

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Dalam jangka waktu tiga tahun terakhir eksistensi industri perbankan syariah di Indonesia terus mendapati kenaikan dan perkembangan yang cukup relevan. Pengembangan fasilitas, pembesaran jaringan dan pembaruan pada produk memperlihatkan *positive trend* setiap tahunnya. Terlebih lagi, antusiasme Bank Syariah untuk melakukan percepatan dapat terlihat dari kuantitas Bank Syariah yang mengambil langkah korporasi. Termasuk juga dengan Bank Syariah milik negara (BUMN) yang terdiri dari Bank Negara Indonesia Syariah, Bank Rakyat Indonesia Syariah dan Bank Syariah Mandiri.

Pada tanggal 01 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H dijadikan hari yang bersejarah karena bersatunya ketiga Bank Syariah terbesar di Indonesia yaitu, Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah), Bank Syariah Mandiri, Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah) dan berganti nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Penyatuan ini menghubungkan keunggulan dari 3 Bank Syariah tersebut supaya menghadirkan kualitas pendanaan yang terbaik, cakupan yang lebih besar dan fasilitas yang lebih sempurna. Bank Syariah Indonesia (BSI) juga didorong agar bisa bersaing dengan para kompetitornya pada jenjang

nasional atau global yang didukung oleh perusahaan induknya yaitu BNI, Bank Mandiri, BRI serta pemerintah (Kementerian BUMN).

Penyatuan ketiga Bank Syariah termasuk sebagai usaha menciptakan Bank Syariah yang menjadi kehormatan bagi seluruh umat dan dijadikan sebagai harapan semangat baru perkembangan perekonomian nasional serta kesejahteraan rakyat. Adanya Bank Syariah Indonesia (BSI) juga dijadikan sebagai gambaran industri perbankan syariah di Indonesia yang mendunia, modern dan memberikan hal-hal baik kepada semua orang.¹

