

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN *MARKET SHARE*
PEGADAIAN SYARIAH CABANG LUWU**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

KASMIA

19 0402 0094

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

**ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN *MARKET SHARE*
PEGADAIAN SYARIAH CABANG LUWU**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

KASMIA

19 0402 0094

Dosen Pembimbing:

Zainuddin S, S.E., M.Ak.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kasmia
Nim 19 0402 0094
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

- a) Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri,
- b) Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrasi atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 17 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan,



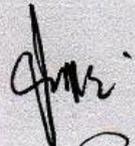
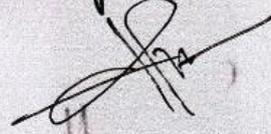
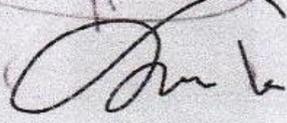
Kasmia
NIM. 1904020094

HALAMAN PENGESAHAN

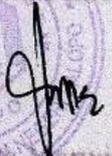
Skripsi berjudul Analisis Strategi Peningkatan *Market Share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu yang ditulis oleh Kasmia Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0402 0094, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 18 Desember 2023 Miladiyah bertepatan dengan 5 Jumadil Awal 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 21 Desember 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc. | Penguji I | () |
| 4. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M. | Penguji II | () |
| 5. Zaimuddin S. S.E., M.Ak. | Pembimbing | () |

Mengetahui:


Kasmia, S.H.I., M.H.I.
NIP. 19820124 200901 2 006


Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M.
NIP. 19871207 201903 1 005

sadar tidak akan mampu membalas semua jasa yang diberikan, hanya doa yang dapat penulis berikan kepada mereka semoga senantiasa berada dalam rahmat dan lindungan Allah SWT.

Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abbas Langaji, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. Munir Yusuf, M.Pd. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menuntut ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj Anita Marwing, S.HI., M.HI., Wakil Dekan Bidang Akademik Dr. Fasiha, S.EI., M.EI. Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Muhammad Ilyas, S.Ag. M.A yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ketua Prodi Perbankan Syariah IAIN Palopo, Edi Indra Setiawan, S.E., M.M., beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Pembimbing utama, Zainuddin S, S.E., M.Ak., yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi ini.

5. Penguji I sekaligus Dosen Penasihat Akademik, Ibu Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc., yang telah memberikan kritikan serta arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi.
6. Penguji II, Bapak Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M., yang telah banyak memberi arahan serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Abu Bakar, S.Pd., M.Pd beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literature untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu kelancaran pengurusan berkas-berkas ini hingga penulis meraih gelar S.E.
9. Semua saudara dan saudari, sepupu-sepupu, tante dan seluruh keluarga penulis yang selama ini membantu dan mendoakan penulis dalam proses penyelesaian studi.
10. Teruntuk sahabat sekaligus saudari bagi penulis Nurhalisa dan ArumDhani yang selalu setia memberikan semangat, doa, motivasi, dan setia mendengar keluh kesah yang baik bagi penulis. Semoga sukses dan mencapai semua keinginan bersama dikemudian hari.
11. Kepada seperjuangan penulis yang telah setia kebersamai dan mendukung satu sama lain selama penyusunan skripsi, Andi Khadijah Mauliana S Mallewai dan Pitra yang selalu ada ketika penulis membutuhkan bantuan,

sahabat-sahabat saya Ulul Azmi, Dewi Sri, Repi, Nurul Fadila, Abdul Wahid dan Sri Wahyuni yang selalu setia memberi support, mendengarkan keluhan dan penyemangat yang baik bagi penulis dan semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2019 (khususnya kelas PBS C), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

12. Dan pihak-pihak lain yang tidak sempat disebutkan satu per satu.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat dan semoga Allah SWT. menuntun ke arah yang benar dan lurus.

Palopo, 17 Agustus 2023

Kasmia

PEDOMAN TRANSILITERASI ARAB DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	Koma terbalik diatas
غ	Ga	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha

ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya, tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti halnya vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, maka transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dhammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf. Transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفِي : *kaifa* bukan *kayfa*

هَوَلٍ : *hauila* bukan *hawla*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... ا... ي	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
ي	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
و	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَات : *mâta*

رَمَى : *ramâ*

يَامُتُوت : *yamûtu*

4. Ta Marbûtah

Transliterasi untuk *ta marbûtah* ada dua, yaitu *ta marbûtah* yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah* dan *dhammah*, transliterasinya adalah (t). Sedangkan *ta marbûtah* yang mati atau mendapat *harakat sukun*, transliterasinya adalah (h).

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbûtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbûtah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-afâl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madânah al-fâḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (*Tasydid*)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), maka dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbnā*

نَجَّيْنَا : najjainā

الْحَقُّ : al-ḥaqq

الْحَجُّ : al-ḥajj

نُعْمٌ : nu'ima

عُدْوٌ : 'aduwwun

Jika huruf *ع* bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (*هـ*), maka ditransliterasikan seperti huruf *maddah* (â).

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَسِيٌّ : 'Arasi (bukan 'Arasiyy atau 'Arasy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ا ل م* (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

السُّنُّ : al-syamsu (bukan asy-syamsu)

الْمَزَلَّةُ : al-zalزالah (bukan az-zalزالah)

شَّةُ

ز

وُ

ل

الْفَلْسَفَةُ : al-falsafah

الْبِلَادُ : al-bilādu

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi *apostrof* (') hanya berlaku bagi

huruf *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila huruf *hamzah* terletak di awal kata, maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*.

Contoh:

تَامُرُونَا : *ta'murūna*

اَلنَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

اُمُورٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab Yang Lazim Digunakan Dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'an*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'in al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafaz Aljalâlah

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍâf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullah*

بِاللَّهِ : *billâh*

Adapun *ta marbûtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalâlah*, ditransliterasi dengan huruf (t).

Contoh:

هُمٌ فِي رَحْمَتِ اللَّهِ : *hum fī rahmatillâh*

مَنْ عَمِلَ سَيِّئًا

عَمِلَ سَيِّئًا

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi ‘a linnasi lallazi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramadan al-laz\i unzila fih al-Qur’an

Naşr al-Din al-Tūsi Naşr Hāmid Abū Zayd

Al- Tūfi

Al-Maşlahah fi al-Tasyri’ al-Islāmi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu> (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Naşr Hamid (bukan: Zaid, Naşr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swf. = subhānahū wa ta’ālā

saw. = allallāhu ‘alaihi wa sallam

a.s.	= alaihi al-salam
Q.S.	= Qur'an, Surah
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafat tahun
QS...: 4	= QS Ali 'Imran/3: 4.
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR AYAT	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	9
B. Deskripsi Teori	12
C. Kerangka Pikir.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	25
B. Fokus Penelitian	25
C. Subjek Penelitian	25
D. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
E. Definisi Istilah	26
F. Data dan Sumber Data	27
G. Instrument Penelitian	28
H. Teknik Pengumpulan Data.....	28
I. Pemeriksaan Keabsahan Data	29
J. Teknik Analisis Data	30
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	32
A. Deskripsi Data	32
B. Hasil Penelitian.....	36
C. Pembahasan.....	54
BAB V PENUTUP	62
A. Simpulan	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA65
LAMPIRAN67

DAFTAR AYAT

Kutipan ayat 1 QS. Al-Baqarah ayat 283.....	16
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market Share Perbankan Syariah Dan Pegadaian Syariah.....	2
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Luwu 2019-2022.....	3
Tabel 2.1 Matriks SWOT	22
Tabel 4.1 Faktor-Faktor Analisis SWOT	44
Tabel 4.2 Matriks IFAS Strategi pada PT Pegadaian Syariah Cabang Luwu	51
Tabel 4.3 Matriks EFAS Strategi pada PT Pegadaian Syariah Cabang Luwu	52
Tabel 4.5 Matriks SWOT	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	23
Gambar 4.1 Struktur Pegadaian Syariah Cabang Luwu.....	35
Gambar 4.4 Diagram Analisis Swot Pegadaian Syariah Cabang Luwu	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	68
Lampiran 2 Surat Keterangan Wawancara.....	70
Lampiran 3 Dokumentasi	75
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian	85
Lampiran 5 Riwayat Hidup	86

ABSTRAK

KASMIA, 2023. “*Analisis Strategi Peningkatan Market Share Pegadaian Syariah Cabang Luwu*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Zainuddin S, S.E., M.Ak.

Penelitian ini membahas tentang Strategi Peningkatan *Market Share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Strenghts, Weakness, Opportunity, dan Threats* peningkatan *market share* Pegadaian Syariah cabang Luwu. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data yang menggunakan wawancara. Teknik Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1). PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu memiliki Kekuatan (*Strengths*), seperti kualitas pelayanan yang baik, produk pembiayaan sesuai dengan Syariat Islam, harga yang terjangkau oleh berbagai kalangan, lokasi yang strategis, persyaratan yang mudah dan aman, serta kemampuan untuk menjangkau masyarakat kecil yang tidak dapat dijangkau oleh perbankan konvensional, merupakan aset internal yang memberikan keunggulan kompetitif. (2). Kelemahan (*Weaknesses*) dari PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu mencakup kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk pembiayaan Pegadaian Syariah, persaingan dengan produk yang serupa dari pesaing, dan ketidakmerataan pemasaran di daerah terpencil di wilayah Kabupaten Luwu. (3). PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu memiliki peluang (*Opportunity*), seperti kebutuhan masyarakat Palopo akan produk pembiayaan, perkembangan teknologi, dan potensi peningkatan penjualan produk melalui strategi promosi dan pemasaran. Dengan memanfaatkan peluang ini, Pegadaian Syariah dapat memperluas pangsa pasar mereka dan mendukung inklusi keuangan yang lebih luas, sambil meningkatkan pertumbuhan bisnis mereka. (4). Ancaman terhadap peningkatan *Market Share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu mencakup beberapa faktor yang meliputi persepsi masyarakat yang salah terhadap produk pembiayaan syariah, kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah, dan semakin banyaknya lembaga keuangan pesaing di sekitar lokasi Pegadaian Syariah Cabang Luwu.

Kata kunci: *Market Share*, Pegadaian Syariah, Strategi, SWOT

ABSTRACT

KASMIA, 2023. *"Strategy Analysis for Increasing Market Share of Sharia Pawnshop Luwu Branch". Sharia Banking Study Program Thesis, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Zainuddin S, S.E., M.Ak.*

This research discusses the Strategy for Increasing the Market Share of the Luwu Branch Sharia Pegadaian. This research aims to find out how the Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats increase the market share of the Luwu branch of Pegadaian Syariah. This type of research is qualitative research with data collection methods using interviews. The analysis technique used in this research is the SWOT analysis technique. The results of this research show that (1). PT. Pegadaian Syariah Luwu Branch has Strengths, such as good service quality, financing products in accordance with Islamic Sharia, prices that are affordable for various groups, strategic location, easy and safe requirements, as well as the ability to reach small communities that cannot be reached by conventional banking, which are internal assets. which provides a competitive advantage. (2). Weaknesses of PT. Pegadaian Syariah Luwu Branch includes a lack of public knowledge about Pegadaian Syariah financing products, competition with similar products from competitors, and marketing inequality in remote areas in the Luwu Regency area. (3). PT. Pegadaian Syariah Luwu Branch has opportunities, such as the Palopo community's need for financing products, technological development, and the potential to increase product sales through promotional and marketing strategies. By taking advantage of this opportunity, Pegadaian Syariah can expand their market share and support wider financial inclusion, while increasing their business growth. (4). Threats to increasing the Market Share of Pegadaian Syariah Luwu Branch include several factors which include the public's wrong perception of sharia financing products, lack of public trust in sharia financial institutions, and the increasing number of competing financial institutions around the location of Pegadaian Syariah Luwu Branch.

Keywords: *Market Share, Pegadaian Syariah, Strategy, SWOT*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan sistem keuangan syariah ditandai dengan didirikannya berbagai lembaga keuangan syariah dan diterbitkannya berbagai instrumen keuangan berbasis syariah. Lembaga keuangan syariah secara esensial berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, baik dalam tujuan, mekanisme, kekuasaan, ruang lingkup, serta tanggung jawabnya. Setiap institusi dalam lembaga keuangan syariah menjadi bagian integral dari sistem keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah bertujuan membantu mencapai tujuan sosial-ekonomi masyarakat Islam (Hamida *et al.*, 2023; Jabani *et al.*, 2021; Setiawan *et al.*, 2020).

Pegadaian merupakan salah satu solusi bagi masyarakat, ketika seseorang membutuhkan dana dalam kondisi yang mendesak dan cepat, sedangkan yang bersangkutan tidak memiliki dana cash atau tabungan maka pendanaan pihak ketiga menjadi alternatif pemecahannya. Saat mengakses jasa perbankan bagi beberapa masyarakat akan menghadapi administrasi dan persyaratan yang rumit, sehingga sebagian orang akan datang pada rentenir, meski dengan bunga yang cukup tinggi.¹

Semakin berkembangnya lembaga keuangan syariah diiringi semakin tinggi pula tingkat persaingan antar lembaga syariah. Otoritas Jasa Keuangan

¹ Luluk Wahyu Roficoh, Mohammad Ghazali, *Aplikasi Akad Rhan pada Pegadaian Syariah*, Jurnal Masharif Al-Syariah : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, Vol 3, No 2, 2018, hal 27.

(OJK) menyebut perkembangan industri perbankan syariah semakin cepat. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya jumlah lembaga keuangan syariah. Kondisi ini berbanding lurus dengan kegiatan usaha keuangan syariah yang juga semakin berkembang pesat, khususnya Perbankan Syariah dan Pegadaian Syariah. Lebih lanjut, perkembangan *Market Share* Perbankan Syariah dan Pegadaian Syariah di Indonesia dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1.1 *Market Share* Perbankan Syariah Dan Pegadaian Syariah Tahun 2019-2022

No.	Lembaga Keuangan Syariah	Market Share			
		2019	2020	2021	2022
1.	Perbankan Syariah	5,95%	6,24%	6,24%	7,09%
2.	Pegadaian Syariah	11,25%	10,67%	8,68%	14,80%

Sumber ; Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia

Dominasi perbankan dalam menawarkan produk membangun stigma dalam masyarakat akan penyediaan produk pembiayaan dalam memenuhi kebutuhan pendanaan, sementara di lain sisi terdapat lembaga syariah yang menawarkan berbagai kemudahan kepada calon nasabah dimana kegiatan utamanya berfokus pada penyelesaian permasalahan pendanaan yaitu Pegadaian Syariah dengan menyediakan berbagai produk pembiayaan yang memberikan manfaat bagi masyarakat dengan menghindari larangan bertransaksi berdasarkan syariat Islam.

Timbulnya tingkat persaingan antar lembaga keuangan syariah yang semakin tinggi memicu lembaga keuangan untuk semakin mengembangkan strategi dalam menguasai *market share* agar dapat bertahan dan berkembang di

tengah-tengah pesaing pada pasar yang sama. Strategi *market share* yang baik dapat menjadi acuan bagi para pelaku bisnis khususnya pada lembaga keuangan, pegadaian syariah sangat penting bagi masyarakat dalam rangka memilih produk pendanaan yang sesuai dengan kebutuhannya.

