

SKRIPSI

**ANALISIS SWOT TERHADAP PRODUK GADAI EMAS
DI PEGADAIAN SYARIAH PINRANG**



OLEH

**AYMAM AL QAZZAM
NIM 16.2300.090**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2022

**ANALISIS SWOT TERHADAP PRODUK GADAI EMAS
DI PEGADAIAN SYARIAH PINRANG**



OLEH

**AYMAM AL QAZZAM
NIM 16.2300.090**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2022

**ANALISIS SWOT TERHADAP PRODUK GADAI EMAS
DI PEGADAIAN SYARIAH PINRANG**

**Skripsi
Sebagai salah satu syarat unuk mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi
Perbankan Syariah**

Disusun dan diajukan Oleh

**AYMAM AL QAZZAM
NIM 16.2300.090**

Kepada

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2022

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Pinrang

Nama Mahasiswa : Aymam AL Qazzam

Nomor Induk Mahasiswa : 16.2300.090

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.14/In.39.8/PP.00.9/11/2020

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.

NIP : 19610320 199403 1 004

Pembimbing Pendamping : An Ras Try Astuti, M.E.

NIP : 19901223 201503 2 004

Mengetahui:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 20129 200501 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Pinrang

Nama Mahasiswa : Aymam AL Qazzam

Nomor Induk Mahasiswa : 16.2300.090



Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.14/In.39.8/PP.00.9/11/2020

Tanggal Kelulusan : 07 Maret 2022


Disahkan oleh Komisi Penguji

Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.	(Ketua)	
An Ras Try Astuti, M.E.	(Sekretaris)	
Dr. Syahriyah Semaun, SE.,MM.	(Anggota)	
Dr. Andi Bahri, S. M.E., M.Fil.I.	(Anggota)	

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 19730129 200501 1 004

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Drs. Moh Yasin Soumena, M.Pd. dan ibu An Ras Try Astuti, M.E. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si, sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare
2. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak dan ibu dosen program studi Perbankan Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
4. Bapak dan Ibu Dosen yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengajari dan membagi ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan di IAIN Parepare.
5. Kepada perpustakaan IAIN parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.

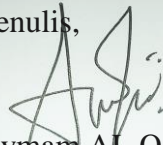
6. Kepada jajaran staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
7. Para Karyawan PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yang bersedia menjadi responden dan kerjasamanya selama penelitian berlangsung.
8. Kepada Pimpinan PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Kantor tersebut.
9. Sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi kepada penulis, Nur Atikah, Salma, Nurul Auliah Amir, Nur Fajri Kamal, Mutmainnah Dwi Cahyani, Widya Rahman, Andry Syam, Zubair Sabri, Muhammad Fuad Afdhal, Rochmat Sulastyo.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ini. Kritik dan saran demi perbaikan penelitian ini sangat diharapkan dan akan diterima sebagai bagian untuk perbaikan kedepannya sehingga menjadi penelitian yang lebih baik, pada akhirnya peneliti berharap semoga hasil penelitian ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 09 Desember 2021

Penulis,



Aymam AL Qazzam
NIM. 16.2300.090

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aymam AL Qazzam
NIM : 16.2300.090
Tempat/Tgl Lahir : Parepare, 09 Desember 1998
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian
Syariah Pinrang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 09 Desember 2021

Penulis,



Aymam AL Qazzam
NIM. 16.2300.090

ABSTRAK

Aymam AL Qazzam, *Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Pinrang* (Dibimbing oleh Bapak Moh. Yasin Soumena dan Ibu An Ras Try Astuti)

Analisis SWOT merupakan suatu metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor dari produk gadai emas Pegadaian Syariah Pinrang dalam hal ini adalah PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue untuk melakukan pengembangan produk. Adapun faktor-faktor yang dimaksud adalah faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*)

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Peneliti menerapkan metode fenomenologi terhadap kegiatan penelitian yang dilaksanakan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun uji keabsahan data menggunakan uji kredibilitas dan triangulasi sumber. Sedangkan teknik saat menganalisis data yaitu dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui analisis SWOT dari produk gadai emas Pegadaian Syariah Pinrang serta untuk mengetahui strategi pengembangan produk yang digunakan pada produk gadai emas Pegadaian Syariah Pinrang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses identifikasi produk gadai emas Pegadaian Syariah Pinrang melalui analisis SWOT adalah melalui tahap pengumpulan data yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah Pinrang dimana pada tahap ini data dapat dibedakan ke dalam dua bagian yaitu data eksternal dan data internal dan selanjutnya dilakukan tahap analisis dengan menyusun faktor-faktor perusahaan yang memberikan gambaran mengenai peluang dan ancaman eksternal yang akan dihadapi yang dapat disesuaikan dengan faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Strategi pengembangan produk yang digunakan pada produk gadai emas melalui hasil identifikasi analisis SWOT oleh Pegadaian Syariah Pinrang yaitu dengan melakukan penentuan strategi berdasarkan pada hasil analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal melalui matriks analisis SWOT dengan memaksimalkan setiap faktor kekuatan dan peluang yang dimiliki, yang secara bersamaan dapat meminimalkan dampak yang ditimbulkan dari faktor kelemahan dan ancaman.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Pegadaian Syariah, Gadai Emas.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teori	13
1. Pengertian Analisis SWOT	13
2. Manfaat Analisis SWOT	15
3. Faktor-Faktor Analisis SWOT	17
4. Penyusunan Analisis SWOT	21
5. Pengembangan Produk.....	26
6. Produk Gadai Syariah	30
C. Tinjauan Konseptual	35

D. Kerangka Pikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
C. Fokus Penelitian	41
D. Jenis dan Sumber Data	42
E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data.....	42
F. Uji Keabsahan Data.....	43
G. Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Analisis SWOT Produk Gadai Emas PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang.....	50
B. Strategi Pengembangan Produk Gadai Emas PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Berdasarkan Matriks Analisis SWOT.....	65
BAB V PENUTUP.....	86
A. Simpulan.....	86
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN.....	V
RIWAYAT HIDUP PENULIS	XXXII

DAFTAR TABEL

NO	Judul Tabel	Halaman
1	Fatwa DSN-MUI terhadap Pegadaian Syariah	4
2	Matrik Analisis SWOT	21
3	Matrik Analisis SWOT Produk Gadai Emas PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue	47



DAFTAR GAMBAR

NO	Judul Gambar	Halaman
1	Bagan Kerangka Pikir	33
2	Struktur organisasi PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang	39



DAFTAR LAMPIRAN

NO	Judul Lampiran	Halaman
1	Pedoman Wawancara	VI
2	Transkrip Wawancara	IX
3	Izin Melaksanakan Penelitian dari IAIN Parepare	XXI
4	Izin Melaksanakan Penelitian dari Pemerintah Kabupaten Pinrang	XXII
5	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	XXIII
6	Keterangan Wawancara	XXIV
7	Dokumentasi	XXX
8	Biografi Penulis	XXXII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya, analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari 4 kata yaitu *strengths*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis SWOT ini merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi. Instrumen ini memudahkan para praktisi untuk menentukan apa yang bisa dicapai, dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka.

Analisis ini bersifat deskriptif dan subjektif. Bisa saja beberapa orang dalam organisasi memberikan hasil analisis yang berbeda pada keempat bagian dalam analisis SWOT. Hal ini sangat wajar terjadi, karena analisis SWOT memberikan output berupa arahan bukan solusi “ajaib” dalam sebuah permasalahan. Meskipun arahan tersebut bisa diartikan sebagai salah satu bentuk solusi, namun pada dasarnya arahan/rekomendasi yang dihasilkan bertujuan untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sekaligus mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman.¹

¹ Fajar Nur'aini DF, *Teknik Analisis SWOT* (Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA, 2020), h. 84.

Analisis SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) internal perusahaan dengan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan yang dihadapi perusahaan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam penggunaan analisis SWOT adalah dengan melakukan analisis dan diagnosis lingkungan baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal perusahaan. Analisis lingkungan merupakan suatu proses *monitoring* yang dilakukan oleh penyusun strategi terkait sektor-sektor lingkungan untuk melakukan kesempatan kegiatan (peluang) dan ancaman-ancaman bagi perusahaan, sedangkan diagnosa lingkungan berisi tentang keputusan manajerial yang dibutuhkan dengan cara menilai signifikan data kesempatan dan ancaman dari analisis lingkungan.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT.²

Faktor-faktor yang ditetapkan kemudian diterapkan dalam bentuk matriks SWOT, yang mana pengaplikasiannya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang

² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 39.

ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan-kelemahan (*weakness*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, serta bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weakness*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.³

Pegadaian Syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang pada prinsip syariah. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan komoditas yang diperdagangkan dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan/atau bagi hasil. Payung hukum gadai syariah dalam hal pemenuhan prinsip-prinsip syariah berpegang pada Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang Rahn yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn diperbolehkan, dan fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas. Sedangkan dalam aspek kelembagaan tetap menginduk kepada Peraturan Pemerintah No. 10 tahun 1990 tanggal 10 April 1990.⁴

Dalam melaksanakan kegiatan operasional lainnya, Pegadaian Syariah juga memiliki landasan hukum lainnya oleh Fatwa Dewan Syariah Nasional, antara lain :

³ Fajar Nur'aini DF, *Teknik Analisis SWOT* (Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA, 2020), h. 107.

⁴ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2018), h. 54.

Tabel 1.1 Fatwa DSN-MUI terhadap Pegadaian Syariah

Fatwa DSN-MUI	Jenis Kegiatan
Nomor 108/DSN-MUI/X/2016	Pedoman Penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah
Nomor 107/DSN-MUI/X/2016	Pedoman Penyelenggaraan rumah sakit berdasarkan prinsip syariah
Nomor 106/DSN-MUI/X/2016	Wakaf manfaat asuransi dan manfaat investasi pada asuransi jiwa syariah
Nomor 105/DSN-MUI/X/2016	Penjaminan pengembalian modal pembiayaan mudharabah dan musyarakah
Nomor 92/DSN-MUI/IV/2014	Pembiayaan yang disertai Rahn (al-Tamwil al-Mautsuq bi al-Rahn)
Nomor 68/DSN-MUI/III/2008	Rahn Tasjily ⁵

Produk gadai emas merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah Kabupaten Pinrang. Saat ini Pegadaian Syariah Kabupaten Pinrang memberikan pelayanan yang unggul dalam produk gadai emas, yaitu produk yang menjadikan emas sebagai barang jaminan oleh nasabah dalam melakukan transaksi. Pegadaian Syariah Kabupaten Pinrang merupakan salah satu pegadaian yang memberikan pelayanan prima dan menawarkan produk yang sesuai dengan harapan nasabah dengan berdasarkan prinsip syariah.

Dalam pelaksanaan proses gadai emas oleh oleh Pegadaian Syariah Kabupaten Pinrang, calon nasabah dapat menerima pinjaman dalam bentuk tunai atau ditransfer ke rekening nasabah, kemudian proses peminjaman tanpa harus

⁵ Pegadaian_ <http://www.pegadaiansyariah.co.id>, diakses pada tanggal 18 Maret 2021

membuka rekening serta prosedur pengajuan yang mudah yaitu hanya melampirkan identitas pribadi resmi serta barang jaminan dalam hal ini adalah emas.

Analisis SWOT memberikan gambaran mengenai produk gadai emas yang disediakan oleh Pegadaian Syariah Kabupaten Pinrang terhadap lingkungan sekitar, artinya apakah produk ini cukup dipandang oleh pasar atau masih belum memiliki daya saing yang cukup kuat terhadap perusahaan baik yang serupa maupun yang berbeda yang memberikan pelayanan yang sama dalam hal ini adalah pelayanan gadai emas.

Perlu diketahui bahwa dalam mempertahankan karakteristik produk gadai emas pada Pegadaian Syariah maka harus memperhatikan kondisi terdahulu serta memperhatikan fenomena yang terjadi. Maka dari itu, diperlukan analisis SWOT terhadap produk gadai emas dalam menganalisis aspek-aspek internal dalam hal ini adalah kekuatan dan kelemahan produk gadai emas serta aspek-aspek eksternal yaitu peluang dan tantangan terhadap produk gadai emas yang akan dihadapi di masa yang akan datang.

Penggunaan analisis SWOT pada jasa gadai emas untuk mengatasi kelemahan (*weakness*) serta menonjolkan kekuatan (*strengths*) produk. Sedangkan untuk mengatasi ancaman (*threast*) adalah dengan cara memanfaatkan setiap peluang (*opportunities*) sehingga dapat meminimalkan ancaman bahkan dapat menjadikan ancaman tersebut menjadi sebuah peluang. Penerapan analisis SWOT terhadap Pegadaian Syariah Kabupaten Pinrang bertujuan agar mampu memperoleh panduan serta pedoman dalam pengambilan keputusan baik dari segi pengembangan maupun pemasaran produk gadai emas.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang tertera pada pembahasan latar belakang, dapat ditarik inti permasalahan yang jelas bahwa hal yang akan diangkat menjadi suatu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana identifikasi produk gadai emas Pegadaian Syariah Pinrang melalui analisis SWOT?
2. Bagaimana strategi pengembangan produk yang digunakan pada produk gadai emas melalui hasil identifikasi analisis SWOT oleh Pegadaian Syariah Pinrang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui analisis SWOT dari produk gadai emas Pegadaian Syariah Pinrang
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk yang digunakan pada produk gadai emas Pegadaian Syariah Pinrang

D. Kegunaan Penelitian

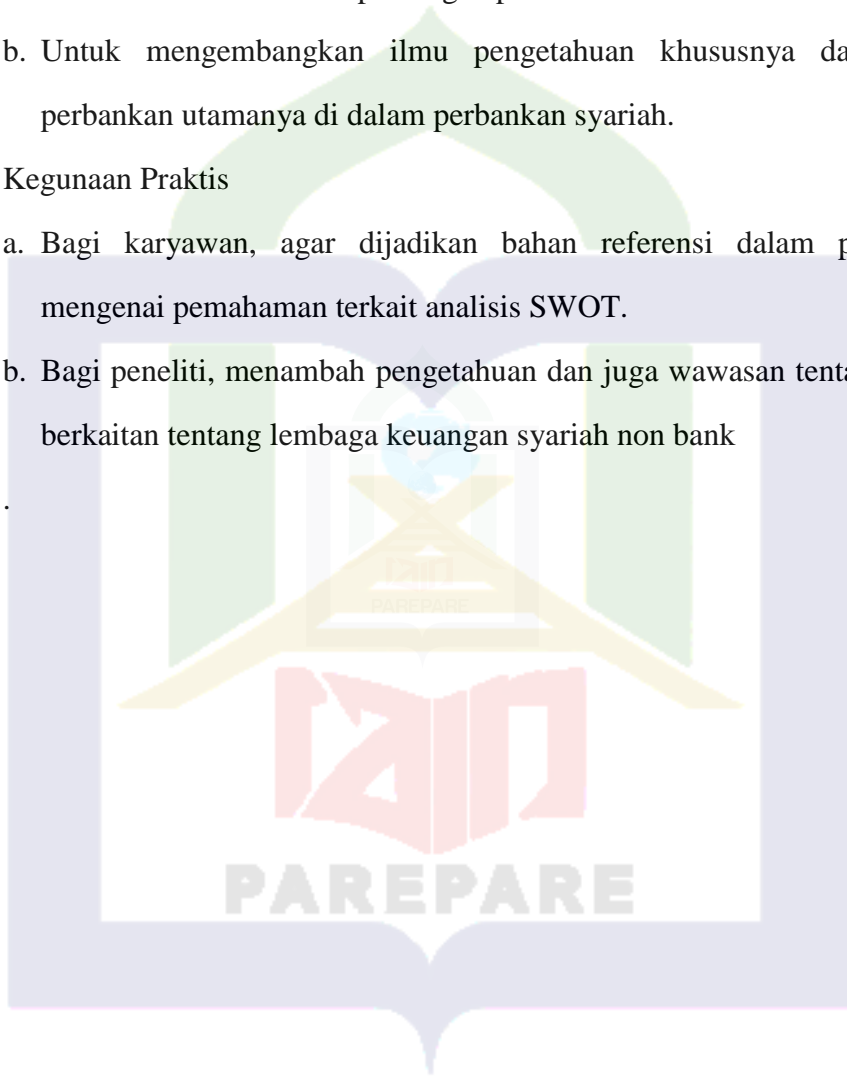
Secara umum hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan terutama dalam bidang ilmu hukum Islam dan juga memberikan kontribusi pemikiran serta dijadikan bahan untuk mereka yang akan mengadakan penelitian-penelitian selanjutnya, terkhusus bagi masyarakat akademik di lingkungan IAIN Parepare serta para generasi menginginkan perubahan kearah perbaikan diri dalam menerapkan etika dalam kehidupan konsumsinya. Penelitian ini mempunyai tujuan-tujuan khusus antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

- a. Sebagai salah satu referensi Sebagai salah satu referensi atau kajian pustaka untuk menambah informasi bagi penelitian lainnya yang membahas masalah terkait atau serupa dengan penelitian ini.
- b. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang perbankan utamanya di dalam perbankan syariah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi karyawan, agar dijadikan bahan referensi dalam pembelajaran mengenai pemahaman terkait analisis SWOT.
- b. Bagi peneliti, menambah pengetahuan dan juga wawasan tentang hal yang berkaitan tentang lembaga keuangan syariah non bank



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian relevan merupakan bahan pustaka yang berkaitan dengan masalah penelitian, berupa sajian hasil atau bahasan ringkas dari hasil temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan hasil penelitian.⁶

Adapun penelitian terdahulu yang meneliti terkait dengan fokus penelitian tentang Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Pinrang adalah sebagai berikut:

Sri Yati Prawitasari dengan judul “*Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang)*”.⁷ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana peneliti berusaha menggambarkan peristiwa yang terjadi pada subjek penelitian pada masa sekarang kemudian dijelaskan, dianalisa, dan disajikan sedemikian rupa sehingga menjadi gambaran yang sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran oleh perusahaan adalah strategi investasi dimana posisi perusahaan tersebut dalam posisi aman dan jenis usaha yang dilakukan ideal. Strategi investasi ini berarti lingkungan perusahaan mendukung kekuatan investasi dan mendapatkan hasil yang melimpah. Perusahaan dapat menggunakan rencana perusahaan sebelumnya demi menghindarkan dari ancaman perusahaan lain dan menciptakan strategi yang lebih kompetitif.

⁶Masyhuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian* (Jakarta: Revika Aditama, 2008), h. 56.

⁷Sri Yati, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, “*Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang)*”, [eprints.undip.ac.id/26745/1/skripsi_wita\(r\).pdf](https://eprints.undip.ac.id/26745/1/skripsi_wita(r).pdf) (diakses pada 18 Mei 2020).

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penerapan fungsi dari hasil analisis SWOT, di mana penelitian terdahulu menggunakan analisis SWOT sebagai dasar perumusan dalam penentuan strategi pemasaran terhadap produk perusahaan sedangkan penelitian ini menggunakan analisis SWOT sebagai pedoman dalam pengembangan produk terhadap produk yang disediakan oleh perusahaan dalam hal ini adalah gadai emas.

Skripsi oleh Umi Masruroh pada tahun 2015, dengan judul "*Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara IB (Studi Kasus pada PT. Bank BTN Syariah Cabang Semarang)*".⁸ Penelitian ini memfokuskan kepada strategi pemasaran pada produk tabungan batara ib, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menekankan pada analisis SWOT pada produk gadai emas. Penelitian yang dilakukan di BTN Syariah Cabang Semarang menghasilkan kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang menggunakan segmentasi *positioning*, *targetting* untuk menganalisis strategi pemasaran, dan hasil analisis SWOT dari penelitian ini adalah memperoleh formulasi alternatif strategi dalam pemasaran produk tabungan batara ib yaitu dengan strategi SO: Mempertahankan kualitas produk, mengembangkan produk sesuai dengan permintaan pasar, meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah, menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan instansi/pemerintah. Strategi ST: Menerapkan pemasaran jemput bola, mempertahankan ciri khas produk dan menambah program-program berhadiah, mengembangkan variasi produk agar menarik. Strategi WO: Meningkatkan fasilitas-fasilitas yang berbasis teknologi

⁸Umi Masruroh, "*Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara iB (Studi Kasus pada PT. Bank BTN Syariah Cabang Semarang)*", (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo: Semarang, 2015).

sehingga dapat memudahkan akses bagi nasabah, meningkatkan SDM pemasaran khususnya dalam produk pendanaan, meningkatkan promosi yang lebih gencar disemua media untuk meningkatkan pangsa pasar. Strategi WT: Menetapkan strategi bisnis yang baru yang lebih efektif dan efisien, memaksimalkan ragam pilihan produk dengan meningkatkan promosi melalui berbagai media.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu fungsi dari analisis SWOT terhadap produk yang dikaji, dimana pada penelitian terdahulu menempatkan hasil analisis SWOT dalam strategi pemasaran produk perusahaan sedangkan penelitian yang akan dilakukan menempatkan hasil analisis SWOT terhadap pengembangan produk perusahaan.