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

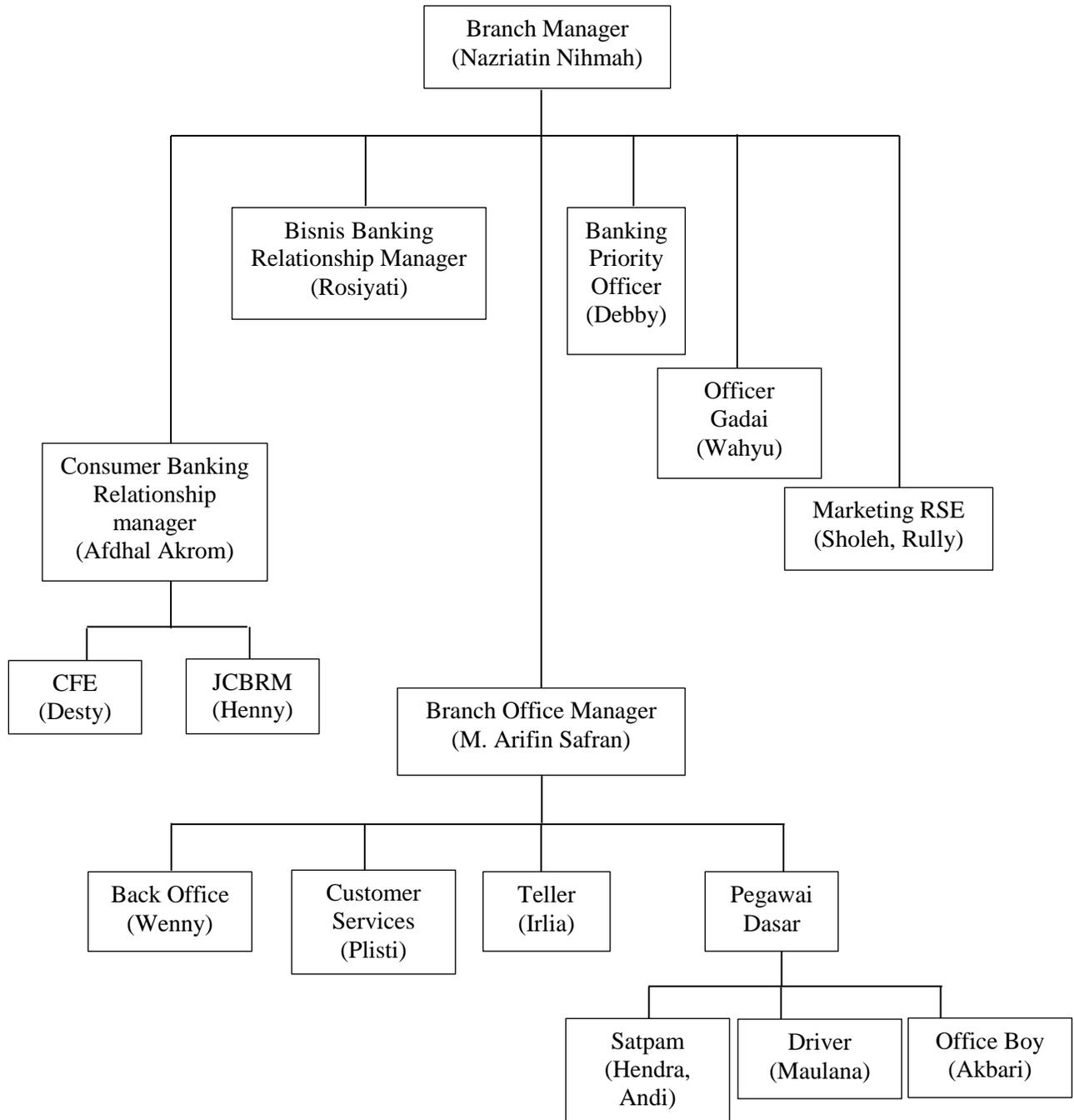
Visi : *Top 10 Islamic Global Bank*

Misi :

- a. Memberikan penyelesaian pada keuangan syariah di Indonesia (pelayanan lebih dari 20 juta nasabah dan naik ke salah satu dari 5 bank teratas berdasarkan aset (500+T) dan pada tahun 2025 book value berada di 50T).
- b. Sebagai bank terbesar yang menawarkan kualitas terbaik kepada para pemegang sekuritas (5 bank yang sangat menguntungkan di Indonesia dengan nilai ROE 18% dan (PB> 2) yaitu valuasi yang besar).
- c. Sebagai perusahaan kebanggaan dan pilihan dengan bakat terbaik di Indonesia (perusahaan dengan mutu terbaik yang melakukan pemberdayaan pada masyarakat dan berpegang teguh untuk perkembangan pegawai yang berbasis dengan kinerja pegawai).

¹ <https://www.bankbsi.co.id/> diakses pada hari selasa, tanggal 7 September 2021, pukul 14.15 WIB

3. Susunan Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palembang Jakabaring



Gambar 4. 1 Susunan Organisasi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palembang Jakabaring

4. Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring

Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) terbagi menjadi 3 bagian, yaitu:²

a) Produk Penghimpun Dana

1) Tabungan

Tabungan BSI, BSI Tabungan Mabrur, BSI Tabungan Mabrur *Junior*, BSI Tabungan *Dollar*, BSI Tabungan Simpatik, BSI Tabunganku, BSI Tabungan Pensiun, BSI Investa Cendekia dan BSI Tabungan Berencana.

2) Deposito

BSI Deposito Valas dan BSI Deposito.

3) Giro

BSI Giro Valas, BSI Giro *Singapore Dollar*, BSI Giro *Euro* dan BSI Giro.

4) Reksadana

5) Tabungan Saham Syariah

6) Sukuk Negara Ritel

b) Produk Pembiayaan

1) BSI Pembiayaan *Murabahah*, *Istishna*, *Musyarakah*, *Mudharabah* IMBT.

2) BSI Pembiayaan impian

3) Pembiayaan PKPA (Pembiayaan Koperasi Karyawan untuk Para Anggota)

² <https://www.bankbsi.co.id/>

- 4) BSI pembiayaan griya, BSI pembiayaan griya PUMP-KB, BSI Optima Pembiayaan Kepemilikan rumah dan BSI pembiayaan Kepemilikan rumah sejahtera syariah tapak.
- 5) Pembiayaan cicil emas BSI dangadai emas BSI
- 6) BSI pembiayaan umrah
- 7) BSI pembiayaan dana berputar
- 8) BSI pembiayaan pensiun
- 9) BSI pembiayaan warung mikro
- 10) BSI Pembiayaan alat kedokteran dana berputar
- 11) BSI Pembiayaan Oto
- 12) BSI Pembiayaan Eduka
- 13) BSI pembiayaan dengan agunan investasi Syariah di Indonesia

c) Produk Layanan

- 1) BSI ATM, BSI SMS *Banking*, BSI, *Net Banking*, BSI *card*, BSI notifikasi, BSI *Mobile Banking* dan BSI 14040
- 2) BPI (BSI Pembayaran Institusi).
- 3) *Westren union*, Transfer, Transfer Nusantara dan Transfer Valas
- 4) BSI e-money.
- 5) BPR host to host.
- 6) MBP (*Multi Bank Payment*).