Besarnya permintaan warga masyarakat terhadap jasa Perum. Pegadaian membuat lembaga-lembaga keuangan syariah juga melirik kepada sektor pegadaian, sektor yang dapat dikatakan sedikit tertinggal dari sekian banyak lembaga keuangan syariah lainnya. Padahal dalam diskursus ekonomi Islam, pegadaian juga merupakan salah satu praktik transaksi sosial dan keuangan yang pernah dipraktikkan pada masa Nabi Muhammad SAW. yang amat menjanjikan mengayomi perekonomian rakyat untuk dikembangkan.²

PT Pegadaian Syariah Mencatatkan pertumbuhan nasabah ditahun 2019 adalah 13,8 juta orang kemudian meningkat sebesar 21,4% dari 15 juta orang pada 30 Juni 2020 menjadi 18 juta orang pada Juni 2021. Hal ini membuktikan bahwa pegadaian telah mencapai kinerja yang positif dan mengalami peningkatan yang sangat baik. Dari hasil observasi di Pegadaian Syariah Cabang Luwu, diperoleh data dari nasabah Pegadaian Syariah, sebagai berikut:

Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Luwu tahun 2019-2022

Tahun	Jumlah nasabah
2019	4.625
2020	5.260
2021	5.580
2022	5.808

Sumber: Pegadaian Syariah Cabang Luwu

² Rahman Kurniawan, "Regulasi dan Implementasi Pegadaian Syariah Di Indonesia", (Yogyakarta, K Media, 2019) hal. 9-10.

Tabel diatas menunjukkan bahwa dalam empat tahun ini perkembangan jumlah nasabah Produk Pegadaian Syariah Cabang Luwu mengalami peningkatan.³ Pengetahuan dan pemahaman masyarakat yang belum sempurna terkait pegadaian syariah menjadikan pegadaian syariah belum diminati oleh masyarakat. Dimana Masyarakat beranggapan bahwa Lembaga pegadaian syariah hanya melayani transaksi gadai saja sehingga membuat masyarakat lebih tertarik pada Lembaga bank. Dalam Pemberikan edukasi kepada masyarakat terkait produk-produk pegadaian syariah dan memberikan inovasi produk guna meningkatkan *market share* seperti meningkatkan performa pelayanan sehingga mampu menarik nasabah lebih banyak lagi serta menstabilkan pangsa pasar. Rendahnya pemahaman masyarakat terkait lembaga keuangan berdampak pada perkembangan pegadaian syariah. Dimana pegadaian syariah sebagai Lembaga pelayanan masyarakat dibidang financial harus membuat inovasi strategi dalam rangka meningkatkan *market share* untuk menekan perkembangan usaha para pesaing.⁴

Contoh kasus pegadaian syariah yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah cabang Bangkalan dalam menyelesaikan wanprestasi nasabah dalam akad gadai emas. Penelitian ini merupakan penelitian empiris dengan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, karena hasil pengamatan tentang penyelesaian yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah cabang Bangkalan dalam menyelesaikan nasabah yang melakukan wanprestasi dalam perjanjian gadai emas

³ Riska, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Luwu*, Skripsi 2022.

⁴ Nur , “*Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Market share di Pegadaian Syariah*” Skripsi, 2020.”

dianalisi dengan cara mendeskripsikan serta menguraikannya secara rinci hingga mudah untuk dipahami. Dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa pihak Pegadaian Syariah cabang Bangkalan akan melakukan negosiasi sebagai bentuk penyelesaian terhadap wanprestasi dalam akad gadai emas yang dilakukan oleh nasabah. Negosiasi tersebut terjadi apabila nasabah yang masih ingin memiliki barang jaminannya melakukan perpanjangan masa jatuh tempo. Namun apabila nasabah tersebut telah tidak mampu untuk memenuhi kewajibannya, maka dengan terpaksa pihak pegadaian akan melakukan penjualan marhun.

Dikarenakan barang jaminan nasabah yang berupa emas yang mengalami naik turun harga maka akan menimbulkan uang kelebihan atau kekurangan dari hasil penjualan barang jaminan. Terhadap uang kelebihan dari hasil penjualan barang jaminan, pihak Pegadaian Syariah cabang Bangkalan akan mengembalikannya kepada nasabah. Sedangkan terhadap kekurangan dari hasil penjualan lelang, pihak Pegadaian Syariah cabang Bangkalan akan melakukan kebijakan-kebijakan khusus yang salah alternatifnya yaitu melakukan penjualan marhun dengan sistem bazaar.⁵

Pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Meilisa tahun 2019 tentang Strategi Meningkatkan *Market share* Pembiayaan Warung Mikro Pada Kantor cabang PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) Bukittinggi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi dalam meningkatkan *market share* pembiayaan warung mikro pada PT. Bank Syariah Mandiri KC. Bukittinggi dapat dilakukan dengan menerapkan strategi SO (*Strengths-Opportunity*) yakni

⁵ Iham Nailul Mubarak, "Penyelesaian Perkara Wanprestasi akad gadai emas: Studi kasus di PT. Pegadaian Syariah cabang Bangkalan" Skripsi, 2023.

dengan meningkatkan pelayanan nasabah karena BSM merupakan bank yang sudah familiar ditelinga masyarakat, semakin gencar memperkenalkan produk warung mikro BSM yang terhidar dari riba sehingga sangat cocok dengan kondisi masyarakat yang mayoritas beragama islam, semakin menunjukkan keunggulan angsuran tetap dan tidak berubah pada produk warung mikro sehingga menarik minat pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk mengajukan pembiayaan serta dengan prosedur pengajuan pembiayaan yang relatif cepat.

Penelitian ini menekan pada aspek strategi peningkatan *market share* pegadaian syariah, terhadap persaingan antar Lembaga keuangan syariah dimana kebanyakan orang meneliti terkait pembiayaan yang ada pada perbankan.

Dengan memberikan kontribusi kepada pegadaian syariah dalam bentuk kerjasama antara lembaga keuangan syariah dalam memberikan edukasi terhadap masyarakat serta pemanfaatan produk syariah. Pegadaian syariah sangat berperan penting bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat golongan kecil. Diharapkan pihak perusahaan lebih mengarahkan manajemen SDM untuk melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat terkait kehadiran pegadaian syariah dan diharapkan pula dapat memberikan manfaat bagi nasabah yang membutuhkan dana. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian: **“Analisis Strategi Peningkatan *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu”**.

B. Batasan masalah

Untuk menghindari meluasnya pembahasan pada penelitian ini dan menghindari menyimpang dari pokok permasalahan. Maka dalam hal ini, peneliti

hanya akan memaparkan tentang Strategi Peningkatan *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu.

C. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana *Strenghts* dalam Meningkatkan *Market Share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu?
2. Bagaimana *Weaknesses* dalam Meningkatkan *Market Share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu?
3. Bagaimana *Opportunity* dalam Meningkatkan *Market Share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu?
4. Bagaimana *Threats* dalam Meningkatkan *Market Share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu?
5. Strategi apa yang cocok untuk pihak Pegadaian Syariah?

D. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah tersebut yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana *Strenghts* dalam Meningkatkan *Market Share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu.
2. Untuk mengetahui bagaimana *Weaknesses* dalam Meningkatkan *Market Share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu.
3. Untuk mengetahui bagaimana *Opportunity* dalam Meningkatkan *Market Share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu.
4. Untuk mengetahui bagaimana *Threats* dalam Meningkatkan *Market Share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu.

5. Untuk mengetahui strategi apa yang cocok untuk pihak Pegadaian Syariah

E. Manfaat penelitian

Dari penelitian ini pastinya akan memberikan manfaat bagi pembaca. Untuk itu dapat dipaparkan besar harapan manfaat yang diberikan kepada pembaca secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan lebih dalam kepada pembaca mengenai pegadaian syariah serta menambah wawasan lebih dalam mengenai pentingnya memilih Lembaga keuangan syariah yang sesuai dengan pendanaan dan juga sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan referensi bagi kajian ilmu, khususnya yang berkaitan dengan Strategi Peningkatan *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu.
- b. Bagi pihak perusahaan pegadaian syariah, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan evaluasi dalam usaha Meningkatkan Strategi *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan referensi yang digunakan dalam penelitian ini guna mencari perbandingan dan menemukan inspirasi baru, dan juga membantu dalam proses penelitian. Guna mendukung materi dalam penelitian ini, maka peneliti telah meringkas beberapa penelitian terdahulu yang terkait, diantaranya sebagai berikut:

1. Nur Qadri, dengan judul penelitian “*Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Market share Di Pegadaian Syariah Sidrap*”, tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan dalam system pemasaran oleh pegadaian syariah sidrap untuk meningkatkan *market share* yakni meningkatkan performa pelayanan, meningkatkan pemasaran hal ini dilakukan guna menjaga kestabilan pangsa pasar yang telah dibangun.⁶ Persamaan pada penelitian ini terletak pada metode penelitian. Kedua penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian dapat dilihat dari lokasi penelitian. Dalam penelitian Nur Qadri lokasi penelitiannya terdapat di pegadaian syariah sidrap sedangkan lokasi penelitian saat ini terletak di pegadian syariah cabang luwu.

⁶ Nur Qadri, “Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan *Market share* Di Pegadaian Syariah” Skripsi, 2020.

2. Siti Sarah Sasqia, dengan judul penelitian “*Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Radin Intan Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah Di Bandar Lampung*”, tahun 2020. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam menumbuhkan minat nasabah dipegadaian syariah yaitu kesuksesan perusahaan bergantung pada keterampilan dan Kerjasama dari sumber daya manusia yang mendorong perubahan yang diperlukan dalam menentukan strategi dsri setiap produk secara konsisten dan memberikan hasil yang baik. Persamaan pada penelitian ini terletak pada metode penelitian. Kedua penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan dapat dilihat dari masing-masing fokus penelitian. Dalam penelitian. Siti Sarah Sasqia fokus penelitiannya lebih kepada manajemen strategi pegadaian syariah dalam menumbuhkan minat nasabah di bandar lampung. Sedangkan penelitian saat ini fokusnya lebih kepada strategi peningkatan *market share* pegadaian syariah.⁷
3. Muh. Reza, “*Strategi Manajemen Keuangan Terhadap Peningkatan Profitabilitas UPS Pegadaian Syariah Lanrisang Kabupsten Pinrang*”, tahun 2022. Dengan metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan manajemen keuangan pegadaian syariah ditransformasikan agar dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dengan menghadirkan unit pelayanan diberbagai pelosok daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Bersama dengan progma pemerintah. Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian.

⁷ Siti Sarah Sasqia, “*Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Radin Intan Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah Di Bandar Lampung*” Skripsi, 2020

Kedua penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada fokus penelitian. Dalam penelitian Muh Reza penelitiannya lebih kepada peningkatan profitabilita UPS pegadaian syariah sedangkan penelitian saat ini fokusnya lebih kepada strategi peningkatan *market share* pegadaian syariah.⁸

4. Takdir, Safrin Edy dkk, dengan judul penelitiann “*Analisis Pemasaran Cemilan Kacang Tanah (Arachis Hypogaea) Studi Kasus Pada Home Industry Rapo-Rapo Di Kota Raha Kabupaten Muna*”, tahun 2021. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan matriks SWOT maka prioritas utama startegi pada Home Industry Rapo-Rapo cemilan kacang tanah di Kota Raha Kabupaten Muna adalah berada pada kuadran I (Progresif), yaitu Strategi S-O (Strength-Opportunity) atau strategi kekuatan-peluang “Daya guna Home Industry Rapo-Rapo cemilan kacang tanah yang memiliki status usaha sendiri, memiliki kemasan prodak yang sudah memenuhi standar menyebabkan Rapo-Rapo cemilan kacang tanah berkualitas sangat baik, dalam merebut dan menciptakan peluang inovasi bentuk produk, dan produk sudah dikenal sebagai oleh-oleh melalui penggunaan media sosial sebagai media pemasaran. Persamaan pada penelitian ini terletak pada metode penelitian. Kedua penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dan Analisis Swot. Perbedaan penelitian ini terdapat pada lokasi dan focus penelitian. Dalam penelitian Takdir Takdir, Safrin Edy dkk, lokasi pada penelitiannya yaitu

⁸ Muh. Reza, “*Strategi Manajemen Keuangan Terhadap Peningkatan Profitabilitas UPS Pegadaian Syariah Lanrisang Kabupaten Pinrang*“, Skripsi, 2022.”

di Home Industry Rapo-Rapo Dikota Raha Kabupaten Muna dan focus penelitiannya lebih kepada Pemasaran Cemilan Kacang Tanah (*Arachis Hypogaea*).⁹

B. Deskripsi Teori

1. Strategi

Strategi berasal dari kata bahasa inggris yakni "*strategic*" ialah ilmu dan seni dalam membuat suatu perencanaan dan pengarahan, dimana sebuah perusahaan membuat perumusan strategi untuk diimplementasikannya tujuan perusahaan agar tercapai yakni lebih unggul dari kompetitor lain maka perusahaan akan lebih memiliki kompetitif keunggulan yang berlanjut (*Sustainable competitive advantage*) yang akan memberi jaminan keberhasilan operasi perusahaan, pertumbuhan dan perkembangan melampaui pesaing lainnya. Bagi pesaing yang kurang memiliki keunggulan dianggap bahwa perusahaan tersebut tidak berkeunggulan dalam bersaing (*competitive disadvantage*), dan apabila antara perusahaan berkinerja seimbang di level sama, sehingga perusahaan tersebut mempunyai *competitive parity*.¹⁰

Menurut Hamel dan Prahalad yang menyatakan bahwa "strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya

⁹ Takdir, et al "*Analisis Pemasaran Cemilan Kacang Tanah (Arachis Hypogaea) Studi Kasus Pada Home Industry Rapo-Rapo Di Kota Raha Kabupaten Muna.*" Jurnal Media Agribisnis, Volume 5, No 2, 2021, hal 140.

¹⁰ Nataliningsih, et al, *Manajemen Strategi Agribisnis*, Cet. 1, (Bandung: Alfabeta, 2018), hal.1.

kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan”.¹¹

a. Peran Strategi

Strategi mempunyai 3 peranan penting dalam manajemen antara lain:

- 1) Strategi merupakan pendukung dalam menentukan sebuah keputusan strategi yang digunakan sebagai elemen untuk mencapai kesuksesan, strategi adalah suatu bentuk naitu tema dalam menyatukan hubungan dari berbagai keputusan yang telah dirumuskan serta ditentukan oleh individu atau organisasi.
- 2) Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi, dalam suatu organisasi terdapat orang-orang yang menjalankan pekerjaan dibidangnya, dengan adanya strategi maka orang-orang yang menjadi bagian organisasi tersebut akan mempunyai tujuan yang sama dalam bekerja.
- 3) Strategi merupakan target dimana konsep strategi yang ditentukan dan digabung untuk menjadi sebuah visi dan misi sebagai bentuk penerapan perusahaan dimasa mendatang.¹²

b. Indikator Strategi

Menurut Kaplan dan Norton, indikator-indikator strategi terdiri dari:

- 1) Strategi menyeimbangkan kekuatan yang bertentangan.

¹¹ Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2010, hal, 16.

¹² Ervina Maulida, *Manajemen Strategik*. Cet 1 (Media Sains Indonesia : 2021), hal. 154-155.