Skripsi oleh Metty Novianti pada tahun 2016 dengan judul “*Strategi Pemasaran Terhadap Produk KPR BTN Sejahtera iB di BTN Syariah Ditinjau dari Analisis SWOT (Studi Kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)*”.⁹ Dari Penelitian Metty Novianti menghasilkan kesimpulan bahwa berdasarkan data dari realisasi pembiayaan KPR Sejahtera di BTN Syariah Kantor Cabang Semarang telah berhasil melakukan penyaluran produk KPR BTN Sejahtera meskipun juga mengalami penurunan, namun tidak begitu banyak penurunannya. Penurunan penyaluran KPR Sejahtera di BTN Syariah Semarang juga disebabkan oleh kebijakan dari pemerintah melalui program FLPP. Hal ini ditinjau dari hasil analisis SWOT BTN Syariah Kantor Cabang Semarang bahwa kelemahan dan ancaman yang dimiliki tidak bisa mengimbangi kekuatan dan peluangnya seperti lebih banyak memiliki kelemahan daripada kekuatan yang

⁹Metty Novianti, “*Strategi Pemasaran pada Produk KPR BTN Sejahtera iB di BTN Syariah Ditinjau dari Analisis SWOT (Studi Kasus Pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)*”, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo: Semarang, 2016).

dimiliki yaitu dalam memasarkan produknya karena tidak ada pihak marketing yang memasarkan, promosi produk BTN Syariah yang disampaikan kepada masyarakat kadang kurang dipahami sehingga masyarakat menjadi ragu untuk mengambil pembiayaan KPR Sejahtera dan kurang adanya komunikasi yang tepat mengenai kelebihan dari produk KPR Sejahtera.

Perbedaan antara penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Metty Novianti dengan penelitian yang akan diteliti adalah penggunaan hasil analisis SWOT terhadap objek yang diteliti, dimana penelitian terdahulu menempatkan hasil analisis SWOT dalam strategi pemasaran sedangkan penelitian ini menempatkan hasil analisis SWOT dalam pengembangan produk, serta objek yang diteliti yaitu KPR BTN dengan produk gadai emas.

Persamaan dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan diteliti yaitu terletak pada permasalahan teknik penggunaan analisis SWOT dengan mengidentifikasi dari faktor internal yaitu *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan) dan faktor eksternal yaitu *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) dari setiap objek yang diteliti.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Sri Yati Prawitasari (2016)	<i>“Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi</i>	Penggunaan dari analisis SWOT dengan melakukan identifikasi dari	-Penerapan fungsi dari hasil analisis SWOT sebagai acuan dalam penentuan strategi pemasaran.

		<i>Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang)</i> ”.	faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal objek yang diteliti.	-Pembobotan nilai terhadap faktor-faktor internal dan eksternal. -Instansi non lembaga keuangan. -Lokasi penelitian. -Objek yang diteliti.
2.	Umi Masruroh (2015)	“ <i>Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara IB (Studi Kasus pada PT. Bank BTN Syariah Cabang Semarang)</i> ”.	Penggunaan dari analisis SWOT dengan melakukan identifikasi dari faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal objek yang diteliti.	-Fungsi dari analisis SWOT dalam strategi pemasaran. -Lembaga keuangan Bank. -Lokasi penelitian. -Objek yang diteliti.
3.	Metty Novianti (2016)	“ <i>Strategi Pemasaran Terhadap Produk KPR BTN Sejahtera</i> ”.	Penggunaan dari analisis SWOT dengan melakukan identifikasi dari	-Hasil dari analisis SWOT sebagai acuan dalam penerapan strategi pemasaran produk.

	<p><i>di BTN Syariah Ditinjau dari Analisis SWOT (Studi Kasus pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)”. faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal objek yang diteliti.</i></p>	<p>-Lokasi Penelitian. -Objek yang diteliti.</p>
--	--	--

B. Tinjauan Teori

1. Pengertian Analisis SWOT

Menurut Stephen P. Robbins, strategi adalah rencana mengenai bagaimana sebuah organisasi akan melakukan sesuatu yang harus dilakukan dalam bisnis, bagaimana organisasi akan menang bersaing, dan bagaimana menarik serta memuaskan para pelanggannya agar dapat mencapai tujuannya.¹⁰ Perubahan lingkungan di sekitar merupakan suatu keadaan yang sulit diramalkan di masa mendatang. Perusahaan tidak terlepas dari perubahan, baik yang bersumber dari lingkungan eksternal maupun lingkungan internal perusahaan. Perusahaan dapat berpengaruh positif maupun negatif. Untuk itu suatu perusahaan harus memperhatikan faktor yang dapat berpengaruh terhadap lingkungan perusahaan baik itu dari faktor lingkungan eksternal maupun faktor lingkungan internal,

¹⁰Stephen P. Robbins dan Marry Coulter, *Manajemen* (Jakarta, Jilid 1, 2010), PT. Gelora Aksara Pratama, h.213.

yaitu dengan melakukan analisis terhadap kedua faktor tersebut yang memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi faktor yang menjadi penghambat bagi perusahaan di masa yang akan datang. Dengan analisis tersebut perusahaan akan mampu untuk mengatasi masalah yang akan dihadapi dan memutuskan strategi atau tindakan yang harus dilakukan terhadap masalah yang ada.

SWOT adalah singkatan dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi *profit* dan *nonprofit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.¹¹

Freddy Rangkuti mengungkapkan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.¹²

Melakukan analisis SWOT artinya perusahaan atau organisasi atau lembaga diajarkan untuk masuk dalam analisis diri secara komprehensif, dengan begitu perusahaan akan menjadi lebih mengenal faktor lingkungan di sekitarnya baik itu

¹¹Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 302.

¹²Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis "Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 275.

faktor eksternal maupun internal, yang bertujuan untuk menetapkan strategi yang akan dilakukan.

Ada hal yang harus diingat bahwa analisis SWOT tidak hanya menarik untuk dikaji oleh para manajer atau para *top management* perusahaan, namun untuk menjadi menarik juga dikaji secara pribadi. Terutama untuk melihat potensi diri seseorang serta prospek yang akan diraih dalam pekerjaannya di masa depan.

Sebagaimana dikatakan oleh Stephen P. Robbins dan Mary Coulter bahwa, “Sebuah analisis SWOT dapat merupakan alat yang bermanfaat untuk memeriksa keterampilan kemampuan, pilihan karir, dan peluang-peluang karir anda sendiri.”¹³

2. Manfaat Analisis SWOT

Proses strategi adalah proses yang memadu perencanaan, implementasi, dan evaluasi strategi, walaupun yang pertama menjelaskan perencanaan yang harus dilakukan, implementasi dan evaluasi juga sama pentingnya. Proses strategi menjadi bentuk penyederhanaan situasi nyata.¹⁴ Sebuah analisis SWOT berfungsi sebagai *dashboard* pada produk dan jasa. Jika dilakukan dengan benar, maka dapat membantuk untuk menavigasi dan menerapkan strategi yang tepat untuk bisnis terlepas dari ukuran perusahaan atau sektor. Maka tujuan dari penerapan SWOT pada suatu perusahaan yaitu untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus terhadap masalah yang akan dihadapi dengan kompetitor yang ada. Analisis ini juga bertujuan untuk memanfaatkan

¹³Irham Fahmi, *Teori dan teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 91.

¹⁴Stephen P. Robbins dan Marry Coulter, *Manajemen* (Jakarta, Jilid 1, 2010), PT. Gelora Aksara Pratama, h.214.

keuntungan dari kekuatan yang dimiliki dan kesempatan yang ada, serta dapat meminimalisasi kelemahan dan mengeliminasi ancaman.

Tujuan dari penetapan analisis SWOT adalah untuk menggambarkan kuantitas dan kualitas berbagai sumber daya yang dimiliki dan memanfaatkan informasi perubahan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan atau organisasi di masa depan.

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu pandangan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisa SWOT tersebut nantinya dapat di jadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa-masa yang akan datang.

Dengan demikian tujuan daripada analisis SWOT adalah untuk meluruskan faktor-faktor internal dan eksternal yang dianalisis. Sehingga ketika ada kesalahan pada perusahaan, maka harus mengolah, mempertahankan dan memanfaatkan peluang yang ada secara baik. Tidak hanya itu pihak perusahaan harus mengetahui kelemahan yang telah dihadapi sehingga menjadi kekuatan dan mengatasi ancaman menjadi peluang.

Kemudian fungsi daripada analisis SWOT adalah untuk menganalisa mengenai kelemahan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi internal perusahaan. Dan menganalisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan yang dilakukan melalui analisis terhadap faktor eksternal perusahaan yang bersangkutan.

Adapun manfaat dari analisis SWOT adalah sebagai berikut:

- a. Analisis SWOT dapat membantu melihat suatu persoalan dari keempat sisi tersebut sekaligus yang menjadi dasar sebuah analisis persoalan, yaitu kekuatan, kelemahan, kesempatan/peluang, dan ancaman.
 - b. Analisis SWOT mampu memberikan hasil berupa analisis yang cukup tajam sehingga mampu memberikan arahan atau pun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan sekaligus menambah keuntungan berdasarkan sisi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman.
 - c. Analisis SWOT dapat menjadi instrumen yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi, sehingga dapat menemukan langkah yang tepat dan terbaik sesuai dengan situasi pada saat itu.
 - d. Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu organisasi meminimalisasi kelemahan yang ada serta menekan munculnya dampak ancaman yang mungkin akan timbul.¹⁵
3. Faktor-Faktor Analisis SWOT

Lingkungan internal adalah suatu kekuatan yang berada di luar lembaga dimana lembaga tidak mempunyai pengaruh sama sekali terhadapnya sehingga perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja lembaga. Sedangkan lingkungan eksternal adalah lebih pada analisa intern lembaga dalam rangka menilai atau mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari tiap-tiap unit kerja. Ada dua faktor yang membuat analisa lingkungan menjadi suatu analisa penting dalam pengembangan sebuah lembaga terutama

¹⁵Stephen P. Robbins dan M. Coutler, *Manajemen Edisi Ke- Sebelas*, (Jakarta: PT Indeks, 2012), Hlm 228-235.

lembaga pendidikan. Yang pertama organisasi atau lembaga tidak berdiri sendiri tetapi berinteraksi dengan bagian-bagian dari lingkungannya dan lingkungan itu sendiri selalu berubah setiap saat dan yang kedua pengaruh lingkungan yang sangat rumit dan kompleks dapat mempengaruhi kinerja banyak bagian yang berbeda dari sebuah lembaga.

Dalam melakukan analisa eksternal, perusahaan menggali dan mengidentifikasi semua *opportunity* (peluang) yang berkembang dan menjadi trend pada saat itu serta *threat* (ancaman) dari para pesaing. Sedangkan analisa internal lebih menfokuskan pada identifikasi *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) dari perusahaan.

- a. *Strength* merupakan kekuatan apa saja yang dimiliki, pada saat menganalisis suatu masalah untuk menyelesaikannya. Kekuatan merupakan kondisi yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan seperti halnya keunggulan produk yang dapat diandalkan memiliki keterampilan dan berbeda dengan produk lain sehingga produk tersebut menjadi kekuatan dan bisa diandalkan sehingga dapat membuat perusahaan lebih kuat dari para pesaingnya. Jadi kekuatan merupakan hal yang sangat penting pada perusahaan karena berdasarkan uraian diatas kekuatan mencakup semua hal penting dari faktor internal perusahaan. Kekuatan akan memberikan komparatif bagi perusahaan yang bersangkutan. Dengan kekuatan yang dimiliki perusahaan akan mampu bersaing dengan perusahaan lain dipasar.

Dalam analisis SWOT perusahaan cenderung akan membuat sebanyak mungkin daftar kekuatan sebagai upaya kompetensi untuk bersaing dengan kompetitor yang akan dihadapi atau kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan.¹⁶

- b. *Weakness* adalah kelemahan yang harus diperbaiki dengan meningkatkan strategi dari kekuatan yang dimiliki. Kelemahan juga dapat dikatakan sebagai hal yang wajar dalam suatu perusahaan tetapi yang paling terpenting adalah bagaimana sebagai penentu kebijakan dalam lembaga maupun untuk meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan kelemahan tersebut menjadi satu sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh lembaga yang lain.¹⁷ Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan yang dimiliki oleh perusahaan dalam hal sumber daya yang dimilikinya baik itu keterampilan yang menjadi penghalang dalam setiap kegiatan. Dengan demikian kelemahan harus diatasi dengan tepat supaya kegiatan usaha perusahaan dilakukan dengan baik.
- c. *Opportunities* merupakan peluang dari faktor eksternal yang dilihat dari kecenderungan perubahan pasar, perubahan teknologi, perubahan manajemen, perubahan bisnis dengan memanfaatkan perubahan tersebut. Dengan kata lain peluang adalah faktor yang didapatkan dengan membandingkan analisa internal di suatu lembaga dengan analisa internal dari kompetitor lain atau lingkungan eksternal yang dapat menjadi formulasi dalam suatu lembaga. Peluang adalah berbagai hal dan situasi

¹⁶Freddy Rangkuty, *Personal SWOT Analysis Peluang Dibalik Setiap Kesulitan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 201.

¹⁷Freddy Rangkuty, *Personal SWOT Analysis Peluang Dibalik Setiap Kesulitan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 202.

yang menguntungkan bagi perusahaan. Perusahaan yang memiliki banyak peluang dalam kegiatan ekonominya akan mampu bertahan dan memiliki daya saing terhadap perusahaan lain yang menjadi pesaingnya. Sehingga perusahaan yang memiliki peluang akan menggunakan strategi yang tepat dalam pencapaian tujuan. Peluang dapat dikategorikan dalam tiga tingkatan, yaitu:

- 1) *Low* (rendah), jika memiliki daya tarik dan manfaat yang kecil dan peluang pencapaian juga kecil.
- 2) *Moderate* (sedang), jika memiliki daya tarik dan manfaat yang besar namun peluang pencapaian kecil atau sebaliknya.
- 3) *Best* (baik), jika memiliki daya tarik dan manfaat yang tinggi serta peluang tercapainya juga besar.¹⁸

d. *Threats* adalah kebalikan dari peluang, yaitu ancaman yang meliputi faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah lembaga, atau kondisi eksternal yang dapat merusak tujuan dari suatu perusahaan. Jika sebuah ancaman tidak ditanggulangi maka akan menjadi sebuah penghalang atau penghambat bagi maju dan peranan sebuah perusahaan atau lembaga. Dengan demikian perusahaan yang memiliki ancaman dalam kegiatan perusahaan harus mengatasi ancaman yang ada dengan cara yang tepat. Oleh karena itu perlu pertimbangan yang matang dalam menyelesaikan ancaman tersebut. Ancaman merupakan faktor utama yang mengganggu aktifitas perusahaan. Dengan ancaman ini banyak perusahaan yang tidak mampu menghadapi dan pada akhirnya bangkrut. Ancaman

¹⁸Freddy Rangkuty, *Personal SWOT Analysis Peluang Dibalik Setiap Kesulitan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 203

dalam perusahaan biasanya berupa dengan munculnya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar perubahan teknologi, dan peraturan baru dari direvisi.

Ancaman juga bisa dilihat dari tingkat keparahan pengaruhnya (*seriousness*) dan kemungkinan terjadinya (*probability of occurrence*). Sehingga dapat dikategorikan :

- 1) Ancaman utama (*major threats*), adalah ancaman yang kemungkinanterjadinya tinggi dan dampaknya besar. Untuk ancaman utama ini,diperlukan beberapa contingency planning yang harus dilakukan institusiuntuk mengantisipasi.
- 2) Ancaman tidak utama (*minor threats*), adalah ancaman yang dampaknyaecil dan kemungkinan terjadinya kecil.
- 3) Ancaman *moderate*, berupa kombinasi tingkat keparahan yang tingginamun kemungkinan terjadinya rendah dan sebaliknya.

4. Penyusunan Analisis SWOT

Menciptakan suatu analisis SWOT yang baik dan tepat maka perlu kiranya dibuat suatu model analisis SWOT yang *representative*. Penafsiran *representative* disini adalah bagaimana suatu kasus yang akan dikaji dilihat berdasarkan ruang lingkup dari aktivitas kegiatannya, atau dengan kata lain melakukan penyesuaian analisis berdasarkan kondisi yang ada.¹⁹ Dalam melakukan kegiatan penyusunan analisis SWOT, sangat penting untuk menampilkan seluruh indikator internal dan eksternal perusahaan agar nanti mampu memudahkan dalam mengklasifikasi indikator yang ada.

¹⁹Irham Fahmi, *Teori dan teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 81.

Untuk menyusun suatu Formula SWOT yang representative adalah dengan menempatkan tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data, tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra-analisis. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data eksternal dan data internal.²⁰

Data eksternal dapat diperoleh dari lingkungan di luar perusahaan, seperti analisis pasar, analisis kompetitor, analisis komunitas, analisis pemasok, analisis pemerintah dan analisis kelompok kepentingan tertentu. Adapun data internal dapat diperoleh dari laporan kegiatan operasional, laporan kegiatan pemasaran, dan laporan kegiatan sumber daya manusia.²¹ Dimana model yang dipakai dari tahap pengumpulan data adalah model matriks faktor strategi eksternal, matriks faktor strategi internal dan matriks profil kompetitif.

b. Tahap Analisis

Matrik SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.²² Analisis ini didasarkan pada

²⁰Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard "Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), h. 90

²¹Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT "Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 89.

²²Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT "Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI"* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 98.

logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, akan tetapi secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Tabel 2.1 Matrik Analisis SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki	WEAKNESS (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki
OPPORTUNITIES (O) Daftar semua peluang yang dapat diidentifikasi	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
THREATS (T) Daftar semua ancaman yang dapat diidentifikasi	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WO Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman ²³

Bagi seorang manajemen matrik SWOT dapat memberikan gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan yang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki secara lebih aplikatif dari keempat set dalam matrik SWOT untuk menghasilkan alternatif strategis.

c. Tahap Penentuan Strategi

Michael Porter dalam artikelnya yang berjudul “*Competitive Strategy*” dalam Harvard Business Review, menyatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk mengantarkan nilai yang unik. Adapun ahli yang menegaskan strategi terdiri atas aktivitas-

²³Suhartini, “*Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Perusahaan*”, (Jurnal Matrik Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Gresik 12, no. 2, 2012), h.134.

aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target).²⁴

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam pengembangannya konsep mengenai strategi harus terus memiliki perkembangan dan setiap orang mempunyai pendapat atau definisi yang berbeda mengenai strategi. Strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah di butuhkan untuk pencapaian visi dan misi yang sudah di terapkan oleh perusahaan, maupun untuk pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.

Ide dasar dari penentuan strategi ini adalah pemilihan dua variabel sentral di dalam proses penentuan yaitu penentuan tujuan utama *grand strategy* dan memilih faktor-faktor internal atau eksternal untuk pertumbuhan atau profitabilitas.²⁵

Penentuan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga dapat melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki. Setelah dilakukan analisis, maka perusahaan akan mengambil keputusan untuk menentukan strategi yang akan

²⁴Rachmat, “*Manajemen Strategik*”, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), h. 42.

²⁵Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT “Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI”* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), h. 50.

digunakan berdasarkan dari matrik SWOT yang dapat menguntungkan dan efektif serta efisien ketika dijalankan kedepannya.

