

## Analisis Strategi Manajemen PT. Gadai Syariah Indonesia dengan Pendekatan SWOT dan PEST

Rafi Ahmad As Sidiq<sup>1</sup>, Singgih Jatmiko<sup>2</sup>

Perangkat Lunak Sistem Informasi, Magister Manajemen Sistem Informasi, Universitas Gunadarma, Depok, Indonesia<sup>1</sup>  
Perangkat Lunak Sistem Informasi, Magister Manajemen Sistem Informasi, Universitas Gunadarma, Depok, Indonesia<sup>2</sup>

### Abstract

PT. Gadai Syariah Indonesia is a pawn company that has just received a pawn in the form of gold bullion for now. In 2020, at the beginning of the COVID-19 pandemic, PT. Pawn Sharia Indonesia was affected by the outbreak. So that PT. Gadai Syariah Indonesia must create a new management strategy. This study aims to analyze the management strategy carried out by the company PT. Indonesian Sharia Pawn. Data analysis was obtained based on the questionnaire and the author's observations for two years in the company. results Based on the analysis of management strategies conducted on the company is PT. Gadai Syariah Indonesia still has the opportunity to grow because the results of the SWOT analysis from employees and distributors show quadrant I which means PT. Gadai Syariah Indonesia still has opportunities and strengths that can be used to develop the company and based on PEST analysis, there are still many factors that can be used by PT. Pawn Sharia Indonesia that can be improved, such as the distributor program and PT. Indonesian Sharia Pawn.

**Keywords:** EFAS, IFAS, SWOT, PEST, PT. Gadai Syariah Indonesia.

### Abstrak

PT. Gadai Syariah Indonesia merupakan perusahaan gadai yang baru menerima gadai berupa emas batangan untuk saat ini. Ditahun 2020 saat awal terjadinya pandemi COVID-19 PT. Gadai Syariah Indonesia terkena dampak dari wabah tersebut. Sehingga PT. Gadai Syariah Indonesia harus membuat strategi manajemen yang baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen yang dilakukan oleh perusahaan PT. Gadai Syariah Indonesia. Data analisis diperoleh berdasarkan kuesioner dan pengamatan penulis selama dua tahun diperusahaan. Berdasarkan hasil dari analisis strategi manajemen yang dilakukan terhadap perusahaan adalah PT. Gadai Syariah Indonesia masih memiliki peluang untuk berkembang hal ini di karenakan hasil analisis SWOT dari karyawan dan distributor menunjukkan kuadran I yang berarti PT. Gadai Syariah Indonesia masih memiliki peluang dan kekuatan yang dapat digunakan untuk mengembangkan perusahaan dan berdasarkan analisis PEST, masih banyak faktor yang dapat digunakan PT. Gadai Syariah Indonesia yang dapat ditingkatkan, seperti program distributor dan aplikasi PT. Gadai Syariah Indonesia.

**Kata Kunci:** EFAS, IFAS, SWOT, PEST, PT. Gadai Syariah Indonesia.

*Corresponding author.* rafiahmadassidiq@gmail.com<sup>1</sup>, singgih@staff.gunadarma.ac.id<sup>2</sup>

*History of article.* Received: April 2022, Revision: Juni 2022, Published: September 2022

### PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini dari semua sektor berkembang amat pesat. Salah satunya adalah sektor bisnis dibidang syariah. Salah satu produk yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah adalah gadai. Menurut para ahli hukum islam gadai merupakan kegiatan menahan barang jaminan yang bersifat materi milik si peminjam sebagai jaminan atau pinjaman yang diterima. Atas dasar Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 menyatakan bahwa pinjaman menggunakan barang sebagai jaminan diperbolehkan dalam gadai syariah. Gadai syariah adalah jenis gadai yang menggunakan hokum fiqih islam kontemporer. Di dalam hukum tersebut terdapat 4 rukun gadai, yaitu

sighat, orang yang berakad, Al marhun, dan Al Marhubih. Dalam hukum gadai syariah, uang yang harus dikembalikan harus sesuai dengan jumlah uang yang sudah dipinjamkan. Oleh sebab itu, dalam transaksi gadai syariah tidak terdapat biaya tambahan ataupun bunga yang harus dibayarkan kepada peminjam dana (Ika, 2014). Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang gadai syariah adalah PT. Gadai Syariah Indonesia.

PT. Gadai Syariah Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang gadai, untuk saat ini PT. Gadai Syariah Indonesia baru hanya menerima gadai emas batangan. Semakin berkembangnya PT. Gadai Syariah Indonesia tentudibutuhkannya strategi manajemen yang baik terutama pada masa

pandemi saat ini, yang mengakibatkan perlunya perubahan strategi manajemen untuk menyesuaikan bisnis perusahaan dengan peraturan pemerintah yaitu PSBB. Dengan berlakunya pertauran PSBB memberikan dampak kepada banyak perusahaan terutama PT. Gadai Syariah Indonesia. Banyak strategi PT. Gadai Syariah Indonesia yang tidak dapat terlaksana karna adanya pertauran PSBB. Demi menyikapi hal tersebut PT. Gadai Syariah perlu membuat ulang strategi manajemen perusahaan yang baru. Oleh sebab itu dibuatlah penelitian ini yang bertujuan untuk melakukan analisis terhadap strategi manajemen perusahaan PT. Gadai Syariah Indonesia yang sedang digunakan untuk meningkatkan strategi manajemen PT. Gadai Syariah Indonesia dalam menyikapi masa pandemi seperti saat ini. Data yang diperoleh pada penelitian ini berdasarkan dari data kuesioner dan pengamatan penulis selama dua tahun diperusahaan. Pada penelitian ini akan digunakan analisis strategi manajemen menggunakan metode PEST dan metode SWOT. Menurut salah satu pakar SWOT Indonesia, “Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antar unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman” (Freddy, 2015). Analisis SWOT dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang berpengaruh pada strategi perusahaan (Noviyanti dan Suprajang, 2015).

