penganggaran program dilakukan, selanjutnya prosedur standar harus dikembangkan dengan merinci. Secara khusus berbagai aktivitas yang harus dilaksanakan untuk menyempurnakan program. Posedur merupakan langkah-langkah yang berurutan yang menggambarkan secara rinci bagaimana suatu tugas atau pekerjaan diselesaikan. Prosedur secara khusus merinci berbagai aktivitas yang selalu dikerjakan untuk menyelesaikan program.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Safri dari Pegadaian Syariah, menyatakan bahwa:

“Penyelesaian setiap kegiatan harus terukur mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi, perencanaan dilakukan diawali dengan program baik jenis kegiatan, jangka waktu, target dan biaya. Kemudian tindakan dengan melibatkan segenap tenaga pemasar, media dan pendukung lainnya kemudian terakhir evaluasi dari strategi tersebut agar dapat diambil kesimpulannya.”¹⁴

Dari hasil wawancara diatas, pada Pegadaian Syariah prosedur yang dijalankan untuk menyelesaikan program yakni dengan merancang setiap kegiatan dengan terukur mulai dari jenis kegiatan, jangka waktu serta target yang ingin diacapai agar suatu program memiliki tujuan yang jelas serta melibatkan segala aspek pemasaran agar program dapat dijalankan dengan maksimal.

Berdasarkan keterangan dari beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pelaksanaan yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah dalam menjalankan serta memasarkan produk telah dilakukan secara terstruktur, artinya

¹⁴ Safri, PengelolaUnit Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Kab. Pinrang, wawancara oleh peneliti, 30 Juni 2020.

program yang dijalankan telah berhasil untuk menarik minat nasabah. Hal ini juga disebabkan karena kesadaran masyarakat sendiri akan hadirnya Pegadaian yang berbasis Syariah yang dalam pelaksanaannya berdasarkan prinsip Islam yang tidak menerapkan sistem bunga, sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan kepercayaan kepada masyarakat untuk lebih adil, jujur, transparan dan biaya yang lebih ringan dari pada konvensional.

4.3.2 Pelaksanaan Pegadaian Konvensional

Dalam pelaksanaan strategi, diharapkan strategi yang sudah dirancang dengan matang sebelumnya dapat dilaksanakan dengan maksimal. Pelaksanaan berarti menggerakkan para manajer dan karyawan untuk menempatkan strategi yang telah direncanakan menjadi tindakan yang nyata. Dengan kata lain bahwa dalam menjalankan strategi ini bagaimana menggerakkan semua karyawan untuk menerapkan strategi yang telah disepakati dan bagaimana agar bisa konsisten dengan rencana diawal, sehingga ada bukti yang nyata bahwa pelaksanaan yang diterapkan sudah sesuai dengan strategi yang telah direncanakan sebelumnya.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Iswan dari Pegadaian Konvensional, narasumber menyatakan bahwa:

“Program yang kami lakukan untuk menjaga atau meningkatkan loyalitas nasabah yakni dengan program CGC dan Kemilau Emas. Program CGC (*Costumer Get Costumer*) yaitu program dimana nasabah bisa mendapatkan point dari setiap transaksi yang dilakukan oleh sahabat pegadaian, program ini berawal dari aplikasi yang kemudian menjadi program promosi bagi nasabah yang berhasil mengajak orang lain untuk menjadi nasabah baru di Pegadaian. Yang artinya, melalui program ini nasabah yang berhasil mengajak orang lain akan mendapatkan poin yang nantinya dapat ditukarkan dengan berbagai pilihan hadiah. Sedangkan, program Kemilau Emas adalah program undian dari PT. Pegadaian (Persero) bagi nasabah yang transaksi minimal Rp. 1.000.000,- yang kemudian ditukarkan dengan 1 (satu) poin

secara otomatis, yang kemudian nantinya akan diundi. Hal ini merupakan bentuk apresiasi atas loyalty nasabah atas setiap produk Pegadaian.”¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas, pada Pegadaian Konvensional untuk menjaga nasabah tetap loyal yakni dengan meluncurkan 2 program sebagai bentuk apresiasi terhadap nasabah, pertama yaitu program sahabat pegadaian yang menjadi program promosi bagi nasabah yang berhasil mengajak orang lain menjadi nasabah baru, yang nantinya nasabah yang lama akan mendapatkan poin yang kemudian dapat ditukarkan dengan berbagai hadiah. Serta ada pula program Kemilau Emas yakni program undian tabungan emas yang dilakukan setiap sekali setahun bagi nasabah yang bertransaksi minimal Rp. 1.000.000,- yang nantinya ditukarkan dengan 1 poin secara otomatis.