- 2) Strategi didasarkan pada proposisi nilai pelanggan yang berbeda.
- 3) Nilai diciptakan melalui proses bisnis internal.
- 4) Strategi terdiri dari tema yang melengkapi secara bersamaan.
- 5) Keselarasan strategis menentukan nilai aset tak berwujud.¹³

2. *Market Share*

Market share atau biasa dikenal dengan sebutan pangsa pasar yaitu persentase yang diperhitungkan sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam menguasai dan memberikan pengaruh terhadap suatu pasar secara keseluruhan untuk menjual produk atau jasa yang ditawarkan. Sehingga target utama suatu perusahaan untuk meningkatkan *market share* yaitu diarahkan pada konsumen atau calon konsumennya (Muhammad Nur Alam *et al.*, 2023). Pangsa pasar yang luas menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu berpartisipasi dalam kompetisi dengan bank lainnya. Pangsa pasar dapat menjadi motivasi bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan kualitas usahanya.¹⁴

Menurut William J.S., pangsa pasar adalah bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, atau prosentase penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan pada pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu.¹⁵

¹³ Gaguk Apriyanto, *Manajemen Dana Pensiun: Sebuah Pendekatan Penilaian Kinerja Modified Baldrige Assessment* (Jakarta: Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021), 16

¹⁴ Ayif Fathur Rahman, et al, “*Determinan Market share Perbankan Syariah di Indonesia (Pendekatan Error Correction Model)* ”, Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Volume 7, No. 2, 2022, hal. 642

¹⁵ Ifitah, “*Pangsa Pasar: Pengertian, Segmentasi, Analisis, dan Strategi*”, <https://katadata.co.id/safrezi/berita/62132216e56b8/pangsa-pasar-pengertian-segmentasi-analisis-dan-strategi>.

3. Pegadaian Syariah

Pegadaian menurut Kitab Undang-Undang hukum Perdata pasal 1150 disebutkan bahwa Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau oleh seorang lain atas namanya, yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan.¹⁶

Pengertian gadai dalam Islam disebut rahn, yaitu perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan utang. Kata rahn menurut bahasa berarti “tetap”, “berlangsung” dan “menahan”. Sedangkan menurut istilah berarti menjadikan sesuatu benda bernilai menurut pandangan syara” sebagai tanggungan utang; dengan adanya tanggungan utang itu seluruh atau sebagian utang itu dapat diterima. Pegadaian syariah merupakan salah satu unit layanan syariah yang dilaksanakan oleh Perusahaan Umum (perum) pegadaian, di samping unit layanan konvensional.

Berdiri unit layanan pegadaian syariah ini didasarkan atas perjanjian bagi hasil antara Bank Muamalat Indonesia (BMI) dengan Perum Pegadaian dengan prinsip musyarakah. Di dalam Perjanjian musyarakah Nomor 446/SP300.233/2002 dan Nomor 015/BMI/PKS/XII/2002. BMI sebagai pemilik

¹⁶ Muhammad Kurniawan, “Bank dan Lembaga Keuangan Syariah”, Cet. Pertama, (CV. Adanu Abimata”, 2021, hal 151.

modal memberikan dana kepada Perum Pegadaian untuk pendirian Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia dan mengolahnnya. Sedangkan perihal pendapatan dibagi dua yaitu 45,5% untuk BMI dan 54,5% untuk Perum Pegadaian Syariah¹⁷

Firman Allah Swt di dalam Al-Quran QS Al-Baqarah/2:283 yang berbunyi:

﴿وَإِذَا حُدِّثُوا بِأَمْوَالِهِمْ آلِهَافًا يَتَّبِعُونَ فَذَكَرُوا أَنَّهُمْ أُخْفُوا بِهَا مِنِّي وَأَكْبَرُوا كُفْرًا وَكِبْرًا مِّنْ عِندِ رَبِّهِمْ فَاذْكُرُونَهُمْ أَن يَدَّبُدُوا بِهَا بِذُنُوبِهِمْ لَآ يَدْرِي رَبُّكَ أَيُّكُمْ أَصْحَابُ الْمَالَآءِ إِنذِرْهُمْ يَصِفُونَ رَبَّهُمْ خَيْرًا وَهُمْ مُّعْتَدِلُونَ﴾

Terjemahnya:

وَإِذَا حُدِّثُوا بِأَمْوَالِهِمْ آلِهَافًا يَتَّبِعُونَ فَذَكَرُوا أَنَّهُمْ أُخْفُوا بِهَا مِنِّي وَأَكْبَرُوا كُفْرًا وَكِبْرًا مِّنْ عِندِ رَبِّهِمْ فَاذْكُرُونَهُمْ أَن يَدَّبُدُوا بِهَا بِذُنُوبِهِمْ لَآ يَدْرِي رَبُّكَ أَيُّكُمْ أَصْحَابُ الْمَالَآءِ إِنذِرْهُمْ يَصِفُونَ رَبَّهُمْ خَيْرًا وَهُمْ مُّعْتَدِلُونَ

Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.¹⁸

Pegadaian Syariah berpijak pada Fatwa DSN No.25/DSNMUI/III/2002 tentang Rahn. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, berdasarkan beberapa ayat dalam al-Qur'an dan telah terjadi kesepakatan pendapat diantara para ahli hukum dan para ahli teologi muslim bahwa riba dilarang oleh Islam.¹⁹ Pegadaian syariah hadir dengan berbagai layanan dengan mempermudah

¹⁷ Jefry Tarang et al, “*Regulasi Dan Implementasi Pegadaian Syariah Di Indonesia*”, Cet Pertama. (K-Media Yogyakarta, 2019), hal 13-14.

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Madina Raihan Makmur, 2007), hal, 49.

¹⁹ Purnamasari, “*Strategi Pemasaran Pegadaian Syariah Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Produk*“, *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, Vol. 9 No. 2, 2018, hal, 26.

nasabah dalam berinvestasi jangka panjang, atau mendapatkan pembiayaan sesuai dengan kebutuhan usahanya.²⁰

a. Fungsi Pegadaian Syariah

Fungsi dari pegadaian syariah ini sebenarnya sama dengan fungsi pegadaian secara umum, yaitu:

- 1) Melakukan pengelolaan atas penyaluran uang pinjaman dengan berdasar kepada hukum gadai islam yang prosesnya mudah, cepat, aman dan hemat.
- 2) Membuka dan mengembangkan usaha yang dapat menguntungkan pemerintah dan masyarakat.
- 3) Melakukan pengelolaan terhadap keuangan, perlengkapan, kepegawaian, pelatihan, peindidikan dan tatalaksana pegadaian.
- 4) Melakukan penelitian dan pengembangan serta pengawaan terhadap sistem gadai dalam masyarakat.
- 5) Mencegah adanya pemberitan tidak wajar, pegadaian gelap dan praktriba.
- 6) Hasil penjualan marhun digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.²¹

b. Prinsip Pegadaian Syariah

Pegadaian syariah memiliki tiga prinsip yang bersumber pada kajian ekonomi islam, islam memiliki prinsip-prinsip pengembangan yang dibingkai

²⁰ Muhammad Deni Putra et al, “*Analisis Minat Masyarakat Menabung Emas Pada Unit Pegadaian Syariah Selayo Solok*”, Al-Bank : Journal Islamic Banking And Finance Vol. 1 No 1, 2021, ha,l 41.

²¹ Muhammad Hafiz Mauludi et al, “*Pengaruh Penerapan Hukum Islam Terhadap Minat Pengguna Jasa Pegadaian Syariah*”, Al Amwal: Vol. 1 No. 2, 2019, hal 91.

dengan kerangka hubungan dengan Allah dan menyeimbangi antar-kehidupan di dunia dan diakhirat, diantara prinsip-prinsip tersebut yaitu:

1) Prinsip Tauhid (*Tahwid*)

Gadai dengan prinsip tahwid dapat mengukuhkan konsep non materielistik dan dipahami sebagai triangle, dimana ketaatan kepada tuhan diletakkan pada posisi puncak, sedangkan manusia dan alam diletakkan pada posisi sejajar yang saling membutuhkan.

2) Prinsip Tolong-Menolong (*Ta'awun*)

Prinsip yang harus diletakkan dalam transaksi gadai adalah ta'awun yaitu prinsip saling membantu antar sesama dalam meningkatkan taraf hidup melalui mekanisme kerja sama ekonomi dan bisnis.

3) Prinsip Bisnis (*Tijarah*)

Afzaul Rahman menyatakan bahwa bisnis (perdagangan) adalah suatu kegiatan yang dianjurkan dalam islam. Nabi sering kali menekankan pentingnya bisnis dalam kehidupan manusia. Namun demikian, dalam mencari laba harus dengan caera yang dibenarkan oleh syariah.²²

c. Produk Pegadaian Syariah

1) Arum haji

Produk yang satu ini bermanfaat untuk siapa saja yang berencana pergi haji ke Tanah Suci tapi kekurangan biaya. Arrum Haji dapat memberikan pinjaman kepada nasabah sebesar Rp 25 juta. Caranya cukup mudah. Nasabah hanya menjaminkan emas senilai Rp7 juta atau logam mulia

²² Bintang Arifin, "Pemahaman Masyarakat Terhadap System Pegadaian Syariah Pangkajene Di Kabupaten Sidenreng Rappang", Skripsi, 2021, 34-35

seberat 15 gram. Syaratnya, nasabah menyerahkan fotokopi KTP dan memenuhi syarat sebagai pendaftar haji. Keunggulan produk ini adalah nasabah bisa memperoleh tabungan haji yang langsung dapat digunakan untuk memperoleh nomor porsi haji.

2) Arrum BPKB

Mendapatkan modal untuk pengembangan usaha mikro kini semakin mudah. Salah satunya kita bisa menggunakan layanan Arrum (Ar Rahn untuk Usaha Mikro). Produk satu ini memudahkan nasabah mendapatkan pinjaman uang dengan jaminan BPKB kendaraan. Syaratnya, kamu harus sudah memiliki usaha yang sudah berjalan selama setahun. Sertakan juga fotokopi KTP, kartu keluarga (KK), dan BPKB (buku pemilik kendaraan bermotor) asli. Banyak keunggulan yang bisa didapat apabila meminjam modal usaha di Pegadaian Syariah. Kamu bisa pilih jangka waktu pinjaman mulai dari 12, 18, 24, sampai 26 bulan. Selain itu, kamu bisa mendapatkan layanan ini di lebih dari 600 outlet Pegadaian Syariah.

3) Amanah

Layanan Amanah ini tersedia hampir di seluruh outlet Pegadaian di seluruh Indonesia. Untuk uang muka pembelian sepeda motor, nasabah harus membayar mulai 20 persen dari harga. Sementara, untuk pembelian mobil 25 persen dari harga. Jangka waktu cicilan bisa dipilih mulai dari 12, 18, 24, 36, 48, hingga 60 bulan. Proses transaksi layanan Amanah ini berprinsip syariah yang adil sesuai fatwa Dewan Syariah Nasional No 92/DSN-MUI/IV/2014.

4) Rahn (Gadai Syariah)

Produk ini memberikan pinjaman hanya dengan waktu sekitar 15 hari. Pinjaman bisa didapat mulai dari Rp 50.000 hingga Rp200 juta dengan jangka waktu pinjaman maksimal empat bulan. Buat yang ingin pinjam duit dengan produk layanan ini, kamu hanya perlu membawah bangunan berupa perhiasan emas, BPKB, dan barang berharga lainnya. Untuk meminjam uang dengan cara ini, nasabah hanya perlu membawa fotokopi KTP dan menyerahkan jaminan. Layanan ini bisa dilakukan di seluruh outlet Pegadaian Syariah.²³

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau bisnis.²⁴ Dalam mengidentifikasi sebagai masalah yang timbul dalam perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menentukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan. Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:

a) Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan adalah kopetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan terdapat pada sumber daya,

²³ Liza Oktaviani, “Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Pegadaian Syariah”, Skripsi, 2020, 47-48.

²⁴ Muhammad, “Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Pt Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam.”

keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor-faktor lain.

b) Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah kekuarangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi.

c) Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, serta kecendrungan –kecendrungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

d) Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang.²⁵

Tabel 2.1 Matriks SWOT

	Strengths (S) (Kekuatan)	Weaknesses (W) (Kelemahan)
Opportunities (O) (Peluang)	Strategi untuk SO	Strategi untuk WO
Treats (T) (Ancaman)	Strategi untuk ST	Strategi untuk WT

²⁵ Ulfa, “Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam.”

Berdasarkan matriks swot diatas maka didapatkan 4 langkah strategi yaitu sebagai berikut:

a) Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu, dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b) Strategi ST (*Strengths-Treats*)

Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.

c) Strategi WO (*Weaknesses- Opportunities*)

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

d) Strategi WT (*Weaknesses- Treats*)

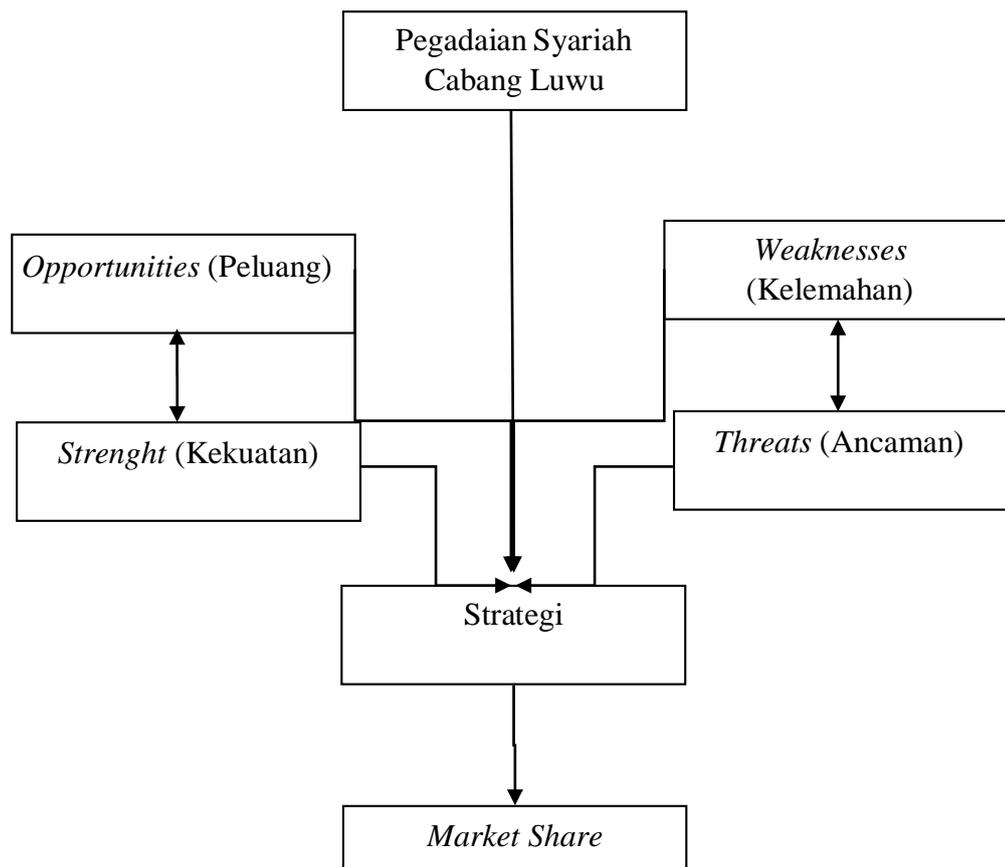
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defentif dan berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.²⁶

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah struktur konseptual atau rangkaian konsep yang digunakan dalam suatu penelitian atau analisis untuk merumuskan masalah, tujuan, hipotesis, variabel, dan konsep-konsep yang terkait. Dalam konteks penelitian atau analisis, kerangka pikir digunakan sebagai panduan untuk mengorganisir pemikiran dan pengembangan metodologi penelitian. Kerangka

²⁶ Haryati, "penerapan Analisis Swot Terhadap Strategi Pemasaran Pada BTN Syariah KCP Pare-Pare."

pikir berfungsi untuk memahami hubungan antara berbagai elemen dalam penelitian dan membantu peneliti dalam merumuskan pertanyaan penelitian, hipotesis, serta merancang metode penelitian yang sesuai. Berikut kerangka pikir penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Dari kerangka berfikir diatas dapat dijelaskan bahwa, penyajian dalam kerangka berpikir dimulai dari yang mewakili masalah yang diteliti. Maka dari itu memulai penyajiannya dengan strategi peningkatan *market share* pegadaianya syariah cabang luwu. Dari judul tersebut, peneliti mengangkat rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana *Opportunity* Peningkatan *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu?
2. Bagaimana *Strenghts* Peningkatan *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu?
3. Bagaimana *Weaknesses* Peningkatan *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu?
4. Bagaimana *Threats* Peningkatan *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu?