Penulis melakukan analisis strategi manajemen perusahaan PT. Gadai Syariah Indonesia menggunakan metode analisis SWOT pada strategi manajemen karyawan dan distributor PT. Gadai Syariah Indonesia. Selanjutnya dilakukan analisis menggunakan metode PEST. Metode PEST digunakan dalam rangka melihat strategi dan potensi kebutuhan pasar yang dikendarai oleh sekelompok masyarakat atau organisasi (Mahadiansar dan Aspariyana, 2020). Analisis menggunakan metode PEST dilakukan untuk menindaklanjuti bagaimana sebuah organisasi dan proses bisnis harus menghadapi pengaruh dari lingkungan Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi. Sedangkan penggunaan analisis SWOT untuk menganalisis lingkungan

internal yang merupakan analisis situasi dan juga kondisi yang bersifat deskriptif untuk menggambarkan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi (Hasugian, Sukarta, & Syafariani 2017).

## METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (Field Research), penelitian lapangan merupakan penelitian yang data dan informasi diperoleh dari kegiatan lapangan kerja penelitian. Penelitian ini juga bersifat deskriptif kualitatif dimana penelitian ini mengumpulkan fakta yang ada untuk mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya. Fakta diperoleh dari pengamatan peneliti selama dua tahun diperusahaan serta wawancara terhadap karyawan dan distributor perusahaan PT. Gadai Syariah Indonesia. Pada penelitian ini penulis menggunakan dua metode penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT dan metode analisis PEST. Penelitian ini dilakukan di PT. Gadai Syariah Indonesia selama dua tahun.

Dalam mengolah data SWOT, data hasil dari kuesioner di olah menjadi matriks IFAS dan EFAS. Dalam pembuatan matriks IFAS (internal factor analysis strategy) dan matriks EFAS (eksternal factor analysis strategy). Berikut ini adalah langkah- langkah dalam pembuatan matriks : 1) Membuat list atau daftar yang menjadi kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) dari perusahaan. 2) Setiap Faktor ditentukan bobot timbangannya, dimulai dari 0,0 (tidak setuju) sampai 4,0 (sangat setuju). 3) Setiap Faktor diberi peringkat (rating) mulai dari 1 sampai 4. Peringkat ini yang akan menggambarkan ke efektifitasan strategi merespon berbagai faktor internal. 4) Setiap bobot pada langkah sebelumnya di kali dengan peringkat yang telah ditentukan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan nilai tertimbang. 5) Nilai tertimbang untuk setiap peubah agar total nilai tertimbang perusahaan tersebut dapat diketahui. Kemudian hasil dari pengolah langkah – langkah di atas, data di hitung menggunakan rumus berikut untuk mendapatkan bobot dari setiap pernyataan kuesioner.

$$\text{Bobot} = \frac{\text{penilaian}}{\text{total penilaian}} \times 1$$

Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dan observasi. Data pengamatan diperoleh melalui wawancara dengan pihak manajemen PT. Gadai Syariah Indonesia dan pengamatan karyawan selama dua tahun penulis di PT. Gadai Syariah Indonesia serta melalui visi misi perusahaan PT. Gadai Syariah Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah data kuesioner didapatkan, selanjutnya data kuesioner karyawan dijumlah berdasarkan skor dari jawaban yang didapatkan dari responden untuk menjadi nilai dari data IFAS. Data yang telah diolah dapat dilihat pada tabel 1 dan tabel 2.

Tabel 1. Data Kelemahan dan Kekuatan Kuesioner Karyawan

No	Uraian	Jumlah
<b>Kekuatan</b>		
1	Manajemen yang berpengalaman dalam bidangnya	46
2	Fasilitas yang memadai	44
3	Biaya gadai yang murah mempermudah dalam memasarkan produk	54
4	Lokasi yang strategis	52
5	Aplikasi atau teknologi yang digunakan mempermudah dalam pemasaran	53
<b>Kelemahan</b>		
1	Kualitas karyawan yang masih rentan	42
2	Tenaga kerja yang masih kurang	47
3	Periklanan dan promosi seringkali kurang tepat	40
4	Produk yang dipasarkan sedikit sehingga membatasi ruang gerak	38
5	Masih kurang dalam kegiatan promosi	47

Sumber : Data penelitian, 2021

Setelah bobot sudah di dapat, kemudia data tersebut di total dan diolah menjadi diagram kartesius. Setelah mendapat diagram kartesius langkah selanjutnya adalah menganalisa hasil dari diagram kartesius.

Selanjutnya mengolah data PEST, Analisis PEST pada umumnya bertujuan untuk mengkaji potensi pertumbuhan yang berorentasi pada dampak pendapatan sebuah objek yang dianalisis. Hal ini di lakukan untuk mengidentifikasi potensi yang akan terjadi (A. Mahadiansar, 2020). Analisis PEST juga merupakan analisis terhadap kekuatan Eksternal, kekuatan ini terdiri dari

Dari data tabel 1 merupakan jumlah nilai dari data IFAS kuesioner PT. Gadai Syariah Indonesia yang memiliki total keseluruhan nilai sebesar 463. Selanjutnya dilakukan perhitungan bobot yang akan digunakan sebagai data IFAS dengan rumus seperti berikut.

$$\text{Bobot} = \frac{\text{penilaian}}{\text{total penilaian}} \times 1$$

Setelah data IFAS didapatkan, selanjutnya melakukan pengolahan data dari kuesioner karyawan dijumlah berdasarkan skor dari jawaban yang didapatkan dari responden untuk menjadi nilai dari data EFAS. Data yang telah diolah dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Data Peluang dan Ancaman Kuesioner Karyawan

