

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan pembelian maupun penjualan emas dengan fasilitas jual, beli, dan titipan (*murabahah-wadiah*) dengan harga yang terjangkau. Layanan ini diberikan untuk mempermudah masyarakat dalam berinvestasi emas. (<http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php>). Berdasarkan wawancara peneliti dengan pimpinan cabang Pegadaian Syariah Mlati yaitu Ibu Nurul Laili pada hari Sabtu, 4 November 2017 tabungan emas ini merupakan sarana investasi emas yang mudah dan murah yang bisa dilakukan oleh masyarakat dari berbagai kalangan tak terkecuali pelajar dan mahasiswa. Syarat yang mudah serta biaya yang murah menjadi keunggulan produk ini. Produk tabungan emas ini juga terdapat pada pegadaian konvensional dengan prosedur dan ketentuan-ketentuan yang sama, hanya saja pada sistem penyimpanan uangnya saja yang berbeda karena pada Pegadaian Konvensional uang disimpan pada Bank Konvensional.

Selain dalam rangka mengembangkan usaha diluar gadai sesuai dengan POJK tahun 2016 tentang pergadaian, produk tabungan emas ini hadir untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa Pegadaian Syariah ini *One Stop Service* yang berarti seluruh transaksi yang dibutuhkan masyarakat bisa dilakukan di Pegadaian Syariah. Bisa menggadaikan

(*rahn*), pembiayaan, menabung dan bahkan membayar tagihan listrik dan lain-lain. Selain itu dengan adanya produk tabungan emas juga akan menambah nilai *funding* Pegadaian Syariah sehingga memperkuat modal Pegadaian Syariah, karena uang yang masuk akan diputar oleh Pegadaian Syariah sehingga dapat memberikan keuntungan bagi Pegadaian Syariah.

Produk tabungan emas hadir tidak lepas pula dari pengaruh budaya yang ada dimana wanita gemar mengoleksi emas, meskipun emas yang disediakan oleh Pegadaian Syariah Mlati adalah emas batangan (bukan perhiasan yang dipakai) akan tetapi pada akhirnya jika memang emas batangan akan dibentuk menjadi perhiasan juga tetap bisa meskipun harus dilakukan di toko emas (bukan Pegadaian Syariah) oleh karena itu salah satu sasaran produk tabungan emas ini adalah wanita terutama ibu rumah tangga.

Keunggulan dari produk tabungan emas ini adalah pertama pembelian emas dengan harga terjangkau (mulai dari berat 0,0100 gram). Kedua, layanan petugas yang profesional. Ketiga, alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset. Keempat, mudah dan cepat dicairkan untuk memenuhi kebutuhan dana nasabah. Kelima, *top up* saldo tabungan emas dapat dilakukan secara online melalui beberapa chanel perbankan. Selain melalui beberapa chanel perbankan, *top up* tidak hanya dapat dilakukan di Pegadaian Syariah Mlati saja, akan tetapi juga dapat dilakukan melalui pegadaian syariah seluruh indonesia dengan menunjukkan nomer OTP kepada petugas pegadaian, hal ini tentu sangat memudahkan nasabah

dalam bertransaksi. (<http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php>)

Selain dapat melakukan transaksi di Pegadaian Syariah seluruh Indonesia, nasabah juga dapat bertransaksi (menabung) menggunakan ATM dan *Internet Banking* melalui bank-bank baik konvensional maupun syariah yang telah bekerjasama dengan Pegadaian Syariah. Bank-bank tersebut adalah BNI dan BNI Syariah, BRI dan BRI Syariah, serta Bank Mandiri dan Bank Syariah Mandiri. Masih terlibatnya Bank Konvensional karena nasabah Pegadaian Syariah terdiri dari berbagai macam kalangan yang masih banyak menggunakan Bank Konvensional sehingga ini dianggap untuk memudahkan transaksi nasabah. Meskipun saat ini Pegadaian Syariah bekerjasama dengan bank konvensional bukan berarti uang yang nasabah tabungan emas setorkan akan mengendap di bank konvensional tersebut, uang akan langsung ditarik oleh pihak Pegadaian Syariah dan uang akan diputar untuk memperkuat modal, apabila terdapat sisa maka uang yang terkumpul akan disimpan di BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri.

Prosedur untuk tabungan emas di Pegadaian Syariah Mlati adalah sebagai berikut :

- a. Membuka rekening Tabungan Emas di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Mlati dengan melampirkan fotocopy identitas diri (KTP/ SIM/ Passpor) yang masih berlaku.

- b. Mengisi formulir pembukaan rekening serta membayar biaya administrasi sebesar Rp. 10.000 dan biaya fasilitas titipan selama 12 bulan sebesar Rp. 30.000
- c. Proses pembelian emas dapat dilakukan dengan kelipatan 0.0100 gram dengan atau sebesar Rp. 5.920 untuk tanggal (06-10-2017), biasanya kantor-kantor cabang membulatkan menjadi Rp 6.000
- d. Apabila membutuhkan dana tunai, saldo titipan emas dapat dijual kembali (*buyback*) ke Pegadaian dengan minimal penjualan 1 gram dan akan menerima uang tunai sebesar Rp. 569.000 (Rp 5.690 per 0,0100 gram) untuk tanggal 06-10-2017
- e. Uang pembelian (yang ditabungkan) akan dikonversi menjadi jumlah gram emas sampai dengan 4 digit di belakang koma. Atas selisihnya dikelola sebagai Dana Kepedulian Sosial atau Dana Kebajikan Umat.
- f. Apabila menghendaki fisik emas batangan, dapat melakukan order cetak dengan membayar biaya cetak sesuai dengan kepingan yang dipilih.
- g. Minimal saldo rekening adalah 0,1000 gram
- h. Transaksi penjualan emas kepada Pegadaian dan pencetakan emas batangan, saat ini hanya dapat dilayani di Kantor Cabang tempat pembukaan rekening (Pegadaian Syariah Mlati) dengan menunjukan Buku Tabungan dan identitas diri yang asli.