Setiap program akan dinyatakan secara rinci dalam bentuk satuan uang, digunakan untuk menyatakan biaya penganggaran terhadap program yang akan dijalankan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan. Anggaran tidak hanya memberikan perencanaan secara rinci tetapi juga menentukan performa laporan keuangan yang menunjukkan pengaruh yang diharapkan dari kondisi perusahaan.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Iswan dari Pegadaian Konvensional, narasumber menyatakan bahwa:

“Anggaran terpusat dari kantor pusat untuk menjalankan program Kepedulian Nasabah. Yang mana dalam penyusunan anggaran dilakukan setiap akhir tahun dari kantor pusat kemudian diturunkan ke kantor wilayah lalu selanjutnya ke kantor cabang.”¹⁶

Anggaran yang disusun dengan baik akan mendukung suksesnya penerapan rencana bisnis. Anggaran yang baik tentunya juga akan memperbaiki komunikasi

¹⁵ Muhammad Iswan, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Pinrang, wawancara oleh peneliti, 1 Juli 2020.

¹⁶ Muhammad Iswan, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Pinrang, wawancara oleh peneliti, 1 Juli 2020.

manajerial dan memberikan pengertian yang lebih baik kepada karyawan mengenai tujuan dan operasional perusahaan. Anggaran berfungsi sebagai pegangan dalam pengambilan keputusan dan membantu dalam proses menentukan standar kinerja perusahaan. Hasil-hasil jangka pendek (1 tahun) yang ingin dicapai oleh perusahaan semuanya diterjemahkan kedalam anggaran, sehingga anggaran harus selalu konsisten dengan rencana bisnis.¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas, bahwa anggaran yang dikeluarkan oleh pihak Pegadaian Konvensional dilakukan setiap akhir tahun yang dilakukan dikantor pusat lalu diturunkan ke kantor wilayah kemudian ke kantor cabang untuk menjalankan program yang telah direncanakan, jika dilihat dari keberhasilan program yang dijalankan artinya nasabah senang menggunakan program yang disediakan oleh pihak Pegadaian.

Setelah penganggaran, maka prosedur selanjutnya prosedur operasi standar dikembangkan secara merinci dengan langkah-langkah atau teknik yang digunakan untuk menyelesaikan suatu program. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Iswan dari Pegadaian Konvensional, narasumber menyatakan bahwa:

“Memenuhi kebutuhan nasabah dan berusaha semaksimal mungkin memberikan lebih dari yang nasabah harapkan. Bersikap transparan dan terbuka serta bertanggung jawab jika melakukan kesalahan. Berusaha membangun hubungan yang baik dengan nasabah. Membuat nasabah merasa istimewa dengan pemberian penghargaan atas loyalitas nasabah.”¹⁸

Dari hasil wawancara diatas, pada Pegadaian Konvensional prosedur yang dilakukan yakni dengan berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan layanan

¹⁷ Agustinus Sri Wahyudi, Manajemen Strategi (Jakarta Barat: Binarupa Aksara, 2000) h.121.

¹⁸ Muhammad Iswan, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Pinrang, wawancara oleh peneliti, 1 Juli 2020.

kepada nasabah agar nasabah merasa puas yang diharapkan dapat mendorong nasabah untuk terus-menerus bertransaksi pada Pegadaian.

Berdasarkan keterangan dari beberapa pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan strategi yang dijalankan oleh Pegadaian Pegadaian Konvensional nyatanya dapat menjaga serta meningkatkan loyalitas nasabah dengan pelaksanaan strategi yang dijalankan, ini dilihat dari keberhasilan lembaga dalam menjalankan setiap programnya.

4.3 Evaluasi Pegadaian Syariah dan Konvensional dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah

4.3.1 Evaluasi Pegadaian Syariah

Tahapan terakhir pada penyusunan strategi yaitu dengan mengevaluasi strategi yang telah dijalankan. Evaluasi merupakan tahap proses manajemen dimana manajer puncak berusaha memastikan bahwa strategi yang mereka pilih terlaksana dengan tepat dan telah mencapai tujuan yang diinginkan. Para manajer perlu mengetahui kapan strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik, dengan ini semua strategi dapat dimodifikasi atau diubah dimasa depan karena faktor-faktor eksternal dan internal yang selalu berubah.