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan atau keunggulan bersaing dengan melihat faktor eksternal dan internal perusahaan. Perusahaan melakukan tindakan yang dapat menjadikan keuntungan baik untuk perusahaan maupun pihak lain yang berada di bawah naungan perusahaan.

Pada tahap penerapan strategi mengharuskan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya, sehingga strategi strategi yang telah di rumuskan dapat di jalankan. Tahap penerapan strategi terdiri dari :

- 1) Pengembangan budaya yang suportif pada strategi
- 2) Penciptaan struktur organisasional yang efektif
- 3) Pengerahan ulang upaya-upaya pemasaran
- 4) Penyiapan anggaran
- 5) Pengembangan serta pemanfaatan sistem informasi
- 6) Pengaitan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi

Sering kali dianggap sebagai tahap paling sulit dalam manajemen strategis, penerapan atau implementasi strategi membutuhkan disiplin, komitmen, dan pengorbanan personal. Penerapan strategi yang berhasil bergantung pada kemampuan manajer untuk memotivasi karyawan, yang lebih merupakan seni daripada pengetahuan.

5. Pengembangan Produk

a. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk bisa berupa benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan.²⁶

Organisasi atau perusahaan pastinya menginginkan untuk memproduksi suatu produk yang unggul. Salah satu tantangan besar dalam perencanaan pemasaran adalah bagaimana menciptakan dan mengembangkan gagasan-gagasan tentang suatu produk dan akhirnya berhasil memasarkannya. Karena belum tentu suatu produk yang dimunculkan oleh suatu organisasi atau perusahaan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.

b. Pengertian Pengembangan Produk

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan.²⁷

Menurut Henry Simamora, pengembangan produk adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengkonversikannya ke dalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial. Pencarian produk baru

²⁶Philip Kotler, *Marketing*, Jilid I (Jakarta: Erlangga, 1994), h. 66.

²⁷Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II. Edisi 12 (Jakarta: Prenhallindo, 2007), h. 85.

didasarkan pada asumsi bahwa para pelanggan menginginkan unsur-unsur baru dan pengenalan produk baru akan membantu mencapai tujuan perusahaan.²⁸

Pengembangan Produk sendiri bukanlah hal yang mudah, karena dalam pengembangan produk terdapat banyak hambatan baik itu dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Tidak sedikit perusahaan yang mengalami kegagalan dalam pengembangan produknya yang disebabkan karena perusahaan tidak dapat memecahkan hambatan-hambatan tersebut.

Kegagalan ini akan mengakibatkan perusahaan tidak berkembang dalam hal produk yang selanjutnya perusahaan akan tampil dengan produk yang lama yang kemungkinan besar sudah mengalami kejenuhan di pasar, karena perusahaan tampil dengan produk lama, maka perusahaan tidak dapat bersaing dengan pesaingnya yang telah mampu mengembangkan produknya, yang akhirnya menjadi suatu keharusan agar perusahaan tersebut dapat bertahan atau bahkan lebih berkembang lagi.²⁹

Keberhasilan sistem perusahaan di masa depan akan banyak bergantung kepada kemampuan perusahaan menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kualitas sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi perusahaan, sebab inovasi memiliki peran penting di tengah pasar yang kompetitif. Oleh karena itu, pengembangan produk sangatlah penting bagi perusahaan agar dapat tetap bertahan.

²⁸Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), h. 125

²⁹Weman Suardi, "Formulasi Strategi Pengembangan Produk Terhadap Tingkat Volume Penjualan", (*Jurnal Ilmiah Ranggading STIE Kesatuan Bogor* 5, no. 1, 2005), h. 209.

c. Faktor-Faktor yang Mendorong Perusahaan Melakukan Pengembangan Produk

Ada beberapa faktor yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengembangan produk, faktor-faktor ini harus dipertimbangkan agar terlaksananya pengembangan produk yang berhasil. Apabila dalam situasi persaingan yang kuat, perusahaan tidak melakukan usaha pengembangan produk, maka akan menghadapi resiko yang besar, sehingga akan kehilangan pasar dan pelanggan potensial.

Menurut William J. Stanton faktor-faktor yang mendorong perusahaan melakukan pengembangan produk adalah sebagai berikut.³⁰

1) Perkembangan Teknologi

Perkembangan teknologi yang pesat meningkatkan terciptanya sarana produksi yang baru untuk dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membuat dan menyempurnakan produk, sehingga kualitas produk menjadi lebih baik dan jumlah produksi yang diperoleh akan dapat ditingkatkan.

2) Pertumbuhan Selera Konsumen

Perubahan ini dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, tingkat perkembangan penduduk, tingkat pendidikan, serta kesetiaan konsumen terhadap produk yang bersangkutan.

3) Persaingan

Adanya persaingan yang kuat di antara perusahaan yang sejenis akan menyebabkan perusahaan berusaha untuk selalu mengembangkan produknya dengan harapan dapat menyaingi volume produksi persaingan.

³⁰William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Jilid I. Eds. VII, (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 221.

4) Adanya Kapasitas Produk Berlebihan

Dengan meningkatkan kapasitas mesin-mesin yang dimiliki perusahaan, maka perusahaan berusaha untuk menggunakan kelebihan kapasitas tersebut dengan jalan memproduksi.

5) Siklus Hidup Produk yang Pendek

Siklus kehidupan produk yang pendek mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan produknya, sehingga masyarakat tidak bosan dengan produk-produk yang diproduksi oleh perusahaan yang bersangkutan.

6) Adanya Keinginan Untuk Meningkatkan Laba

Perusahaan mempunyai keinginan untuk memperkuat posisi produknya di pasar, serta memperluas pasar.

d. Strategi Pengembangan Produk

Dalam melakukan pengembangan produk, perusahaan menghadapi beberapa kendala. Untuk menghadapi kendala-kendala tersebut maka perusahaan harus mempunyai seperangkat strategi dalam menghadapi setiap perubahan bisnis yang mungkin terjadi.

Menurut Philip Kotler ada tiga macam strategi yang dilakukan dalam pengembangan produk, yaitu:³¹

1) Strategi Pengembangan Kualitas (*quality improvement*)

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja fungsional produk, daya tahan, keandalan, kecepatan. Kualitas produk menjadi poin utama penilaian masyarakat terhadap suatu produk.

³¹Philip Kotler, *Marketing*, Jilid I (Surabaya: Erlangga, 1987), h. 162.

2) Strategi Peningkatan Keistimewaan (*feature improvement*)

Strategi ini bertujuan untuk menambah keistimewaan baru (seperti ukuran, berat, bahan, kelengkapan tambahan, aksesoris) yang memperluas keanekaragaman, keamanan atau kenyamanan produk.

3) Strategi Peningkatan Gaya (*style improvement*)

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik estetik suatu produk, seperti perusahaan memperkenalkan variasi warna dua macam dari produk. Strategi ini juga harus mengikuti selera masyarakat yang sedang diminati di pasar.

6. Produk Gadai Syariah

a. Pengertian Gadai (*Rahn*)

Gadai (*rahn*) adalah menahan salah satu harta milik nasabah (*rahin*) sebagai barang jaminan (*marhun*) atas hutang/pinjaman (*marhun bih*) yang diterimanya. Marhun tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian pihak yang menahan atau menerima gadai (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.³²

Menurut Ahmad Azhar Basyir, gadai (*rahn*) adalah perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan utang, atau menjadikan sesuatu benda bernilai menurut pandangan syara' sebagai tanggungan *marhun bih*, sehingga dengan adanya tanggungan utang itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima.³³

³²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2011), h. 267.

³³Ahmad Azhar Basyir, *Hukum Islam Tentang Riba dan Utang-Piutang Gadai*, (Bandung: Al-Ma'arif, 1983), h. 182.

Berdasarkan pengertian di atas dapat, dapat disimpulkan bahwa gadai (*rahn*) adalah harta yang dijadikan oleh pemiliknya sebagai jaminan utang dan kepercayaan terhadap utang, yang dapat dijadikan seluruh atau sebagiannya untuk pembayaran utang apabila orang yang berhutang tidak dapat membayar hutangnya.

Gadai (*rahn*) syariah dimanfaatkan masyarakat yang membutuhkan dana jangka pendek dan keperluan yang mendesak. Misalnya menjelang tahun ajaran baru, hari raya, kebutuhan modal kerja jangka pendek dan sebagainya. Nasabah diberikan suatu pembiayaan karena adanya barang jaminan yang diserahkan kepada pihak yang bersangkutan dalam hal ini adalah pegadaian syariah.

b. Dasar Hukum Gadai (*Rahn*) Syariah

1) Al-Quran

Dasar dalam membangun konsep gadai adalah Q.S. Al-Baqarah:2/283 sebagai berikut:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Terjemahnya:

Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah

orang yang berdosa hatinya, dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.³⁴

Ayat di atas bermakna bahwa Allah SWT memerintahkan orang yang melakukan suatu transaksi dengan orang lain, sedang bersamanya tidak ada juru tulis, maka hendaklah dia memberikan suatu barang jaminan (gadai) kepada orang yang memberikan hutang kepadanya supaya merasa tenang dalam melepaskan uangnya tersebut. Selanjutnya hendaklah peminjam menjaga uang atau barang-barang hutangnya itu agar tidak hilang atau dihamburkan tanpa ada manfaat.³⁵

Ayat tersebut memberikan penjelasan bahwa dalam melakukan transaksi gadai hendaknya dilakukan secara transparan dan tidak ada unsur penipuan didalamnya yang dapat merugikan satu atau berbagai pihak.

2) Hadis

Selain ayat di atas, juga terdapat hadis yang menjadi dasar hukum yang kedua, yaitu: Ketentuan hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari dari Aisyah r.a. bersabda:

عَنْ عَائِشَةَ قَالَتْ اشْتَرَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ يَهُودِيٍّ طَعَامًا وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

Artinya:

Rasulullah saw. pernah membeli makanan dari seorang Yahudi dengan cara menanggukkan pembayarannya, lalu beliau menyerahkan baju besi beliau sebagai jaminan.³⁶

Jadi praktek gadai telah dilakukan oleh Rasulullah pada masa itu, dimana Rasulullah menggadaikan baju besinya untuk membeli makanan,

³⁴Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung; CV Penerbit J-ART, 2004).

³⁵Syaikh Kamil Muhammad 'Uwaidah, *Fiqih Wanita*, Cet. Ke IV, (Jakarta; Pustaka Al-Kautsar, 2000).

³⁶Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al Bukhari* (Cet. II; Jakarta: Pustaka Azzam, 2010).

dimana masa sekarang juga telah diterapkan di Indonesia, sebagaimana Lembaga Keuangan Non Bank juga memberikan jasa pelayanan gadai kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan dana atau modal kerja.

3) Ijma' Ulama

Jumhur ulama menyepakati kebolehan status hukum gadai. Hal dimaksud, berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad saw yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang Yahudi. Para ulama juga mengambil indikasi dari contoh Nabi Muhammad saw, ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada para sahabat yang kaya kepada seorang Yahudi, bahwa hal itu tidak lebih sebagai sikap Nabi Muhammad saw yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya enggan mengambil ganti ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad saw kepada mereka.³⁷

Nabi Muhammad saw tidak lagi menggadaikan baju besinya terhadap para sahabat karena para sahabat tidak mau menerima baju besi yang digadaikan Nabi Muhammad saw melihat dari nilai baju besi Nabi Muhammad saw yang sangat berharga, sehingga Nabi Muhammad saw menggadaikan baju besinya kepada orang Yahudi.

4) Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002

Selain Al-Quran, Hadis dan Ijma' Ulama aturan mengenai rahn juga telah diatur dalam fatwa DSN-MUI tentang gadai syariah (Ar-rahn) dengan ketentuan sebagai berikut:

Pertama : Hukum

³⁷Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang menurut Islam*. (PT. Erlangga, 2005), h. 129.

Bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn dibolehkan dengan ketentuan sebagai berikut:

Kedua : Ketentuan Umum

- a) *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *marhun* (barang) sampai semua hutang *rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.
- b) *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahin*. Pada prinsipnya, *marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *murtahin* kecuali seizin *rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.
- c) Pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanannya tetap menjadi kewajiban *rahin*.
- d) Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.
- e) Penjualan *marhun*.
- f) Apabila jatuh tempo, *murtahin* harus memperingatkan *rahin* untuk segera melunasi hutangnya.
- g) Apabila *rahin* tetap tidak melunasi hutangnya, maka *marhun* dijual paksa/dieksekusi melalui lelang sesuai syariah.
- h) Hasil penjualan *marhun* digunakan untuk melunasi hutang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.

- i) Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *rahin*.

Fatwa DSN MUI tentang rahn merupakan pedoman dalam menjalankan usaha gadai syariah. Fatwa ini sangat mendukung dalam pelaksanaan operasional pegadaian syariah yang menawarkan produk gadai karena fatwa tersebut pada isinya diambil dari aturan syariat islam. Pengelola pegadaian syariah telah menjadikan dan memposisikan isi fatwa DSN MUI tersebut sebagai landasan dan panduan operasional pegadaian syariah dalam membuat produk dan layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat.³⁸

C. Tinjauan Konseptual

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.

2. Gadai (*Rahn*)

Gadai (*rahn*) adalah harta yang dijadikan oleh pemiliknya sebagai jaminan utang dan kepercayaan terhadap utang, yang dapat dijadikan seluruh atau sebagiannya untuk pembayaran utang apabila orang yang berhutang tidak dapat membayar hutangnya.

³⁸Widyaningsih,dkk, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta, 2005), h. 208.

3. Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas

Analisis SWOT terhadap produk gadai emas adalah proses menganalisis aspek-aspek internal dan eksternal produk yang ditawarkan oleh perusahaan dalam hal ini adalah gadai emas dengan mengidentifikasi setiap kekuatan yang dimiliki oleh produk yaitu keunggulan yang ditawarkan, kelemahan produk dalam hal ini unsur-unsur yang menurunkan kualitas produk, serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh produk, baik terhadap perusahaan lain yang menyediakan produk yang sama maupun terhadap lingkungan masyarakat sekitar serta perubahan kondisi ekonomi.

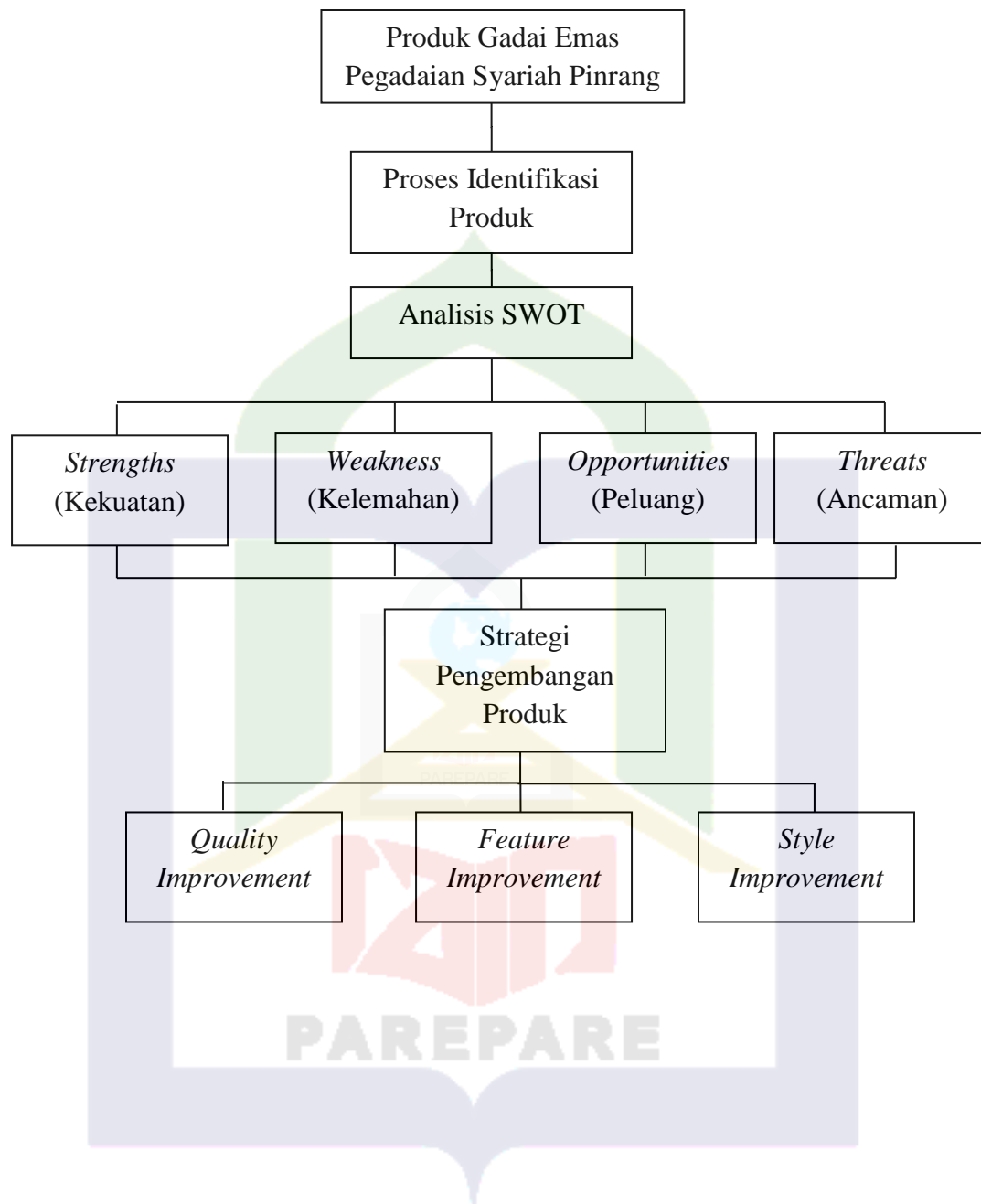
D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting, jadi dengan demikian maka kerangka pikir adalah sebuah pemahaman yang melandari pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang dilakukan. Bagan kerangka pikir merupakan gambaran umum mengenai kegiatan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang digambarkan dalam bentuk tabel.

Pada bagan kerangka pikir, akan memperlihatkan produk gadai emas pada bagian awal, kemudian disusul dengan analisis SWOT sebagai teknik analisis terhadap produk gadai emas. Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap empat faktor yang dimiliki oleh produk gadai emas antara lain faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan. Setelah melakukan analisis faktor internal dan eksternal terhadap produk gadai emas, kemudian dilakukan proses pengembangan

produk (improvement) terhadap kualitas (quality improvement), keistimewaan (feature improvement) serta gaya (style improvement) terhadap produk gadai emas yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah.





Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Suatu penelitian sosial diharapkan dapat mengungkapkan fenomena atau peristiwa sosial tertentu dan pemahaman atau realitas sosial harus logis, dan dapat diterima akal sehat harus sesuai dengan apa yang akan diteliti.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor dalam Moleong mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan pelaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Lebih lanjut Moleong mengemukakan bahwa penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata – kata, gambar, dan bukan angka – angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini akan mendeskripsikan atau mengkonstruksikan secara mendalam terhadap subjek penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai analisis SWOT terhadap produk gadai emas di Pegadaian Syariah Pinrang.