No	Uraian	Jumlah
<b>Peluang</b>		
1.	Citra perusahaan baik dimata konsumen	51
2.	Menggunakan media sosial dalam pemasaran	54
3.	Digemari oleh masyarakat yang memiliki emas	51
4.	Bekerja sama dengan penjual dan produsen emas retail	53
5.	Turunnya harga emas dapat meningkatkan jumlah permintaan	50
<b>Ancaman</b>		
1.	Ancaman dari pesaing	46
2.	Resiko Konsumen gagal bayar	38
3.	Barang jaminan palsu	28
4.	Resiko penyimpanan barang jaminan	40
5.	Risiko keamanan penerimaan danpengembalian barang jaminan	39

No	Uraian	Jumlah
	Total	450

Sumber : Data penelitian, 2021

Dari data tabel 2 merupakan jumlah nilai dari data EFAS kuesioner PT. Gadai Syariah Indonesia yang memiliki total keseluruhan nilai sebesar 450. Selanjutnya dilakukan perhitungan bobot yang akan digunakan sebagai data EFAS dengan rumus seperti berikut.

$$\text{Bobot} = \frac{\text{penilaian}}{\text{total penilaian}} \times 1$$

Setelah mendapatkan hasil dari proses pengolahan EFAS dan IFAS maka dilakukan perhitungan skor untuk mendapatkan matriks dari EFAS dan IFAS pada tabel 3 dan tabel 4.

Tabel 3. Data Bobot Kelemahan dan Kekuatan Kuesioner Karyawan

No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1.	Manajemen yang berpengalaman dalam bidangnya	0.099	4	0.396
2.	Fasilitas yang memadai	0.095	4	0.38
3.	Biaya gadai yang murah mempermudah dalam memasarkan produk	0.117	4	0.468
4.	Lokasi yang strategis	0.112	4	0.448
5.	Aplikasi atau teknologi yang digunakan mempermudah dalam pemasaran	0.114	4	0.456
Kelemahan				
1.	Kualitas karyawan yang masih rentan	0.091	4	0.364
2.	Tenaga kerja yang masih kurang	0.101	4	0.404

3.	Periklanan dan promosi seringkali kurang tepat	0.087	3	0.261
4.	Produk yang dipasarkan sedikit sehingga membatasi ruang gerak	0.083	3	0.249
5.	Masih kurang dalam kegiatan promosi	0.101	4	0.404
	Total	1		0.466

Sumber : Data penelitian, 2021

Tabel 4. Data Bobot Peluang dan Ancaman Kuesioner Karyawan

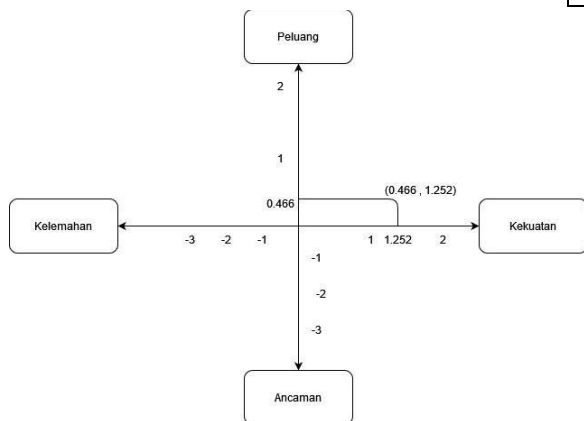
No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1.	Citra perusahaan baik dimata konsumen	0.113	4	0.452
2.	Menggunakan media sosial dalam pemasaran	0.12	4	0.48
3.	Digemari oleh masyarakat yang memiliki emas	0.113	4	0.452
4.	Bekerja sama dengan penjual dan produsen emas retail	0.118	4	0.472
5.	Turunnya harga emas dapat meningkatkan jumlah permintaan	0.111	4	0.444
Ancaman				
1.	Ancaman dari pesaing	0.102	4	0.408
2.	Resiko Konsumen gagal bayar	0.085	3	0.255
3.	Barang jaminan palsu	0.062	2	0.124

					Strengths (S)	Weakness (W)
4.	Risiko penyimpanan barang jaminan	0.089	3	0.267	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memberikan arahan kepada karyawan mengenai promosi aplikasi PT. Gadai Syariah Indonesia agar masyarakat dapat melakukan transaksi tanpa harus melanggar PSBB (Q5, Q11)</li> </ul>	
5.	Risiko keamanan penerimaan dan pengembalian barang jaminan	0.087	3	0.261		
	Total	1		1.252	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mempertahankan keunggulan biaya melalui karyawan yang berpangalaman dibidangnya (Q1,Q15)</li> <li>Merekrut karyawan untuk program antar dan jemput barang jaminan sehingga nasabah tidak melanggar aturan PSBB (Q4,Q17,18,Q19,Q20)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menambah serta mengusahakan pengembangan SDM bidang pemasaran dan promosi (Q6,Q7,Q15)</li> <li>Memberikan pengetahuan yang mendalam kepada karyawan tentang produk yang dijual oleh perusahaan (Q6,Q9,Q18)</li> </ul>

Sumber : Data penelitian, 2021

Setelah didapatkan bobot IFAS dan EFAS selanjutnya dibuat diagram kartesius IFAS dan EFAS seperti berikut.

Gambar 1. Diagram Kartesius dari Sisi Karyawan.



Sumber : Data penelitian, 2021

Dengan demikian maka dapat disimpulkan strategi manajemen PT. Gadai Syariah Indonesia dari sisi karyawan berada pada kuadran satu. Lalu pada diagram dapat dilihat PT. Gadai Syariah memiliki kekuatan yang mendukung dan masih memiliki peluang untuk bersaing dengan perusahaan lain, lalu selain diagram kartesius dari kuesioner diperoleh juga strategi alternatif untuk perusahaan.