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan induktif. Hal ini disebabkan karena teknik penelitian kualitatif merupakan penelitian ilmiah yang mengutamakan proses interaksi komunikasi yang erat antara peneliti dengan topik yang diteliti untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial yang alami. Alami dalam konteks ini mengacu pada fakta bahwa penelitian kualitatif dilakukan dalam setting yang tidak tersentuh oleh intervensi atau perlakuan manusia. Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan tentang bagaimana *Opportunity, Strengths, Weaknesses*, dan *Threats* dalam Peningkatan *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian pada penelitian ini yakni, untuk mengetahui bagaimana strategi yang sebaiknya dilakukan PT. Pegadaian Syariah cabang Luwu dalam peningkatan *Market Share*.

C. Subjek Penelitian

Menurut Moleong subjek penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi tempat penelitian.²⁷ Untuk menentukan atau memilih subjek penelitian yang baik, setidaknya ada

²⁷ Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta : Deepublish Cv Budi Utama 2020).

beberapa syarat yang harus diperhatikan antara lain: yaitu orang yang cukup lama mengikuti kegiatan yang sedang diteliti, terlibat penuh dalam kegiatan yang sedang diteliti dan memiliki waktu yang cukup dimintai informasi.²⁸ Adapun subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu pihak berwenang dalam Pegadaian Syariah cabang Luwu dan nasabah Pegadaian Syariah.

D. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana peneliti melakukan kegiatan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di Pegadaian Syariah cabang Luwu, Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Adapun waktu penelitian ini dilakukan selama bulan Juli-Agustus 2023.

E. Definisi Istilah

Dalam rangka untuk memudahkan proses analisis data yang diperoleh maka definisi istilah yang akan dioperasionalkan ke dalam indikator-indikator agar mampu menggambarkan serta menjelaskan gejala-gejala yang dapat diuji kebenarannya. Adapun istilah-istilah dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi ini menunjukkan arah tujuan jangka panjang organisasi dan cara pencapaiannya serta cara pengalokasian sumber daya. Atau lebih singkatnya strategi adalah rencana jangka panjang suatu perusahaan untuk mencapai tujuan.

²⁸ Basrowi, Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008), hal 188.

2. *Market Share*

Market share merupakan sebuah pangsa pasar dimana jumlah penjualan produk atau komoditas suatu penjualan dibandingkan dengan penjualan produk atau komoditas itu dalam industri atau penghasil secara keseluruhan.

3. Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah merupakan suatu Lembaga keuangan syariah dimana sistem pengoperasiannya yaitu pihak pegadaian memberikan pinjaman kepada nasabah yang sedang membutuhkan pendanaan dengan merujuk kepada hukum-hukum islam.

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah teknik perencanaan yang digunakan untuk menilai *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats* yang ada dalam usaha bisnis tertentu.

F. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini merupakan subjek dari data yang diperoleh oleh peneliti yang dapat memberikan informasi terkait masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu:

1. Data Primer

Data primer, yaitu data empiris yang bersumber atau yang didapatkan secara langsung dari narasumber dengan cara melakukan wawancara langsung kepada Pimpinan dan pihak-pihak yang bersangkutan di pegadaian syariah cabang Luwu.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh langsung dari sumbernya. Data sekunder dalam penelitian ini nantinya diperoleh dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian, seperti data jumlah nasabah Pegadaian Syariah, laporan perkembangan keuangan syariah di Indonesia dan literatur-literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

G. Instrument Penelitian

Menurut J. Supranto instrumen penelitian sebagai alat pengambil keputusan atau pemecah permasalahan itu harus secara tepat dan benar. Data yang baik adalah data dapat dipercaya kebenarannya (reliable), tepat waktu dan mencakup ruang yang luas serta dapat memberikan gambaran jelas (untuk menarik benang merahnya) tentang suatu masalah secara menyeluruh, sistematis, dan komprehensif.²⁹ Instrument pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa daftar pertanyaan wawancara, alat tulis (buku dan pulpen), alat perekam suara dan pengambilan gambar/dokumentasi.

H. Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data yang digunakan peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah Teknik pengumpulan data yang menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung atau tidak langsung terhadap objek penelitian yang diteliti di Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Dengan

²⁹ Ahmad Fauzi et al, *Metodologi Penelitian*. Cet. Pertama, (CV. Pena Persada, Purwokerto Selatan, 2022) hal 77.

begitu akan lebih memudahkan peneliti untuk mendapatkan data-data atau informasi secara lengkap dan mendapat informasi yang tepat dan lebih rinci.

2. Wawancara

Wawancara yaitu mendapatkan keterangan dengan cara bertemu langsung dan melakukan tanya jawab antara penanya dengan informan guna mendapatkan keterangan-keterangan yang berguna untuk tujuan penelitian. Interview yang dilakukan berdasarkan rumusan masalah. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pihak berwenang di dalam Pegadaian Syariah cabang Luwu dan nasabah Pegadaian Syariah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data jumlah nasabah Pegadaian Syariah Cabang Luwu yang diperoleh pada saat penelitian, dan laporan perkembangan keuangan syariah di Indonesia dan juga beberapa jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

I. Pemeriksaan Keabsahan Data

Tujuan dalam penelitian kualitatif yaitu sebuah penemuan, sehingga peneliti memerlukan waktu yang lebih lama dan pengujian keabsahan data karena peneliti melihat objek sebagai sesuatu yang terus berubah karena setiap aspeknya terhubung satu sama lain. Adapun Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode triangulasi sumber.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan mengecek data yang telah diperoleh dari berbagai sumber, yang selanjutnya di analisis sehingga hasilnya sesuai berdasarkan data yang diperoleh dari beberapa informan yakni pimpinan dan pihak marketing PT. Pegadaian Syariah cabang Luwu dan nasabah Pegadaian Syariah.

J. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis SWOT, meliputi pengumpulan semua informasi strategis kemudian memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kualitatif dan model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu SWOT. Matriks SWOT merupakan pendekatan yang paling sederhana dan cenderung bersifat subjektif kualitatif. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana faktor-faktor internal maupun eksternal yang dimiliki suatu usaha sehingga dapat diketahui faktor penghambat dan faktor pendukung apa saja yang dapat memberikan pengaruh terhadap suatu strategi pengembangan yang akan dilakukan.

Ada 4 Langkah yang digunakan pada matriks swot yaitu sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu, dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST (*Strengths-Treats*)

Strategi ini dibuat berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengantisipasi ancaman-ancaman yang ada.

3. Strategi WO (*Weaknesses- Opportunities*)

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

4. Strategi WT (*Weaknesses- Treats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defentif dan berusaha meminimalkan kelemahan-kelemahan perusahaan serta sekaligus menghindari ancaman-ancaman.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Lokasi Penelitian

a. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Pendirian Pegadaian Syariah tidak terlepas dari keinginan untuk mencegah ijon, rentenir dan pinjaman tidak wajar lainnya. Selain itu juga karena keinginan untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat yang ekonomi menengah kebawah serta mendukung program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional. Sejarah Pegadaian Syariah juga terdorong dari keinginan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam untuk menjalankan syariat Islam dalam kehidupan, salah satunya transaksi gadai. Masyarakat ingin melakukan transaksi gadai sesuai dengan prinsip syariah, selain itu juga didukung oleh kebijakan pemerintah dalam mengembangkan lembaga keuangan berbasis syariah.

Pegadaian Syariah merupakan sebuah lembaga yang relatif baru di Indonesia. Konsep operasi pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu asas rasionalitas, efisiensi dan efektivitas yang diselaraskan dengan nilai Islam. Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) cabang Dewi Sartika di bulan Januari tahun 2003. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta ditahun yang sama

hingga September 2003. Masih ditahun yang sama pula 4 kantor cabang Pegadaian di Aceh di konversi menjadi Pegadaian Syariah.

Tetapi, pada saat ini Pegadaian Syariah telah berbentuk sebagai lembaga sendiri dibawah naungan PT. Pegadaian (Persero) dan sepenuhnya dikelola oleh PT. Pegadaian (Persero). Dengan dikelola oleh PT. Pegadaian diharapkan gadai syariah pada Pegadaian Syariah dapat meningkatkan kinerja, memudahkan operasional dan mengembangkan usahanya sehingga dapat mengalami peningkatan setiap tahunnya baik dari segi jumlah nasabah untuk pembiayaan serta produk lain yang ditawarkan, jumlah kantor cabang syariah dan jumlah unit pegadaian syariah di Indonesia.³⁰

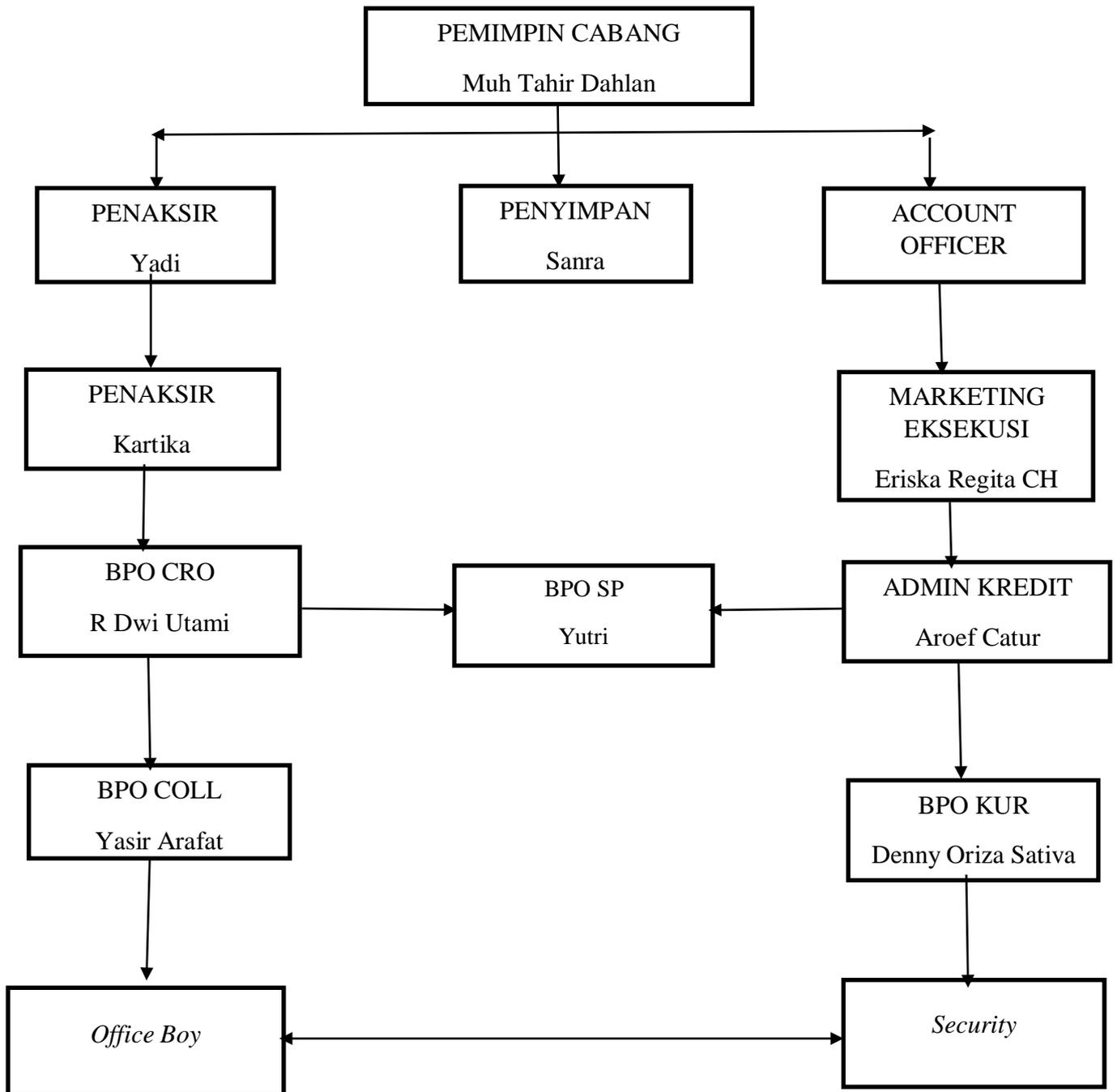
Kemudian dari tahun ke tahun bermunculan Pegadaian Syariah lainnya di berbagai wilayah Indonesia, salah satunya terletak di Sulawesi Selatan Kota Palopo, tepatnya di Jalan Andi Tadda yaitu Pegadaian Syariah Cabang Luwu. PT. Pegadaian Kantor Cabang Syariah Luwu didirikan pada tanggal 03 April 2010. Pegadaian Syariah Cabang Luwu berada di tempat yang strategis, alat transportasi yang mudah ditemui karena letaknya berada di Jalan Andi Tadda tepatnya di samping Pasar Andi Tadda tersebut merupakan tempat keramaian yang pastinya sangat menguntungkan bagi pihak Pegadaian Syariah terutama bagi masyarakat yang anti terhadap riba karena Pegadaian Syariah Cabang Luwu merupakan satu-satunya Cabang Syariah di Luwu.³¹

³⁰Pegadaian, "SejarahPegadaian" <https://repository.uin-suska.ac.id/22794/9/9.%20BAB%20OIV%20%281%29> diakses tanggal 2 Agustus 2023."