Konsep dari tabungan emas adalah saat nasabah menabung dalam bentuk uang maka uang tersebut akan dikonversikan ke harga emas pada hari itu juga. Jadi yang dituliskan dalam buku rekening tabungan emas

bukanlah jumlah uang yang ditabungkan nasabah, tetapi jumlah satuan gram emas yang didapatkan dari uang yang ditabungkan. Simulasinya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 : Simulasi Tabungan Emas

No	Tanggal	Gram	Harga (rupiah)	Nominal (rupiah)	Tp	Saldo Nominal (rupiah)	Saldo Emas (gram)
1	13/10/17	-	0	6.000	K	6.000	0,0000
2	13/10/17	0,0100	5.960	5.960	D	40	0,0100
3	13/10/17	-	0	40	D	0	0,0100
4	13/10/17	-	0	948.000	K	948.000	0,0100
5	13/10/17	1,5960	5.960	947.998	D	2	1,6006
6	13/10/17	-	0	2	D	0	1,6006
7	04/11/17	-	0	50.000	K	50.000	1,6006
8	04/11/17	0,0843	5.930	49.990	D	10	1,6849
9	04/11/17	-	0	10	D	0	1,6849
10	21/11/17	-	0	20.000	K	20.000	1,6849
11	21/11/17	0,0340	5.870	19.958	D	42	1,7189
12	21/11/17	-	0	42	D	0	1,7189

Sumber : Data yang diolah dari buku tabungan emas nasabah

Sesuai dengan ketentuan prosedur tabungan emas apabila nasabah membutuhkan dana tunai, maka saldo titipan emas dapat dijual kembali (*buyback*) ke Pegadaian Syariah Mlati dengan minimal penjualan 1 gram

maupun dalam bentuk emas batangan (minimal 1 gram) dengan ketentuan harga cetak sebagai berikut :

Tabel 4.2 : Harga cetak emas batangan

No	Denominasi	Cetakan ANTAM	Cetakan UBS
1	Kepingan 1 Gram	Rp 85.000	Rp 40.000
2	Kepingan 2 Gram	Rp 86.000	Rp 66.000
3	Kepingan 5 Gram	Rp 127.000	Rp 83.000
4	Kepingan 10 Gram	Rp 177.000	Rp 111.000
5	Kepingan 25 Gram	Rp 245.000	Rp 178.000
6	Kepingan 50 Gram	Rp 516.000	Rp 301.000
7	Kepingan 100 Gram	Rp 632.000	Rp 507.000

Sumber : <http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php>

Untuk biaya transaksi tabungan emas Pegadaian Syariah Mlati juga menetapkan biaya sebagai berikut :

Tabel 4.3 : Biaya Transaksi Tabungan Emas

No	Transaksi	Biaya	Keterangan
1	Pembukaan Rekening	Rp. 10.000	Per Rekening Tabungan
2	Transfer Emas	Rp. 2.000	Per Transaksi
3	Pencetakan Rekening Koran	Rp 1.000	Per Lembar
4	Penggantian Buku Tabungan (Akibat Hilang/ Rusak)	Rp 10.000	Per Buku Tabungan

5	Penutupan Rekening	Rp 30.000	Per Rekening Tabungan
6	Denda Keterlambatan Pengambilan Emas Cetakan	Rp 20.000	Per Order Cetak. Per 30 Hari dan maks. Rp 250.000
7	Biaya Fasilitas Titipan Emas	Rp 2.500	Per Bulan

Sumber : <http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php>

Untuk pembatasan transaksi tabungan emas (per hari per nasabah)

Pegadaian Syariah Mlati juga menetapkan ketentuan sebagai berikut :

Tabel 4.4 : Pembatasan Transaksi Tabungan Emas

No	Transaksi	Minimal	Maksimal	Keterangan
1	Pemilik Rekening dapat membeli	0.01 gram	100 gram	per CIF
2	Pemilik Rekening dapat menjual	1 gram	100 gram	per CIF
3	Pemilik Rekening dapat mencetak	1 gram	100 gram	per CIF
4	Pemilik Rekening dapat mentransfer	1 gram	100 gram	per CIF
5	Saldo rekening	0.1 gram	-	per Rekening

Sumber : <http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php>

## B. Analisis Strategi Pemasaran

### 1. Analisis Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Keberhasilan suatu perusahaan diukur berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Strategi pemasaran yang Pegadaian Syariah Mlati lakukan dalam memasarkan produk Tabungan Emas adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, tempat atau saluran distribusi dan promosi. Bauran pemasaran (*marketing mix*) dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran. (Al Arif, 2010: 14). Untuk mengetahui seberapa jauh strategi pemasaran produk Tabungan Emas dari aspek bauran pemasaran (*marketing mix*) maka peneliti menganalisis strategi pemasaran dari masing-masing konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) tersebut.

