

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat oleh penulis maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil identifikasi terhadap faktor-faktor internal Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kebun Bunga Banjarmasin didapatkan kekuatan yang dimiliki yaitu 1) Kemudahan dalam pelayanan dan transaksi (0.44). 2) Jangka waktu yang fleksibel (0.44). 3) Banyaknya outlet mulia yang tersebar (0.44). 4) Sumber Daya Manusia yang berkualitas (0.44). 5) Sistem online Pegadaian (0.44). 6) Kelengkapan administrasi dengan adanya database (0.44). Faktor-faktor yang menjadi kelemahan Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kebun Bunga Banjarmasin adalah 1) Kualitas pelayanan yang belum sesuai keinginan nasabah (0.12). 2) Tingkat margin mulia yang tinggi (0.12). 3) Kurangnya promosi penjualan (0.12). 4) Kurang efisien dalam distribusi mulia (0.12). 5) Belum ada spesifikasi kerja yang jelas (0.12). Total skor matriks IFE sebesar 3,24, nilai ini berada di atas rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki beberapa kekuatan untuk dapat mengatasi kelemahan perusahaan. Perusahaan sudah memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dengan cukup baik untuk mengatasi kelemahan-kelemahannya.

2. Hasil identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dihasilkan peluang yang dapat dimanfaatkan yaitu 1) Harga emas yang fluktuatif (0.3). 2) Banyaknya jumlah penduduk yang beragama islam (0.3). 3) Minat masyarakat terhadap arisan emas (0.1). 4) Kepercayaan masyarakat terhadap emas bersertifikat (0.3). 5) Jaringan kemitraan yang kuat dengan instansi lain (0.3). 6) *Image* Pegadaian yang sudah dikenal masyarakat (0.3). Sedangkan yang menjadi ancaman bagi Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kebun Bunga Banjarmasin adalah 1) Banyaknya pesaing baik lembaga Bank maupun non-Bank (0.1). 2) Objek arisan lebih diminati berupa uang daripada emas (0.3). 3) Lemahnya jaringan internet masyarakat (0.3). 4) Menurunnya daya beli masyarakat (0.3). 5) Pesaing mempunyai jalur distribusi yang luas (0.1). Secara umum total skor matriks EFE, yaitu sebesar 2,7 berada diatas nilai rata-rata. Ini menggambarkan bahwa pengaruh eksternal yang dihadapi perusahaan cukup kuat dan berada di posisi sedang dan perusahaan dapat merespon peluang dan ancaman yang dihadapi dengan baik.
3. Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan matriks IE, diperoleh kesimpulan bahwa saat ini Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kebun Bunga Banjarmasin berada pada sel IV yang berarti berada pada kondisi tumbuh dan berkembang. Strategi yang dimiliki sebaiknya adalah strategi intensif atau strategi integratif. Strategi intensif terdiri dari penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Hasil pencocokan

melalui analisis SWOT diperoleh delapan alternatif strategi yang layak diimplementasikan, kemudian melalui pengolahan QSPM diperoleh prioritas alternatif strategi pemasaran berturut-turut adalah sebagai berikut

- 1) Menjalin kemitraan yang kuat dengan berbagai instansi (6.32).
- 2) Memaksimalkan program-program yang ada dalam mempertahankan image Pengadaian (6.26).
- 3) Mengintensifkan upaya sosialisasi mengenai produk-produk Pengadaian Syariah dan membangun jaringan komunikasi dengan masyarakat maupun instansi yang terkait (6.22).
- 4) Menambahkan UPC di daerah-daerah padat penduduk dan strategis (6.0).
- 5) Menugaskan tenaga kerja profesional dalam meningkatkan pelayanan (5.95).
- 6) Melakukan program-program yang inovatif untuk meningkatkan minat masyarakat (5.95).
- 7) Melakukan sinergi antarlembaga keuangan dalam program-program Pengadaian Syariah (5.95).
- 8) Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia maupun teknologinya dalam membangun jaringan dengan instansi lain maupun kepada masyarakat (5.90).

B. Saran-saran

Asdapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kebun Bunga Banjarmasin untuk menjalin kerjasama yang kuat dengan berbagai pihak lembaga, perusahaan, atau instansi lainnya dalam menarik minat masyarakat pada produk MULIA Arisan Emas.

2. Mempertahankan dan mengembangkan strategi pemasaran yang sudah berjalan karena memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah tiap tahunnya.
3. Sebagai bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan strategi pemasaran produk MULIA Arisan Emas semoga bisa menjadi pertimbangan apabila menggunakan model yang sama dengan penelitian ini agar menambah jumlah informan maupun responden dari berbagai lembaga keuangan atau bank syariah lainnya.