³¹ "Sejarah Pegadaian Syariah Cabang Luwu", diakses pada tanggal 26 Juli 2023.

b. Struktur Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Setiap perusahaan pada umumnya mempunyai struktur organisasi. Penyusunan struktur organisasi merupakan langkah awal dalam memulai pelaksanaan kegiatan organisasi, dengan kata lain penyusunan struktur organisasi adalah langkah terencana dalam suatu perusahaan untuk melaksanakan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Menurut Hasibuan struktur organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi kedudukan, dan jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi. Berikut adalah struktur organisasi yang terdapat pada pegadaian syariah cabang luwu:



Gambar 4.1 Struktur Pegadaian Syariah Cabang Luwu

c. Visi Misi Pegadaian Syariah

1) Visi pegadaian

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

2) Misi pegadaian

- a) Memberikan pembiayaan tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- b) Memastikan perantara pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan masyarakat.
- c) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

B. Hasil Penelitian

a. *Strengths* (Kekuatan) Peningkatan *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Pegadaian Syariah cabang Luwu merupakan lembaga keuangan yang berfungsi untuk menyelesaikan masalah keuangan umum yang sering dialami masyarakat. Dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan diperlukan untuk kegiatan bersosial, maka dari itu pegadaian syariah hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Melalui tahapan wawancara dengan beberapa informan,

peneliti mendapatkan beberapa informasi dan pandangan dari pimpinan dan pihak marketing terhadap strengths (kekuatan) peningkatan *market share*. Menurut bapak Muh. Tahir Dahlan selaku pimpinan PT. Pegadaian cabang syariah Luwu mengatakan bahwa:

“untuk peningkatan *market share* yaitu tentunya dengan memperbaiki pelayanan kemudian tetap selalu menyampaikan keunggulan syariah, pegadaian syariah merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang termasuk kepercayaan Masyarakat dan di kota palopo rata-rata masyarakatnya mayoritas muslim pasti memilih syariah dari pada yang konvensional. Tidak lupa juga untuk memperkuat dan mengencangkan promosi kemudian lebih memberikan edukasi kepada Masyarakat tentang bagaimana penggunaan produk pegadaian syariah dan kami juga memiliki beberapa aplikasi yang di gunakan untuk bisa bertransaksi dipegadaain syariah”.³²

Menurut ibu Eriska Regita CH mengatakan bahwa:

“Menyebarkan informasi dengan mengadakan literasi dan kegiatan-kegiatan penjualan misalnya open booth. meping kekantor dan menawarkan modal usaha”.³³

Menurut ibu R. Dwi Utami Astuti CRO mengatakan bahwa:

“Dengan mengadakan promo, sosialisasi, literasi, terus canvassing dan proseling, dan juga pangsa pasar pegadaian saat ini itu rata-rata pengusaha, UMKM yang butuh modal usaha apa lagi disini kan ada produk KUR, MIKRO jadi pangsa pasarnya yah itu”.³⁴

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan ibu Galuh Sri Marlina yang merupakan salah satu nasabah di pegadaian syariah cabang Luwu yang mengatakan bahwa,

³² “Wawancara dengan bapak Muh. Tahir Dahlan selaku pimpinan PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 26 Juli 2023”

³³ “Wawancara dengan ibu Eriska Regita CH PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 26 Juli 2023”

³⁴ “Wawancara dengan ibu R. Dwi Utami Astuti CRO PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 27 Juli 2023”

“menurut pengalaman ku ini, bagus pelayanannya, baru ramah pegawainya kalau layanika”³⁵

Hal tersebut selaras yang disampaikan oleh ibu Risna yang merupakan nasabah di pegadaian cabang Luwu yang mengatakan bahwa,

“iye ramah ji pegawainya disni baru cepat juga keluar dana ku, waktu hari pengajuanka dan 3 hari ji kayaknya cair”³⁶

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa kekuatan dalam peningkatan market share Pegadaian Syariah Cabang Luwu terletak pada beberapa faktor. Pegadaian Syariah Cabang Luwu memiliki kualitas pelayanan yang baik dan berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik dan efisien kepada nasabah. Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Luwu selalu bersikap ramah dan cepat dalam mengakomodir kebutuhan nasabah. Proses pencairan dana Pegadaian Syariah Cabang Luwu relatif cepat, dengan estimasi waktu pencairan hanya sekitar 15 hari. Keempat, persyaratan yang mudah dan aman untuk pencairan dana memudahkan nasabah mengakses layanan. Pegadaian Syariah Cabang Luwu dapat menjangkau masyarakat kecil yang tidak dapat dijangkau oleh perbankan konvensional maupun syariah, penting dalam mendukung pelaku usaha mikro yang seringkali memiliki agunan terbatas. Semua ini merupakan faktor-faktor yang berkontribusi pada peningkatan market share mereka di wilayah tersebut.

³⁵ “Wawancara dengan ibu Galuh Sri Marlina selaku nasabah PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 27 Juli 2023”

³⁶ “Wawancara dengan ibu Risna selaku nasabah PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 27 Juli 2023.”

b. *Weakness* (Kelemahan) Peningkatan *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Peningkatan *market share* pegadaian syariah cabang luwu tentunya terdapat kelemahan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada Perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan maupun pesaing lain yang menjadi penghalang bagi kinerja perusahaan. Menurut bapak Muh. Tahir Dahlan selaku pimpinan PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu mengatakan bahwa:

“memiliki beberapa produk yang hampir sama dengan pesaing lain”³⁷

Menurut ibu Eriska Regita CH dan ibu R. Dwi Utami Astuti CRO mengatakan bahwa:

“kelemahan khususnya itu yah belum ada karena kita cuman menawarkan produk ke nasabah tapi kalo kelemahan umum nya yah para pesaing”³⁸

Berdasarkan pernyataan ibu R. Dwi Utami Astuti CRO, bapak Muh. Tahir Dahlan selaku pimpinan, dan ibu Eriska Regita CH mengatakan bahwa kelemahan khusus bagi Perusahaan belum ada karena Perusahaan hanya menawarkan produk ke nasabah, akan tetapi kelemahan umum yang paling dirasakan oleh pegadaian syariah cabang luwu yaitu pesaing. serta memiliki beberapa produk yang hampir sama sehingga masih ada beberapa nasabah yang menganggap bahwa pegadaian syariah sama dengan konvensional.

³⁷ “Wawancara dengan ibu Eriska Regita CH PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 26 Juli 2023.”

³⁸ “Wawancara dengan ibu Eriska Regita CH dan ibu R. Dwi Utami Astuti CRO PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 26-27 Juli 2023”

c. *Opportunity* (Peluang) Peningkatan *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Peningkatan *market share* pegadaian syariah cabang luwu tentunya terdapat peluang sehingga menguntungkan bagi suatu Perusahaan, serta kecenderungan-kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang. Menurut bapak Muh. Tahir Dahlan selaku pimpinan PT. Pegadaian cabang syariah luwu mengatakan bahwa :

“pasti ada peluang yang didapat kan karena Masyarakat masih membutuhkan pinjaman dana. Selain membutuhkan pinjaman dana kemudian masyarakat juga yang mempunyai kelebihan dana bisa melakukan investasi ke kita, nah semakin banyak nasabah yang datang maka nasabah yang datang itu memberikan informasi kepada kerabatnya seperti pegadaian disana itu bagus pelayanannya”³⁹

Menurut ibu Eriska Regita CH mengatakan bahwa:

“dari segi peluang itu sangat banyak karena orang-orang pasti butuh uang misalnya ada uangnya terus uang tersebut dipakai berinvestasi agar uangnya tidak habis Cuma-Cuma tetapi ia berinvestasi melalui beli perhiasan dan jika butuh uang nantinya perhiasan yang digadaikan Kembali.”⁴⁰

Menurut ibu R. Dwi Utami Astuti CRO mengatakan bahwa:

“peluangnya cukup besar karena nasabah juga butuh dan kemungkinan penjualan produk semakin naik dan apapun yang dilakukan Perusahaan pasti ada peluang.”⁴¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peluang untuk peningkatan *market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu mencakup beberapa faktor kunci. Masih banyaknya masyarakat kota Palopo yang membutuhkan

³⁹ “Wawancara dengan bapak Muh. Tahir Dahlan selaku pimpinan PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 26 Juli 2023”

⁴⁰ “Wawancara dengan ibu Eriska Regita CH PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 26 Juli 2023.”

⁴¹ “Wawancara dengan ibu Eriska Regita CH PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 26 Juli 2023.”

pinjaman dana memberikan peluang untuk menawarkan produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Tingginya minat masyarakat dalam berinvestasi dapat dimanfaatkan dengan menawarkan produk gadai perhiasan sebagai alternatif investasi yang menguntungkan. Upaya meningkatkan penjualan produk melalui promosi, pemasaran, dan layanan pelanggan dapat membantu menarik lebih banyak nasabah dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Semua ini menjadi peluang yang dapat memperluas *market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu di wilayah tersebut.

d. *Threats* (Ancaman) Peningkatan *Market share* Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Peningkatan *market share* pegadaian syariah cabang luwu tentunya memiliki hambatan dari segi faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam Perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi Perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Menurut bapak Muh. Tahir Dahlan selaku pimpinan PT. Pegadaian cabang syariah luwu mengatakan bahwa:

“dalam personal masih banyak diantara Masyarakat yang menganggap bahwa pegadaian syariah sama dengan konvensional. Namun hambatan secara khusus belum ada tapi biasanya itu melalui literasi untuk mengumpulkan masyarakat, nah ketika masyarakat sudah sibuk dengan urusan masing-masing itu sudah susah untuk dikumpulkan Kembali.”⁴²

⁴² “Wawancara dengan ibu Eriska Regita CH PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 26 Juli 2023.”

Menurut ibu Eriska Regita CH mengatakan bahwa:

“masih ada beberapa masyarakat yang meragukan bertransaksi dipegadaian syariah.”⁴³

Menurut ibu R. Dwi Utami Astuti CRO mengatakan bahwa:

“ancaman dalam menawarkan produk itu belum ada karena kita hanya mencoba menawarkan produk saja, ancumannya itu pada saat bertransaksi ke jelek perindonya, becekannya, tidak bisa mngajukan, tiap Perusahaan pasti memiliki hambatan apa lagi dibidang keuangan. kek ndda pi DP nya untuk memulai tidak ada barang yang menjaminkan”⁴⁴

Berdasarkan hasil wawancara tersebut ancaman utama yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah Cabang Luwu meliputi persepsi yang salah di kalangan masyarakat yang menganggap Pegadaian Syariah sama dengan pegadaian konvensional, yang dapat menghambat upaya pemasaran dan peningkatan market share. Selain itu, kurangnya kepercayaan dari beberapa masyarakat terhadap Pegadaian Syariah juga merupakan ancaman, karena beberapa orang masih meragukan proses dan keamanan bertransaksi di sana, yang dapat menghambat pertumbuhan nasabah dan market share. Terakhir, persaingan yang ketat dari pesaing-pesaing lain seperti lembaga keuangan lain juga merupakan ancaman, karena pesaing yang memiliki strategi pemasaran lebih agresif atau menawarkan produk yang lebih menarik dapat mengurangi kemampuan Pegadaian Syariah untuk mendapatkan nasabah baru.

⁴³ “Wawancara dengan ibu Eriska Regita CH PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 26 Juli 2023”

⁴⁴ “Wawancara dengan ibu R. Dwi Utami Astuti CRO PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 27 Juli 2023”

Berdasarkan hasil wawancara dari pegawai Pegadaian Syariah Cabang Luwu, yang diwakili oleh Bapak Muh. Tahir Dahlan dan Eriska Regita CH selaku pimpinan PT. Pegadaian cabang syariah luwu. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengevaluasi kondisi perusahaan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran selanjutnya. Pentingnya matriks SWOT adalah untuk menggambarkan secara visual faktor-faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Matriks SWOT membantu perusahaan untuk memahami posisi mereka di pasar dan mengidentifikasi potensi yang bisa dimanfaatkan serta tantangan yang perlu dihadapi.

Hasil wawancara yang diberikan kepada karyawan Pegadaian Syariah Cabang Luwu yang memiliki pemahaman tentang strategi pemasaran adalah sumber data yang penting dalam menilai faktor-faktor SWOT. Ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan pandangan internal tentang kekuatan dan kelemahan mereka dalam strategi pemasaran. Dengan memahami faktor-faktor SWOT ini, Pegadaian Syariah Cabang Luwu dapat merencanakan langkah-langkah strategis yang lebih baik dalam pengambilan keputusan pemasaran. Mereka dapat memanfaatkan kekuatan-kekuatan mereka, mengatasi kelemahan-kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang yang ada, dan menghadapi ancaman-ancaman yang mungkin timbul. Ini akan membantu perusahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran mereka dan mencapai tujuan mereka dengan lebih efektif.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk mengevaluasi situasi atau strategi suatu organisasi atau produk. Indikator-indikator analisis SWOT yang diperoleh melalui wawancara dengan narasumber primer untuk produk pembiayaan di Pegadaian Syariah Cabang Luwu dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor berikut:

Tabel 4.1 Faktor-Faktor Analisis SWOT

No	Faktor Internal Peningkatan <i>Market Share</i> Pegadaian Syariah Cabang Luwu
<i>Strength (Kekuatan)</i>	
1	Kualitas Pelayanan yang Baik
2	Produk pembiayaan sesuai dengan Syariat Islam
3	Harga yang diberikan oleh pegadaian syariah dapat dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat
4	Lokasi pegadaian syariah yang strategis
5	Persyaratan yang Mudah dan Aman
6	Dapat menjangkau Masyarakat Kecil yang Tidak Dapat dijangkau oleh Perbankan
<i>Weakness (Kelemahan)</i>	
1	Produk pembiayaan pegadaian syariah kurang dikenal masyarakat
2	Produk yang Hampir Sama dengan Pesaing
3	Pemasaran yang Belum Merata ke Daerah Terpencil
No	Faktor Eksternal Peningkatan <i>Market share</i> Pegadaian Syariah Cabang Luwu
<i>Opportunity (Peluang)</i>	
1	Produk pembiayaan pada pegadaian syariah merupakan kebutuhan masyarakat
2	Perkembangan Teknologi
3	Peningkatan Penjualan Produk
<i>Threats (Ancaman)</i>	
1	Persepsi Masyarakat yang Salah
2	Kurangnya Kepercayaan Masyarakat
3	Semakin banyak lembaga keuangan pesaing di sekitar lokasi pegadaian syariah

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh beberapa indikator dalam faktor internal baik kekuatan maupun kelemahan,

a. Kekuatan

1) Kualitas Pelayanan yang Baik

Pegadaian Syariah Cabang Luwu memberikan pelayanan transaksi kepada nasabah dengan tingkat maksimal, artinya mereka berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik dan efisien kepada nasabah.

2) Produk pembiayaan sesuai dengan Syariat Islam

Pengambilan produk pembiayaan pada Pegadaian Syariah telah diatur sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Salah satu contohnya adalah penetapan margin yang diberitahukan pada awal pengambilan pembiayaan. Hal ini berarti bahwa nasabah mengetahui dengan jelas besarnya margin atau keuntungan yang akan dikenakan dalam transaksi tersebut sejak awal, tanpa adanya unsur riba (bunga), yang sesuai dengan prinsip transparansi dalam Islam.