#### a. Produk

Manusia memuaskan kebutuhan dan keinginan dengan produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Istilah produk mencakup barang fisik, jasa, dan berbagai sarana lain yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. (Al Arif, 2010: 8) Produk yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah Tabungan

Emas. Produk Tabungan Emas dikeluarkan oleh PT. Pegadaian sejak tahun 2016 dan saat ini sudah ada baik di Pegadaian Syariah maupun Pegadaian Konvensional. Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Mlati sesuai dengan penjelasan Bapak Dedy Kurniawan selaku Teller/Kasir Pegadaian Syariah Mlati adalah sebagai berikut :

*“Tabungan Emas itu adalah suatu produk menabung uang dengan akad jual, beli, dan titip yang nantinya ditujukan untuk kepemilikan emas yang dicetak dalam bentuk batangan. Emas tersebut nantinya juga akan dilengkapi oleh sertifikat yang menunjukkan bahwa emas tersebut merupakan emas asli yang dikeluarkan oleh PT ANTAM (Aneka Tambang) atau PT UBS (Untung Bersama Sejahtera), oleh karena itu emas yang di dapat dari Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Mlati ini dapat di perjual belikan juga di toko emas diluar .”*

Hal yang tidak jauh berbeda juga diungkapkan oleh Bapak Syarif As’ad SEI., MEI selaku pihak ahli bahwa “Tabungan emas ini merupakan tabungan atau simpanan yang sifatnya adalah investasi”, kemudian Bapak Nanang selaku nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Mlati juga mengungkapkan bahwa “Tabungan emas ini adalah investasi menabung untuk memiliki emas”. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti dapat mengatakan bahwa Produk Tabungan Emas merupakan sebuah investasi dengan fasilitas tabungan yang menggunakan akad *murabahah-wadiah* yang nantinya ditujukan untuk pembelian emas batangan.

Produk ini memiliki tujuan yang sama dengan produk cicil emas yang juga terdapat di Pegadaian Syariah maupun Bank Syariah yaitu sama-sama bertujuan untuk kepemilikan emas, namun

perbedaannya dengan produk cicil emas adalah produk ini tidak memerlukan uang muka dan tidak ditetapkan berapa jumlah angsuran yang harus dibayarkan setiap bulannya serta tidak dibatasi berapa lama waktu pembayaran. Emas yang akan didapatkan nantinya juga berupa emas resmi bersertifikat yang dikeluarkan baik perusahaan milik BUMN (Badan Usaha Milik Negara) maupun perusahaan milik swasta sehingga dapat diperjual belikan di toko emas dipasaran. Meskipun dapat diperjual belikan di toko emas dipasaran, akan tetapi terdapat sedikit kendala sesuai dengan penjelasan Bapak Dedy Kurniawan sebagai berikut :

*“Hanya saja terkadang tidak semua toko emas mau membeli emas tersebut, tetapi ini hanya masalah kebijakan saja, kan terkadang emas yang kita beli di toko X pun jika suatu saat kita jual kembali di toko X tersebut belum tentu tokonya mau menerima atau membeli kembali, mungkin karena surat belinya hilang atau apa tetapi kan tetap emas tersebut emas asli yang bisa saja dijual di tempat lain yang memiliki kebijakan berbeda.”*

Dari penjelasan tersebut menjelaskan bahwa tidak semua toko emas dapat menerima emas batangan dari Pegadaian Syariah Mlati, akan tetapi hal ini hanya terkait dengan kebijakan masing-masing toko saja. Secara keseluruhan mayoritas toko emas dapat menerimanya, hanya sebagian kecil saja yang tidak dapat menerima. Jadi nasabah tidak perlu khawatir akan hal tersebut.

Syarat untuk menjadi nasabah Produk Tabungan Emas ini juga cukup mudah seperti yang dijelaskan Bapak Dedy Kurniawan sebagai berikut :

*“Syarat untuk menjadi nasabah Tabungan Emas ini cukup mudah hanya dengan membawa kartu identitas seperti KTP/SIM/Passport yang masih berlaku. Sedangkan untuk yang belum memiliki kartu identitas tetap bisa menjadi nasabah Tabungan Emas ini dengan catatan harus dengan pendampingan orang tua yang sudah memiliki kartu identitas tersebut.”*

Hal yang tidak jauh berbeda juga diungkapkan oleh Bapak Nanang selaku nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Mlati “Syaratnya mudah saya hanya bawa KTP saja”. Dari penjelasan diatas diketahui bahwa syarat menjadi nasabah Tabungan Emas cukup mudah hanya dengan membawa kartu identitas yang masih berlaku saja. Akan tetapi karena sasaran dari Tabungan Emas ini juga meliputi pelajar, maka meskipun pelajar tersebut belum memiliki kartu identitas resmi seperti KTP/SIM/Passpor tetap bisa menjadi nasabah Tabungan Emas dengan catatan harus didampingi orang tua, jadi kartu identitas yang digunakan untuk mendaftar sebagai nasabah adalah kartu identitas milik orang tua pelajar tersebut, saat transaksi pun harus di dampingi oleh orang tua meskipun Tabungan Emas atas nama pelajar tersebut.

b. Harga

Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan nilai kegunaan. Nilai kegunaan mempunyai dampak langsung pada prestasi produk dan kepuasan pelanggan. Nilai dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara nilai yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk

tersebut. Nilai disini diartikan sebagai nominal (harga), yaitu harga dari produk itu sendiri. (Al Arif, 2010: 9) Harga menjadi salah satu faktor pertimbangan nasabah dalam memilih suatu produk, oleh karena itu faktor harga sangat dipertimbangkan oleh Pegadaian Syariah Mlati seperti yang dijelaskan oleh Bp Dedy Kurniawan selaku Teller/Kasir Pegadaian Syariah Mlati dalam wawancaranya dengan peneliti.