Dalam melakukan penelitian, peneliti menerapkan metode fenomenologi sebagai pilihan terhadap kegiatan penelitian yang dilaksanakan. Menurut Engkus bahwa fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomai* yang berarti menampak. Fenomenologi merupakan salah satu metode penelitian yang digunakan dalam memahami fenomena berdasarkan interaksi sosial. Fenomenologi membantu peneliti memasuki sudut pandang orang lain serta memahami kerangka yang telah dikembangkan oleh tiap – tiap individu dari

waktu ke waktu hingga membentuk tanggapan mereka terhadap peristiwa dan pengalaman dalam kehidupannya. Berdasarkan metode penelitian tersebut, maka kegiatan penelitian ini bertujuan untuk memahami peristiwa sosial atas subjek yang akan diteliti yaitu tentang bagaimana analisis SWOT terhadap produk gadai emas di Pegadaian Syariah Pinrang sehingga mampu ditarik faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan produk gadai emas yang akan memberikan pengaruh terhadap masyarakat sekitar untuk melakukan transaksi gadai emas.³⁹

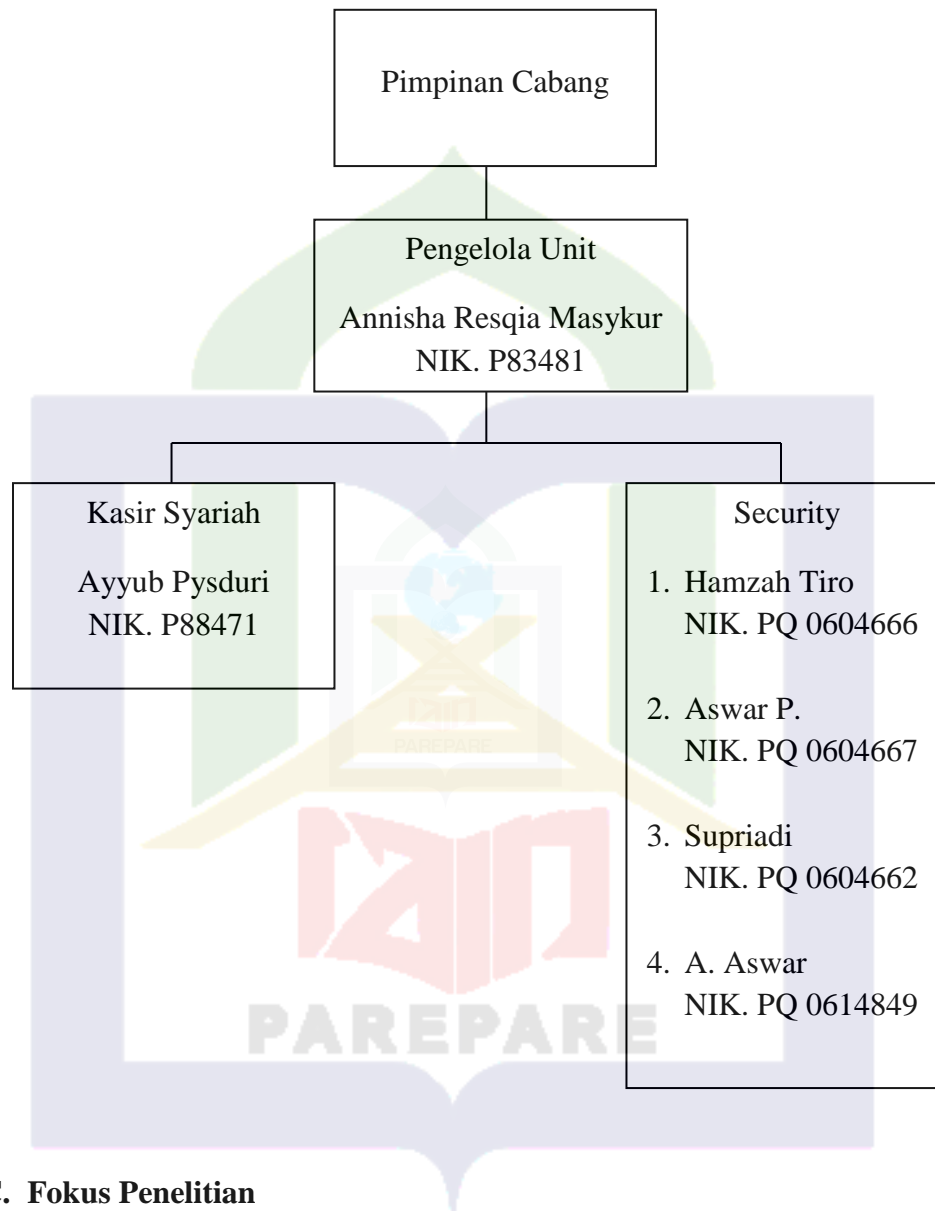
B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Setiap penelitian memiliki lokasi dan waktu penelitian yang relevan terhadap kegiatan dan subjek penelitian yang akan dilaksanakan. Lokasi penelitian merupakan suatu wilayah atau tempat dimana penelitian akan dilaksanakan. Lokasi penelitian berkaitan dengan pemilihan tempat tertentu yang berhubungan langsung dengan kasus dan situasi masalah yang akan diteliti.

Adapun lokasi penelitian ini adalah PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue yang beralamat di jalan Abbanuang, Kecamatan Lanrisang, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. Kegiatan penelitian akan dilakukan dalam kurung waktu kurang lebih dua bulan lamanya (d disesuaikan dengan kebutuhan penelitian).

Struktur organisasi oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang adalah sebagai berikut :

³⁹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Rosdakarya, 2007), h. 327.



C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT terhadap produk gadai emas di Pegadaian Syariah Pinrang. Analisis SWOT mencakup tentang kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman mengenai produk gadai emas terhadap pesaing.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan pada kegiatan penelitian ini yaitu jenis data kualitatif dimana jenis data ini akan menghasilkan uraian yang mendalam mengenai ucapan, tulisan serta tindakan yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat atau suatu kebijakan dalam menganalisis dan memperoleh gambaran tentang bagaimana analisis SWOT terhadap produk gadai emas di Pegadaian Syariah Pinrang.

Kegiatan penelitian ini juga menerapkan dua sumber data, yaitu :

1. Sumber Data Primer, yaitu sumber data yang diambil dan diterima secara langsung oleh pihak peneliti yang kemudian akan diolah secara langsung terhadap data yang diperoleh. Sumber data primer yang diterapkan yaitu sumber data dari hasil wawancara dalam hal ini adalah karyawan Pegadaian Syariah dan sumber data observasi.
2. Sumber Data Sekunder, yaitu sumber data yang diambil dan diterima melalui proses pengolahan yang bersumber dari arsip perusahaan yang akan diteliti, seperti sistem pelayanan serta keunggulan dari produk gadai emas oleh Pegadaian Syariah.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

Adapun teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi merupakan bagian yang penting dalam penelitian kualitatif. Dengan observasi, penelitian dapat mendokumentasikan dan merefleksikan secara sistematis terhadap kegiatan dan interaksi subyek penelitian. Semua yang dilihat dan didengar asalkan sesuai dengan nama penelitian, semuanya dicatat dalam

kegiatan observasi yang terencana secara fleksibel dan terbuka.⁴⁰ Dengan melakukan observasi partisipasi peneliti dapat lebih memahami lebih dalam tentang fenomena (perilaku/peristiwa) yang terjadi dilapangan.

2. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Inti metode wawancara ini bahwa setiap penggunaan metode ini selalu ada beberapa pewawancara, informan, materi wawancara dan pedoman wawancara.⁴¹ Adapun informan dalam kegiatan wawancara yang akan dilaksanakan adalah Pengelola Unit, Kasir, serta Security PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, agenda, dan gambar. Diartikan bahwa dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan dan merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.

F. Uji Keabsahan Data

Sejak awal penelitian yang dilakukan secara kualitatif, pengujian validitas, reabilitas dan objektivitas telah dibangun dengan merumuskan proposal penelitian kualitatif secara jelas, terarah dan tuntas. Penelitian kualitatif diawali dengan

⁴⁰Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rinekah Indah, 2008), h.276.

⁴¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), h. 70.

adanya masalah, membatasi masalah penelitian, tujuan dilakukannya penelitian, dengan menggunakan teori *ground* sebagai landasan teoritis yang secara langsung digunakan untuk menggiring metodologi penelitian yang akan digunakan. Masalah yang telah ditentukan dalam penelitian kualitatif kemungkinan dapat berubah ketika turun lapangan, hal ini karena adanya hal yang lebih penting dan mendesak dari apa yang telah ditetapkan atau adanya pembatasan hanya sebagian kecil saja dari apa yang telah ditentukan. Hal tersebut juga dapat terjadi pada saat wawancara serta observasi di mana situasi sosial yang mempunyai karakteristik khusus yang berbeda dari apa yang telah dirumuskan sebelumnya. Jika terjadi hal tersebut, untuk kaitannya secara berkelanjutan, peneliti selalu melakukan pemeriksaan keabsahan data yang telah dikumpulkan sehingga tidak terjadi informasi yang salah atau tidak sesuai dengan konteks. Pemeriksaan keabsahan data dapat dilakukan dengan melakukan uji kredibilitas (*credibility*).⁴²

Menurut Lapau, uji kredibilitas adalah uji kepercayaan dari data yang telah dihasilkan selama proses penelitian kualitatif. Ada 5 hal yang dilakukan dalam uji kredibilitas ini yaitu: perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi data, analisis kasus negatif, serta member check. Sedangkan menurut Yusuf, keakuratan, keabsahan, serta kebenaran suatu data yang telah dikumpulkan dan dianalisis sejak awal penelitian kualitatif akan menentukan kebenaran dan ketepatan hasil penelitian sesuai fokus penelitian. Agar hasil penelitian dikatakan tepat sesuai konteks, maka penelitian kualitatif perlu melewati uji kredibilitas yang terdiri dari 6 cara, yaitu: memperpanjang waktu

⁴²Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 59.

keikutsertaan peneliti di lapangan, meningkatkan ketekunan pengamatan, melakukan triangulasi sesuai aturan, melakukan cek dengan anggota lain dalam kelompok, menganalisis kasus negatif, serta menggunakan referensi yang tepat.⁴³

1. Perpanjangan Waktu Penelitian

Peneliti sebagai instrumen dalam penelitian kualitatif sehingga kesahihan dan keabsahan data sangat ditentukan oleh komitmen, dan keterlibatan peneliti dalam penelitian yang dilakukannya. Peneliti harus yakin selagi penelitian belum cukup meyakinkan, maka peneliti perlu melakukan perpanjangan waktu penelitiannya sambil mengkaji kembali, menelisik, dan menganalisis data yang telah terkumpul.

2. Meningkatkan Ketekunan Pengamatan

Salah satu yang diperlukan dalam penelitian kualitatif adalah ketekunan peneliti dalam melakukan pengamatan. Menurut Lapau (2012) peneliti perlu melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah terkumpul telah benar atau salah. Hal ini dilakukan untuk menjaga keakuratan dan keabsahan data.⁴⁴

3. Triangulasi

Triangulasi merupakan pengecekan data atau sumber dari berbagai cara dan waktu yaitu: triangulasi sumber dan triangulasi pengumpulan data. Menurut Yusuf, triangulasi terdiri dari triangulasi dengan sumber banyak (*multiple sources*) serta triangulasi dengan teknik yang banyak (*multiple methods*).⁴⁵

⁴³Buchari Lapau. *Metode Penelitian Kesehatan: Metode Ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012), h.156.

⁴⁴Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), h.60.

⁴⁵Buchari Lapau. *Metode Penelitian Kesehatan: Metode Ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012), h. 157.

4. *Member Checks*

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis, melakukan pengkategorian, dan penarikan kesimpulan dapat diuji kembali dengan menggunakan anggota lain dalam kelompok. Data di uji kembali dari anggota kelompok yang lain dimana data tersebut dikumpulkan.⁴⁶

5. Analisis Kasus Negatif

Analisis kasus negatif dilakukan dengan menemukan terlebih dahulu data yang bertentangan dengan data yang telah ditemukan sebelumnya. Apabila data yang bertentangan sangat kurang, maka data yang ditemukan dapat dipercaya⁴⁷

6. Menggunakan Referensi yang Tepat

Kredibilitas data dan informasi yang dikumpulkan dapat lebih dipercaya jika dilengkapi dengan bahan-bahan referensi yang tepat. Data yang dituliskan dari hasil penelitian lapangan atau rekaman percakapan dapat dibandingkan dengan pendapat para ahli dalam referensi yang dikumpulkan.⁴⁸

Data yang sudah terkumpul merupakan modal awal yang sangat berharga dalam sebuah penelitian, dari data yang terkumpul akan dilakukan analisis yang selanjutnya dipakai sebagai bahan masukan untuk penarikan kesimpulan. Data yang salah akan menghasilkan penarikan kesimpulan yang salah pula, demikian pula sebaliknya jika data yang sah akan menghasilkan kesimpulan hasil penelitian yang benar. Dalam penelitian kualitatif, penulis harus berusaha

⁴⁶Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 61.

⁴⁷Buchari Lapau. *Metode Penelitian Kesehatan: Metode Ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012), h. 158.

⁴⁸Yusuf. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 159.

mendapatkan data yang valid untuk itu dalam pengumpulan data peneliti perlu mengadakan validitas data agar data yang diperoleh tidak invalid (cacat).⁴⁹ Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan yaitu dengan menggunakan triangulasi data.

Triangulasi data yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Arti lain menyebutkan bahwa triangulasi berarti menggunakan beberapa pengukuran untuk menilai fenomena yang sama. Adapun jenis triangulasi yang digunakan yaitu triangulasi sumber.

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informai tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (participant observation), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (insights) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.

Triangulasi data dapat digambarkan sebagai penggunaan beberapa sumber data untuk mendapatkan pandangan yang berbeda tentang situasi dalam studi tunggal. Triangulasi menggambarkan penggunaan beberapa sumber data dalam penelitian yang sama untuk tujuan validasi. Ada 3 (tiga) jenis data triangulasi,

⁴⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 49.

yaitu jenis triangulasi data berdasarkan waktu, jenis triangulasi data berdasarkan orang dan jenis triangulasi data berdasarkan tempat.

G. Teknik Analisis Data

Dalam buku Sugiyono menjelaskan bahwa teknik analisis data sebagai berikut:

Teknik analisis data yaitu model Miles dan Huberman karena peneliti kualitatif ini melakukan pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, saat tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.⁵⁰

Sesuai dengan pendekatan yang dilakukan maka analisis data dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi data) yaitu cara yang dilakukan peneliti dalam melakukan analisis untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga dapat menarik kesimpulan atau memperoleh pokok temuan. Proses berlangsung hingga laporan akhir selesai atau dengan kata lain bahwa data adalah proses seleksi, penafsiran, penyederhanaan dan abstraksi data kasar.⁵¹
2. *Display Data* (penyajian data) yaitu setelah data reduksi, langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. “Dalam hal ini Miles dan Huberman (1984)

⁵⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 228.

⁵¹ Subandi, *Deskriptif Kualitatif Sebagai Suatu Metode Dalam Penelitian Pertujukan* (Jurnal Harmonia, No.02, Vol: 11), h. 72.

menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.”

3. *Verification* atau langkah ketiga yaitu penarikan kesimpulan dalam verifikasi. Maka kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang sudah dirumuskan sejak awal, akan tetapi mungkin juga tidak karena setelah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian dilapangan.⁵² Pada tahap penarikan kesimpulan ini kegiatan yang dilakukan adalah memberikan kesimpulan terhadap data – data hasil penafsiran. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi/gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas, sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Jika hasil dari kesimpulan ini kurang kuat, maka perlu adanya verifikasi. Verifikasi yaitu menguji kebenaran, kekokohan, dan mencocokkan makna – makna yang muncul dari data.⁵³

⁵² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009),. h. 39.

⁵³ Hendi Suhendi, *Analisi Data Kualitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002).h. 88.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis SWOT Produk Gadai Emas PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang

PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue adalah salah satu lembaga keuangan non bank berbasis syariah yang terletak di Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Salah satu produk yang terdapat di PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue adalah produk pembiayaan gadai emas.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan mampu sejalan dengan visi dan misi yang diterapkan oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat merupakan visi yang diterapkan oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang sehingga diharapkan hasil analisis SWOT terhadap produk gadai emas mampu meningkatkan keyakinan serta mengurangi rasa keraguan dari masyarakat daerah Jampue dalam menggunakan produk gadai emas yang ditawarkan sehingga mampu menciptakan nasabah yang memiliki loyalitas tinggi terhadap penggunaan produk yang disediakan oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Selanjutnya beberapa misi yang diterapkan oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yaitu memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh stakeholder dengan mengembangkan bisnis inti, memperluas jangkauan layanan UMKM melalui sinergi Ultra Mikro untuk meningkatkan proposisi nilai

ke nasabah dan stakeholder, memberikan *service excellence* dengan fokus nasabah melalui bisnis proses yang lebih sederhana dan digital, teknologi informasi yang handal dan mutakhir, praktek manajemen risiko yang kokoh, serta SDM yang profesional berbudaya kinerja baik. Peneliti berharap beberapa misi yang diterapkan oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang mampu sejalan dengan hasil analisis SWOT terhadap produk gadai emas dimana PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang diharapkan mampu memaksimalkan seluruh kinerja aspek-aspek internal dan eksternal yang dimiliki sehingga menimbulkan manfaat bagi seluruh pihak, baik itu dari pihak Pegadaian Syariah serta seluruh jajarannya serta kepada pihak nasabah yang menggunakan produk gadai emas yang disediakan.

Informan pertama yaitu Annisha Resqia Masykur selaku Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang memaparkan pemahamannya mengenai faktor internal lingkungan perusahaan yang dapat memberikan pengaruh terhadap produk yang ditawarkan. Adapun jawaban yang dipaparkan adalah sebagai berikut :

“Faktor internal lingkungan perusahaan adalah tiap-tiap faktor yang diperoleh dari bagian internal perusahaan atau bisnis. Faktor ini umumnya berkaitan dengan beberapa sumber daya seperti sumber daya fisik, sumber daya manusia, sumber daya keuangan, serta kebijakan perusahaan itu sendiri.”⁵⁴

Informan lain dalam hal ini adalah Hamzah Tiro selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang juga memberikan jawaban sebagai berikut :

⁵⁴Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

“Lingkungan internal merupakan lingkungan yang berada di dalam suatu organisasi yang memberikan implikasi langsung terhadap struktur serta manajemen organisasi atau perusahaan.”⁵⁵

Jawaban yang senada dengan informan yang lain juga diberikan oleh Ayyub Pysduri selaku Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang memberikan jawaban sebagai berikut :

“Faktor internal perusahaan mampu memberikan nilai lebih terhadap organisasi atau perusahaan apabila dapat diimplementasikan sesuai dengan kebijakan perusahaan serta memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan perusahaan itu sendiri.”⁵⁶

Pemaparan jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh peneliti memberikan data bahwa faktor internal perusahaan memiliki peranan penting serta memberikan pengaruh terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Peneliti dalam hal ini juga memberikan pertanyaan mengenai faktor eksternal lingkungan perusahaan yang dapat memberikan pengaruh terhadap produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Informan lain yaitu Ayyub Pysduri selaku Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue kabupaten Pinrang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Adapun jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut :

“Faktor eksternal pada lingkungan perusahaan yaitu segala indikator yang umumnya diperoleh dari pihak-pihak eksternal, seperti trend ekonomi, peraturan

⁵⁵Hamzah Tiro, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁵⁶Ayyub Pysduri, Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

pemerintah, respon konsumen dalam hal ini adalah masyarakat, kemajuan teknologi, pengaruh politik, serta sumber permodalan lainnya.”⁵⁷

Informan lain yaitu A.Aswar selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue kabupaten Pinrang juga memberikan jawaban sebagai berikut :

“Lingkungan eksternal perusahaan merupakan tiap-tiap faktor yang mampu memberikan tantangan terhadap perusahaan dalam menyediakan serta menawarkan suatu produk atau jasa kepada masyarakat.”⁵⁸

Jawaban yang senada dengan informan lain juga dipaparkan oleh Annisha Resqia Masykur selaku Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang sebagai berikut :

“Faktor eksternal perusahaan berasal dari luar komponen perusahaan yang dapat memberikan imbas kepada manajemen perusahaan atau organisasi.”⁵⁹

Jawaban informan di atas dapat memberikan peneliti sebuah data bahwa faktor eksternal perusahaan juga memberikan pengaruh terhadap produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Dalam ajaran agama Islam, gadai (*rahn*) adalah harta yang dijadikan oleh pemiliknya sebagai jaminan utang dan kepercayaan terhadap utang, yang dapat dijadikan seluruh atau sebagiannya untuk pembayaran utang apabila orang yang berhutang tidak dapat membayar hutangnya.