3) Harga yang diberikan oleh pegadaian syariah dapat dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat

Harga yang diberikan oleh Pegadaian Syariah yang dianggap terjangkau oleh seluruh kalangan masyarakat adalah salah satu keunggulan dari pegadaian syariah cabang Luwu. Dalam pembiayaan syariah, harga atau margin yang dikenakan pada transaksi biasanya telah diatur sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, termasuk ketentuan yang memastikan keadilan dan keberlanjutan. Hal ini memungkinkan berbagai lapisan

masyarakat, termasuk yang kurang mampu, untuk menggunakan layanan pembiayaan Pegadaian Syariah tanpa khawatir terlilit beban bunga atau praktik-praktik yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan demikian, Pegadaian Syariah dapat memberikan manfaat finansial kepada berbagai segmen masyarakat dan mendukung inklusi keuangan yang lebih luas.

4) Lokasi pegadaian syariah yang strategis.

Alamat PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu yang terletak di tengah-tengah kota Palopo membuat perusahaan tersebut sangat mudah dijangkau oleh masyarakat dan calon nasabah. Keberadaan cabang yang strategis ini mempermudah akses bagi individu dan bisnis yang memerlukan layanan keuangan syariah, serta meningkatkan visibilitas perusahaan di wilayah tersebut. Lokasi yang strategis ini dapat membantu PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu untuk menjangkau lebih banyak nasabah dan potensial untuk meningkatkan *market share* di daerah tersebut.

5) Persyaratan yang Mudah dan Aman

Selain itu, proses pencairan dananya yang lebih mudah dan cepat juga merupakan upaya untuk memudahkan urusan masyarakat dan memberikan manfaat (kemaslahatan). Dengan proses yang efisien, nasabah dapat dengan cepat mendapatkan dana yang mereka butuhkan, yang sesuai dengan prinsip kemudahan dalam syariah Islam. Ini tidak hanya memberikan keuntungan bagi nasabah tetapi juga membantu Pegadaian

Syariah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan lebih baik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kemaslahatan sosial dan ekonomi masyarakat.

6) Menjangkau Masyarakat Kecil yang tidak dapat dijangkau oleh Perbankan

Pegadaian Syariah Cabang Luwu mampu menjangkau masyarakat kecil yang tidak dapat dijangkau oleh perbankan konvensional maupun perbankan syariah. Hal ini penting dalam memenuhi kebutuhan pelaku usaha mikro yang seringkali memiliki agunan terbatas.

b. Kelemahan

1) Produk pembiayaan pegadaian syariah kurang dikenal masyarakat

Kurangnya cabang pembantu di daerah kota Palopo dapat menjadi faktor utama mengapa produk pembiayaan Pegadaian Syariah kurang dikenal oleh masyarakat setempat. Cabang pembantu yang terbatas dapat membatasi aksesibilitas dan jangkauan perusahaan di wilayah tersebut, sehingga membuat masyarakat belum sepenuhnya mengenal produk pembiayaan yang ada di Pegadaian Syariah. Upaya untuk memperluas jaringan cabang atau meningkatkan promosi dan edukasi mengenai produk pembiayaan syariah di wilayah tersebut bisa menjadi solusi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan memperluas *market share* pegadaian syariah cabang Luwu.

2) Produk yang Hampir Sama dengan Pesaing

Salah satu kelemahan yang disebutkan adalah bahwa Pegadaian Syariah Cabang Luwu memiliki beberapa produk yang hampir sama dengan pesaing lainnya. Ini dapat menyebabkan kebingungan di antara nasabah, yang sulit untuk membedakan produk dan layanan Pegadaian Syariah dari pesaing. Hal ini dapat mempengaruhi upaya perusahaan untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang ada.

3) Pemasaran yang Belum Merata ke Daerah Terpencil

Kelemahan lainnya yaitu pemasaran Pegadaian Syariah belum merata ke seluruh daerah terpencil yang terletak di wilayah Kabupaten Luwu. Hal ini menyebabkan banyak masyarakat di daerah tersebut yang belum mengetahui produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Luwu.

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh beberapa indikator dalam faktor eksternal baik peluang maupun ancaman.

a. Peluang

1) Produk pembiayaan pada pegadaian syariah merupakan kebutuhan masyarakat

Peluang pertama adalah bahwa masyarakat kota Palopo masih banyak membutuhkan pinjaman dana. Ini menciptakan peluang bagi Pegadaian Syariah untuk menawarkan produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Semakin banyak nasabah yang datang, semakin besar peluang untuk meningkatkan market share.

2) Perkembangan Teknologi

Perkembangan Teknologi yang pesat juga menjadi peluang bagi Pegadaian Syariah cabang Luwu. Dengan berkembangnya teknologi di masa sekarang, mempermudah nasabah dalam mengakses informasi dan kebutuhannya tanpa harus datang langsung dan waktu yang lebih singkat, juga dapat menjangkau seluruh masyarakat dengan menyebarkan informasi tentang Produk Pegadaian Syariah.

3) Peningkatan Penjualan Produk

Peluang untuk meningkatkan penjualan produk juga menjadi faktor penting. Upaya perusahaan dalam meningkatkan promosi, pemasaran, dan layanan pelanggan dapat membantu dalam menarik lebih banyak nasabah dan meningkatkan pendapatan perusahaan.

b. Ancaman

1) Persepsi Masyarakat yang Salah

Ancaman utama adalah persepsi yang salah di kalangan masyarakat yang menganggap Pegadaian Syariah sama dengan pegadaian konvensional. Ini bisa menghambat upaya pemasaran dan peningkatan *market share* karena beberapa calon nasabah mungkin kurang memahami perbedaan antara produk dan layanan Pegadaian Syariah dengan pegadaian konvensional.

2) Kurangnya Kepercayaan Masyarakat

Ancaman lain adalah kurangnya kepercayaan dari beberapa masyarakat terhadap Pegadaian Syariah. Beberapa orang masih meragukan

proses dan keamanan bertransaksi di Pegadaian Syariah. Kepercayaan yang kurang dapat menghambat pertumbuhan nasabah dan *market share*.

3) Semakin banyak lembaga keuangan pesaing di sekitar lokasi pegadaian syariah

Semakin banyak lembaga keuangan pesaing di sekitar lokasi Pegadaian Syariah dapat menjadi tantangan bagi perusahaan tersebut. Persaingan yang ketat dari lembaga-lembaga keuangan lain dapat mengakibatkan persaingan harga dan promosi yang lebih intensif, yang mungkin mempengaruhi kemampuan Pegadaian Syariah untuk menarik nasabah baru. Oleh karena itu, dalam menghadapi persaingan ini, Pegadaian Syariah perlu mengembangkan strategi yang kompetitif, meningkatkan kualitas layanan, dan mempertahankan nilai-nilai syariah yang menjadi keunggulan mereka untuk mempertahankan dan meningkatkan *market share* mereka di daerah tersebut.

Analisis SWOT merujuk kepada model dari Rangkuti yang digunakan untuk menganalisis produk pembiayaan pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Di sini, tabel IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan tabel EFAS (*External Factors Analysis Summary*) digunakan untuk merangkum hasil analisis kuantitatif indikator SWOT yang diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh beberapa responden.

Tabel 4.2 Matriks IFAS Straegi pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu

No	Faktor Internal Peningkatan <i>Market share</i> Pegadaian Syariah Cabang Luwu	Bobot Relatif	Rating	TOTAL SKOR (Bobot x Rating)
<i>Strength (Kekuatan)</i>				
1	Kualitas Pelayanan yang Baik	0,13	4	0,52
2	Produk pembiayaan sesuai dengan Syariat Islam	0,10	3	0,3
3	Harga yang diberikan oleh pegadaian syariah dapat dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat	0,11	4	0,44
4	Lokasi pegadaian syariah yang strategis	0,09	3	0,27
5	Persyaratan yang Mudah dan Aman	0,10	3	0,3
6	Dapat menjangkau Masyarakat Kecil yang Tidak Dapat dijangkau oleh Perbankan	0,13	4	0,52
Total		-	-	2,35
<i>Weaknes (Kelemahan)</i>				
1	Produk pembiayaan pegadaian syariah kurang dikenal masyarakat	0,10	3	0,3
2	Produk yang Hampir Sama dengan Pesaing	0,11	4	0,44
3	Pemasaran yang Belum Merata ke Daerah Terpencil	0,11	4	0,44
Total		-	-	1,18
Jumlah		1,00	-	3,53
Selisih				1,17

Tabel 4.3 Matriks EFAS Staregi pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu

No	Faktor Eksternal Peningkatan <i>Market share</i> Pegadaian Syariah Cabang Luwu	Bobot Relatif	Rating	TOTAL SKOR (Bobot x Rating)
<i>Opportunity (Peluang)</i>				
1	Produk pembiayaan pada pegadaian syariah merupakan kebutuhan masyarakat	0,16	3	0,48
2	Perkembangan Teknologi	0,19	4	0,76
3	Peningkatan Penjualan Produk	0,18	3	0,72
Total			-	1,96
<i>Threats (Ancaman)</i>				
1	Persepsi Masyarakat yang Salah	0,15	3	0,45
2	Kurangnya Kepercayaan Masyarakat	0,15	3	0,45
3	Semakin banyak lembaga keuangan pesaing di sekitar lokasi pegadaian syariah	0,18	4	0,72
Total			-	1,59
Jumlah		1,00	-	3,55
Selisih				0,37

Berdasarkan Tabel IFAS dan EFAS diatas, dapat dilihat bahwa nilai IFAS sebesar 3,53. Sedangkan nilai EFAS sebesar 3,55. Nilai total skor untuk masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut: *Strengths* 2,35, *Weakness* 1,18 *Opportunities* 1,96 dan *Threats* 1,59. Sehingga dapat diketahui nilai *strengths* diatas nilai *weakness* selisihnya sebesar 1,17 kemudian nilai *opportunities* diatas *threats* nilai selisihnya yaitu 0,37. Selanjutnya dari identifikasi faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram SWOT.

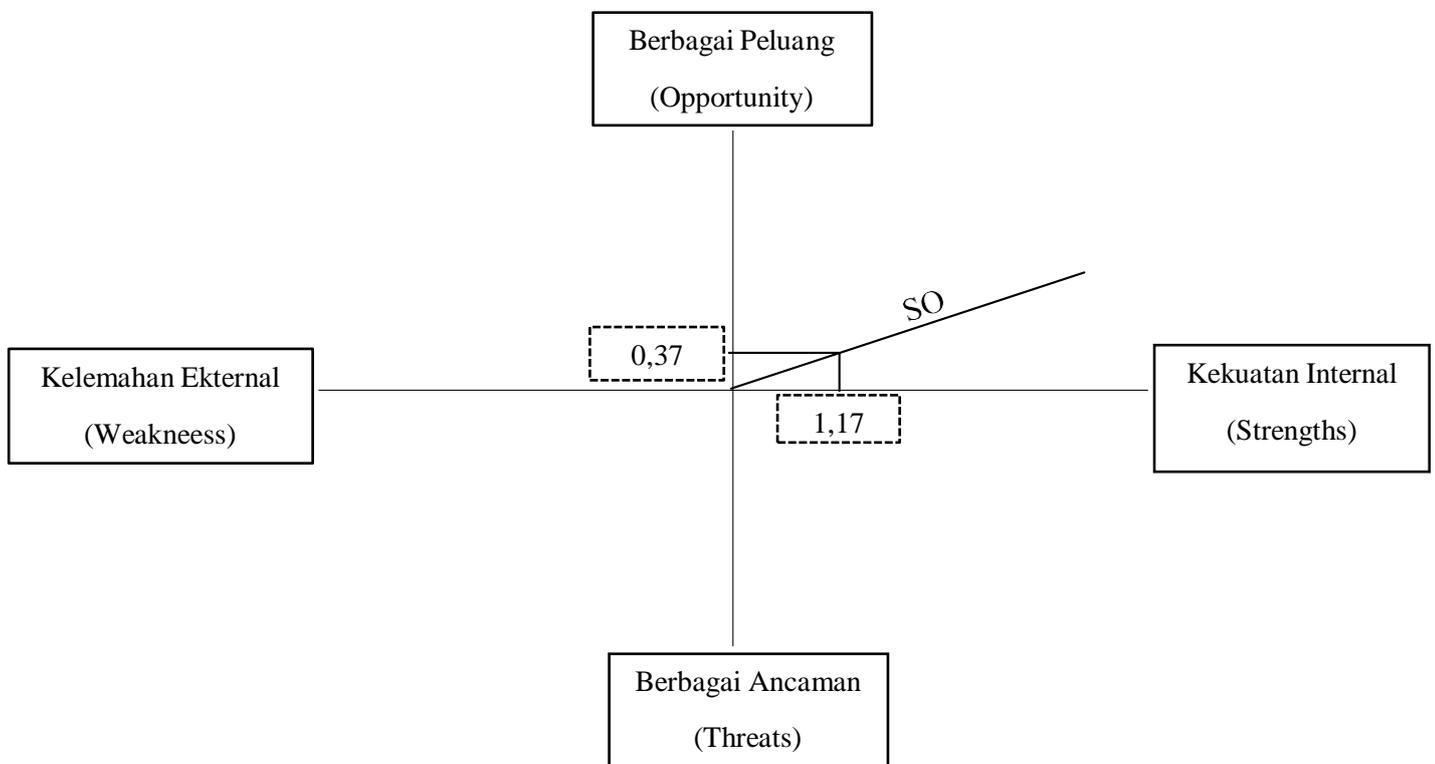
Berdasarkan hasil dari matriks IFAS dan EFAS tersebut maka matriks SWOT produk pembiayaan pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

$$x = \text{Total Skor Kekuatan (S)} - \text{Total Skor Kelemahan (W)}$$

$$y = \text{Total Skor Peluang (O)} - \text{Total Skor Ancaman (T)}$$

$$\text{Dimana: } x = 2,35 - 1,18 \qquad y = 1,96 - 1,59$$

$$x = 1,17 \qquad y = 0,37$$



Gambar 4.4 Diagram Analisis SWOT Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Berdasarkan Gambar diatas dapat diketahui analisis SWOT pada produk pembiayaan di PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu berada pada posisi kuadran 1. Posisi tersebut merupakan posisi yang sangat menguntungkan pihak PT. Pegadaian Syariah dengan cara menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan secara agresif (*growth*

oriented strategy). Sehingga kemudian strategi pengembangan yang bisa dilakukan pihak PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu berdasarkan hasil kajian peneliti sebagai berikut:

Tabel 4.5 **Matriks SWOT**

Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan yang Baik 2. Produk pembiayaan sesuai dengan Syariat Islam 3. Harga yang diberikan oleh pegadaian syariah dapat dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat 4. Lokasi pegadaian syariah yang strategis 5. Persyaratan yang Mudah dan Aman 6. Dapat menjangkau Masyarakat Kecil yang Tidak Dapat dijangkau oleh Perbankan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk pembiayaan pegadaian syariah kurang dikenal masyarakat 2. Produk yang Hampir Sama dengan Pesaing 3. Pemasaran yang Belum Merata ke Daerah Terpencil
Eksternal	Peluang (O)	Strategi S-O
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk pembiayaan pada pegadaian syariah merupakan kebutuhan masyarakat 2. Perkembangan Teknologi 3. Peningkatan Penjualan Produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan citra merek di mata masyarakat untuk menegaskan bahwa produk pembiayaan yang ditawarkan sangat dibutuhkan oleh masyarakat. 2. Memperkenalkan bahwa produk pada pegadaian Syariah telah mengikuti syariat Islam dan harga yang ditawarkan murah
	Strategi W-O	
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan frekuensi promosi produk pembiayaan Pegadaian Syariah melalui media sosial guna meningkatkan kesadaran masyarakat. 2. Memperluas jaringan outlet Pegadaian Syariah di daerah-daerah terpencil di Kota Palopo dan