Dalam dunia bisnis, ada beberapa tahapan yang perlu diketahui yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan dan pengendalian. Manajemen juga merupakan proses yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan perusahaan melalui rangkaian kegiatan berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian sumber daya lainnya. Dapat disimpulkan bahwa manajemen pada dasarnya merupakan seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang berkaitan dengan pencapaian tujuan.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Safri dari Pegadaian Syariah, menyatakan bahwa:

“Meskipun karyawan sudah melakukan pemasaran dengan baik akan tetapi masih ada kendala yang sering dihadapi dalam penerapan strategi yakni masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk yang disediakan oleh Pegadaian Syariah, untuk mengevaluasi hal tersebut dengan diadakan rapat antar sesama karyawan agar semua bisa berjalan dengan baik dengan meningkatkan kembali sosialisasi kepada masyarakat agar lebih memahami produk tersebut.”¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas, bahwa kendala yang sering terjadi pada Pegadaian Syariah yakni kendala terhadap nasabah yang masih kurang memahamai atau mengetahui tentang produk yang disediakan, sehingga perlu untuk menjelaskan kembali tentang prosedur atau langkah-langkah yang harus dipatuhi dalam melakukan transaksi produk tersebut serta terjun langsung ke masyarakat untuk melakukan sosialisasi terhadap produk yang ditawarkan dan membagikan brosur yang ada.

Biasanya pada akhir waktu pelaksanaan rencana muncul sebuah laporan yang dipakai untuk mengukur kemungkinan apabila adanya penyimpangan rencana sekaligus mengukur hasil yang telah dicapai yakni kegiatan yang berkaitan perencanaan, analisis program pelaksanaan dan fungsi pengawasan program-program yang telah dirancang sebelumnya. Kegiatan ini dimaksud untuk menyusun rencana, fungsi analisis menjadi sangat penting, karena analisis rencana bisa dibuat menjadi lebih tepat sasaran.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Safri dari Pegadaian Syariah, menyatakan bahwa:

“Strategi yang diterapkan Pegadaian Syariah telah efektif dan efisien jika dilihat dari terus meningkatnya capaian atau target setiap waktu dapat

¹⁹ Safri, PengelolaUnit Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Kab. Pinrang, wawancara oleh peneliti, 30 Juni 2020.

disimpulkan bahwa strategi sudah sesuai harapan, pencapaian setiap bulan terus meningkat walaupun masih ada perbaikan atas beberapa kekurangan”²⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dikatakan bahwa strategi yang dijalankan oleh Pegadaian Syariah sudah tepat sasaran dalam hal menjaga atau meningkatkan loyalitas nasabahnya, terbukti dari meningkatnya jumlah nasabah dari waktu ke waktu serta pencapaian target telah dipenuhi. Pelaksanaan program yang dilakukan pada Pegadaian Syariah tidak menerapkan sistem bunga melainkan sebagai biaya penitipan atau *fee* (upah). Meskipun pada dasarnya strategi yang diterapkan masih perlu perbaikan-perbaikan guna mendapatkan hasil yang maksimal.

Dapat dikatakan bahwa pihak Pegadaian harus terus melihat keadaan seperti apa perkembangan saat ini yang harus dihadapi sehingga bisa mengambil tindakan. Kemudian ketika mengalami permasalahan dalam mengambil tindakan dengan menjelaskan kepada nasabah mengenai produk dengan lebih rinci sehingga nasabah bisa memahami dengan baik serta selalu menjalin komunikasi yang baik kepada nasabah.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Safri dari Pegadaian Syariah, menyatakan bahwa:

“Apabila dalam menjalankan program ada kendala yang ditemui, maka cara penanganannya yaitu mencari sumber masalah kemudian menangani sumber masalah tersebut, selanjutnya mengukur besarnya risiko yang akan dihadapi terhadap masalah tersebut kemudian melakukan kebijakan untuk penanganan dan penyelesaian dari masalah tersebut, terakhir dengan membuat strategi pengganti (*plan b*) agar tetap mampu berusaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan jika memang masalah yang ada tidak mampu untuk ditangani.”²¹

²⁰ Safri, PengelolaUnit Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Kab. Pinrang, wawancara oleh peneliti, 30 Juni 2020.

²¹ Safri, PengelolaUnit Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Kab. Pinrang, wawancara oleh peneliti, 30 Juni 2020.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada Pegadaian Syariah dalam mengatasi masalah yang ada selama menjalankan program yaitu mencari sumber masalah kemudian menangani sumber masalah tersebut, selanjutnya mengukur besarnya risiko yang akan dihadapi terhadap masalah tersebut kemudian melakukan kebijakan untuk penanganan dan penyelesaian dari masalah tersebut, terakhir dengan membuat strategi pengganti (*plan b*) agar tetap mampu berusaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan jika memang masalah yang ada tidak mampu untuk ditangani.