Tabel 5. Diagram Kartesius dari Sisi Karyawan.

	Strengths (S)	Weakness (W)
Opportunities	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan mengerahkan karyawan untuk Memperluas agent dalam pemasaran produk gadai (Q3, Q12,Q13,Q 14)</li> <li>Marketing Bekerja sama dengan toko emas dan bank dalam gadai emas (Q1,Q4,Q13)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengadakan pelatihan untuk meningkatkan kualitas karyawan (Q1, Q6,Q8)</li> <li>Mempromosikan program Agent ke komunitas emas (Q1,Q2,Q7)</li> </ul>

Dari strategi perusahaan, strategi alternative dan hasil dari analisis SWOT maka diperoleh hasil : 1) Pada masa pandemi seperti saat ini sangat sulit untuk melakukan promosi secara offline. Seperti strategi perusahaan mengikuti event secara offline, dan melakukan kerjasama ke perusahaan lain seperti koperasi, bank, dan BMT. Hal ini dikarenakan kebijakan PSBB yang dikeluarkan oleh pemerintah. Oleh sebab itu untuk mengatasi hal tersebut perusahaan PT. Gadai Syariah Indonesia dapat beralih ke digital marketing, untuk memaksimalkan strategi pemasaran digital marketing perusahaan perlu mengadakan pelatihan untuk karyawan. 2) Selain promosi dengan media sosial PT. Gadai Syariah Indonesia juga perlu melakukan promosi dengan memberikan promo kupon hal ini dapat menarik minat beli konsumen dan sertaperusahaan dapat mengetahui pola hidup konsumen. Promosi yang dilakukan dapat berupa voucher, perorangan harga barang, hadiah dan lain-lain ( Anggit, 2018 ). 3) Dapat dilihat di pertanyaan kuesioner khusus karyawan nomor 2 terdapat 37.5% karyawan yang merasa fasilitas yang dimiliki perusahaan masih kurang memadai. Padahal untuk meningkatkan kinerja karyawan perusahaan harus menyediakan fasilitas yang menunjang pagi karyawan supaya dapat bekerja lebih baik lagi. Jika fasilitas kerjamemadai, maka kinerja karyawan juga meningkat. Hal inilah yang menjadi salah satu faktor penunjang kerja

karyawan (Jufrizen dan Fadilla, 2021). PT. Gadai Syariah Indonesia juga dapat menyediakan fasilitas transportasi ke karyawan untuk mencegah penyebaran wabah COVID-19 dan untuk karyawan melakukan antar jemput barang jaminan hal ini sesuai dengan strategi alternative pada tabel 4. 4) Menurut diagram kartesius menurut siagian 2005 dapat dikatakan strategi manajemen perusahaan PT. Gadai Syariah Indonesia dari sisi karyawan masih punya potensi untuk ditingkatkan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain menurut analisis SWOT. Hal ini dikarenakan strategi manajemen karyawan PT. Gadai Syariah Indonesia pada diagram kartesius berada pada kuadran satu. Jenis strategi yang digunakan perusahaan adalah strategi S-O dapat dilihat pada tabel 4.

Selanjutnya dilakukan pengolahan data yang sama untuk data distributor. data kuesioner distributor dijumlah berdasarkan skor dari jawaban yang didapatkan dari responden untuk menjadi nilai dari data IFAS. Data yang telah diolah dapat dilihat pada tabel 6 dan tabel 7.

Tabel 6. Data Kelemahan dan Kekuatan Kuesioner Distributor

No	Uraian	Jumlah
<b>Kekuatan</b>		
1.	Biaya gadai yang murah	56
2.	Promosi yan diberikan menarik	55
3.	Karyawam responsif, ramah, dan membantu	57
4.	Aplikasi mobile atau website mempermudah dalam melakukan gadai	55
5.	Lokasi kantor strategis dan nyaman	53
<b>Kelemahan</b>		
1.	Tidak mendapatkan informasi mengenai gadai	26
2.	Kurangnya edukasi terhadap produk perusahaan	30
3.	Sering terjadi gangguan pada aplikasi website ataupun mobile	40
4.	Promosi atau kampanye pemasaran kurang	34

5.	Proses gadai susah atau ribet	25
Total		431

Sumber : Data penelitian, 2021

Data tabel 6 merupakan jumlah nilai dari data IFAS kuesioner PT. Gadai Syariah Indonesia yang memiliki total keseluruhan nilai sebesar 431. Selanjutnya dilakukan perhitungan bobot yang akan digunakan sebagai data IFAS dengan rumus seperti berikut.

$$\text{Bobot} = \frac{\text{penelaian}}{\text{total penilaian}} \times 1$$

Setelah data IFAS didapatkan, selanjutnya melakukan pengolahan data dari kuesioner distributor dijumlah berdasarkan skor dari jawaban yang didapatkan dari responden untuk menjadi nilai dari data EFAS. Data yang telah diolah dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Data Peluang dan Ancaman Kuesioner Distributor

No	Uraian	Jumlah
<b>Peluang</b>		
1.	Perusahaan terpercaya	58
2.	Turunnya harga emas meningkatkan minat gadai	47
3.	Digemari oleh masyarakat yang memiliki emas	52
4.	Lebih memilih menggadaikan emas dari pada menjual emas	52
5.	PT. Gadai Syariah dapat mengembangkan usahanya dengan membuka program Agent gadai untuk masyarakat umum	54
<b>Ancaman</b>		
1.	Banyak tempat gadai yang biaya gadai lebih murah dan pelayanannya lebih baik dari pada PT. Gadai Syariah Indonesia	37
2.	Takut melakukan gadai karena ada resiko gagal bayar barang jaminan	38
3.	Takut melakukan gadai karena resiko penyimpanan barang jaminan tidak aman	31