⁵⁷Ayyub Pysduri, Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁵⁸A.Aswar, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁵⁹Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

Dasar dalam membangun konsep gadai adalah Q.S. Al-Baqarah:2/283 sebagai berikut:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ مِنْ بَعْضِكُمْ بَعْضًا فُلْيُودَ الَّذِي أَوْثَمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ أَمَّمَ قَلْبَهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝ (البقرة : ٢٨٣)

Terjemahnya:

Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya, dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.⁶⁰

Selain ayat di atas, juga terdapat hadis yang menjadi dasar hukum yang kedua, yaitu: Ketentuan hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari dari Aisyah r.a. bersabda :

عَنْ عَائِشَةَ قَالَتْ اشْتَرَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ يَهُودِيٍّ طَعَامًا وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

Artinya:

Rasulullah saw. pernah membeli makanan dari seorang Yahudi dengan cara menanggukkan pembayarannya, lalu beliau menyerahkan baju besi beliau sebagai jaminan.⁶¹

Dalam kegiatan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan informan dalam hal ini adalah Ayyub Pysduri selaku Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue kabupaten Pinrang, peneliti mengajukan pertanyaan mengenai pemahaman karyawan terhadap produk pembiayaan gadai

⁶⁰Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung; CV Penerbit J-ART, 2004).

⁶¹Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al Bukhari* (Cet. II; Jakarta: Pustaka Azzam, 2010).

emas. Kemudian informan memberikan penjelasan mengenai produk pembiayaan gadai emas sebagai berikut :

“Produk gadai emas Pegadaian Syariah yaitu pembiayaan dengan jaminan berupa emas yang sesuai dengan prinsip syariah dimana jasa gadai yang penyelenggaraannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dengan mengacu pada sistem administrasi modern yang selaras dengan nilai Islam. Dalam gadai syariah ini nasabah tidak dipungut bunga, tetapi hanya dikenakan biaya administrasi dan sewa (ijarah).⁶²

Peneliti juga memperoleh jawaban dari informan lain yaitu Supriadi selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue kabupaten Pinrang sebagai berikut :

“Produk gadai emas pegadaian syariah merupakan produk yang ditawarkan kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman tanpa melihat golongan nasabah dengan jaminan barang berupa emas atau berlian yang terikat dengan emas.”⁶³

Gadai (*rahn*) syariah dimanfaatkan masyarakat yang membutuhkan dana jangka pendek dan keperluan yang mendesak. Misalnya menjelang tahun ajaran baru, hari raya, kebutuhan modal kerja jangka pendek dan sebagainya. Nasabah diberikan suatu pembiayaan karena adanya barang jaminan yang diserahkan kepada pihak yang bersangkutan dalam hal ini adalah pegadaian syariah.

Dalam konsep ekonomi syariah, pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* dibolehkan dengan ketentuan adanya *Murtahin* (penerima barang), adanya *Marhun* (barang jaminan) dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahn*. Adanya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun*, adanya ketetapan biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun*, dan hasil penjualan *marhun* digunakan untuk melunasi hutang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.

⁶²Ayyub Pysduri, Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁶³Supriadi, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

Informan lain yang ditemui oleh peneliti juga memberikan penjelasan mengenai sistem atau tata cara melakukan transaksi pembiayaan gadai emas pada PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Annisha Resqia Masykur selaku Pengelola Unit memberikan penjelasan sebagai berikut :

“Calon nasabah diwajibkan untuk memiliki barang jaminan berupa emas dengan memperhatikan intensitas kadar emas yang telah ditentukan oleh perusahaan sebagai syarat barang jaminan. Dalam proses pelaksanaannya, informan juga menjelaskan prosedur pelaksanaan gadai emas di PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue, antara lain sebagai berikut :

1. Mengisi formulir, yaitu tahap awal sebelum melaksanakan gadai, nasabah datang ke PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue dengan membawa emas sebagai barang jaminan yang akan di gadai, kemudian nasabah diminta untuk mengisi serta menandatangani formulir pengajuan gadai emas.
2. Menunjukkan KTP/ kartu identitas lain. Pada tahap ini, nasabah akan diminta untuk menunjukkan identitas KTP sebagai bentuk verifikasi data atau untuk mencocokkan keaslian data yang terisi di dalam formulir.
3. Penaksiran Barang Jaminan. Nasabah akan diminta untuk menyerahkan barang gadai kepada penaksir untuk ditentukan berapa jumlah taksiran pinjaman gadai yang akan nasabah terima.
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.”⁶⁴

Perlu diketahui bahwa nasabah wajib memenuhi segala persyaratan yang telah ditentukan serta mengikuti segala prosedur yang berlaku agar pelaksanaan proses gadai emas dapat berjalan sesuai dengan aturan yang ada.

Berdasarkan data dari hasil wawancara yang diperoleh oleh peneliti, maka dapat dijelaskan bahwa karyawan PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS)

⁶⁴Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

Jampue Kabupaten Pinrang memiliki pemahaman yang baik mengenai produk pembiayaan gadai emas sebagai salah satu produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah. Peneliti dalam hal ini memperoleh data mengenai produk gadai emas yang ditawarkan, tujuan masyarakat menggunakan produk gadai emas serta sistem pelaksanaan pembiayaan gadai emas.

Kegiatan identifikasi produk yang dilakukan oleh sebuah instansi atau perusahaan melalui analisis SWOT perlu untuk melakukan analisa eksternal, sebuah instansi atau perusahaan dalam menggali dan mengidentifikasi semua *opportunity* (peluang) yang berkembang dan menjadi trend pada saat itu serta *threat* (ancaman) dari para pesaing. Sedangkan analisa internal lebih menfokuskan pada identifikasi *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) dari perusahaan.

Pada tahap selanjutnya, peneliti kemudian memberikan pertanyaan seputar karakteristik produk gadai emas yang dimiliki oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang melalui identifikasi kekuatan, kelemahan, ancaman serta peluang yang dimiliki oleh produk gadai emas PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang.

Peneliti mengajukan pertanyaan mengenai pemahaman informan terhadap indikator kekuatan suatu produk atau jasa yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Informan lain yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut adalah Aswar P. selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang dengan jawaban sebagai berikut :

“Kekuatan adalah segala poin internal dan bersifat positif dari suatu perusahaan. Hal ini berkaitan erat dengan proses bisnis perusahaan yang telah memberikan hasil, aset non fisik yang dimiliki perusahaan seperti pengetahuan, pendidikan, keterampilan, dan reputasi, kemudian aset fisik yang dimiliki

perusahaan, seperti pelanggan tetap, peralatan, teknologi, pendanaan, serta keunggulan lain yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain”⁶⁵

Informan lain yaitu Supriadi selaku Security oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang juga memberikan jawaban sebagai berikut :

“Faktor kekuatan pada suatu produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan yaitu tiap-tiap poin internal dan bersifat positif dari suatu perusahaan yang berada dalam kontrol perusahaan, serta dapat menjadi faktor pembandingan dengan perusahaan yang lain, seperti manajemen, kinerja, jenis produk yang ditawarkan serta keunikan dari produk itu sendiri.”⁶⁶

Peneliti kemudian menarik kesimpulan atas jawaban yang diberikan oleh pihak informan bahwa kekuatan merupakan tiap – tiap indikator yang bersifat membangun serta memberikan dampak atas kemajuan atau progres yang dijalankan oleh perusahaan.

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti terhadap informan adalah indikator-indikator kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Informan yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut adalah Annisha Resqia Masykur selaku Pengelola Unit. Adapun jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut :

“Beberapa faktor kekuatan (*Strengths*) yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yaitu prosesnya cepat, artinya nasabah tidak perlu menunggu lama dalam pencairan dana. Kemudian Setelah memenuhi persyaratan yang telah ditentukan maka proses penaksiran segera dilakukan sehingga nasabah dengan cepat menerima dana atas barang gadai yang diberikan. Faktor lainnya yaitu PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang memberikan kemudahan

⁶⁵Aswar P, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁶⁶Supriadi, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

dalam layanan dan transaksi dimana nasabah cukup membawa barang jaminan serta kartu identitas diri yang merupakan syarat utama dalam proses pembiayaan gadai emas syariah. Selanjutnya PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang juga memberikan rasa aman kepada nasabah dalam hal penyimpanan barang gadai karena barang jaminan nasabah dijamin keamanannya sehingga nasabah tidak merasa khawatir atas kehilangan barang jaminannya.”⁶⁷

Jawaban lainnya juga disampaikan oleh Ayyub Pysduri selaku Kasir PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Adapun jawaban yang disampaikan adalah sebagai berikut :

“PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang memiliki badan hukum karena merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan dengan bentuk Badan Usaha Milik Negara sehingga terjamin legalitasnya. Dan juga produk yang ditawarkan yaitu pembiayaan gadai emas memiliki karakteristik yaitu bebas bunga sehingga menjadi salah satu indikator pembeda dengan jasa gadai lainnya.”⁶⁸

Pertanyaan selanjutnya yang kemudian diajukan oleh peneliti terkait dengan pemahaman informan terkait faktor kelemahan suatu produk atau jasa yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Informan lain yaitu A.Aswar selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Adapun pemahaman informan adalah sebagai berikut :

“Kelemahan adalah faktor negatif yang mengurangi faktor kekuatan suatu perusahaan yang merupakan hal-hal yang perlu tingkatkan agar menjadi lebih kompetitif. Kelemahan dalam hal ini mencakup proses bisnis yang perlu

⁶⁷ Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁶⁸ Ayyub Pysduri, Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

diperbaiki maupun dibutuhkan pengadaan lain atas proses bisnis yang tidak mengalami peningkatan.”⁶⁹

Jawaban lain atas pertanyaan tersebut juga ditambahkan oleh Hamzah Tiro selaku Security oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Adapun jawaban yang dipaparkan adalah sebagai berikut :

“Faktor kelemahan pada suatu perusahaan biasanya dipicu oleh beberapa hal, seperti bagaimana perusahaan mampu memberikan peningkatan terhadap kualitas produk yang ditawarkan, kemudian respon konsumen terhadap penggunaan produk dan jasa yang ditawarkan, serta indikator-indikator perusahaan lainnya yang memiliki daya saing yang rendah dari perusahaan yang lain.”⁷⁰

Jawaban yang diberikan oleh informan kepada peneliti menunjukkan data bahwa kelemahan merupakan segala indikator yang dapat menghambat perkembangan produk atau jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan sehingga memberikan dampak atas penggunaan produk atau jasa itu sendiri.

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan mengenai indikator-indikator kelemahan (*weakness*) yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Ayyub Pysduri selaku Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue kabupaten Pinrang memberikan penjelasannya terkait dengan pertanyaan yang diajukan sebagai berikut :

“Beberapa faktor kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yaitu hasilnya bisa menjadi bumerang karena menggunakan sistem kepercayaan berharap semua nasabah bersikap jujur, kemudian kegiatan promosi dan sosialisasi yang belum menjangkau seluruh masyarakat daerah Jampue yang menyebabkan sedikitnya minat nasabah serta jumlah karyawan yang masih

⁶⁹A.Aswar, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁷⁰Hamzah Tiro, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

kurang memadai sehingga memerlukan performa yang tinggi dari karyawan untuk menjaga kualitas layanan kepada nasabah”⁷¹

Jawaban lain juga diberikan oleh informan lain yaitu Supriadi selaku Security oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Berikut jawaban yang diberikan oleh informan :

“Kelemahan lain yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yaitu pemahaman masyarakat daerah Jampue terhadap prinsip syariah yang masih kurang yang membuat minat masyarakat turun terhadap gadai emas syariah serta pandangan masyarakat daerah Jampue tentang prinsip syariah dan konvensional tidak ada bedanya.”⁷²

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti terkait dengan faktor eksternal perusahaan dalam hal ini adalah indikator peluang suatu produk atau jasa yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Informan lain yaitu A.Aswar selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Adapun jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut :

“Peluang merupakan kondisi dimana produk atau jasa suatu perusahaan dapat berkembang di masa mendatang yang akan terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, serta kondisi lingkungan sekitar.”⁷³

⁷¹Ayyub Pysduri, Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁷²Supriadi, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁷³A.Aswar, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

Peneliti juga memperoleh jawaban lain dari informan lain yaitu Supriadi selaku Security PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Adapun jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut :

“Faktor peluang merupakan faktor eksternal yang fokus terhadap hal-hal yang sedang menjadi tren di kalangan masyarakat sehingga mampu menjadi kekuatan apabila perusahaan mampu mengambil keputusan dalam mengembangkan produk atau jasa yang ditawarkan sejalan dengan selera konsumen di masa saat ini.”⁷⁴

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan mengenai indikator-indikator peluang (*opportunities*) yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Informan dalam hal ini adalah Annisha Resqia Masykur selaku Pengelola Unit memberikan jawabannya sebagai berikut :

“Faktor- faktor peluang (*Opportunity*) yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yaitu masyarakat daerah Jampue yang beragama muslim menginginkan gadai tanpa riba bahkan non muslim juga ada yang mau seperti itu. kemudian harga emas yang fluktuatif yaitu kondisi kenaikan dan penurunan harga emas setiap hari.”⁷⁵

Tambahan jawaban atas pertanyaan diatas disampaikan oleh Aswar P. selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Adapun jawaban yang diberikan yaitu :

“Peluang lain yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yaitu lokasi PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten cukup strategis yang bisa

⁷⁴Supriadi, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁷⁵Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

dijangkau semua masyarakat daerah Jampue serta mayoritas masyarakat di daerah Jampue yang beragama Islam.”⁷⁶

Pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti terkait dengan faktor eksternal lain perusahaan dalam hal ini adalah indikator ancaman suatu produk atau jasa yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Jawaban atas pertanyaan ini kemudian dipaparkan oleh informan yaitu Aswar P. selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue kabupaten Pinrang. Berikut jawaban yang diberikan oleh informan :

“Ancaman adalah faktor eksternal yang tidak dikendalikan, dimana perusahaan harus mempertimbangkan beberapa hal untuk menempatkan rencana darurat dalam menangani masalah atas ancaman yang terjadi, seperti pesaing potensial serta selera konsumen yang variatif.”⁷⁷

Jawaban atas pertanyaan tersebut juga diberikan oleh informan lain yaitu A.Aswar selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue kabupaten Pinrang. Adapun jawaban yang diberikan yaitu sebagai berikut :

“Faktor ancaman berasal dari luar lingkungan perusahaan yang berdampak terhadap perkembangan produk suatu perusahaan. Ancaman dalam hal ini berupa manajemen perusahaan lain yang meningkat, tidak sejalanannya antara keputusan perusahaan dengan selera konsumen saat ini serta faktor ekonomi dan politik yang berpengaruh terhadap sistem operasional perusahaan.”⁷⁸

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan mengenai indikator-indikator ancaman (*threats*) yang dimiliki oleh produk gadaai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Informan dalam hal ini

⁷⁶Aswar P, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁷⁷Aswar P, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁷⁸A.Aswar, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

adalah Hamzah Tiro selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue kabupaten Pinrang. memberikan jawabannya sebagai berikut :

“Faktor-faktor ancaman (*threat*) yang dihadapi oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang antara lain sudah banyaknya Bank yang membuka jasa gadai syariah sehingga pegadaian syariah memiliki tantangan untuk bersaing dengan mereka, kemudian strategi promosi yang bersaing dimana promosi yang dilakukan oleh perusahaan pesaing lebih baik serta mulai bermunculan pinjaman online tanpa jaminan barang yang dapat mengundang minat masyarakat untuk memilih serta menggunakan pinjaman online tersebut.”⁷⁹

Tujuan dari penetapan analisis SWOT adalah untuk menggambarkan kuantitas dan kualitas berbagai sumber daya yang dimiliki dan memanfaatkan informasi perubahan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif suatu perusahaan atau organisasi di masa depan.

Penerapan SWOT pada suatu perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu pandangan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisa SWOT tersebut nantinya dapat di jadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa-masa yang akan datang.

Dengan demikian tujuan daripada analisis SWOT adalah untuk meluruskan faktor-faktor internal dan eksternal yang dianalisis. Sehingga ketika ada kesalahan pada perusahaan, maka harus mengolah, mempertahankan dan memanfaatkan peluang yang ada secara baik. Tidak hanya itu pihak perusahaan harus mengetahui kelemahan yang telah dihadapi sehingga menjadi kekuatan dan mengatasi ancaman menjadi peluang.

⁷⁹Hamzah Tiro, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

Dengan menggunakan analisis SWOT ini maka PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue akan dianalisis melalui dua sisi yakni faktor internal dan faktor eksternalnya. Untuk itu perusahaan harus dianalisis faktor-faktor strategis perusahaan yakni kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

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*).

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*).

B. Strategi Pengembangan Produk Gadai Emas PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Berdasarkan Matriks Analisis SWOT

Pengembangan produk adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengkonversikannya ke dalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial. Pencarian produk baru didasarkan pada asumsi bahwa para pelanggan menginginkan unsur-unsur baru dan pengenalan produk baru akan membantu mencapai tujuan perusahaan.

Perkembangan teknologi mampu meningkatkan terciptanya sarana penyediaan produk untuk dimanfaatkan sehingga kualitas produk menjadi lebih baik dan perkembangan jumlah peminat yang diperoleh akan dapat ditingkatkan.

Peneliti kemudian melanjutkan dengan memberikan pertanyaan terkait tentang bagaimana perkembangan produk gadai emas PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang ditinjau dari perkembangan teknologi. Annisha Resqia Masykur selaku Pengelola Unit kemudian memberikan jawaban sebagai berikut :

“Perkembangan produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah tentunya sejalan dengan perkembangan teknologi yang ada, dimana Pegadaian Syariah juga dituntut untuk bisa menyentuh langsung masyarakat bukan hanya secara tatap muka, tetapi mampu menjangkau masyarakat melalui penyediaan aplikasi digital sosial, salah satunya yaitu aplikasi yang bernama Pegadaian Syariah Digital Service. Aplikasi ini bertujuan agar Pegadaian Syariah dapat membantu serta mempermudah nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi secara digital melalui aplikasi Pegadaian Digital. Layanan ini dapat diunduh lalu diakses secara online untuk berbagai transaksi Pegadaian Syariah. Bahkan aplikasi ini memiliki jaminan keamanan karena telah terdaftar dan diawasi oleh OJK.”⁸⁰

Informan lain yang memberikan jawaban terkait pertanyaan ini adalah Hamzah Tiro selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Adapun jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut :

“Setiap lembaga keuangan pastinya memiliki situs resmi yang bisa diakses oleh masyarakat, begitu pula dengan Pegadaian Syariah. Ditambah dengan akun resmi media sosial yang pastinya dikelola untuk memberikan informasi terkini terkait produk yang disediakan.”⁸¹

⁸⁰ Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁸¹ Hamzah Tiro, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

Data yang diperoleh peneliti di lapangan berdasarkan hasil wawancara di atas yaitu perkembangan produk gadai emas oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang sejalan dengan perkembangan teknologi. Hal tersebut dibuktikan dengan penyediaan fasilitas digital oleh PT Pegadaian Syariah yang dapat diakses langsung oleh masyarakat melalui aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service yang dapat diunduh oleh masyarakat. Kemudian akses informasi mengenai produk pembiayaan gadai emas yang dapat diperoleh melalui situs dan akun resmi PT Pegadaian Syariah.

Perkembangan selera konsumen didasarkan oleh beberapa faktor, beberapa diantaranya yaitu dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, tingkat perkembangan penduduk, tingkat pendidikan, serta kesetiaan konsumen terhadap produk yang bersangkutan.

Pertanyaan selanjutnya yang disampaikan oleh peneliti kepada informan membahas tentang bagaimana perkembangan produk gadai emas ditinjau dari perkembangan selera konsumen.

Penjelasan yang diberikan oleh informan dalam hal ini adalah A. Aswar selaku Security terkait pertanyaan diatas adalah sebagai berikut :

“Dengan hadirnya produk pembiayaan gadai emas mampu membantu dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini tentu mendapat respon positif dari konsumen karena sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini.”⁸²

Jawaban lain juga disampaikan oleh Hamzah Tiro Selaku Security PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Adapun jawaban yang disampaikan yaitu :

⁸²A.Aswar, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

“Masyarakat menyukai sesuatu yang praktis dan tidak ribet. Oleh karena itu, Pegadaian Syariah menyediakan layanan online sehingga masyarakat tidak perlu datang langsung ke Pegadaian (Fleksibilitas). Serta tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Pegadaian Syariah (Kredibilitas) yang baik.”⁸³

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti di lapangan melalui hasil wawancara mengenai perkembangan produk gadai emas ditinjau dari perkembangan selera konsumen, diperoleh data bahwa produk gadai emas yang ditawarkan oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang sesuai dengan kebutuhan konsumen, khususnya konsumen yang berada di sekitar daerah Jampue, respon positif yang diberikan oleh masyarakat, kemudahan akses dalam kegiatan transaksi serta tingkat kredibilitas yang baik dari masyarakat sekitar.