*“Dari segi harga, untuk harga emasnya sendiri relatif sama dengan harga emas yang beredar di pasaran untuk per gramnya. Hanya saja kelebihan kita adalah apabila beli emas dipasaran kan harus langsung banyak misal sekali beli bisa ratusan ribu atau jutaan sedangkan pada tabungan emas ini cukup menabung dengan minimal Rp 6.000 saja. Harga ini relatif lebih kecil dan ringan dibandingkan produk cicil emas yang harus membayar uang muka terlebih dahulu sebesar 15%-20%” dari total harga emas yang akan dibeli”*

Hal yang tidak jauh berbeda juga diungkapkan oleh Bapak Syarif As'ad SEI., MEI selaku pihak ahli bahwa “Harga yang ditawarkan relatif terjangkau, kalo dilihat dari segi harga maka ini masuk segmentasi-segmentasi menengah kebawah”, kemudian Bapak Nanang nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Mlati juga mengungkapkan bahwa “Setorannya murah mulai Rp 6000 saja sudah bisa, murah, tidak berat lah”. Dari penjelasan Bapak Dedy tersebut peneliti dapat mengatakan bahwa Produk Tabungan Emas ini unggul dari segi harga, karena harganya relatif murah hanya Rp 6.000 (dibulatkan) sehingga wajar jika sasaran dari produk ini dimulai dari kalangan pelajar yang mayoritasnya belum memiliki

penghasilan sendiri dan kebanyakan masih menyisihkan dari uang jajan yang diberikan oleh orang tua.

Selain pelajar, ibu rumah tangga juga dapat menabung dari sisa-sisa uang belanja mereka. Untuk mereka yang berpenghasilan rendah (masyarakat segmentasi menengah kebawah) juga dapat berpartisipasi dalam produk ini karena murah. Harga yang ditawarkan ini jauh lebih murah dibandingkan dengan cicil emas yang harus menggunakan uang muka atau membeli emas langsung di pasaran, sehingga masyarakat yang tidak memiliki kemampuan untuk membeli emas secara cicil dengan uang muka maupun langsung di pasaran tetap dapat memiliki emas nantinya dengan Produk Tabungan Emas ini.

c. Tempat

Pegadaian Syariah Mlati berada di Jalan Magelang KM 7,2 Nomor 197 lebih tepatnya berada di 150 meter utara Terminal Jombor dan 500 meter selatan lampu merah Deggung. Dilihat dari aspek strategi pemasaran, lokasi ini sudah cukup strategis sesuai dengan penjelasan Bapak Dedy Kurniawan selaku Teller/Kasir sebagai berikut :

*“Letak kantor Pegadaian Syariah Mlati ini bisa dibilang sudah cukup strategis ya, disekitar sini juga dekat dengan perkampungan padat penduduk, area pasar, perkantoran, dealer dan tempat-tempat usaha lain dimana disitu banyak warga dan tenaga kerjanya sehingga bisa kita jadikan sasaran atau target dari produk kita ini”*

Hal yang tidak jauh berbeda diungkapkan oleh Bapak Nanang selaku nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Mlati bahwa “Tempat ini sudah strategis karena dekat dengan tempat tinggal saya dan dipinggir jalan ramai ya”, akan tetapi hal ini tidak sesuai dengan yang diungkapkan oleh Bapak Syarif As’ad SEI., MEI sebagai berikut :

*“Kuncinya dalam pemasaran sekarang tidak hanya tempat saja, menurut saya marketing mix itu perlu, mana yang paling efektif itu yang digunakan ya, entah price nya, promotionnya, placenya, atau product nya yang mampu membackup satu dengan yang lainnya”*

Dari penjelasan tersebut peneliti dapat mengatakan bahwa tempat atau kantor Pegadaian Syariah Mlati sudah cukup strategis karena berada di tengah kota dan tepat dipinggir jalan raya yang kerap dilalui kendaraan sehingga sangat mudah untuk ditemukan. Selain itu juga berada dikawasan yang padat penduduk sehingga dapat memperluas sasaran untuk dijadikan nasabah Tabungan Emas. Keberadaannya yang juga dikelilingi oleh banyak perkantoran dan industri usaha juga semakin mempermudah Pegadaian Syariah Mlati dalam memasarkan produknya, karena sampai dengan saat ini banyak juga terdapat karyawan atau pegawai yang bekerja di instansi maupun industri sekitar Pegadaian Syariah Mlati yang sudah menjadi nasabah Tabungan Emas. Akan tetapi memang tempat yang strategis saja tidak cukup jika tidak dikombinasikan dengan faktor-faktor lain yang terdapat dalam sebuah strategi pemasaran.

d. Promosi

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberi tahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. (Al Arif, 2010: 16) Strategi promosi yang Pegadaian Syariah Mlati selama ini diterapkan sesuai dengan penjelasan Bapak Dedy Kurniawan selaku Teller/Kasir sebagai berikut :

*“Secara keseluruhan kan produk ini milik PT Pegadaian yang berarti produk ini ada diseluruh cabang milik PT Pegadaian baik konvensional maupun syariah. Jadi untuk promosi kita tidak selalu jalan sendiri. Contohnya saja dalam skala nasional PT Pegadaian sudah mempromosikan produk ini lewat televisi, radio, maupun media cetak.”*

*“Sedangkan yang Pegadaian Syariah Mlati sendiri lakukan untuk promosi adalah dengan cara membagikan brosur ditempat-tempat yang ramai atau membuka stand di acara-acara tertentu. Selain itu testimoni dari nasabah Tabungan Emas yang disampaikan kepada orang-orang diluar sana juga Pegadaian Syariah Mlati gunakan sebagai ajang promosi.”*

Menanggapi hal ini Bapak Syarif As’ad SEI., MEI selaku pihak ahli mengungkapkan bahwa :

*“Untuk promosi skala nasional untuk memposisikan diri dengan pemasaran bank itu mungkin nanti lah ya pada saatnya mereka bisa berkompetisi , tapi untuk saat ini saya kira masyarakat kita belum siap, karena domainnya atau cara pandangnya masyarakat investasi itu masih di bank sehingga walaupun pegadaian ingin melakukan berbagai strategi*

*promosi terhadap masyarakat ini perlu dipilah, dalam beberapa kategori.”*

Bapak Nanang selaku nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Mlati mengungkapkan hal berbeda pula bahwa “Kalau iklan Pegadaian di tv dan radio sudah pernah lihat tapi nggak tau ya itu iklan tabungan emas atau apa, kalau di koran pernah baca”.