4.	Takut melakukan gadai karena resiko keamanan penerimaan dan pengembalian barang jaminan	32
5.	Takut melakukan gadai karena barang jaminan yang di kembalikan rusak atau tidak sesuai	31
	Total	432

Sumber : Data penelitian, 2021

Dari data tabel 7 merupakan jumlah nilai dari data EFAS kuesioner PT. Gadai Syariah Indonesia yang memiliki total keseluruhan nilai sebesar 432. Selanjutnya dilakukan perhitungan bobot yang akan digunakan sebagai data EFAS dengan rumus seperti berikut.

$$\text{Bobot} = \frac{\text{penilaian}}{\text{total penilaian}} \times 1$$

Setelah mendapatkan hasil dari proses pengolahan EFAS dan IFAS maka dilakukan perhitungan skor untuk mendapatkan matriks dari EFAS dan IFAS pada tabel 8 dan tabel 9.

Tabel 8. Data Bobot Kelemahan dan Kekuatan Kuesioner Distributor.

No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1.	Biaya gadai yang murah	0.13	4	0.52
2.	Promosi yang diberikan menarik	0.128	4	0.512
3.	Karyawan responsif, ramah, dan membantu	0.132	4	0.528
4.	Aplikasi mobile atau website mempermudah dalam melakukan gadai	0.128	4	0.512
5.	Lokasi kantor strategis dan nyaman	0.123	4	0.492
<b>Kelemahan</b>				

1.	Tidak mendapatkan informasi mengenai gadai	0.06	2	0.12
2.	Kurangnya edukasi terhadap produk perusahaan	0.07	2	0.14
3.	Sering terjadi gangguan pada aplikasi website ataupun mobile	0.092	3	0.276
4.	Promosi atau kampanye pemasaran kurang	0.079	3	0.237
5.	Proses gadai susah atau ribet	0.058	2	0.116
	Total	1		1.675

Sumber : Data penelitian, 2021

Tabel 9. Data Bobot Peluang dan Ancaman Kuesioner Distributor

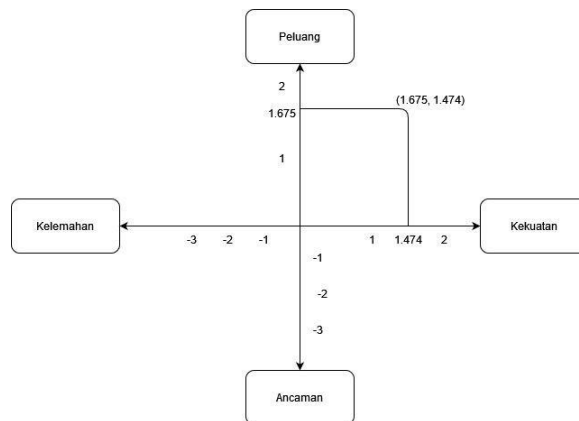
No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1.	Perusahaan terpercaya	0.134	4	0.536
2.	Turunnya harga emas meningkatkan minat gadai	0.109	4	0.436
3.	Digemari oleh masyarakat yang memiliki emas	0.12	4	0.48
4.	Lebih memilih menggadaikan emas dari pada menjual emas	0.12	4	0.48
5.	PT. Gadai Syariah dapat mengembangkan usahanya dengan membuka program Agent gadai untuk masyarakat umum	0.125	4	0.5
<b>Ancaman</b>				

No	Uraian	Bobot	Rating	Skor
1.	Banyak tempat gadai yang biaya gadai lebih murah dan pelayanannya lebih baik dari pada PT. Gadai Syariah Indonesia	0.086	3	0.258
2.	Takut melakukan gadai karena ada resiko gagal bayar barang jaminan	0.088	3	0.264
3.	Takut melakukan gadai karena resiko penyimpanan barang jaminan tidak aman	0.072	2	0.144
4.	Takut melakukan gadai karena resiko keamanan penerimaan dan pengembalian barang jaminan	0.074	2	0.148
5.	Takut melakukan gadai karena barang jaminan yang di kembalikan rusak atau tidak sesuai	0.072	2	0.144
	Total	1		1.474

Sumber : Data penelitian, 2021

Setelah didapatkan bobot IFAS dan EFAS selanjutnya dibuat diagram kartesius IFAS dan EFAS seperti berikut.

Gambar 2. Diagram Kartesius dari Sisi Distributor.



Sumber : Data penelitian, 2021

Dengan demikian maka dapat disimpulkan strategi manajemen PT. Gadai Syariah Indonesia dari sisi distributor berada pada kuadran satu. Lalu pada diagram dapat dilihat PT. Gadai Syariah memiliki kekuatan yang mendukung dan masih memiliki peluang untuk bersaing dengan perusahaan lain, lalu selain diagram kartesius dari kuesioner diperoleh juga strategi alternatif untuk perusahaan.

Tabel 10. Diagram Kartesius dari Sisi Karyawan.