Adanya persaingan yang kuat di antara perusahaan yang sejenis akan menyebabkan perusahaan berusaha untuk selalu mengembangkan produknya dengan harapan dapat menyaingi produk pesaing. Pertanyaan selanjutnya yang diajukan oleh peneliti kepada informan yaitu tentang perkembangan produk gadai emas ditinjau dari tingkat persaingan.

Adapun penjelasan yang diberikan oleh Ayyub Pysduri selaku Kasir terkait perkembangan produk gadai emas ditinjau dari tingkat persaingan adalah sebagai berikut :

“Perkembangan di era saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dikarenakan persaingan antar perusahaan yang ikut meningkat. Salah satu indikator yang menjadi pesaing adalah produk sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan lain. Sekarang sudah banyak lembaga keuangan baik itu lembaga keuangan bank atau nonbank yang menawarkan produk gadai emas. Hal itu pastinya menjadi tantangan untuk PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang karena tiap-tiap perusahaan memiliki

⁸³Hamzah Tiro, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

karakteristik terhadap produk yang ditawarkan, termasuk produk pembiayaan gadai emas.”⁸⁴

Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang juga menambahkan atas jawaban yang diberikan sebelumnya. Adapun jawaban yang disampaikan yaitu :

“Sekarang sudah banyak informasi yang beredar di masyarakat bahwa ada pinjaman online yang menawarkan pinjaman dengan tingkat bunga yang rendah serta tanpa barang jaminan. Cukup mengirim foto sambil memegang KTP serta mengisi data maka pinjaman yang diberikan akan segera cair.”⁸⁵

Berdasarkan hasil wawancara mengenai perkembangan produk gadai emas ditinjau dari tingkat persaingan, maka peneliti mampu memperoleh data bahwa setiap perusahaan memiliki pesaing yang menjadi tantangan perusahaan dalam mengembangkan serta mempertahankan kualitas produk yang ditawarkan. Adapun hal-hal yang menjadi indikator pesaing yang dihadapi oleh PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang adalah adanya lembaga keuangan baik itu lembaga keuangan bank maupun non bank yang menyediakan jasa gadai emas serta tren pinjaman online tanpa barang jaminan.

Peneliti kemudian mengajukan pertanyaan lain yang berkaitan dengan pemahaman informan mengenai produk gadai emas ditinjau dari jangka waktu penggunaan oleh masyarakat. Supriadi selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang memaparkan jawabannya sebagai berikut :

⁸⁴Ayyub Pysduri, Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁸⁵Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

“Nasabah dalam hal ini adalah masyarakat tidak terikat oleh waktu dalam menggunakan produk gadai emas Pegadaian Syariah. Sesuai dengan syarat yang berlaku dimana 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.”⁸⁶

Jawaban lainnya juga diberikan oleh Ayyub Pysduri selaku Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Adapun jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut :

“Selama nasabah tidak mengalami kegagalan pembayaran atau keterlambatan dalam pembayaran maka nasabah dapat kembali mengajukan pembiayaan gadai emas, karena apabila hal tersebut terjadi maka nasabah berpotensi masuk dalam catatan gagal pembayaran sehingga pengajuan pembiayaan berikutnya tidak dapat diproses.”⁸⁷

Pertanyaan yang kemudian diajukan oleh peneliti terkait dengan pemahaman informan mengenai produk gadai emas ditinjau dari kapasitas produk. Aswar P. selaku Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang memberikan tambahan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Adapun jawabannya yaitu sebagai berikut :

“Tujuan dari penggunaan produk gadai emas Pegadaian Syariah bermacam-macam. Ada yang menggunakan pembiayaan gadai emas untuk tujuan konsumtif dalam hal ini untuk membiayai keperluan dana jangka pendek yang biasanya digunakan oleh ibu rumah tangga. Ada juga yang menggunakan produk ini untuk tujuan produktif yaitu tambahan modal kerja yang sifatnya jangka pendek untuk golongan usaha nasabah mikro dan kecil. Biasanya digunakan oleh masyarakat yang ingin mengembangkan usahanya. Hal ini tentunya memberikan penjelasan bahwa produk gadai emas Pegadaian Syariah tidak memiliki kapasitas dikarenakan kebutuhan nasabah yang setiap waktu harus selalu dipenuhi.”⁸⁸

⁸⁶Supriadi, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁸⁷Ayyub Pysduri, Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁸⁸Aswar P, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

Pertanyaan selanjutnya yang diberikan oleh peneliti membahas tentang strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari pemanfaatan sistem informasi. Informan dalam hal ini adalah Ayyub Pysduri selaku Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang menanggapi pertanyaan tersebut. Adapun penjelasan yang dilontarkan adalah sebagai berikut :

“Perkembangan teknologi membuat masyarakat menjadi lebih mudah dalam melakukan transaksi artinya transaksi bisa dimana saja, kapan saja dan lebih praktis. Perkembangan teknologi membuat masyarakat tidak perlu antri dan prosesnya lebih cepat.”⁸⁹

Kemudian informan lain yaitu Hamzah Tiro juga memberikan tambahan sebagai berikut :

“Saat ini, PT Pegadaian melakukan kerjasama dengan salah satu *e-commerce* yang ada di Indonesia. Meskipun produk yang ditawarkan adalah produk dalam bentuk investasi emas, setidaknya masyarakat dapat menilai bahwa PT Pegadaian juga ikut serta dalam perkembangan tren penggunaan *e-commerce* oleh masyarakat.”⁹⁰

Berdasarkan penjelasan yang diberikan oleh pihak informan, peneliti memperoleh data bahwa PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang telah memberikan fleksibilitas dalam hal transaksi kepada nasabah. Kemudian saat ini PT Pegadaian Syariah juga menggandeng salah satu *e-commerce* yang ada di Indonesia dalam menawarkan produk berbeda agar mudah diakses oleh masyarakat.

⁸⁹Ayyub Pysduri, Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁹⁰Hamzah Tiro, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

Pertanyaan selanjutnya mengenai strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari upaya-upaya pemasaran. Informan lain yaitu Aswar P. memberikan jawabannya sebagai berikut :

“Oleh karena itu didalam menyusun rencana pemasaran produk gadai syariah, Pegadaian Syariah menempatkan pengenalan produk terhadap calon nasabah pada urutan pertama guna memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabah tersebut. Hal ini dilakukan untuk menentukan terlebih dahulu segmen pasar yang akan dituju. Setelah menentukan segmen pasar yang dituju, maka tahap selanjutnya pegadaian syariah memilih pasar sasaran yang ingin dipenuhi kebutuhannya. Pemilihan pasar sasaran produk gadai syariah adalah kepada nasabah potensial, diantaranya adalah nasabah yang memerlukan dana cepat untuk kebutuhan perdagangan, pendidikan, pertanian, perumahan, kesehatan, dan konsumsi.”⁹¹

Pertanyaan selanjutnya berkaitan dengan strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari peningkatan kualitas (quality) produk, peningkatan keistimewaan (feature) produk, dan peningkatan gaya (style) produk. Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang, Annisha Resqia Masykur memberikan jawaban sebagai berikut :

“Kualitas produk yang dimaksud yaitu pelayanan yang diberikan untuk melayani nasabah dimana karyawan memiliki kemampuan melayani pelanggan secara cepat dan tepat. Di samping itu, karyawan juga harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab penuh terhadap nasabahnya. Keistimewaan produk yaitu gadai emas syariah ini nasabah tidak dipungut bunga, tetapi hanya dikenakan biaya administrasi dan sewa (ijarah). Sedangkang peningkatan gaya pada produk yaitu dengan hadirnya Pembiayaan Arrum Haji yang menggunakan sistem gadai emas guna pendaftaran haji dimana Pegadaian memberikan fasilitas pendanaan bagi masyarakat yang ingin berangkat haji tapi belum mempunyai dana yang cukup untuk mendaftar dan mendapatkan porsi haji.”⁹²

⁹¹Aswar P, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021

⁹²Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

Penentuan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga dapat melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki. Setelah dilakukan analisis, maka perusahaan akan mengambil keputusan untuk menentukan strategi yang akan digunakan berdasarkan dari matrik SWOT yang dapat menguntungkan dan efektif serta efisien ketika dijalankan kedepannya.

Salah satu manfaat dari proses analisis SWOT adalah memberikan acuan serta pedoman terhadap perusahaan dalam melakukan pengembangan produk. Oleh karena itu, setelah melakukan identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal yang dimiliki produk gadai emas di PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang, dilakukan strategi pengembangan produk melalui matriks analisis SWOT dengan mempertimbangan seluruh indikator-indikator yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Tahap selanjutnya adalah mentransfer peluang, ancaman serta kekuatan dan kelemahan produk gadai emas di PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang didasarkan pada analisis faktor internal-eksternal ke dalam matrik SWOT.

Kekuatan (*Strengths*) :

- a. Prosesnya cepat, artinya nasabah tidak perlu menunggu lama dalam pencairan dana

- b. Kemudahan layanan dan transaksi dimana nasabah cukup membawa barang jaminan serta kartu identitas diri
- c. Penyimpanan aman artinya barang jaminan nasabah dijamin keamanannya
- d. Memiliki badan hukum karena merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan dengan bentuk Badan Usaha Milik Negara
- e. Bebas bunga

Kelemahan (*Weaknesses*) :

- a. Hasilnya bisa menjadi bumerang karena menggunakan sistem kepercayaan berharap semua nasabah bersikap jujur
- b. Promosi dan sosialisasi yang belum menjangkau seluruh masyarakat yang menyebabkan sedikitnya minat nasabah.
- c. Jumlah karyawan yang masih kurang memadai
- d. Pemahaman masyarakat terhadap prinsip syariah yang masih kurang
Pandangan masyarakat tentang prinsip syariah dan konvensional tidak ada bedanya

Peluang (*Opportunities*) :

- a. Masyarakat yang dominan muslim menginginkan gadai tanpa riba bahkan non muslim juga ada yang mau seperti itu
- b. Harga emas yang fluktuatif (kenaikan dan penurunan harga emas setiap hari)
- c. Lokasi cukup strategis yang bisa dijangkau semua masyarakat daerah Jampue
- d. Mayoritas masyarakat di daerah Jampue yang beragama Islam

Ancaman (*Threats*) :

- a. Sudah banyaknya bank yang membuka jasa gadai syariah sehingga pegadaian syariah memiliki tantangan untuk bersaing dengan mereka

- b. Strategi promosi yang bersaing dimana promosi yang dilakukan oleh perusahaan pesaing lebih baik
- c. Pinjaman online tanpa jaminan barang

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

Analisis SWOT dilakukan untuk menyusun formulasi strategis dengan cara mengkombinasikan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan yakni kekuatan dengan peluang dalam Strategi SO, kekuatan dan ancaman dalam Strategi ST, kelemahan dan peluang dalam Strategi WO, dan yang terakhir adalah menggabungkan antara kelemahan dan ancaman dalam Strategi WT. Berdasarkan analisis Matriks SWOT tersebut menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan dengan cara mengkombinasikan antara faktor internal dan faktor eksternal.⁹³ Kombinasi kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam hasil matriks analisis SWOT sebagai berikut:

1. Strategi SO

Informan dalam hal ini adalah bapak Ayyub Pysduri selaku Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang memaparkan penjelasan mengenai strategi SO yang dapat dilakukan oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue adalah sebagai berikut :

“Sesuai hasil identifikasi faktor kekuatan serta peluang yang dilakukan, maka strategi SO yang dapat dilakukan antara lain yaitu mempertahankan kualitas produk yang menjadi ciri khas Pegadaian Syariah, kemudian bagaimana kami mampu menjalin dan memelihara hubungan yang lebih baik lagi dengan

⁹³ Ayyub Pysduri, Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

masyarakat khususnya masyarakat Jampue serta mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah dengan memberikan standar layanan yang berlaku di semua unit.”⁹⁴

Strategi ini dibuat berdasarkan pada pemanfaatan seluruh kekuatan yang dimiliki oleh produk gadai emas PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang untuk membuat dan memanfaatkan seluruh kekuatan sebesar-besarnya. Strategi ini dibuat dengan berdasarkan pada pikiran perusahaan dalam menjalankan bisnis, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST

Sesuai dengan jawaban informan dalam hal ini yaitu Ibu Annisha Resqia Masykur selaku Pengelola Unit, adapun strategi ST yang dapat ditempuh oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue adalah sebagai berikut :

“Strategi ST yang berpotensi untuk dijalankan oleh Pegadaian Syariah antara lain yaitu memberikan respon terhadap segala penanganan keluhan atau komplain yang diberikan oleh nasabah, kemudian mempertahankan ciri khas produk gadai yaitu bebas bunga serta menambahkan program-program berhadiah sebagai bentuk apresiasi terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk gadai emas Pegadaian Syariah, serta menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan masyarakat dengan senantiasa memberikan respon positif dan membangun.”⁹⁵

Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Itu artinya Strategi ST yang dilakukan oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue adalah bagaimana

⁹⁴Ayyub Pysduri, Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

⁹⁵Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

Pegadaian Syariah mampu untuk mengatasi ancaman yang akan dihadapi di masa mendatang.

3. Strategi WO

Adapun Strategi WO yang diterapkan oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue berdasarkan penjelasan dari Ibu Annisha Resqia Masykur selaku Pengelola Unit adalah sebagai berikut :

“Strategi WO yang dapat dijalankan oleh Pegadaian Syariah berdasarkan identifikasi faktor kelemahan dan peluang produk gadai emas yaitu dengan meningkatkan kualitas dari kegiatan promosi yang mudah dipahami dan mampu menarik minat masyarakat dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah sebagai bentuk pemberian pelayanan yang baik kepada nasabah, kemudian memberikan kemudahannn dalam akses informasi bagi masyarakat khususnya masyarakat Jampue terhadap produk gadai emas, dan juga memaksimalkan pemanfaatan jaringan internet untuk media promosi ke nasabah.”⁹⁶

Dalam strategi WO, PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang harus menerapkan strategi dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalkan dari pada kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh produk gadai emas sebagai salah satu jasa yang ditawarkan kepada masyarakat.

4. Strategi WT

Strategi WT oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue yang disampaikan oleh informan yaitu Ibu Annisha Resqia Masykur selaku Pengelola Unit adalah sebagai berikut:

“Beberapa strategi WT yang dapat dijalankan antara lain yaitu menetapkan strategi baru yang lebih efektif dan efisien sebagai bentuk pembaharuan terhadap strategi yang telah ada, kemudian meningkatkan promosi melalui berbagi media sehingga jangkauan pemasaran produk gadai emas syariah dapat dijangkau luas

⁹⁶Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

bukan hanya untuk masyarakat sekitar Jampue, serta pengajuan penambahan pegawai untuk meningkatkan pelayanan nasabah untuk proses pelayanan yang lebih baik lagi.”⁹⁷

Dalam bagian ini pihak PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang berada pada posisi yang sangat tidak menguntungkan karena Pegadaian Syariah menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal dalam satu waktu. Sehingga strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensit dan berusaha untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Bagi PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang, manajemen matrik SWOT dapat memberikan gambaran secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh produk gadai emas yang ditawarkan yang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki secara lebih aplikatif dari keempat set dalam matrik SWOT untuk menghasilkan alternatif strategis.

⁹⁷ Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

Tabel 2.2 Matriks Analisis SWOT Produk Gadai Emas PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue

IFAS	<i>STRENGTHS (S)</i>	<i>WEAKNESS (W)</i>
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses pencairan dana yang cepat 2. Kemudahan dalam layanan dan transaksi 3. Sistem penyimpanan barang yang aman 4. Memiliki badan hukum 5. Bebas bunga 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasilnya bisa menjadi bumerang karena menggunakan sistem kepercayaan berharap semua nasabah bersikap jujur 2. Promosi dan sosialisasi yang belum menjangkau secara keseluruhan 3. Jumlah karyawan PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yang masih kurang memadai 4. Pemahaman masyarakat daerah Jampue terhadap prinsip syariah masih kurang 5. Pandangan masyarakat

		daerah Jampue tentang prinsip syariah dan konvensional tidak ada bedanya.
<p><i>OPPORTUNITIES (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat daerah Jampue yang dominan muslim menginginkan gadai tanpa riba bahkan non muslim juga ada yang mau seperti itu 2. Harga emas yang fluktuatif (kenaikan dan penurunan harga emas setiap hari) 3. Lokasi cukup strategis yang bisa dijangkau semua masyarakat daerah Jampue 4. Mayoritas masyarakat di daerah Jampue yang 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas produk 2. Menjalin dan memelihara hubungan yang lebih baik lagi dengan masyarakat 3. Mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah dengan memberikan standar layanan yang berlaku di semua unit. 4. Memperbaiki penampilan Kantor 5. Meningkatkan ragam jasa yang sesuai dengan kebutuhan Masyarakat 6. Mempertahankan biaya transaksi yang wajar 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas dari kegiatan promosi dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah 2. Memberikan kemudahann akses informasi bagi masyarakat terhadap produk gadai emas 3. Memaksimalkan pemanfaatan jaringan internet untuk media promosi ke nasabah 4. Menciptakan produk baru yang mengikuti selera pasar 5. Menambah fasilitas agar mampu melayani

beragama Islam		nasabah dengan efektif dan efisien 6. Merekrut karyawan yang memiliki background keuangan syariah.
<p>THREATS (T)</p> <p>1. Sudah banyaknya Bank yang membuka jasa gadai syariah sehingga pegadaian syariah memiliki tantangan untuk bersaing dengan mereka</p> <p>2. Strategi promosi yang bersaing</p> <p>3. Pinjaman online tanpa jaminan barang⁹⁸</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Memberikan respon terhadap penanganan keluhan atau komplain nasabah</p> <p>2. Mempertahankan ciri khas produk gadai emas syariah serta menambahkan program-program berhadiah</p> <p>3. Menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan masyarakat.</p> <p>4. Mempertahankan sistem transaksi bank syariah</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Menetapkan strategi baru yang lebih efektif dan efisien</p> <p>2. Meningkatkan promosi melalui berbagi media</p> <p>3. Pengajuan penambahan pegawai untuk meningkatkan pelayanan nasabah</p> <p>4. Meningkatkan teknologi informasi untuk mengantisipasi persaingan</p> <p>5. Memanfaatkan pegadaian digital yang</p>

⁹⁸ Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, 09 Desember 2021.

	<p>sebagai kekuatan untuk bersaing dengan bank syariah</p> <p>5. Menerapkan pemasaran jemput bola untuk bersaing dengan bank konvensional yang agresif</p> <p>6. literasi agama, dengan mengadakan sharing dengan pemeluk agama lain tentang keuntungan bertransaksi di pegadaian syariah.</p>	<p>sudah ada dan terus mengembangkan aplikasi tersebut.</p> <p>6. Secara berkala mengadakan pelatihan untuk karyawan yang tidak memiliki background keuangan syariah</p>
--	--	--

Berdasarkan hasil EFAS dan IFAS maka PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue dapat melakukan formulasi daripada arah strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT yang dikembangkan didasarkan pada analisis SWOT yang menghasilkan beberapa pilihan strategi berdasarkan analisis informan sebagai berikut :

1. Mempertahankan kualitas produk
2. Menjalin dan memelihara hubungan yang lebih baik lagi dengan masyarakat

3. Mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah dengan memberikan standar layanan yang berlaku di semua unit
4. Memperbaiki penampilan Kantor
5. Meningkatkan ragam jasa yang sesuai dengan kebutuhan Masyarakat
6. Mempertahankan biaya transaksi yang wajar
7. Meningkatkan kualitas dari kegiatan promosi dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah
8. Memberikan kemudahann akses informasi bagi masyarakat terhadap produk gadai emas
9. Memaksimalkan pemanfaatan jaringan internet untuk media promosi ke nasabah
10. Menciptakan produk baru yang mengikuti selera pasar
11. Menambah fasilitas agar mampu melayani nasabah dengan efektif dan efisien
12. Merekrut karyawan yang memiliki background keuangan syariah
13. Memberikan respon terhadap penanganan keluhan atau komplain nasabah
14. Mempertahankan sistem transaksi bank syariah sebagai kekuatan untuk bersaing dengan bank syariah
15. Menerapkan pemasaran jemput bola untuk bersaing dengan bank konvensional yang agresif
16. literasi agama, dengan mengadakan sharing dengan pemeluk agama lain tentang keuntungan bertransaksi di pegadaian syariah.
17. Mempertahankan ciri khas produk gadai emas syariah serta menambahkan program-program berhadiah

18. Menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan masyarakat.
19. Menetapkan strategi baru yang lebih efektif dan efisien
20. Meningkatkan promosi melalui berbagi media
21. Pengajuan penambahan pegawai untuk meningkatkan pelayanan nasabah
22. Meningkatkan teknologi informasi untuk mengantisipasi persaingan
23. Memanfaatkan pegadaian digital yang sudah ada dan terus mengembangkan aplikasi tersebut.
24. Secara berkala mengadakan pelatihan untuk karyawan yang tidak memiliki background keuangan syariah

Penentuan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga dapat melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki. Setelah dilakukan analisis, maka perusahaan akan mengambil keputusan untuk menentukan strategi yang akan digunakan berdasarkan dari matrik SWOT yang dapat menguntungkan dan efektif serta efisien ketika dijalankan kedepannya.