Dalam perusahaan harus ada namanya pengevaluasian untuk bagaimana mencapai keberhasilan perusahaan, kemudian dalam mengevaluasi kinerja karyawan sehingga bisa mengukur sampai dimana keberhasilan sebuah lembaga.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Safri dari Pegadaian Syariah, menyatakan bahwa:

“Setiap bulan kita membuat *schedule even*, jadi setiap karyawan selalu dikumpulkan dari pimpinan cabang untuk komitmen dalam mengerjakan tugas masing-masing, jika kita mencapai target maka kita diberikan *reward*. Sementara jika target tidak dapat dicapai atau jauh dari ekspektasi siap-siap kita akan diberikan semacam hukuman. Hal ini menjadi motivasi bagi semua karyawan untuk bekerja secara maksimal untuk mencapai target.”²²

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dengan melihat kinerja karyawan pihak Pegadaian Syariah memberikan reward kepada karyawan jika berhasil mencapai target yang akhirnya dapat menjadi motivasi untuk bekerja dengan lebih baik. Agar tidak diberi sanksi. Dengan terus melakukan pemasaran produk seperti membagikan brosur dan melakukan sosialisasi langsung kepada masyarakat di setiap wilayah agar dapat langsung menyentuh masyarakat sehingga masyarakat tertarik atas produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah.

²² Safri, Pengelola Unit Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Kab. Pinrang, wawancara oleh peneliti, 30 Juni 2020.

4.3.2 Evaluasi Pegadaian Konvensional

Penerapan strategi pada suatu bisnis tentunya pasti ada kendala atau masalah yang muncul pada setiap pelaksanaannya, oleh karena itu penting adanya pengevaluasian untuk mengetahui bagaimana agar mencapai suatu keberhasilan. Keberhasilan program yang dijalankan tidak menjamin keberhasilan suatu bisnis dimasa yang akan datang, karena dalam sebuah perusahaan atau lembaga harus meriview faktor internal dan eksternal yang seringkali menjadi masalah, mengukur kinerja yang telah dilakukan dan mengambil berbagai tindakan perbaikan. Seperti halnya yang dilakukan oleh kedua lembaga Pegadaian yang sudah menerapkan strategi yang direncanakan tetapi masih ada kendala yang dihadapi dan terus melakukan perbaikan.

Adapun sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Iswan dari Pegadaian Konvensional, narasumber menyatakan bahwa:

“Kendala yang dimiliki yaitu masih kurangnya pemahaman nasabah baik nasabah lama maupun nasabah baru kurang tahu mengenai program yang disediakan, sehingga dengan ini kami harus menjelaskan kembali kepada nasabah mengenai produk tersebut dan terus melakukan sosialisasi secara masif kepada nasabah serta pasang brosur. Kemudian kendala yang lain yakni anggaran yang disediakan dari kantor pusat masih kurang dibanding yang menginginkan dana tersebut, makanya dengan itu kita meminta anggaran tambahan.”²³

Berdasarkan hasil wawancara dari pihak Pegadaian Konvensional yakni kendala terhadap nasabah yang masih kurang memahamai atau mengetahui tentang produk yang disediakan, sehingga perlu untuk menjelaskan kembali tentang prosedur atau langkah-langkah yang harus dipatuhi dalam melakukan transaksi produk tersebut serta terjun langsung ke masyarakat untuk melakukan sosialisasi terhadap produk

²³ Muhammad Iswan, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Pinrang, wawancara oleh peneliti, 1 Juli 2020.

yang ditawarkan dan membagikan brosur yang ada. Kendala yang lain pada pegadaian konvensional yaitu sering kali anggaran yang diberikan dari pusat kurang sehingga harus meminta dana tambahan.

Hal serupa disampaikan oleh Bapak Iswan dari Pegadaian Konvensional terkait pelaksanaan dari strategi yang telah dirumuskan, narasumber menyatakan bahwa:

“ Strategi yang telah diterapkan oleh Pegadaian sudah efektif dan efisien dalam meningkatkan loyalitas nasabah serta strategi yang dijalankan telah sesuai rencana yang telah disepakati diawal.”²⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat dikatakan bahwa strategi yang dijalankan oleh kedua Lembaga sudah tepat sasaran dalam hal menjaga atau meningkatkan loyalitas nasabahnya. Meskipun pada dasarnya strategi yang diterapkan terdapat persamaan, akan tetapi program yang diterapkan berbeda serta dalam pelaksanaan program yang dilakukan berbeda jika pada Pegadaian Konvensional menerapkan sistem bunga sementara pada Pegadaian Syariah tidak menerapkan sistem bunga melainkan sebagai biaya penitipan atau *fee* (upah).