	Strengths (S)	Weakness (W)
Opportunities	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memasarkan produk gadai PT. Gadai Syariah Indonesia ke komunitas emas (Q1, Q11, Q14)</li> <li>Mempertahankan harga murah dari pesaing (Q1, Q13)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memberikan edukasi kepada distributor mengenai produk gadai PT. Gadai Syariah Indonesia (Q7, Q11)</li> <li>Mempermudah proses gadai agar nasabah mudah melakukan transaksi terutama pada masa pandemic seperti saat ini (Q10, Q12, Q14)</li> </ul>



	Strengths (S)	Weakness (W)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan program agent (Q5,Q11,Q14,Q15)</li> <li>• Memberikan promo pada saat harga emas berubah(Q2,Q12,Q14)</li> </ul>	
Threats	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat program antar dan jemput barang jaminan sehingga nasabah tidak melanggar aturan PSBB (Q5,Q20)</li> <li>• Melakukan pendekatan kepada distributor untuk meningkatkan rasa nyaman nasabah (Q3,Q16)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperbaiki aplikasi supaya mengurangi rasa</li> <li>• khawatir nasabah terhadap perusahaan terutama pada masa PSBB ini dimana masyarakat perlu melakukan nyaman nasabah (Q3,Q16)</li> </ul>

Sumber : Data penelitian, 2021

Dari strategi perusahaan, strategi alternative dan hasil dari analisis SWOT maka diperoleh pada minat beli ulang distributor (Pratamadan Sahetapy, 2019). Terutama pada masa pandemi seperti saat ini dimana kebijakan PSBB sedang berlaku. Agar transaksi terus berjalan perlu dilaksanakan secara online melalui aplikasi. Hal ini juga termasuk kedalam strategi PT. Gadai Syariah Indonesia dalam berupaya meningkatkan aplikasi yang dimiliki oleh perusahaan agar hasil : 1) Berdasarkan Hasil analisis kuesioner semua distributor memberikan respon positif untuk pelayanan yang telah di berikan oleh karyawan PT. Gadai Syariah Indonesia. Hal ini dapat

dilihat dari pertanyaan kuesioner distributor nomer 3 yang menunjukkan 56.3% sangat setuju dan 32.8% setuju bahwa karyawan responsif, ramah, membantu. Untuk meningkatkan daya beli atau transaksi distributor PT. Gadai Syariah Indonesia perlu meningkatkan kepuasan distributor melalui pelayanan yang diberikan karyawan ke para distributor. Hal ini di karenakan Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat (Saudjana, 2016 ). 2) Berdasarkan Hasil analisis kuesioner aplikasi yang dimiliki PT. Gadai Syariah Indonesia bisa menjadi kelemahan bagi perusahaan sendiri. Hal ini dapat di lihat dari pertanyaan nomor 8, sebanyak 37.5% setuju dan 12.5% sangat setuju bahwa aplikasi dan website PT.Gadai Syariah Indonesia sering mengalami gangguan. Sehingga untuk meningkatkan minat beli distributor PT. Gadai Syariah Indonesia perlu memperbaiki aplikasi mobile dan website yang dimiliki PT. Gadai Syariah Indonesia. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam menggunakan aplikasi dan kepercayaan konsumen dalam menggunakan aplikasi perusahaan dapat mempengaruhi nasabah merasa nyaman dan mudah. 3) Menurut diagram kartesius menurut siagian 2005 dapat dikatakan strategi manajemen perusahaan PT. Gadai Syariah Indonesia dari sisi distributor masih punya potensi untuk ditingkatkan dan bersaing dengan perusahaan lain menurut analisis SWOT. Hal ini dikarenakan strategi manajemen distributor PT. Gadai Syariah Indonesia pada diagram kartesius berada pada kuadran satu sehingga jenis strategi yang digunakan perusahaan adalah strategi S-O dapat dilihat pada tabel 7.

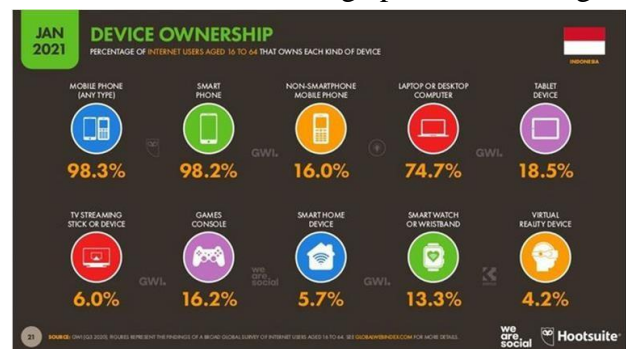
Selanjutnya melakukan pengolahan data untuk analisis PEST. Dari hasil studi kepustakaan dan observasi pada PT. Gadai Syariah Indonesia maka penulis memperoleh hasil analisis PEST pada PT. Gadai Syariah Indonesia sebagai berikut: 1 ) Faktor politik seperti pada saat tahun 2020, dikarenakan Covid-19 mengalami peningkatan kasus dalam kurun waktu yang sangat cepat membuat pemerintah harus mengeluarkan kebijakan dalam mengatasi pandemi Covid- 19. Kebijakan yang dikeluarkan pemerintah ini adalah Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2020.

Dengan adanya kebijakan ini mengakibatkan beberapa sektor harus berenti beroperasi. Bagian marketing PT. Gadai Syariah Indonesia mengalami keterbatasan dalam bergerak karena adanya sektor yang berenti beroperasi seperti mall. Selain itu peraturan PSBB ini juga yang menyebabkan minat gadai di kalangan masyarakat menurun. Akibat dari peraturan ini juga berdampak pada bertambahnya jumlah nasabah yang menahan diri untuk tidak melakukan aktivitas pinjaman kepada pihak pemberi pinjaman, hal ini di karenakan kekhawatiran nasabah akan kesulitan menebus barang di tengah ketidakpastian pandemi sehingga justru nasabah yang melakukan transaksi gadai mengalami penurunan saat pandemi ( Rizal Fatalbari, M. Kholil Nawawi dan Sutisna, 2021).