	3. Aktif melakukan promosi produk melalui berbagai acara dan kegiatan yang sering dihadiri oleh masyarakat guna meningkatkan kesadaran dan minat mereka terhadap produk Pegadaian Syariah.	Kabupaten Luwu.
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Persepsi Masyarakat yang Salah	1. Memperkenalkan kepada masyarakat mengenai berbagai produk pembiayaan yang tersedia di Pegadaian Syariah Cabang Luwu.	1. Melakukan edukasi kepada masyarakat mengenai konsep dan manfaat dari Pegadaian Syariah.
2. Kurangnya Kepercayaan Masyarakat	2. Memperluas jaringan kantor Pegadaian Syariah di Luwu untuk menghadapi persepsi negatif masyarakat terkait dengan produk yang Hampir Sama dengan Pesaing.	2. Memberikan potongan harga atau tawaran hadiah kepada pelanggan yang setia terhadap Pegadaian Syariah.
3. Semakin banyak lembaga keuangan pesaing di sekitar lokasi pegadaian syariah	3. Melakukan sosialisasi aktif kepada penduduk yang tinggal di daerah terpencil di Kota Palopo untuk meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk Pegadaian Syariah.	3. Melakukan promosi produk secara berkala dengan jadwal bulanan atau tahunan ke wilayah Kota Palopo untuk menjaga daya tarik dan minat pelanggan.

a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi SO (*Strength-Opportunity*) adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan internal organisasi untuk memanfaatkan peluang eksternal. Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan dan data wawancara dengan Pegadaian Syariah Cabang Luwu, berikut adalah beberapa rekomendasi strategi pengembangan yang dapat digunakan oleh Pegadaian Syariah Cabang Luwu dalam menghadapi persaingan dalam memasarkan produk pembiayaan:

- 1) Meningkatkan citra merek di mata masyarakat untuk menegaskan bahwa produk pembiayaan yang ditawarkan sangat dibutuhkan oleh masyarakat.
- 2) Memperkenalkan bahwa produk pada pegadaian Syariah telah mengikuti syariat Islam dan harga yang ditawarkan murah.
- 3) Aktif melakukan promosi produk melalui berbagai acara dan kegiatan yang sering dihadiri oleh masyarakat guna meningkatkan kesadaran dan minat mereka terhadap produk Pegadaian Syariah.

b. Strategi S-T (*Strength-Threat*)

Strategi S-T (*Strength-Threat*) adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal. Berdasarkan analisis SWOT dan data wawancara dengan Pegadaian Syariah Cabang Luwu, berikut adalah beberapa rekomendasi strategi pengembangan yang dapat digunakan oleh Pegadaian Syariah Cabang Luwu dalam menghadapi ancaman di pasar pembiayaan:

- 1) Memperkenalkan kepada masyarakat mengenai berbagai produk pembiayaan yang tersedia di Pegadaian Syariah Cabang Luwu.

- 2) Memperluas jaringan kantor Pegadaian Syariah di Luwu untuk menghadapi persepsi negatif masyarakat terkait dengan produk yang Hampir Sama dengan Pesaing.
- 3) Melakukan sosialisasi aktif kepada penduduk yang tinggal di daerah terpencil di Kota Palopo untuk meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk Pegadaian Syariah.

c. Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*)

Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) adalah strategi yang bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal organisasi dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Berdasarkan analisis SWOT dan data wawancara dengan Pegadaian Syariah Cabang Luwu, berikut adalah beberapa rekomendasi strategi pengembangan yang dapat digunakan oleh Pegadaian Syariah Cabang Luwu:

- 1) Meningkatkan frekuensi promosi produk pembiayaan Pegadaian Syariah melalui media sosial guna meningkatkan kesadaran masyarakat.
- 2) Memperluas jaringan outlet Pegadaian Syariah di daerah-daerah terpencil di Kota Palopo dan Kabupaten Luwu.

d. Strategi W-T (*Weakness-Threat*)

Strategi W-T (*Weakness-Threat*) adalah strategi yang bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal organisasi dalam menghadapi ancaman eksternal. Berdasarkan analisis SWOT dan data wawancara dengan Pegadaian Syariah Cabang Luwu, berikut adalah beberapa rekomendasi strategi pengembangan yang dapat digunakan oleh Pegadaian Syariah Cabang Luwu:

- 1) Melakukan edukasi kepada masyarakat mengenai konsep dan manfaat dari Pegadaian Syariah.
- 2) Memberikan potongan harga atau tawaran hadiah kepada pelanggan yang setia terhadap Pegadaian Syariah.
- 3) Melakukan promosi produk secara berkala dengan jadwal bulanan atau tahunan ke wilayah Kota Palopo untuk menjaga daya tarik dan minat pelanggan.

C. Pembahasan

Strategi *Strength-Opportunities* (S-O) ini memanfaatkan kekuatan internal Perusahaan untuk memanfaatkan setiap peluang yang tersedia sehingga, dibandingkan dengan pesaing Perusahaan dapat memiliki keunggulan tersendiri (*core adfentage*) dibandingkan dengan Perusahaan sejenis.

1. Meningkatkan citra merek dimata masyarakat untuk menegaskan bahwa produk pembiayaan yang di tawarkan sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Pada temuan yang peneliti dapatkan, PT. Pegadaian Syariah cabang Luwu telah membuat citranya menjadi positif. Hal yang dilakukan PT. Pegadaian Syariah cabang Luwu dalam membuat citra mereknya baik dimata konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, persyaratan yang mudah dan aman, dan dapat menjangkau masyarakat kecil yang tidak dapat dijangkau oleh perbankan. Hal-hal tersebut mampu membuat citra merek PT. Pegadaian Syariah cabang Luwu baik di mata nasabahnya, kemungkinan karena citra yang baik itu akan mendatangkan nasabah yang loyal dan memunculkan persepsi yang baik.

Kotler dalam Indra Wijayanto mengatakan “*the long term success of the a particular brand is not based on the number of consumer who purchase it only once, but on the number who become repeat purchase*”. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa pelanggan yang loyal tidak dapat diukur dari seberapa kali dia membeli, tetapi dilihat dari seberapa sering pelanggan itu melakukan pembelian ulang termasuk merekomendasikan *brand* ke orang lain untuk membeli. Kemunculan citra baik itu pada suatu merek membuat konsumen akan melakukan pembelian ulang, hal ini dikarenakan merek sudah ada dibenak konsumen untuk dipercaya dalam pembelian.⁴⁵

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Juventino Sindarto dan Lena Ellitan,⁴⁶ ditemukan bahwa adanya citra merek apapun yang baik akan membuatnya lebih melekat dalam ingatan konsumen atau dalam catatan mereka. Kesadaran merek akan membantu konsumen dalam menyampaikan tujuan pembeliannya. Oleh karena itu, konsumen akan lebih cenderung menggunakan barang dari merek yang mereka kenal daripada merek yang tidak mereka kenal karena mereka akan menganggapnya lebih aman, oleh karena itulah terciptalah loyalitas konsumen.

Setiap bisnis harus mampu mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam kondisi persaingan yang ketat saat ini, dan bahkan mungkin harus terus berkembang. Hal terpenting yang harus dilakukan dan dikenali oleh setiap Perusahaan manapun adalah mengikuti pelanggan yang

⁴⁵ Indra Wijayanto dan Sri Setyo Iriani, “Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1, no.3, <https://docplayer.info/33185704-Pengaruh-citra-merek-terhadap-loyalitas-konsumen.html>.

⁴⁶ Juventino Sindarto dan Lena Ellitan, “Peran Citra Merek Dalam Membangun Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen: Sebuah Kajian Teoritis.”

sudah ada terus-menerus mencari pelanggan baru sehingga tidak ada dari mereka yang pergi untuk menjadi pelanggan pesaing lain. Dengan kata lain, sebuah bisnis harus mampu mempertahankan dan menjaga keloyalitan konsumen terhadap merek barang tertentu adalah prinsip yang sangat penting, terutama ketika tingkat persaingan sangat tinggi dan perkembangannya lambat. Dalam hal ini, mempertahankan pelanggan yang loyal sangat penting untuk kelangsungan hidup dan kesuksesan Perusahaan. Berbeda dengan upaya untuk menarik konsumen baru, upaya untuk mempertahankan loyalitas merek adalah langkah strategis. Salah satu yang harus diperiksa dan dipantau secara teratur oleh Perusahaan manapun adalah masalah citra merek.

2. Memperkenalkan bahwa produk pada pegadaian syariah telah mengikuti syariat islam dan harga yang ditawarkan murah.

Produk yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Syariah cabang Luwu telah sesuai dengan prinsip-prinsip Syariat Islam dengan keunggulan yang signifikan. Hal ini menarik bagi nasabah yang ingin menjalankan transaksi keuangan sesuai dengan nilai-nilai agama mereka, dan juga menghindari unsur riba yang dilarang dalam islam. Adapun harga yang diberikan oleh PT. Pegadaian Syariah cabang Luwu yang dianggap terjangkau oleh seluruh kalangan masyarakat adalah salah satu keunggulan dari PT. Pegadaian Syariah cabang Luwu. Dalam pembiayaan syariah harga atau margin yang dikenakan pada transaksi biasanya telah diatur sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, termasuk ketentuan yang memastikan keadilan dan keberlanjutan. Hal ini memungkinkan berbagai lapisan masyarakat, termasuk yang kurang mampu

untuk menggunakan layanan pembiayaan Pegadaian Syariah tanpa khawatir terilit beban bunga atau praktik-praktik yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan demikian, PT. Pegadaian Syariah cabang Luwu dapat memberikan manfaat finansial kepada berbagai segmen masyarakat dan mendukung inklusi keuangan yang lebih luas.

Berdasarkan Kotler dalam Dewa Tegar Pramudita dkk, kepuasan pelanggan artinya mengacu pada emosi kebahagiaan atau kekesalan seseorang setelah membandingkan harapan mereka dan pengalaman yang sebenarnya. Perasaan puas atau kasih sayang banyak orang terhadap merek atau bisnis yang bersangkutan menumbuhkan ikatan emosional. Menurut Kotler, loyalitas adalah sebagai kewajiban yang mengakar demi memesan ataupun kontributif kembali produk atau layanan prioritas dimasa depan, terlepas dari perubahan keadaan pelanggan dan dampak kegiatan pemasaran. Ada sejumlah cara untuk mengukur kepuasan pelanggan, termasuk produk sesuai dengan syariat islam dan harga yang murah.⁴⁷

3. Aktif melakukan promosi produk melalui berbagai acara dan kegiatan yang sering dihadiri oleh masyarakat guna meningkatkan kesadaran dan minat mereka terhadap produk pegadaian syariah.

Pada temuan yang peneliti dapatkan, PT. Pegadaian Syariah cabang Luwu telah membuat citranya menjadi positif. Hal yang dilakukan PT. Pegadaian Syariah cabang Luwu dalam melakukan promosi produk yaitu melalui berbagai acara dan kegiatan yang sering dihadiri oleh masyarakat

⁴⁷ Dewa Tegar Pramudita, "Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk (Literatur Review Manajemen Pemasaran)."

seperti memberikan sponsor disetiap acara yang diselenggarakan di Kota Palopo.

Promosi produk dan pemberian sosialisasi merupakan sebuah bentuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh setiap perusahaan, memberikan sosialisasi dan promosi produk kepada masyarakat disampaikan dengan Bahasa yang baik dan mudah di pahami sehingga masyarakat yang awalnya tidak memahami menjadi paham mengenai produk pegadaian syariah. Disamping itu, materi yang disampaikan juga didukung dengan memperlihatkan brosur kepada masyarakat agar lebih mudah untuk dipahami.

Menurut Sofjan Assauri, keberhasilan suatu Perusahaan mencapai tujuan dan sasaran Perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan Perusahaan memasarkan produknya. Tujuan Perusahaan untuk dapat menjamin kelangsungan hidupnya, berkembang dan mampu bersaing, hanya mungkin apabila Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada Tingkat kuantitas yang diharapkan serta mampu mengatasi tantangan dari para pesaing dalam pemasaran.⁴⁸

Sesuai dengan pernyataan diatas bahwa pemasaran yang baik akan sangat membantu kelangsungan hidup lembaga atau pegadaian tersebut, agar pegadaian dapat bertahan di tengah persaingan yang ketat oleh lembaga keuangan bank ataupun nonbank lain, haruslah melakukan pemasaran yang lebih optimal sehingga akan mendapatkan hasil yang maksimal pula.

⁴⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 60.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka kesimpulan penelitian ini meliputi:

1. PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu memiliki Kekuatan (*Strengths*), seperti kualitas pelayanan yang baik, produk pembiayaan sesuai dengan Syariat Islam, harga yang terjangkau oleh berbagai kalangan, lokasi yang strategis, persyaratan yang mudah dan aman, serta kemampuan untuk menjangkau masyarakat kecil yang tidak dapat dijangkau oleh perbankan konvensional, merupakan aset internal yang memberikan keunggulan kompetitif.
2. Kelemahan (*Weaknesses*) dari PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu mencakup kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk pembiayaan Pegadaian Syariah, persaingan dengan produk yang serupa dari pesaing, dan ketidakmerataan pemasaran di daerah terpencil di wilayah Kabupaten Luwu.
3. PT. Pegadaian Syariah Cabang Luwu memiliki peluang (*Oportunity*), seperti kebutuhan masyarakat Palopo akan produk pembiayaan, perkembangan teknologi, dan potensi peningkatan penjualan produk melalui strategi promosi dan pemasaran. Dengan memanfaatkan peluang ini, Pegadaian Syariah dapat memperluas pangsa pasar mereka dan

mendukung inklusi keuangan yang lebih luas, sambil meningkatkan pertumbuhan bisnis mereka.