Mengenai perencanaan yang sudah diterapkan oleh Pegadaian Syariah dan Pegadaian Konvensional sudah terlaksana dengan baik, dengan melihat meningkatnya loyalitas dan jumlah nasabah dan ini terbukti dengan meningkatnya pendapatan setiap tahunnya. Pelaksanaan juga sudah dilakukan seperti menyediakan program dan yang terakhir evaluasi yang merupakan bagian terpenting untuk mengukur hasil yang telah dicapai. Dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi pasti ada kendala yang dihadapi dalam perencanaan seperti kurangnya pemahaman nasabah.

²⁴ Muhammad Iswan, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Pinrang, wawancara oleh peneliti, 1 Juli 2020.

Dapat disimpulkan bahwa pihak Pegadaian harus melihat keadaan seperti apa perkembangan yang harus dihadapi sehingga bisa mengambil tindakan. Kemudian dalam mengambil tindakan ketika mengalami permasalahan dengan menjelaskan kepada nasabah mengenai produk dengan lebih rinci sehingga nasabah bisa memahami dengan baik serta selalu menjalin komunikasi yang baik kepada nasabah.

Hal serupa disampaikan oleh Bapak Iswan dari Pegadaian Konvensional, narasumber menyatakan bahwa:

“Pelaksanaan program evaluasinya dari Deputi (orang yang mewakili) akan tetapi dalam kantor cabang evaluasi berdasarkan pencapaian yang dihasilkan dalam program tersebut, jika pencapaian atau terget yang diinginkan telah sesuai artinya program yang dijalankan telah berjalan sesuai rencana.”²⁵

Tujuan utama dari strategi yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas (jumlah) maupun kualitas (loyal). Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah dengan cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan kualitas artinya nasabah yang telah didapatkan merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi lembaga.

Dalam praktiknya. Apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan suatu lembaga, maka ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu:

1. Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan atau dengan kata lain nasabah loyal kepada lembaga. Hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh Derek dan Rao yang mengatakan kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
2. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru, dengan berbagai cara sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Kepuasan pelanggan

²⁵ Muhammad Iswan, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Pinrang, wawancara oleh peneliti, 1 Juli 2020.

dengan cara memberikan rekomendasi atau memberikan informasi tentang pengalamannya dari mulut ke mulut secara tidak langsung nasabah melakukan pemasaran terhadap produk yang dimiliki. Artinya, nasabah akan dengan cepat menular ke nasabah lain dan berpotensi menambah nasabah baru.²⁶

Berdasarkan pernyataan diatas bahwa dalam mengevaluasi program yang sudah dilaksanakan oleh kedua lembaga baik Pegadaian Syariah maupun Konvensional ini sudah sesuai dengan yang direncanakan karena hal tersebut mampu mendorong nasabah baru yang datang untuk menggunakan produk yang telah ditawarkan.

Adapun untuk mengevaluasi kinerja karyawan dalam pelaksanaan program apakah sudah mencapai target yang diinginkan, sebagaimana wawancara dengan Bapak Iswan dari Pegadaian Konvensional, narasumber menyatakan bahwa:

“Masih ada beberapa pegawai dicabang yang kurang paham terhadap program yang diterapkan sehingga sosialisasi program ke nasabah kadang-kadang tidak sampai, oleh dari itu kita selalu melakukan sosialisasi kepada karyawan dan pendisiplinan kepada para pegawai.”²⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dengan melihat kinerja karyawan pihak Pegadaian Konvensional para pegawai masih ada yang kurang paham terhadap program yang dijalankan. Oleh karena itu pihak Pegadaian akan memberikan pembinaan lebih kepada pegawai dengan terus melakukan sosialisasi, tujuan pembinaan untuk menciptakan tenaga kerja yang berdaya guna dan berhasil dapat terwujud.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimplkan bahwa evaluasi merupakan hal yang sangat penting untuk meriview semua faktor internal dan eksternal yang menjadi

²⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2013), h.181.

²⁷ Muhammad Iswan, Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Pinrang, wawancara oleh peneliti, 1 Juli 2020.

dasar bagi strategi yang sedang berlangsung dan ini menandakan bahwa dalam menjalankan sebuah lembaga agar mengetahui sampai dimana kinerja yang yang sudah terlaksana. Dan dapat mengambil berbagai tindakan perbaikan ketika mengalami permasalahan yang ada kaitannya dengan program yang dilaksanakan.

Berdasarkan analisa dan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa ketiga tahapan strategi yang diterapkan pegadaian syariah dan konvensional ternyata mampu menjaga loyalitas nasabahnya pada masing-masing lembaga.