2) Faktor ekonomi seperti pada saat tahun 2020, pandemi Covid 19 yang melanda dunia mempengaruhi transaksi gadai yang ada di masyarakat. Menurut Hanoatubun (2020) belakangan ini pandemi Covid-19 konsen besar bagi bangsa Indonesia karena permasalahan yang terus ditimbulkannya, ada banyak kerugian yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 ini yang berdampak bagi perekonomian Indonesia dan pembangunan ekonomi sebuah Negara pada dasarnya bertujuan untuk mencapai kemakmuran masyarakat melalui pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan distribusi pendapatan yang merata. alasan ekonomi menjadi alasan terbesar dalam melatarbelakangi keputusan nasabah dalam melakukan transaksi gadai emas. Dikarenakan disaat pandemi Covid-19 ini menyebabkan masyarakat bermasalah terhadap perekonomian yang dialaminya. Sehingga ekonomi memiliki pengaruh besar untuk nasabah PT. Gadai Syariah Indonesia untuk melakukan gadai ( Rizal Fatalbari, M. Kholil Nawawi dan Sutisna, 2021).

3) Faktor sosial juga merupakan faktor yang mempengaruhi minat gadai emas masyarakat. Dengan menggunakan faktor sosial dapat mempengaruhi minat gadai masyarakat, salah satu faktor sosial adalah refrensi, dengan menggunakan refrensi dari seseorang atau kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan prilaku seseorang dapat meningkatkan minat gadai ( Sofyan Bachmid, Indah Musyawah, Noor R H dan Dede A P, 2020 ). Perusahaan dapat meningkatkan faktor sosial dengan

mengajak orang-orang yang dapat merefrensikan produk perusahaan menjadi salah satu distributor PT. Gadai Syariah Indonesia. 4) Pada masa sekarang ini terutama pada saat pandemi teknologi berperan penting dalam berkembangnya suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan pembatasan sosial dimasyarakat yang hampir menghentikan kegiatan ekonomi konvensional dikarenakan pandemi Covid-19 (Nurlela, 2021). Selain itu setiap tahunnya pengguna internet terus bertambah, dan perkembangan teknologi terus meningkat. Menurut badan pusat statistik pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 sebesar 32.34% sedangkan 2018 sebesar 39.90% dan pada tahun 2019 sebesar 47.69% . Dapat kita lihat bahwa pengguna internet setiap tahunnya semakin bertambah banyak. Selain internet pengguna device teknologi juga berperan penting untuk menentukan strategi pemasaran dengan



mengetahui device yang memiliki paling banyak penggunanya. Hal ini dapat di lihat di gambar 3.1 berikut :

Gambar 3. Proporsi Kepemilikan Perangkat Pengakses Internet di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia.

Sumber : We Are Social (2021)

Dari data di atas dapat dilihat bahwa pengguna smartphone dan laptop computer desktop cukup banyak. Maka untuk meningkatkan minat gadai emas di PT. Gadai Syariah Indonesia, perlu membuat aplikasi berbasis Website dan juga aplikasi mobile. Hal ini dikarenakan banyaknya pengguna internet dan untuk mempermudah pengguna untuk melakukan gadai emas di PT. Gadai Syariah Indonesia.

Selanjutnya Berdasarkan analisis PEST didapatkan bahwa minat gadai untuk masa pandemi seperti saat ini cukup sedikit peminatnya. Hal ini di karenakan masyarakat banyak yang menahan diri untuk tidak melakukan pinjaman karena khawatir tidak

dapat melunasinya ( Rizal Fatalbari, M. Kholil Nawawi dan Sutisna, 2021). Hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk menangani masalah kasus ini adalah dengan membuat sistem digital atau online supaya masyarakat dapat melakukan transaksi. Perusahaan dapat membuat serta meningkatkan aplikasi mobile atau website untuk meningkatkan minat gadai masyarakat, seperti tertera pada data badan pusat statistik pengguna internet yang menyatakan pengguna internet terus bertambah dan faktor lain berupa pembatasan masyarakat yang mengakibatkan masyarakat beralih ke online (Nurlela, 2021). Selanjutnya melakukan pengurangan biaya ijarah, dikarenakan rasa takut masyarakat tidak dapat melunasi gadainya. Pihak perusahaan dapat melakukan penurunan biaya Ijarah. Biaya ijarah merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk melakukan gadai ( Sofyan Bachmid, Indah Musyawarah, Noor R H dan Dede A P, 2020).

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan 1. Menurut diagram kartesius menurut siagian 2005 dapat dikatakan strategi manajemen perusahaan PT. Gadai Syariah Indonesia dari sisi karyawan masih punya potensi untuk ditingkatkan menurut analisis SWOT. Hal ini dikarenakan strategi manajemen karyawan PT. Gadai Syariah Indonesia pada diagram kartesius berada pada kuadran satu yang menggambarkan perusahaan dapat bertumbuh dengan meningkatkan karyawan PT. Gadai Syariah Indonesia dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Jenis strategi yang dapat digunakan yaitu : 1) PT. Gadai Syariah Indonesia dapat mengerahkan karyawan untuk Memperluas agent dalam pemasaran produk gadai. 2) Marketing Bekerja sama dengan toko emas dan bank dalam gadai emas. 3) Memberikan arahan kepada karyawan mengenai promosi aplikasi PT. Gadai Syariah Indonesia agar masyarakat dapat melakukan transaksi tanpa harus melanggar PSBB. Lalu Menurut diagram kartesius menurut siagian 2005 dapat dikatakan strategi manajemen perusahaan PT. Gadai Syariah Indonesia dari sisi distributor masih punya potensi untuk ditingkatkan menurut analisis SWOT. Hal ini dikarenakan strategi manajemen distributor PT. Gadai