Dari penjelasan tersebut peneliti dapat mengatakan bahwa dalam hal promosi, secara keseluruhan Pegadaian Syariah Mlati sudah cukup terbantu dengan adanya iklan yang PT Pegadaian lakukan baik lewat televisi, radio maupun media cetak mengingat Pegadaian Syariah Mlati merupakan cabang dari PT Pegadaian. Meskipun cara ini dianggap belum efektif karena masyarakat masih memerlukan adanya literasi atau pengetahuan bahwa Pegadaian bukan hanya sebagai tempat gadai (rahn) saja, tetapi juga tempat menabung atau investasi. Selain itu promosi oleh PT. Pegadaian secara nasional juga dirasa belum cukup bagi Pegadaian Syariah Mlati sendiri, sehingga diperlukan strategi promosi lain yang lebih tepat sasaran. Maksud dari tepat sasaran disini adalah dikarenakan letak Pegadaian Syariah Mlati ini berada di D.I.Yogyakarta maka Pegadaian Syariah Mlati fokus promosi di kalangan masyarakat D.I.Yogyakarta (terutama di lingkungan Pegadaian Syariah Mlati) untuk menjadi nasabah Tabungan Emas, namun tidak menutup

kemungkinan masyarakat di luar wilayah D.I.Yogyakarta juga turut menjadi nasabah Pegadaian Syariah Mlati.

Cara promosi yang Pegadaian Syariah Mlati lakukan diantaranya membagikan brosur, membuka stand dan juga testimoni dari nasabah. Untuk saat ini cara ini dianggap cukup efektif dalam menarik minat nasabah untuk menjadi nasabah Tabungan Emas.

## 2. Analisis Kendala-kendala Strategi Pemasaran

Dalam memasarkan Produk Tabungan Emas, Pegadaian Syariah tak lepas dari kendala-kendala yang dihadapi baik kendala internal maupun eksternal. Berikut adalah kendala-kendala yang dihadapi :

- a. Masih mengandalkan promosi oleh pusat PT Pegadaian dan juga Pegadaian Syariah Kusumanegara (sebagai Kantor Cabang Wilayah) karena keterbatasan jumlah karyawan. Saat ini terdapat 3 karyawan inti saja di Pegadaian Syariah Mlati.
- b. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu nasabah Tabungan Emas yaitu Bapak Nanang (Selasa, 9 Januari 2018) adalah sebagai berikut :

*“Saya sudah setahun nabung, tahu Tabungan Emas ini dari brosur yang dibawa istri saya, kebetulan saya orang dekat sini hanya orang Jombor, tapi mungkin sebaiknya perlu sosialisasi masuk kampung-kampung ya biar warga paham. Kan banyak yang tahu karena lihat brosur tapi banyak yang pada nggak ngerti”*

Berdasarkan hasil wawancara ini peneliti dapat mengatakan bahwa Pegadaian Syariah Mlati kurang melakukan sosialisasi atau edukasi kepada masyarakat sekitar mengenai apa Tabungan Emas

itu sendiri, apa manfaatnya, apa keuntungannya dan lain-lain sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengerti. Karena bagaimana suatu produk itu dapat dipasarkan sedangkan masih banyak masyarakat yang belum memahami tentang produk ini.

- c. Selain kurang sosialisasi, produk ini merupakan produk baru yang mulai ada di tahun 2016 sehingga masih banyak masyarakat yang masih asing dengan produk ini, ditambah lagi *mindset* masyarakat yang masih menganggap bahwa peadaian syariah hanyalah tempat gadai (*rahn*) saja, tidak ada produk tabungannya.
- d. Meskipun emas yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah Mlati merupakan emas asli dengan sertifikat resmi sehingga dapat diperjual belikan dipasaran, akan tetapi belum ada kerjasama resmi antara Pegadaian Syariah Mlati dengan toko-toko emas yang ada dipasaran, sehingga terkadang nasabah mendapat penolakan saat akan memperjual belikan emas nya dipasaran.

### C. Analisis SWOT

#### 1. Tabel IFAS dan Analisisnya

IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*) merupakan faktor strategis internal yang terdiri dari kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*) suatu perusahaan. Berikut adalah faktor strategis internal Pegadaian Syariah Mlati :

- a. Kekuatan (*Strenghts*)

- 1) Murah : Harga yang ditawarkan untuk memulai kepemilikan emas cukup murah yaitu minimal Rp 6.000 (dibulatkan) dan tidak perlu uang muka untuk mendapatkan saldo sebesar 0,0100 gram emas.
- 2) Mudah : Persyaratan untuk menjadi nasabah Tabungan Emas cukup mudah, hanya dengan membawa kartu identitas KTP/SIM/Passpor yang masih berlaku.
- 3) Mitra Bisnis : Pegadaian Syariah Mlati untuk saat ini bermitra dengan perusahaan milik BUMN yaitu PT ANTAM (Aneka Tambang) dan juga perusahaan swasta yaitu PT UBS (Untung Bersama Sejahtera) dalam pengadaan emas yang bersertifikat resmi, sehingga masyarakat tak perlu khawatir akan keaslian emas yang diperoleh dari hasil Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Mlati.
- 4) Emas dapat Diperjual Belikan di Pasaran : Karena emas yang dikeluarkan adalah emas bersertifikat resmi maka emas tersebut bisa diperjual belikan dipasaran, tidak harus di Pegadaian Syariah Mlati.
- 5) Tidak Tergerus Inflasi : Untuk investasi jangka panjang jelas emas merupakan investasi terbaik karena tidak akan tergerus oleh inflasi, semakin lama harga emas akan semakin tinggi.
- 6) Beramal : Dengan menjadi nasabah Tabungan Emas maka secara tidak langsung akan beramal juga, karena uang pembelian (yang

ditabungkan) akan dikonversi menjadi jumlah gram emas sampai dengan 4 digit di belakang koma. Atas selisihnya dikelola sebagai Dana Kepedulian Sosial atau Dana Kebajikan Umat.

b. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Kurang SDM : Saat ini Pegadaian Syariah Mlati masih mengandalkan promosi oleh pusat yaitu PT Pegadaian dan juga Pegadaian Syariah Kusumanegara sebagai Kanwil (Kantor Wilayah) karena keterbatasan jumlah karyawan. Saat ini terdapat 3 karyawan inti saja di Pegadaian Syariah Mlati.
- 2) Kurang Promosi : Meskipun saat ini Pegadaian Syariah Mlati telah tebantuh oleh PT Pegadaian dalam hal promosi akan tetapi promosi yang dilakukan PT Pegadaian tersebut masih bersifat umum yang ditujukan untuk seluruh kantor cabang PT Pegadaian se Indonesia sehingga masih kurang fokus dalam mempromosikan Produk Tabungan Emas yang ada di Pegadaian Syariah Mlati.
- 3) Kurang Sosialisasi : Pegadaian Syariah Mlati kurang melakukan sosialisasi atau edukasi kepada masyarakat sekitar mengenai apa Tabungan Emas itu sendiri sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengerti. Karena bagaimana suatu produk itu dapat dipasarkan sedangkan masih banyak masyarakat yang belum memahami tentang produk ini.

- 4) Masih Dalam Perkembangan : Produk Tabunga Emas memang produk yang baru ada sejak tahun 2016, jadi produk ini masih tergolong produk baru
- 5) Belum Ada Kerjasama Resmi Dengan Toko Emas : Meskipun dapat diperjualbelikan dipasaran akan tetapi belum semua toko emas dapat menerima, hal ini hanya terkait dengan kebijakan masing-masing toko emas saja, tetapi intinya emas yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah Mlati merupakan emas asli yang dibuktikan dengan adanya sertifikat resmi.

Tabel 4.5 : Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*)

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Terbobot</b>
<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>) :</b>			
1. Murah	0,15	5	0,75
2. Mudah	0,10	4	0,40
3. Mitra Bisnis	0,10	3	0,30
4. Emas Dapat Diperjual Belikan di Pasaran	0,10	3	0,30
5. Tidak Tergerus Inflasi	0,05	3	0,15
6. Beramal	0,05	2	0,10
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>) :</b>			
1. Kurang Promosi	0,15	4	0,60
2. Kurang Sosialisasi	0,10	2	0,20

3. Kurang SDM	0,10	2	0,20
4. Masih Dalam Perkembangan	0,05	2	0,10
5. Belum Ada Kerjasama Resmi Dengan Toko Emas	0,05	2	0,10
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3,20</b>

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Summary*) digunakan untuk mengatur faktor-faktor strategis ke dalam kategori-kategori kekuatan dan kelemahan. Berdasarkan hasil analisis tabel IFAS diatas, bobot diberikan berdasarkan faktor-faktor yang memiliki kemungkinan mempengaruhi posisi strategis Pegadaian Syariah Mlati sesuai dengan kriteria yang dipandang penting bagi Pegadaian Syariah Mlati. Bobot yang diberikan disesuaikan oleh peneliti agar total bobot pada akhirnya 1.00 (sesuai dengan aturan yang ada) berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber-narasumber yang ada dan diskusi yang dilakukan dengan pihak Pegadaian Syariah Mlati. Bobot yang diberikan dari rentang 0.0 yang berarti tidak penting sampai dengan 1.0 yang berarti paling penting.

Sedangkan untuk peringkat diberikan berdasarkan seberapa baik respon (cara mengatasi) Pegadaian Syariah Mlati saat ini terhadap faktor-faktor strategis internal tersebut. Rating yang diberikan dari rentang 1 yang berarti jelek sampai dengan 5 yang berarti hebat. Peringkat setiap

faktor pada tabel IFAS diatas menunjukkan rating yang bermacam-macam mulai dari 2 yang berarti dibawah rata-rata, 3 yang berarti rata-rata, 4 yang berarti diatas rata-rata dan 5 yang berarti sangat baik. Skor total terbobot menunjukkan angka 3,20 yang berarti menunjukkan bahwa manajemen sudah cukup baik (rata-rata) menanggapi faktor-faktor strategi internal yang ada dalam hal tingkat pentingnya faktor tersebut bagi Pegadaian Syariah Mlati.

## 2. Tabel EFAS dan Analisisnya

EFAS (*External Strategic Factors Summary*) merupakan faktor strategis eksternal yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Berikut adalah faktor strategis eksternal Pegadaian Syariah Mlati :

### a. Peluang (*Opportunity*)

- 1) Tempat strategis : Letak kantor Pegadaian Syariah Mlati yang berada di tengah kota dan tepat dipinggir jalan raya sehingga sangat mudah untuk ditemukan. Selain itu juga berada dikawasan yang padat penduduk dan dikelilingi oleh banyak perkantoran dan industri usaha sehingga dapat memperluas sasaran untuk dijadikan nasabah Tabungan Emas.
- 2) *Testimony* Nasabah : Nasabah Produk Tabungan Emas biasanya menceritakan kepada orang sekitar mengenai produk ini, hal ini seperti yang diungkapkan oleh salah satu nasabah yaitu Bapak Nanang (Selasa, 9 Januari 2018) sebagai berikut :

*“Ada beberapa tetangga saya yang ikut nabung juga disini setelah saya ceritain, mereka yang awalnya tidak tahu ya jadi tahu dan ikutan. Kan dulunya saya ikut nabung ini juga karna istri saya duluan yang sering kesini”*