Pada tahap penerapan strategi, PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang diharuskan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya,

sehingga strategi strategi yang telah di rumuskan dalam matruks analisis SWOT dapat di jalankan sesuai dengan standar operasional perusahaan.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai Analisis SWOT pada produk gadai emas di PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses identifikasi produk gadai emas Pegadaian Syariah Pinrang melalui analisis SWOT adalah melalui tahap pengumpulan data yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah Pinrang dimana pada tahap ini data dapat dibedakan ke dalam dua bagian yaitu data eksternal dan data internal. Selanjutnya dilakukan tahap analisis dengan menyusun faktor-faktor perusahaan dalam hal ini Pegadaian Syariah Pinrang yang memberikan gambaran mengenai peluang seperti harga emas yang fluktuatif dan ancaman eksternal seperti pesaing dengan produk yang serupa yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah Pinrang yang dapat disesuaikan dengan kekuatan yang dimiliki seperti bebas bunga dan faktor kelemahan seperti jumlah karyawan yang belum memadai.
2. Strategi pengembangan produk yang digunakan pada produk gadai emas melalui hasil identifikasi analisis SWOT oleh Pegadaian Syariah Pinrang yaitu dengan melakukan penentuan strategi berdasarkan pada hasil analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal Pegadaian Syariah Pinrang melalui matriks analisis SWOT dengan memaksimalkan setiap faktor kekuatan dan peluang yang dimiliki yang dapat meminimalkan dampak yang ditimbulkan dari faktor kelemahan dan ancaman.

B. Saran

Saran-saran yang diberikan penulis dalam penelitian ini khususnya kepada pihak PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang adalah sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan lebih meningkatkan pengetahuannya mengenai Pegadaian Syariah sehingga diharapkan hal ini mampu memunculkan minat masyarakat untuk memenuhi keperluan keuangan dan lainnya. Dengan menggunakan pegadaian syariah masyarakat telah menerapkan prinsip ekonomi Islam, sehingga proses untuk membumikan ekonomi Islam di Indonesia bisa terrealisasi lebih cepat dan menyeluruh hampir di setiap segi kehidupan ekonomi masyarakat.

2. Bagi PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang

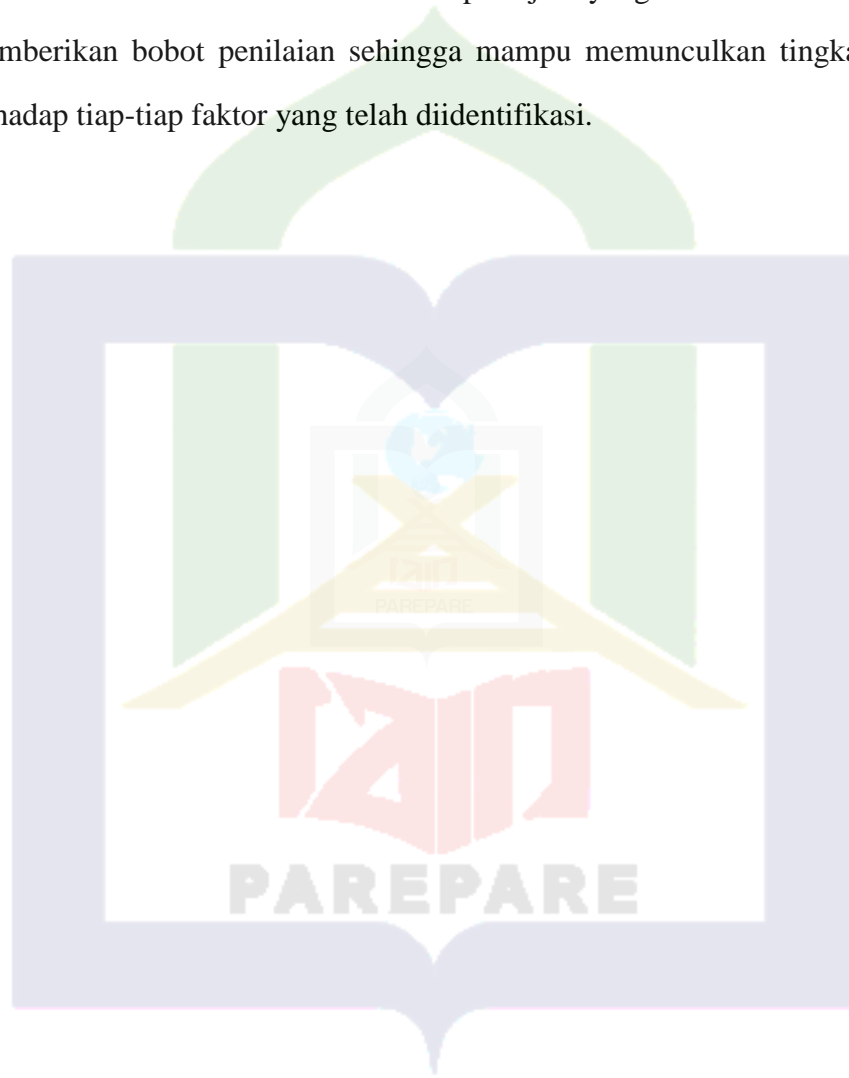
PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang diharapkan mampu memanfaatkan segala faktor kekuatan dan peluang yang dimiliki dengan tetap memandang faktor kelemahan dan ancaman. Jangan sampai kekuatan dan peluang berubah menjadi ancaman besar bagi lembaga pegadaian itu sendiri.

3. Bagi Mahasiswa

Sangat dibutuhkan peran mahasiswa terutama mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah agar dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan pengetahuannya secara umum mengenai Pegadaian Syariah, minimal mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang Pegadaian Syariah di sekitar lingkungan tempat tinggalnya.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan bagi penelitian selanjutnya agar dapat memaksimalkan hasil penelitian yang akan dilakukan dengan memberikan penilaian terhadap tiap-tiap faktor internal dan eksternal terhadap objek yang akan diteliti dengan cara memberikan bobot penilaian sehingga mampu memunculkan tingkat persentase terhadap tiap-tiap faktor yang telah diidentifikasi.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al Karim

- Ali, Zainuddin. 2008. *Hukum Gadai Syariah*, Cet.I. Jakarta: Sianar Grafika.
- Azhar Basyir, Ahmad. 1983. *Hukum Islam Tentang Riba dan Utang-Piutang Gadai*, Bandung: Al-Ma'arif.
- Chapra, Umar. 2010. *Islam dan Pembangunan Ekonomi* Cet. I. Jakarta: Gema Insani Press dan Tazkia Institute.
- Departemen Agama RI. 2004. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit J-ART.
- Hajar Al-Asqalani, Ibnu. 2010. *Fathul Baari Syarah Shahih Al Bukhari* Cet. II. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Irham Fahmi, Irham. 2016. *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kamil Muhammad 'Uwaidah, Syaikh. 2000. *Fiqih Wanita* Cet. Ke IV. Jakarta; Pustaka Al-Kautsar.
- Kasmir. 2007. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 1987. *Marketing* Jilid I. Surabaya: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran* Jilid II Edisi 12. Jakarta: Prenhallindo.
- Lapau, Buchari. 2012. *Metode Penelitian Kesehatan: Metode Ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Masyhuri, dan Zainuddin. 2008. *Metode Penelitian*. Jakarta: Revika Aditama.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Nur'aini, Fajar DF. 2020. *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA.

- Rangkuti, Freddy. 2017. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis “Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI”*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuty, Freddy. 2017. *Personal SWOT Analysis Peluang Dibalik Setiap Kesulitan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2016. *SWOT Balanced Scorecard Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Pandia, Frianto, et al., eds. 2005. *Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Simamora, Henry. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Simamora, Henry. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soemitro, Andri. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana.
- Sudarsono, Heri. 2003. *Bank Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Syafi’i Antonio, Muhammad. 2011. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Tim Penyusun. 2020. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Parepare*.
- Triandaru, Sigit dan Totok Budisantoso. 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- William J. Stanton, William. 1996. *Prinsip Pemasaran*, Jilid I. Eds. VII. Jakarta: Erlangga.
- Yusuf. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Skripsi

- Febriani, Fauziyah. 2018. *Analisis SWOT pada Produk Tabungan di BRI Syariah KCP Banyumas Ajibarang (Studi Kasus pada Tabungan Faedah, Tabungan Haji, dan Tabungan Karyawan iB BRI Syariah)*. Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Purwokerto.

Masruroh, Umi. 2015. *Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara iB (Studi Kasus pada PT. Bank BTN Syariah Cabang Semarang)*. Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Novianti, Metty. 2016. *Strategi Pemasaran pada Produk KPR BTN Sejahtera iB di BTN Syariah Ditinjau dari Analisis SWOT (Studi Kasus Pada BTN Syariah Kantor Cabang Semarang)*. Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Yati, Sri. 2017. *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang)*. Skripsi sarjana: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Jurnal

Suardi, Weman. 2005. *Formulasi Strategi Pengembangan Produk Terhadap Tingkat Volume Penjualan*. Jurnal Ilmiah Ranggading STIE Kesatuan Bogor 5, no. 1.

Suhartini. 2012. *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Perusahaan*. Jurnal Matrik Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Gresik 12, no. 2.

Tamara, Angelica. 2016. *Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis*, Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen 4, no. 3.

Internet

Pegadaian. <http://www.pegadaian.co.id/info-visi-misi.php> (09 Agustus 2020).

Wawancara

A.Aswar, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, (10 Agustus 2021)

Annisha Resqia Masykur, Pengelola Unit PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, (10 Agustus 2021)

Aswar P, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, (10 Agustus 2021)

Ayyub Pysduri, Kasir PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, (10 Agustus 2021)

Hamzah Tiro, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, (10 Agustus 2021)

Supriadi, Security PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue. *Wawancara* oleh Penulis di Kabupaten Pinrang, (10 Agustus 2021)







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307

PEDOMAN WAWANCARA

NAMA MAHASISWA : AYMAM AL QAZZAM
NIM : 16.2300.090
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI : PERBANKAN SYARIAH
JUDUL : ANALISIS SWOT TERHADAP PRODUK GADAI
EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH PINRANG

Wawancara Untuk Karyawan PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang

A. Proses Identifikasi Produk

1. Bagaimana pemahaman anda mengenai faktor internal lingkungan perusahaan memberikan pengaruh terhadap produk yang ditawarkan?
2. Bagaimana pemahaman anda mengenai faktor eksternal lingkungan perusahaan memberikan pengaruh terhadap produk yang ditawarkan?
3. Bagaimana pemahaman anda mengenai produk gadai emas Pegadaian Syariah?
4. Bagaimana pemahaman anda mengenai faktor kekuatan yang dimiliki oleh produk suatu perusahaan?

5. Apa saja kekuatan (*strengths*) yang dimiliki dari produk gadai emas Pegadaian Syariah?
6. Bagaimana pemahaman anda mengenai faktor kelemahan yang dimiliki oleh produk suatu perusahaan?
7. Apa saja kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki dari produk gadai emas Pegadaian Syariah?
8. Bagaimana pemahaman anda mengenai faktor peluang yang dimiliki oleh produk suatu perusahaan?
9. Apa saja peluang (*opportunities*) yang dimiliki dari produk gadai emas Pegadaian Syariah?
10. Bagaimana pemahaman anda mengenai faktor ancaman yang dimiliki oleh produk suatu perusahaan?
11. Apa saja ancaman (*threats*) yang dimiliki dari produk gadai emas Pegadaian Syariah?

B. Strategi Pengembangan Produk

1. Bagaimana pemahaman anda mengenai produk gadai emas Pegadaian Syariah ditinjau dari perkembangan teknologi?
2. Bagaimana pemahaman anda mengenai produk gadai emas Pegadaian Syariah ditinjau dari perkembangan selera konsumen?
3. Bagaimana pemahaman anda mengenai produk gadai emas Pegadaian Syariah ditinjau dari tingkat persaingan?
4. Bagaimana pemahaman anda mengenai produk gadai emas ditinjau dari jangka waktu penggunaan oleh masyarakat?
5. Bagaimana pemahaman anda mengenai produk gadai emas ditinjau dari kapasitas produk?
6. Bagaimana pemahaman anda mengenai strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari pemanfaatan sistem informasi?

7. Bagaimana pemahaman anda mengenai strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari upaya-upaya pemasaran?
8. Bagaimana pemahaman anda mengenai strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari peningkatan kualitas (quality) produk?
9. Bagaimana pemahaman anda mengenai strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari peningkatan keistimewaan (feature) produk?
10. Bagaimana pemahaman anda mengenai strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari peningkatan gaya (style) produk?
11. Bagaimana strategi pengembangan produk gadai emas jika ditentukan dari analisis matrik SWOT?



Transkrip Wawancara

A. Proses Identifikasi Produk

1. Bagaimana pemahaman anda mengenai faktor internal lingkungan perusahaan memberikan pengaruh terhadap produk yang ditawarkan?

“Faktor internal lingkungan perusahaan adalah tiap-tiap faktor yang diperoleh dari bagian internal perusahaan atau bisnis. Faktor ini umumnya berkaitan dengan beberapa sumber daya seperti sumber daya fisik, sumber daya manusia, sumber daya keuangan, serta kebijakan perusahaan itu sendiri.”

“Lingkungan internal merupakan lingkungan yang berada di dalam suatu organisasi yang memberikan implikasi langsung terhadap struktur serta manajemen organisasi atau perusahaan.”

“Faktor internal perusahaan mampu memberikan nilai lebih terhadap organisasi atau perusahaan apabila dapat diimplementasikan sesuai dengan kebijakan perusahaan serta memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan perusahaan itu sendiri.”

2. Bagaimana pemahaman anda mengenai faktor eksternal lingkungan perusahaan memberikan pengaruh terhadap produk yang ditawarkan?

“Faktor eksternal pada lingkungan perusahaan yaitu segala indikator yang umumnya diperoleh dari pihak-pihak eksternal, seperti trend ekonomi, peraturan pemerintah, respon konsumen dalam hal ini adalah masyarakat, kemajuan teknologi, pengaruh politik, serta sumber permodalan lainnya.”

“Lingkungan eksternal perusahaan merupakan tiap-tiap faktor yang mampu memberikan tantangan terhadap perusahaan dalam menyediakan serta menawarkan suatu produk atau jasa kepada masyarakat.”

“Faktor eksternal perusahaan berasal dari luar komponen perusahaan yang dapat memberikan imbas kepada manajemen perusahaan atau organisasi.”

“Calon nasabah diwajibkan untuk memiliki barang jaminan berupa emas dengan memperhatikan intensitas kadar emas yang telah ditentukan oleh perusahaan sebagai syarat barang jaminan. Dalam proses pelaksanaannya, informan juga menjelaskan prosedur pelaksanaan gadai emas di PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue, antara lain sebagai berikut :

- a. Mengisi formulir, yaitu tahap awal sebelum melaksanakan gadai, nasabah datang ke PT Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue dengan membawa emas sebagai barang jaminan yang akan di gadai, kemudian nasabah diminta untuk mengisi serta menandatangani formulir pengajuan gadai emas.
- b. Menunjukkan KTP/ kartu identitas lain. Pada tahap ini, nasabah akan diminta untuk menunjukkan identitas KTP sebagai bentuk verifikasi data atau untuk mencocokkan keaslian data yang terisi di dalam formulir.
- c. Penaksiran Barang Jaminan. Nasabah akan diminta untuk menyerahkan barang gadai kepada penaksir untuk ditentukan berapa jumlah taksiran pinjaman gadai yang akan nasabah terima.
- d. 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.”

3. Bagaimana pemahaman anda mengenai produk gadai emas Pegadaian Syariah?

“Produk gadai emas Pegadaian Syariah yaitu pembiayaan dengan jaminan berupa emas yang sesuai dengan prinsip syariah dimana jasa gadai yang penyelenggaraannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dengan mengacu pada sistem administrasi modern yang selaras dengan nilai Islam. Dalam

gadai syariah ini nasabah tidak dipungut bunga, tetapi hanya dikenakan biaya administrasi dan sewa (ijarah).”

“Produk gadai emas pegadaian syariah merupakan produk yang ditawarkan kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman tanpa melihat golongan nasabah dengan jaminan barang berupa emas atau berlian yang terikat dengan emas.”

4. Bagaimana pemahaman anda mengenai faktor kekuatan yang dimiliki oleh produk suatu perusahaan?

“Kekuatan adalah segala poin internal dan bersifat positif dari suatu perusahaan. Hal ini berkaitan erat dengan proses bisnis perusahaan yang telah memberikan hasil, aset non fisik yang dimiliki perusahaan seperti pengetahuan, pendidikan, keterampilan, dan reputasi, kemudian aset fisik yang dimiliki perusahaan, seperti pelanggan tetap, peralatan, teknologi, pendanaan, serta keunggulan lain yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain.”

“Faktor kekuatan pada suatu produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan yaitu tiap-tiap poin internal dan bersifat positif dari suatu perusahaan yang berada dalam kontrol perusahaan, serta dapat menjadi faktor pembanding dengan perusahaan yang lain, seperti manajemen, kinerja, jenis produk yang ditawarkan serta keunikan dari produk itu sendiri.”

5. Apa saja kekuatan (*strengths*) yang dimiliki dari produk gadai emas Pegadaian Syariah?

“Beberapa faktor kekuatan (*Strengths*) yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yaitu prosesnya cepat, artinya nasabah tidak perlu menunggu lama dalam pencairan dana. Kemudian Setelah memenuhi persyaratan yang telah ditentukan maka proses penaksiran segera dilakukan sehingga nasabah dengan cepat menerima dana atas barang gadai yang diberikan. Faktor lainnya yaitu PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang

memberikan kemudahan dalam layanan dan transaksi dimana nasabah cukup membawa barang jaminan serta kartu identitas diri yang merupakan syarat utama dalam proses pembiayaan gadai emas syariah. Selanjutnya PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang juga memberikan rasa aman kepada nasabah dalam hal penyimpanan barang gadai karena barang jaminan nasabah dijamin keamanannya sehingga nasabah tidak merasa khawatir atas kehilangan barang jaminannya.”

“PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang memiliki badan hukum karena merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan dengan bentuk Badan Usaha Milik Negara sehingga terjamin legalitasnya. Dan juga produk yang ditawarkan yaitu pembiayaan gadai emas memiliki karakteristik yaitu bebas bunga sehingga menjadi salah satu indikator pembeda dengan jasa gadai lainnya.”

6. Bagaimana pemahaman anda mengenai faktor kelemahan yang dimiliki oleh produk suatu perusahaan?

“Kelemahan adalah faktor negatif yang mengurangi faktor kekuatan suatu perusahaan yang merupakan hal-hal yang perlu tingkatkan agar menjadi lebih kompetitif. Kelemahan dalam hal ini mencakup proses bisnis yang perlu diperbaiki maupun dibutuhkan pengadaan lain atas proses bisnis yang tidak mengalami peningkatan.”