Syariah Indonesia pada diagram kartesius berada pada kuadran satu yang menggambarkan perusahaan dapat bertumbuh dengan meningkatkan atau mengembangkan distributor yang dimiliki PT. Gadai Syariah Indonesia dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Jenis strategi yang dapat digunakan yaitu : 1) Memasarkan produk gadai PT. Gadai Syariah Indonesia ke komunitas emas. 2) Mempertahankan harga yang lebih murah dari pesaing. 3) Mengembangkan program agent. 4) Memberikan promo pada saat harga emas berubah. Selanjutnya berdasarkan PEST kesuksesan strategi manajemen PT. Gadai Syariah Indonesia tidak luput dari dukungan masyarakat Indonesia sebagai penyedia jasa keuangan. Walaupun kondisi pandemi saat ini yang mempengaruhi ekonomi masyarakat Indonesia, peminat gadai di PT. Gadai Syariah Indonesia pun sendiri masih ada. Lalu dari segi sosial pun juga sama, distributor di PT. Gadai Syariah Indonesia pun masih terus berkembang, begitu juga dengan teknologi yang dimiliki PT. Gadai Syariah Indonesia yang sudah dapat diakses secara online melalui website, aplikasi android dan aplikasi IOS oleh nasabah PT. Gadai Syariah Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M Z , Mas'udin I dan Utama D M (2017), Pemilihan Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT dan TOPSIS, *Jurnal Teknik Industri*, 18(01).
- Alma, Buchari dan Priansa, Donni Juni (2009), *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta: Bandung, hal,( 115-125).
- Aspariyana dan Mahadiansar (2020). *PEST Analysis Model dalam Pengembangan Potensi Wisata Pulau Benan, Kabupaten Lingga, Kepulauan Riau, Indones. J. Tour. Leis.*, 1(1), 14–25.
- Bachmid S, Musyawarah I, Hidayah N R, dan Pratamasyari D A(2020), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Menurut Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1).
- Fatalbari R, Nawawi M K dan Sutisna (2021), Dampak Covid-19 terhadap Minat Nasabah pada Produk Gadai Emas Syariah (Rahn) di BPRS Amanah Ummah, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2).
- I. N. A. Hanifah, B. Santoso (2009), *Urgensi Pengaturan Perusahaan GADAI Swasta*

- Dengan Sistem Online, Coastal And Estuarine Processes. 1–360.
- Istiqomah dan Andriyanto I (2017), Analisis Swot Dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus), *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 7(2).
- Jufrizen dan Hadi F P (2021), Pengaruh Fasilitas Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja, *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1).
- Maria, Anna (2020), Analisis SWOT Sebagai Dasar Penyusunan Strategi Pembukaan RPL Akademi Kesehatan John Paul II Pekanbaru, *Jurnal Humansi*, 3(2), 1-14.
- Muchlis, Christian A dan Sari M P (2019), Kuesioner Online Sebagai Media Feedback Terhadap Pelayanan Akademik pada STMIK Prabumulih, *Jurnal Eksplora Informatika*, 8(2).
- Mudatsir (2020), Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing Pada Cafe Mr. Yess Coffee di Kota Benteng Selayar, Universitas Negeri Makasar: Makasar.
- Nawawi, F I , Setyowati R dan Suharto R (2017), Pelaksanaan Gadai Emas Pada Perbankan Syariah (Studi Pada BNI Syariah Kota Semarang), *Jurnal hukum Diponegoro*, 6(1).
- Noviyanti E dan Suprajang S E (2015), Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Volume Penjualan dan Keputusan Pembelian Pada UD. Prima Tulungagung, *Riset Mahasiswa Ekonomi*, 2(1).
- Nurlela (2021), E- Commerce, Solusi di Tengah Pandemi Covid-19, *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 47-56.
- Pratama F dan Sahetapy W L (2019), Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada, *AGARO*, 7(1).
- Ray, Rymundus I Wayan (2018), Perencanaan Manajemen Strategis dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai, *Jurnal Business Manajemen*, 14(2), 75 – 153.
- Rangkuti, F, 2015. Analisis SWOT, Cetakan Keduapuluh, Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Rangkuti, F. (2004). Analisis SWOT Teknik Membenah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia.
- Indriasari (2014), Gadai Syariah Di Indonesia, *BISNIS J. Bisnis dan Manaj. Islam*, 2(2), 61.
- Istianingsih, Juan Barus Gultom, & Gusfa, H. (2015). Pengaruh Good Corporate Governance dan Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Manajemen Laba Melalui Aktivitas Riil (pp. 10–11).
- Rosalia D, Dwiharto J dan Oktafiah Y (2018), Pengaruh Latihan dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Karyawanjaya Saktisentosa, *Jurnal EMA*, 2(2).
- S. K. Donatus (2016), Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmu Sosial : Titik Kesamaan dan Perbedaan Stud *Philos. Theol*, 16(2), 197–210.
- S. M. Badriyah and M. (2015) , R. Suharto, Reorientasi Usaha Pegadaian Swasta Sebagai Upaya Keseimbangan Hubungan Hukum Para Pihak, *J. Financ. Intermediation*, 24(4) 636–652.
- Saudjana K (2016), Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Harga Waktu dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli Melalui Toko Online, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 53(12).
- Siagian, P. (2005). Fungsi-Fungsi Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suciana R dan Damayanti E (2020), Swot Analysis At PT. Pegadaian (Persero) Branch Of Wiyung Surabaya, *Jurnal Ekonomi*, 20(2).
- Syafariani R F, Sukarta S, Hasugian L P (2017), Analisis Pembangunan Sistem Informasi Pengelolaan Lingkungan Bebas Sampah Terintegrasi di Wilayah Pariwisata Indonesia, *Riset Mahasiswa Ekonomi*, 2(1).
- T. M. Titania (2020), Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah ,6(2), 239–245.
- Yoebrilianti A (2018), Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaringan Sosial), *Jurnal Manajemen*, 8(1).