4. Ancaman terhadap peningkatan market share Pegadaian Syariah Cabang Luwu mencakup beberapa faktor yang meliputi persepsi masyarakat yang salah terhadap produk pembiayaan syariah, kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah, dan semakin banyaknya lembaga keuangan pesaing di sekitar lokasi Pegadaian Syariah Cabang Luwu.
5. Strategi yang digunakan oleh pihak Pegadaian Syariah Cabang Luwu diantaranya yaitu, pemberian *Literasi* kepada masyarakat dalam memahami dengan baik tentang keuangan, *Kanvassing* seperti membujuk nasabah atau melakukan kontak langsung dengan pembeli, *Proseling/personalseling* seperti promosi penjualan yang dilakukan dengan dua arah dan dinilai lebih efektif dalam memasarkan produk karena tujuan akhir dalam suatu promosi ialah melakukan penjualan. Adapun strategi yang cocok digunakan oleh pihak Pegadaian Syariah dalam meningkatkan market sharenya yakni melakukan promosi melalui sosial media dengan mengikuti perkembangan zaman, salah satunya membuat promosi produk yang unik dan menarik agar masyarakat melirik produk yang sedang dipasarkan.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Pegadaian Syariah Cabang Luwu
 - a. Memperluas pemasaran produk ke seluruh lapisan masyarakat yang ada di sekitar lokasi Pegadaian Syariah Cabang Luwu, bahkan ke seluruh wilayah Kota Palopo
 - b. Pegadaian Syariah Cabang Luwu giat memberikan sosialisasi kepada masyarakat yang belum memahami tentang pegadaian syariah serta produk-produknya
 - c. Pegadaian Syariah Cabang Luwu harus memanfaatkan kekuatan dan peluang semaksimal mungkin agar dapat menutupi kelemahan yang ada dan mampu menghadapi ancaman atau persaingan yang akan datang.
2. Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyarankan untuk yang meneliti selanjutnya agar dapat memperluas cakupan, yaitu dengan cara menganalisis strategi pemasaran dengan berbagai metode analisis, tidak hanya dengan analisis SWOT. Kemudian saran untuk peneliti selanjutnya, karena penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka hendaknya peneliti selanjutnya melakukan pengumpulan dan pengolahan data dengan standar yang baik dan benar

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Fauzi et al. *Metodologi Penelitian*. 1 77. purwokerto selatan: pena persada.
- Ayif, Fathur Rahman. “Determinan Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia (Pendekatan Error Correction Model).” *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* Volume 7, no. No. 2 (2022): 642.
- Hamida, A., Nur Alam Muhajir, M., sukran and Paulus, M. (2023), “Does Islamic Financial Inclusion Matter for Household Financial Well Being?”, *Keuangan Dan Perbankan, Jurnal*, Vol. 27 No. 1, pp. 2443–2687, doi: 10.26905/jkdp.v27i1.8659.
- Jabani, M., Muhajir, M.N.A., Muang, M.S.K. and Fasiha. (2021), “Character Centered Leadership and Its Influence on Employee Loyalty in Sharia Banking: A Case Study in the South Sulawesi Region”, *Technium Social Sciences Journal*, Vol. 7, pp. 312–320.
- Muhammad Nur Alam, Erwin, Hamida, A. and Sukran. (2023), *BANK SYARIAH: STRATEGI PENGENTASAN KEMISKINAN DI INDONESIA (Solusi Perekonomian Umat Dalam Memutuskan Rantai Kemiskinan)*, Dot Plus Publisher.
- Setiawan, E.I., Evi Surahman and Rifuddin, B. (2020), “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada PT. Semen Tonasa, Tbk di Kota Palopo”, *Jurnal of Islamic Economic and Bussiness*, Vol. 2 No. 2, pp. 52–56.
- Basrowi, Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. 1 188. jakarta: rineka cipta, 2008.
- Bintang, Arifin. “Pemahaman Masyarakat Terhadap System Pegadaian Syariah Pangkajene Di Kabupaten Sidenreng Rappang.” Skripsi, IAIN Pare-Pare, 2021.
- Dewa Tegar Pramudita. “Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk (Literatur Review Managemen Pemasaran)” 3, no. 1 (2022).
- Ervina, maulida. *Manajemen Strategik*. 1 ed. 1 154–155. Media Saing Indonesia, 2021.
- Haryati. “Penerapan Analisis Swot Terhadap Startegi Pemasaran Pada BTN Syariah KCP Pare-Pare.” Skripsi, IAIN Pare-Pare, 2019.
- Husein, Umar. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. 1 16. jakarta: rajawali pers, 2010.
- Iftitah, Nurul Laily. “Pangsa Pasar: Pengertian, Segmentasi, Analisis, dan Strategi,” t.t. <https://katadata.co.id/safrezi/berita/62132216e56b8/pangsa-pasar-pengertian-segmentasi-analisis-dan-strategi>.
- Indra Wijayanto, dan Sri Setyo Iriani. “Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen” 1, no. 3 (t.t.). <https://docplayer.info/33185704-Pengaruh-citra-merek-terhadap-loyalitas-konsumen.html>.
- Jefry, Tarang et al. *Regulasi Dan Implementasi Pegadaian Syariah Di Indonesia*. 1, hal, 13-14. Yogyakarta: K-Media, 2019.
- Juventino Sindarto, dan Lena Ellitan. “Peran Citra Merek Dalam Membangun Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen: Sebuah Kajian Teoritis” 1, no. 10 (2022).
- Liza, Oktaviani. “Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Pegadaian Syariah.” Skripsi, IAIN Bengkulu, 2020.

- Mardawani. *Praktis Penelitian Kualitatif*. 1 45. yogyakarta: deepublish cv budi utama, 2020.
- Muhammad, Andika. “Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Pt Al Mucthar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” Skripsi, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH, 2020.
- Muhammad, Deni Putra et al. “Analisis Minat Masyarakat Menabung Emas Pada Unit Pegadaian Syariah Se, Layo Solok.” *Al-bank* Vol 1, no. No 1 (2021): hal 41.

- Muhammad, Hafiz Mauludi. “Pengaruh Penerapan Hukum Islam Terhadap Minat Pengguna Jasa Pegadaian Syariah.” *Al Amwal* 1, no. 2 (2019): hal 91.
- Muhammad, Kurniawan. *Muhammad Kurniawan, “Bank dan Lembaga Keuangan Syariah”, Cet. Pertama, (CV. Adanu Abimata, 2021), hal 151.* 1 ed. 1 151. Indramayu: Adanu Abimata, 2021.
- Nailul mubarok, ilham. “Penyelesaian Perkara Wanprestasi akad gadai emas: Studi kasus di PT. Pegadaian Syariah cabang Bangkalan.” Skripsi, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG, 2023.
- Nataliningsih. *Manajemen Strategi Agribisnis.* 1 ed. 1 1. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Nur, Qadri. “Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Market Share Di Pegadaian Syariah” Skripsi, 2020.” Skripsi, IAIN Pare-pare.
- Purnamasari. *At-taradhi* volume 9, no. no.1 (2018): hal, 26.
- Reza, Muh. “Strategi Manajemen Keuangan Terhadap Peningkatan Profitabilitas UPS Pegadaian Syariah Lanrisang Kabupaten Pinrang, Skripsi, 2022.” Skripsi, IAIN Pare-pare, 2022.
- siti, sara sasqia. “Siti Sarah Sasqia, Manajemen Strategi Pegadaian Syariah Radin Intan Dalam Menumbuhkan Minat Nasabah Di Bandar Lampung.” Skripsi, uin Raden Intan Lampung, 2020.
- Sofjan, Assauri. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&B).* 1. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Takdir. “Analisis Pemasaran Cemilan Kacang Tanah (*Arachis Hypogaea*) Studi Kasus Pada Home Industry Rapo-Rapo Di Kota Raha Kabupaten Muna.” *Media Agribisnis* 5, no. 2 (2021): 140.
- Ulfa, Hidayati. “Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam.” Skripsi, UNIVERSITAS ISLAM NEGERIRADEN INTAN LAMPUNG, 2018.
- “Wawancara dengan ibu Eriska Regita CH PT. Pegadaian cabang syariah luwu pada tanggal 26 Juli 2023,”.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

PEDOMAN WAWANCARA

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN *MARKET SHARE* PEGADAIAN SYARIAH CABANG LUWU

Pertanyaan untuk pihak pegadaian syariah

- **Kekuatan** : Bagaimana mengembangkan minat masyarakat menggunakan produk pegadaian syariah cabang luwu?
 - **Kelemahan** : Dalam mengembangkan minat masyarakat menggunakan produk pegadaian syariah hal apa yang harus dihindari dari Perusahaan?
 - **Peluang** : Pada saat pelaksanaan hal tersebut sudah adakah peluang untuk menarik minat nasabah?
 - **Ancaman** : Dalam mengembangkan minat masyarakat trsbt hal apa yang menjadi hambatan?
- **Kekuatan** : Bagaimana daya saing mampu mempertahankan pangsa pasarnya?
 - Dalam hal tersebut apa **Kelemahan lalu Peluang** yang didapat dalam hal tersebut dan adakah **Ancaman** yang didapatkan selama mempertahankan pangsa pasar?
- **Kekuatan** : Tindakan apa yang anda lakukan dalam menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen dengan tepat serta menguntungkan?
 - Adakah **Kelemahan** yang terjadi pada saat proses tersebut?
 - Adakah **Peluang** yang bapak dapatkan dalam hal tersebut
 - Adakah **Ancaman** yg dapat terjadi pda saat proses tersebut
- **Kekuatan** : Bagaimana cara anda menarik konsumen agar memakai jasa pada produk pegadaian syariah cabang luwu?
 - **Kelemahan dan hambatan** apa yang perusahaan alami dalam menarik konsumen memakai jasa dan produk pegadaian syariah cabang luwu
 - **Peluang** seperti apa yang diperoleh perusahaan dalam menarik konsumen memakai jasa dan produk pegadaian syariah cabang luwu
- **Kekuatan** : Bagaimana solusi/cara yang anda lakukan agar dapat meningkatkan pangsa pasar pegadaian syariah cabang luwu?
 - Adakah **kelemahan** dalam meningkatkan pangsa pasar
 - Seperti apa **peluang** yang anda dapatkan dalam meningkatkan pangsa pasar
 - Lalu **ancaman** seperti apa yang terjadi dalam meningkatkan pangsa pasar.

6. - **Kekuatan** : Seperti apa pangsa pasar yang dihadapi pegadaian syariah cabang luwu saat ini?
 - Pada saat menghadapi pangsa pasar tersebut apa saja **Kelemahan Peluang serta Hambatan** yang dihadapi perusahaan
7. - **Kekuatan** : Langkah apa yang anda lakukan dalam mengantisipasi resiko pangsa pasar yang akan terjadi?
 - Adakah **Kelemahan dan Ancaman** dalam menerapkan Langkah mengantisipasi resiko pangsa pasar tersebut
 - Apakah selama penerapan Langkah-langkah tersebut adakah **peluang** yang didapatkan perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar
8. - **Kekuatan** : Bagaimana tanggapan anda dalam melihat persaingan untuk merebut pangsa pasar saat ini ?
 - **Kelemahan dan Hambatan** apa yang perusahaan hadapi dalam melihat persaingan pangsa pasar
 - **Peluang** apa yang didapatkan perusahaan dlm melihat persaingan pangsa pasar
9. - **Kekuatan** : Bagaimana anda meningkatkan performa pelayanan sehingga mampu menarik nasabah?
 - Adakah **Hambatan dan Kelemahan** pada saat proses tersebut
 - **Peluang** seperti apa yang dihasilkan dalam proses tersebut untuk meningkatkan pangsa pasar
10. - **Kekuatan** : Dari semua strategi yang telah perusahaan lakukan, strategi manakah yang paling efektif dalam meningkatkan pangsa pasarnya?
 - Dari semua strategi yang telah perusahaan lakukan **Kelemahan dan Ancaman** seperti apa yang perusahaan dapatkan.
 - Selama menerapkan strategi perusahaan **Peluang** apa yang telah diperoleh.

Pertanyaan untuk nasabah

1. Menurut anda apakah strategi yang dilakukan oleh pegadaian syariah cabang luwu saat ini sudah memenuhi kriteria anad?
2. Menurut anda apakah pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah Cabang Luwu saat ini sudah baik?
3. Produk apa saja yang ditawarkan Pegadaian Syariah Cabang luwu kepada masyarakat?

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : MUH TAHIR DAHLAN, SE
Alamat : PT PEENDALAM CAB. SYARIAH LUWU.
Pekerjaan : PEMIMPIN CABANG

Menerangkan bahwa:

Nama : Kasmia
Nim : 19 0402 0094
Prodi : PBS

Benar telah mengadakan penelitian dengan wawancara kepada kami sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Peningkatan Market Share Pegadaian Syariah Cabang Luwu".

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Palopo, 26/07/2023

Yang menerangkan,



(... MUH TAHIR DAHLAN, SE)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : R. Dwi UTAMI ACTUTI
Alamat : Jl. DURJAN
Pekerjaan : CRO PEGADAIAN.

Menerangkan bahwa:

Nama : Kasmia
Nim : 19 0402 0094
Prodi : PBS

Benar telah mengadakan penelitian dengan wawancara kepada kami sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Peningkatan Market Share Pegadaian Syariah Cabang Luwu".

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Palopo, 16/08/2023

Yang menerangkan,


(...R. Dwi UTAMI ACTUTI...)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Eriska Regita CH
Alamat : Jl. A. Teriadjeng (ex. Cakalang)
Pekerjaan : Marketing Officer Pegadaian Syariah.

Menerangkanbahwa:

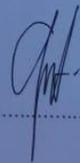
Nama : Kasmia
Nim : 19 0402 0094
Prodi : PBS

Benar telah mengadakan penelitian dengan wawancara kepada kami sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Peningkatan Market Share Pegadaian Syariah Cabang Luwu".

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Palopo, 28/07/2023

Yang menerangkan,


(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : GALUH SRI MARLINA.

Alamat : Jln. Dr. RATULANGI

Pekerjaan : Usaha Kautin

Menerangkan bahwa:

Nama : Kasmia

Nim : 19 0402 0094

Prodi : PBS

Benar telah mengadakan penelitian dengan wawancara kepada kami sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Peningkatan Market Share Pegadaian Syariah Cabang Luwu".

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Palopo,

Yang menerangkan,


(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rina
Alamat : Jl. Sungai Cerekang
Pekerjaan : Bergkel

Menerangkan bahwa:

Nama : Kasmia
Nim : 19 0402 0094
Prodi : PBS

Benar telah mengadakan penelitian dengan wawancara kepada kami sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Peningkatan Market Share Pegadaian Syariah Cabang Luwu".

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Palopo,
Yang menerangkan,


(.....)























PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No 5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Talpon : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
 NOMOR : 876/IP/DPMTSP/VII/2023

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2020 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : KASMIA
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : Den. Tamara Kab. Luwu
 Pekerjaan : Mahasiswa
 NIM : 1904020094

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN MARKET SHARE PEGADAIAN SYARIAH CABANG LUWU

Lokasi Penelitian : KANTOR PENGGADAIAN SYARIAH CABANG LUWU

Lamanya Penelitian : 17 Juli 2023 s.d. 17 September 2023

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Diterbitkan di Kota Palopo
 Pada tanggal : 18 Juli 2023
 a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Sekretaris

WAHYUDIN, M. S. AN, MM
 Pangkat : Pembina
 NIP : 19781005 201001 1 003

Tembwear

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Su-Sel.
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 S/WG
4. Kapolres Palopo.
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

RIWAYAT HIDUP



KASMIA, lahir di Bone pada tanggal 03 Mei 2001. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Iwan Bin Yusuf dan ibu bernama Bouena Binte Ukkas. Saat ini penulis tinggal di Jl. Jennang, Desa Malela, Dusun Tamara, Kecamatan Suli, Kabupaten

Luwu. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2013 di SDN 19 Desa Malela. kemudian ditahun sama menempuh Pendidikan di MTS Al-Zakiyah Malela hingga tahun 2016. pada tahun 2016 melanjutkan Pendidikan di MAN Suli dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa Di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah, melalui jalur UM-PTKIN.

Contact person penulis : *kasmia0094_mhs19@iainpalopo.ac.id*