“Faktor kelemahan pada suatu perusahaan biasanya dipicu oleh beberapa hal, seperti bagaimana perusahaan mampu memberikan peningkatan terhadap kualitas produk yang ditawarkan, kemudian respon konsumen terhadap penggunaan produk dan jasa yang ditawarkan, serta indikator-indikator perusahaan lainnya yang memiliki daya saing yang rendah dari perusahaan yang lain.”

7. Apa saja kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki dari produk gadai emas Pegadaian Syariah?

“Beberapa faktor kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yaitu hasilnya bisa menjadi bumerang karena menggunakan sistem kepercayaan berharap semua nasabah bersikap jujur, kemudian kegiatan promosi dan sosialisasi yang belum menjangkau seluruh masyarakat daerah Jampue yang menyebabkan sedikitnya minat nasabah serta jumlah karyawan yang masih kurang memadai sehingga memerlukan performa yang tinggi dari karyawan untuk menjaga kualitas layanan kepada nasabah.”

“Kelemahan lain yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yaitu pemahaman masyarakat daerah Jampue terhadap prinsip syariah yang masih kurang yang membuat minat masyarakat turun terhadap gadai emas syariah serta pandangan masyarakat daerah Jampue tentang prinsip syariah dan konvensional tidak ada bedanya.”

8. Bagaimana pemahaman anda mengenai faktor peluang yang dimiliki oleh produk suatu perusahaan?

“Peluang merupakan kondisi dimana produk atau jasa suatu perusahaan dapat berkembang di masa mendatang yang akan terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, serta kondisi lingkungan sekitar.”

“Faktor peluang merupakan faktor eksternal yang fokus terhadap hal-hal yang sedang menjadi tren di kalangan masyarakat sehingga mampu menjadi kekuatan apabila perusahaan mampu mengambil keputusan dalam mengembangkan produk atau jasa yang ditawarkan sejalan dengan selera konsumen di masa saat ini.”

9. Apa saja peluang (*opportunities*) yang dimiliki dari produk gadai emas Pegadaian Syariah?

“Faktor- faktor peluang (*Opportunity*) yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yaitu masyarakat daerah Jampue yang beragama muslim menginginkan gadai tanpa riba bahkan non muslim juga ada yang mau seperti itu. kemudian harga emas yang fluktuatif yaitu kondisi kenaikan dan penurunan harga emas setiap hari.”

“Peluang lain yang dimiliki oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang yaitu lokasi PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten cukup strategis yang bisa dijangkau semua masyarakat daerah Jampue serta mayoritas masyarakat di daerah Jampue yang beragama Islam.”

10. Bagaimana pemahaman anda mengenai faktor ancaman yang dimiliki oleh produk suatu perusahaan?

“Ancaman adalah faktor eksternal yang tidak dikendalikan, dimana perusahaan harus mempertimbangkan beberapa hal untuk menempatkan rencana darurat dalam menangani masalah atas ancaman yang terjadi, seperti pesaing potensial serta selera konsumen yang variatif.”

“Faktor ancaman berasal dari luar lingkungan perusahaan yang berdampak terhadap perkembangan produk suatu perusahaan. Ancaman dalam hal ini berupa manajemen perusahaan lain yang meningkat, tidak sejalannya antara keputusan perusahaan dengan selera konsumen saat ini serta faktor ekonomi dan politik yang berpengaruh terhadap sistem operasional perusahaan.”

11. Apa saja ancaman (*threats*) yang dimiliki dari produk gadai emas Pegadaian Syariah?

“Faktor-faktor ancaman (*threat*) yang dihadapi oleh produk gadai emas PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang antara lain sudah banyaknya Bank yang membuka jasa gadai syariah sehingga pegadaian syariah memiliki tantangan untuk bersaing dengan mereka, kemudian strategi promosi yang bersaing dimana promosi yang dilakukan oleh perusahaan pesaing lebih baik serta mulai bermunculan pinjaman online tanpa jaminan barang yang dapat mengundang minat masyarakat untuk memilih serta menggunakan pinjaman online tersebut.”

B. Strategi Pengembangan Produk

1. Bagaimana pemahaman anda mengenai produk gadai emas Pegadaian Syariah ditinjau dari perkembangan teknologi?

“Perkembangan produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah tentunya sejalan dengan perkembangan teknologi yang ada, dimana Pegadaian Syariah juga dituntut untuk bisa menyentuh langsung masyarakat bukan hanya secara tatap muka, tetapi mampu menjangkau masyarakat melalui penyediaan aplikasi digital sosial, salah satunya yaitu aplikasi yang bernama Pegadaian Syariah Digital Service. Aplikasi ini bertujuan agar Pegadaian Syariah dapat membantu serta mempermudah nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi secara digital melalui aplikasi Pegadaian Digital. Layanan ini dapat diunduh lalu diakses secara online untuk berbagai transaksi Pegadaian Syariah. Bahkan aplikasi ini memiliki jaminan keamanan karena telah terdaftar dan diawasi oleh OJK.”

“Setiap lembaga keuangan pastinya memiliki situs resmi yang bisa diakses oleh masyarakat, begitu pula dengan Pegadaian Syariah. Ditambah dengan akun resmi media sosial yang pastinya dikelola untuk memberikan informasi terkini terkait produk yang disediakan.”

2. Bagaimana pemahaman anda mengenai produk gadai emas Pegadaian Syariah ditinjau dari perkembangan selera konsumen?

“Dengan hadirnya produk pembiayaan gadai emas mampu membantu dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini tentu mendapat respon positif dari konsumen karena sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini.”

“Masyarakat menyukai sesuatu yang praktis dan tidak ribet. Oleh karena itu, Pegadaian Syariah menyediakan layanan online sehingga masyarakat tidak perlu datang langsung ke Pegadaian (Fleksibilitas). Serta tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Pegadaian Syariah (Kredibilitas) yang baik.”

3. Bagaimana pemahaman anda mengenai produk gadai emas Pegadaian Syariah ditinjau dari tingkat persaingan?

“Perkembangan di era saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dikarenakan persaingan antar perusahaan yang ikut meningkat. Salah satu indikator yang menjadi pesaing adalah produk sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan lain. Sekarang sudah banyak lembaga keuangan baik itu lembaga keuangan bank atau nonbank yang menawarkan produk gadai emas. Hal itu pastinya menjadi tantangan untuk PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue Kabupaten Pinrang karena tiap-tiap perusahaan memiliki karakteristik terhadap produk yang ditawarkan, termasuk produk pembiayaan gadai emas.”

“Sekarang sudah banyak informasi yang beredar di masyarakat bahwa ada pinjaman online yang menawarkan pinjaman dengan tingkat bunga yang rendah serta tanpa barang jaminan. Cukup mengirim foto sambil memegang KTP serta mengisi data maka pinjaman yang diberikan akan segera cair.”

4. Bagaimana pemahaman anda mengenai produk gadai emas ditinjau dari jangka waktu penggunaan oleh masyarakat?

“Nasabah dalam hal ini adalah masyarakat tidak terikat oleh waktu dalam menggunakan produk gadai emas Pegadaian Syariah. Sesuai dengan syarat yang berlaku dimana 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.”

“Selama nasabah tidak mengalami kegagalan pembayaran atau keterlambatan dalam pembayaran maka nasabah dapat kembali mengajukan pembiayaan gadai emas, karena apabila hal tersebut terjadi maka nasabah berpotensi masuk dalam catatan gagal pembayaran sehingga pengajuan pembiayaan berikutnya tidak dapat diproses.”

5. Bagaimana pemahaman anda mengenai produk gadai emas ditinjau dari kapasitas produk?

“Tujuan dari penggunaan produk gadai emas Pegadaian Syariah bermacam-macam. Ada yang menggunakan pembiayaan gadai emas untuk tujuan konsumtif dalam hal ini untuk membiayai keperluan dana jangka pendek yang biasanya digunakan oleh ibu rumah tangga. Ada juga yang menggunakan produk ini untuk tujuan produktif yaitu tambahan modal kerja yang sifatnya jangka pendek untuk golongan usaha nasabah mikro dan kecil. Biasanya digunakan oleh masyarakat yang ingin mengembangkan usahanya. Hal ini tentunya memberikan penjelasan bahwa produk gadai emas Pegadaian Syariah tidak memiliki kapasitas dikarenakan kebutuhan nasabah yang setiap waktu harus selalu dipenuhi.”

6. Bagaimana pemahaman anda mengenai strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari pemanfaatan sistem informasi?

“Perkembangan teknologi membuat masyarakat menjadi lebih mudah dalam melakukan transaksi artinya transaksi bisa dimana saja, kapan saja dan lebih praktis. Perkembangan teknologi membuat masyarakat tidak perlu antri dan prosesnya lebih cepat.”

“Saat ini, PT Pegadaian melakukan kerjasama dengan salah satu *e-commerce* yang ada di Indonesia. Meskipun produk yang ditawarkan adalah produk dalam bentuk investasi emas, setidaknya masyarakat dapat menilai bahwa PT Pegadaian juga ikut serta dalam perkembangan tren penggunaan *e-commerce* oleh masyarakat.”

7. Bagaimana pemahaman anda mengenai strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari upaya-upaya pemasaran?

“Oleh karena itu didalam menyusun rencana pemasaran produk gadai syariah, Pegadaian Syariah menempatkan pengenalan produk terhadap calon nasabah pada urutan pertama guna memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabah tersebut. Hal ini dilakukan untuk menentukan terlebih dahulu segmen pasar yang akan dituju. Setelah menentukan segmen pasar yang dituju, maka tahap selanjutnya pegadaian syariah memilih pasar sasaran yang ingin dipenuhi kebutuhannya. Pemilihan pasar sasaran produk gadai syariah adalah kepada nasabah potensial, diantaranya adalah nasabah yang memerlukan dana cepat untuk kebutuhan perdagangan, pendidikan, pertanian, perumahan, kesehatan, dan konsumsi.”

8. Bagaimana pemahaman anda mengenai strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari peningkatan kualitas (quality) produk?

“Kualitas produk yang dimaksud yaitu pelayanan yang diberikan untuk melayani nasabah dimana karyawan memiliki kemampuan melayani

pelanggan secara cepat dan tepat. Di samping itu, karyawan juga harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi, sopan santun, ramah, dan bertanggung jawab penuh terhadap nasabahnya.

9. Bagaimana pemahaman anda mengenai strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari peningkatan keistimewaan (feature) produk?

“Keistimewaan produk yaitu gadai emas syariah ini nasabah tidak dipungut bunga, tetapi hanya dikenakan biaya administrasi dan sewa (ijarah).”

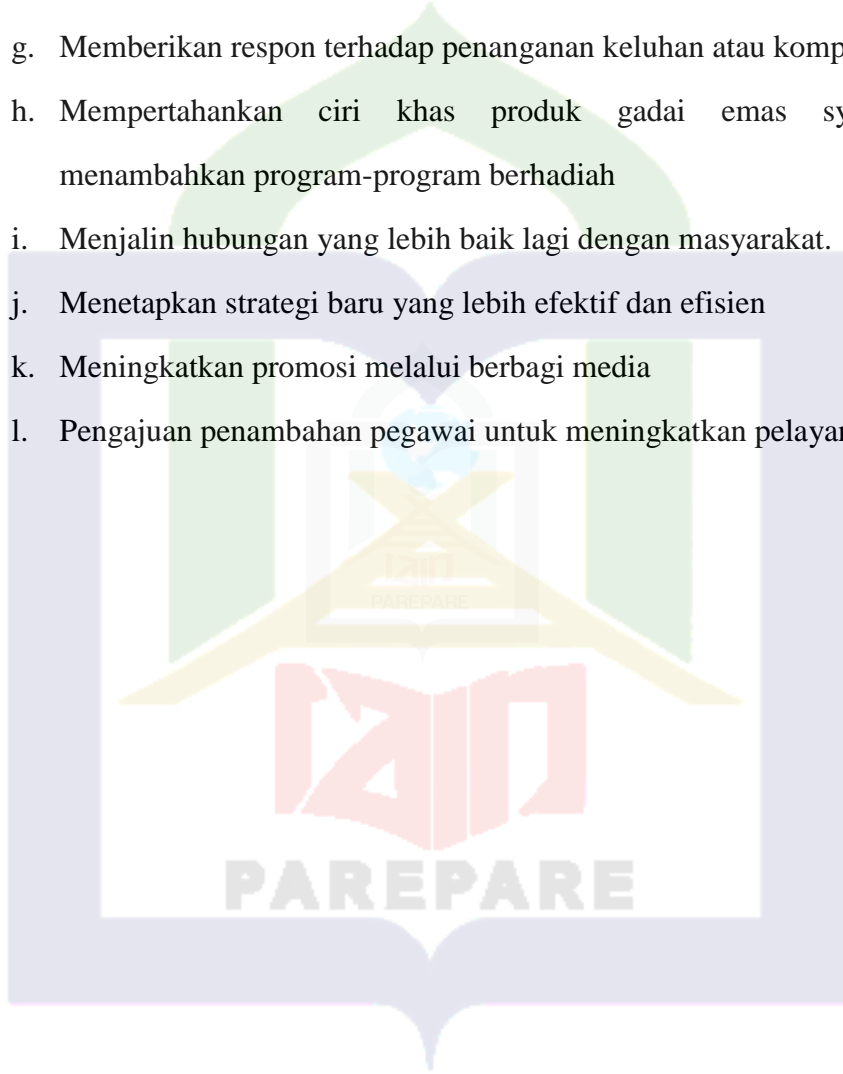
10. Bagaimana pemahaman anda mengenai strategi pengembangan produk gadai emas ditinjau dari peningkatan gaya (style) produk?

“Peningkatan gaya pada produk yaitu dengan hadirnya Pembiayaan Arrum Haji yang menggunakan sistem gadai emas guna pendaftaran haji dimana Pegadaian memberikan fasilitas pendanaan bagi masyarakat yang ingin berangkat haji tapi belum mempunyai dana yang cukup untuk mendaftar dan mendapatkan porsi haji.”

11. Bagaimana strategi pengembangan produk gadai emas jika ditentukan dari analisis matrik SWOT?

- a. “Mempertahankan kualitas produk
- b. Menjalin dan memelihara hubungan yang lebih baik lagi dengan masyarakat
- c. Mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah dengan memberikan standar layanan yang berlaku di semua unit
- d. Meningkatkan kualitas dari kegiatan promosi dan memberikan respon yang cepat kepada nasabah

- e. Memberikan kemudahann akses informasi bagi masyarakat terhadap produk gadai emas
- f. Memaksimalkan pemanfaatan jaringan internet untuk media promosi ke nasabah
- g. Memberikan respon terhadap penanganan keluhan atau komplain nasabah
- h. Mempertahankan ciri khas produk gadai emas syariah serta menambahkan program-program berhadiah
- i. Menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan masyarakat.
- j. Menetapkan strategi baru yang lebih efektif dan efisien
- k. Meningkatkan promosi melalui berbagi media
- l. Pengajuan penambahan pegawai untuk meningkatkan pelayanan nasabah”



Izin Melaksanakan Penelitian dari Pemerintah Kabupaten Pinrang



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
 Nomor : 503/0392/PENELITIAN/DPMPPTSP/08/2021

Tentang

REKOMENDASI PENELITIAN

- Menimbang** : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 13-08-2021 atas nama AYMAM AL-QAZZAM, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Rekomendasi Penelitian.
- Mengingat** :
 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
 2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
 3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
 4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
 5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
 8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.
- Memperhatikan** :
 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0682/R/T.Teknis/DPMPPTSP/08/2021, Tanggal : 13-08-2021
 2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0392/BAP/PENELITIAN/DPMPPTSP/08/2021, Tanggal : 13-08-2021

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
- KESATU** : Memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :
- 1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 - 2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 08 SOREANG
 - 3. Nama Peneliti : AYMAM AL-QAZZAM
 - 4. Judul Penelitian : ANALISIS SWOT TERHADAP PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH PINRANG
 - 5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
 - 6. Sasaran/target Penelitian : KARYAWAN
 - 7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Lanrisang
- KEDUA** : Rekomendasi Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 13-02-2022.
- KETIGA** : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Rekomendasi Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.
- KEEMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 13 Agustus 2021



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP., M.Si
 NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSR

Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Pengelola Unit PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue di Kabupaten Pinrang, menerangkan bahwa :

Nama : Aymam AL Qazzam
NIM : 16.2300.090
Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Progam Studi : Perbankan Syariah

Mahasiswa (i) yang bersangkutan telah melakukan penelitian di PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jampue di Kabupaten Pinrang, mulai tanggal 09 November 2021 s.d tanggal 09 Desember 2021 dengan judul skripsi **“Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Pinrang”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan. Demikianlah penyampaian kami, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Pinrang, 09 Desember 2021


Annisha Resqia Masykur
NIK.P83481

Keterangan Wawancara

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aswar P.
Alamat : Bojo 1 Barru
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Jabatan : Satpam

Menerangkan bahwa


Nama : Aymam AL Qazzam
NIM : 16.2300.090
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar-benar telah memberikan keterangan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Pinrang"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Pinrang, 09 Desember 2021

Yang Bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayyub Pysduri
Alamat : BTN 3 Berlian pinrang
Jenis Kelamin : Laki - laki
Jabatan : Kasir

Menerangkan bahwa

Nama : Aymam AL Qazzam
NIM : 16.2300.090
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar-benar telah memberikan keterangan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Pinrang”

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Pinrang, 09 Desember 2021

Yang Bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ANNISHA RESQIA MASYKUR
Alamat : BTN . SEKKANG MAS
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Jabatan : PENGELOLA UNIT

Menerangkan bahwa

Nama : Aymam AL Qazzam
NIM : 16.2300.090
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar-benar telah memberikan keterangan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Pinrang”

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Pinrang, 09 Desember 2021

Yang Bersangkutan



ANNISHA RESQIA MASYKUR

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Supriadi
Alamat : Lerang-Lerang kec. Watang Sawitto
Jenis Kelamin : laki-laki
Jabatan : Sekuriti

Menerangkan bahwa

Nama : Aymam AL Qazzam
NIM : 16.2300.090
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar-benar telah memberikan keterangan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Pinrang"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Pinrang, 09 Desember 2021

Yang Bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : A. ASWAR
Alamat : DESA BOJO Kec. Mallusetani
Jenis Kelamin : Laki - laki
Jabatan : Security

Menerangkan bahwa

Nama : Aymam AL Qazzam
NIM : 16.2300.090
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar-benar telah memberikan keterangan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Pinrang"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Pinrang, 09 Desember 2021

Yang Bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hamzah Tiro
Alamat : Desa Maritenggae, kec. Suppa
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Jabatan : Security.

Menerangkan bahwa

Nama : Aymam AL Qazzam
NIM : 16.2300.090
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar-benar telah memberikan keterangan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Pinrang"

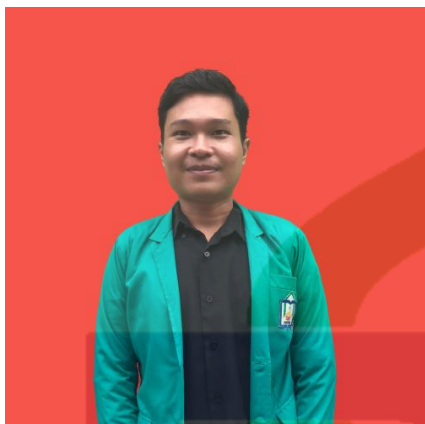
Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Pinrang, 09 Desember 2021
Yang Bersangkutan





RIWAYAT HIDUP PENULIS



Aymam AL Qazzam, lahir di Kota Parepare, Sulawesi Selatan Pada Tanggal 09 Desember 1998. Anak Bungsu dari 3 bersaudara dari pasangan suami istri Ayahanda Buniyamin dan Ibunda Munirah, S.Pd. Memulai pendidikan di bangku Sekolah Dasar Negeri (SDN) 12 Parepare, Kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 3 Parepare, Selanjutnya di Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 2 Parepare, Selanjurnya melanjutkan pendidikan strata (S1) pada tahun 2016 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Untuk memperoleh gelar sarjana (S.E), penulis menyelesaikan pendidikan sebagaimana mestinya dan mengajukan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul: “Analisis SWOT Terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Pinrang