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Nanang peneliti dapat mengatakan bahwa nasabah juga ikut berperan penting dalam memasarkan produk Tabungan Emas ini. Mereka yang sudah merasakan manfaatnya akan berbagi informasi kepada orang-orang terdekat sehingga orang-orang terdekat tersebut ikut terpengaruh untuk menjadi nasabah. Hal ini juga telah dikonfirmasi oleh Bapak Dedy selaku Teller Pegadaian Syariah Mlati berdasarkan wawancara (Selasa, 9 Januari 2018) sebagai berikut :

*“Kami juga cukup terbantu dengan testimony dari nasabah sendiri, karena kebanyakan nasabah itu datang dari orang-orang terdekat nasabah yang sudah terlebih dahulu menjadi nasabah Tabungan Emas. Mereka bercerita dan akhirnya yang mendengar cerita menjadi tahu dan tertarik”*

- 3) Bantuan Promosi : Promosi yang dilakukan PT Pegadaian di televisi, radio, maupun media cetak seperti koran sangat membantu Pegadaian Syariah Mlati dalam memasarkan produk Tabungan Emas. Selain itu juga menekan biaya promosi Pegadaian Syariah Mlati , karena biaya iklan sudah ditanggung oleh PT Pegadaian.
- b. Ancaman (*Threats*)
- 1) Banyaknya Kompetitor : Pegadaian Syariah Mlati harus bersaing ketat dengan pegadaian-pegadian lainnya yang memiliki produk

yang sama yaitu Tabungan Emas dan berada di wilayah yang sama yaitu D.I.Yogyakarta karena mengingat cabang dari PT Pegadaian memang banyak jumlahnya di wilayah D.I.Yogyakarta ini

- 2) *Mindset* Masyarakat : Sebagian besar masyarakat masih beranggapan bahwa Pegadaian Syariah hanya sebagai tempat gadai (*rahn*) saja.
- 3) Kurang Pemahaman : Banyak masyarakat yang masih beranggapan bahwa menabung emas masih sama dengan menabung uang. Jika mereka menabung Rp 1.000.000 maka saat itu juga bisa diambil Rp 1.000.000, padahal sistem Tabungan Emas tidak seperti itu tetapi uang tersebut akan dikonversikan kedalam jumlah gram emas (sesuai dengan harga emas pada saat itu) dan apabila akan mengambil tabungannya sistemnya adalah sama dengan menjual gram emas yang terdapat di saldo yang juga disesuaikan dengan harga saat itu (saat menjual).

Tabel 4.6 : Tabel EFAS (*External Strategic Factors Summary*)

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Terbobot</b>
Peluang ( <i>Opportunity</i> ) :			
1. Tempat Strategis	0,25	4	1,00
2. <i>Testimony</i> Nasabah	0,20	4	0,80
3. Bantuan Promosi	0,20	3	0,60

Ancaman ( <i>Threats</i> ) :			
1. Banyak Kompetitor	0,13	5	0,65
2. <i>Mindset</i> Masyarakat	0,12	3	0,36
3. Kurang Pemahaman Masyarakat	0,10	3	0,30
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3,71</b>

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Tabel EFAS (*External Strategic Factors Summary*) digunakan untuk mengorganisir faktor-faktor strategis eksternal kedalam kategori-kategori yang diterima secara umum mengenai peluang dan ancaman. Hasil analisis tabel EFAS diatas yaitu bobot diberikan berdasarkan faktor-faktor yang memiliki kemungkinan mempengaruhi posisi strategis Pegadaian Syariah Mlati yang disesuaikan oleh peneliti agar total bobot pada akhirnya 1.00 (sesuai dengan aturan yang ada) berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber-narasumber yang ada dan diskusi yang dilakukan dengan pihak Pegadaian Syariah Mlati.

Bobot yang diberikan dari rentang 0.0 yang berarti tidak penting sampai dengan 1.0 yang berarti paling penting. Sedangkan untuk peringkat diberikan berdasarkan seberapa baik respon (cara mengatasi) Pegadaian Syariah Mlati saat ini terhadap faktor-faktor strategis eksternal tersebut. Rating yang diberikan dari rentang 1 yang berarti jelek sampai dengan 5 yang berarti hebat. Rata-rata peringkat setiap faktor pada tabel EFAS diatas menunjukkan rating 3 yang berarti rata-rata, 4

yang berarti di atas rata-rata, dan 5 yang berarti hebat. Skor total terbobot menunjukkan angka 3,71 yang berarti menunjukkan bahwa manajemen sudah cukup baik (rata-rata) menanggapi faktor-faktor strategi eksternal yang ada dalam hal tingkat pentingnya faktor tersebut bagi Pegadaian Syariah Mlati

### 3. Tabel SFAS dan Analisisnya

SFAS (*Strategic Factors Analysis Summary*) merupakan ringkasan analisis faktor-faktor strategi internal dan eksternal suatu perusahaan. Tabel dibawah merupakan kumpulan dari faktor-faktor internal dan eksternal yang dipadatkan dan diringkas menjadi 7 faktor yang dianggap paling penting dalam menganalisis situasi perusahaan.

Tabel 4.7 : Tabel SFAS (*Strategic Factors Analysis Summary*)

1	2	3	4	5		
Faktor Strategis Kunci	Bobot	Peringkat	Skor Terbobot	Durasi		
				Pj	Mg	Pk
1. Murah	0,15	5	0,75			
2. Mudah	0,10	4	0,40		X	
3. Kurang Promosi	0,15	4	0,60		X	
4. Kurang Sosialisasi	0,10	2	0,20		X	
5. Tempat Strategis	0,25	4	1,00		X	

6. Banyak Kompetitor	0,13	5	0,65		X	
7. Mindset Masyarakat	0,12	3	0,36		X	
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3,96</b>			

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Berdasarkan hasil analisis situasi pada tabel diatas, diperoleh angka 3,96 pada total kolom skor terbobot, hal ini berarti Pegadaian Syariah dianggap sudah cukup baik (berdasarkan rating 1-5) dalam menanggapi faktor-faktor strategi kunci yang ada dalam hal tingkat pentingnya faktor tersebut bagi Pegadaian Syariah Mlati dimana angka 3 sudah menunjukkan arti rata-rata mendekati angka 4 yang berarti di atas rata-rata dalam menghadapi atau menanggapi situasi perusahaan yang ada. Sedangkan kolom durasi pada seluruh faktor strategis kunci pada tabel SFAS berada pada durasi menengah yang berarti sudah diatasi atau ditanggapi selama durasi waktu 1-3 tahun, hal ini karena memang produk Tabungan Emas ini baru ada sejak tahun 2016 yang berarti baru 2 tahun dari sekarang. Hanya saja kendala terbesar Pegadaian Syariah Mlati terletak pada terbatasnya jumlah SDM karena hanya terdapat 3 karyawan inti saja tanpa adanya marketing khusus sehingga pemasaran produk tabungan emas kurang maksimal.

#### 4. Matrix SWOT dan Analisisnya

Setelah menganalisis situasi perusahaan, maka selanjutnya adalah mengidentifikasi cara-cara alternatif sehingga organisasi dapat menggunakan kekuatan-kekuatan khususnya untuk menggunakan kesempatan atas peluang-peluang atau untuk menghindari ancaman-ancaman, dan mengatasi kelemahan-kelemahannya dengan menyusun matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) sebagai berikut :

Gambar 4.1 : Matrix SWOT

	<b>Kekuatan (S)</b> 1. Murah 2. Mudah 3. Mitra Bisnis 4. Emas Dapat Diperjual Belikan di Pasaran 5. Tidak Tergerus Inflasi 6. Beramal	<b>Kelemahan (W)</b> 1. Kurang Promosi 2. Kurang Sosialisasi 3. Kurang SDM 4. Masih Dalam Perkembangan 5. Belum Ada Kerjasama Resmi Dengan Toko Emas
<b>Peluang (O)</b> 1. Tempat Strategis	Strategi SO 1. Mengembangkan Produk	Strategi WO 1. Menambah Jumlah Pegawai

2. <i>Testimony</i> Nasabah	2. Mempertahankan Kualitas	2. Memberikan Pelatihan/Seminar Untuk Meningkatkan Kompetensi Pegawai
3. Bantuan Promosi	3. Meningkatkan Pelayanan 4. Mengutamakan Kepuasan Nasabah	3. Menggencarkan Promosi lewat sosial media
<b>Ancaman (T)</b>	Strategi ST	Strategi WT
1. Banyak Kompetitor	1. Menggunakan strategi jemput bola	1. Edukasi Berupa Penyuluhan Kepada Masyarakat yang Menjadi Sasaran
2. <i>Mindset</i> Masyarakat	2. Memberikan <i>gift</i> untuk nasabah	2. Bekerjasama Secara Resmi dengan Toko Emas di Pasaran
3. Kurang Pemahaman Masyarakat		

Sumber : Data yang Sudah Diolah

Berdasarkan pendekatan tersebut, kemungkinan-kemungkinan yang dapat Pegadaian Syariah Mlati lakukan dalam menentukan strategi pemasaran Produk Tabungan Emas adalah sebagai berikut.

- a. Menghasilkan strategi SO dengan menggunakan kekuatan-kekuatan yang dimiliki untuk mengambil manfaat dari peluang-peluang yang ada, yaitu dengan cara :
  - 1) Mengembangkan produk yang sudah ada sesuai dengan permintaan pasar tetapi tetap dengan mempertahankan kualitas yang sudah ada.
  - 2) Meningkatkan kualitas pelayanan dengan mengutamakan kepuasan nasabah
- b. Menghasilkan strategi ST dengan mempertimbangkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman-ancaman yang ada, yaitu dengan cara :
  - 1) Menerapkan sistem jemput bola dimana petugas yang akan mengambil setiap tabungan nasabah sesuai waktu yang telah disepakati sehingga nasabah tidak perlu datang ke kantor dan nasabah juga akan menjadi lebih rutin dan teratur dalam menabung.
  - 2) Memberikan *gift* (hadiah) kepada nasabah yang membuka rekening baru untuk menambah minat masyarakat menjadi nasabah tabungan emas
- c. Menghasilkan strategi WO dengan mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang ada dengan mengatasi berbagai kelemahan-kelemahan yang ada, yaitu dengan cara :
  - 1) Menambah jumlah serta kualitas SDM yang mumpuni dalam bidang marketing untuk mengencarkan promosi Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Mlati

- 2) Lebih mengencarkan lagi promosi yang sudah dilakukan, serta lebih berinovasi dalam melakukan promosi, contohnya saja di era digital ini Pegadaian Syariah Mlati dapat promosi melalui sosial media seperti instagram maupun youtube.
- d. Menghasilkan strategi WT sebagai strategi defensif dengan meminimisasi kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman-ancaman, yaitu dengan cara :
- 1) Meningkatkan pemahaman dan memberikan edukasi kepada masyarakat yang menjadi sasaran Produk Tabungan Emas dengan cara sosialisasi masuk ke kampung-kampung, sekolah-sekolah, maupun instansi-instansi dan industri-industri yang berada di sekitar Pegadaian Syariah Mlati yang menjadi sasaran.
  - 2) Menambah mitra kerja misalkan bekerjasama secara resmi dengan toko emas di pasaran untuk transaksi jual beli emas guna memudahkan nasabah jika ingin menjual kembali emasnya di toko emas pasaran.