5. Produk Pembiayaan Cicil Emas dan Gadai Emas Bank Syariah Indonesia

a. Produk Gadai Emas Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan dengan fatwa DSN Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 mengenai *rahn* emas pada awal bulan Juli di tahun 2002 dan pada tahun 2018 BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Palembang Jakabaring baru meluncurkan produk ini. Gadai emas pada BSI ialah pembiayaan dengan jaminan berupa emas sebagai salah satu cara alternatif mendapatkan uang tunai secara cepat.

Pada produk pembiayaan ini, akad yang digunakan ialah akad *qardh* dalam rangka *rahn*. Akad *qardh* dalam rangka *rahn* merupakan akad penyerahan dana pinjaman dari bank kepada nasabah dan penyerahan barang jaminan dari nasabah kepada bank. Akad *qardh* digunakan untuk mengikat dana pinjaman yang telah disediakan oleh bank kepada nasabah dan akad *rahn* digunakan untuk mengikat emas sebagai agunan atas dana pinjaman. Serta akad ijarah yang digunakan untuk mengikat pemanfaatan dari biaya pemeliharaan dan jasa penyimpanan agunan. BSI hanya menerima jenis jaminan yang berupa logam mulia atau perhiasan.

Nasabah akan memperoleh keuntungan apabila melakukan gadai emas di BSI mulai dari pelayanan yang nyaman, harga yang murah dan kantor cabang yang tersebar luas pada seluruh kota di Indonesia. Untuk melakukan gadai emas pada BSI, nasabah hanya perlu menyiapkan biaya administrasi yang diambil di awal dan biaya pemeliharaan yang diambil diakhir atau diawal periode. Nasabah harus melakukan pembayaran biaya administrasi dan

asuransi barang jaminan ketika dana telah dicairkan Untuk biaya pemeliharaan dihitung setiap 15 hari dan pembayaran dilakukan ketika pelunasan.³

Gadai emas BSI yang dapat diberikan kepada nasabah dengan nominal paling besar Rp. 250.000.000,- untuk setiap nasabah dalam tempo 4 bulan dan bisa diperpanjang kembali maks. 2 kali masa perpanjangan. FTV untuk produk gadai emas BSI yaitu, nilai FTV untuk logam mulia ialah 90% dan untuk perhiasan ialah 85%. FTV (*Financing To Value*) merupakan suatu perbandingan jumlah nominal yang diterima nasabah atas nilai emas yang digadaikan kepada bank. Penetapan Financing To Value BSI sesuai dengan penetapan ketentuan Financing To Value Bank Indonesia.⁴

Produk gadai emas BSI memberikan beberapa kemudahan dan manfaat kepada para nasabah, antara lain: proses yang mudah dan cepat, biaya pemeliharaan yang murah, terkoneksi dengan fasilitas yang lainnya seperti ATM dan rekening tabungan serta aman dan terjamin kualitasnya.

Adapun tujuan dari penggunaan produk pembiayaan ini ialah untuk dapat membantu memenuhi kebutuhan dana atau sebagai tambahan modal jangka pendek bagi kelompok nasabah usaha mikro (kecil), hal ini disesuaikan dengan UU Nomor 20 Tahun 2008 mengenai usaha kecil,

³ <https://www.bankbsi.co.id/>

⁴ Hasil wawancara dengan bapak Wahyu Robbini selaku pegawai Pawning Appraisal bagian gadai dan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring pada hari senin tanggal 2 agustus 2021 pukul 15.00 WIB berlokasi di Konter Gadai dan cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

menengah dan mikro dengan tujuan bukan untuk melakukan investasi (penanaman modal). Ada beberapa syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi nasabah dalam pembiayaan gadai emas BSI, yaitu:

- 1) Pembiayaan awal sebesar Rp. 500.000,-
- 2) Kartu identitas nasabah
- 3) Barang jaminan yang berupa emas lantakan atau batangan dan perhiasan emas.
- 4) Dengan tempo waktu selama 4 (empat) bulan dan dapat diperpanjang atau dapat diagunkan kembali sesudah melakukan penaksiran dan pelunasan biaya.

Proses atau alur mekanisme pembiayaan gadai emas BSI ialah, sebagai berikut:

- 1) Nasabah datang langsung ke kantor Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring dengan membawa emas yang berupa perhiasan ataupun logam mulia dengan menunjukkan persyaratan pembiayaan yang telah ditentukan. Jika persyaratan yang dibawa oleh calon nasabah sudah lengkap, kemudian nasabah mengisi formulir permohonan gadai yang telah disediakan.
- 2) Barang agunan akan diuji kualitasnya oleh para petugas gadai emas agar dapat menetapkan nilai pembiayaan sesuai dengan jaminan yang diserahkan. Pada perhiasan, nilai taksiran sebesar 85% dan pada logam mulia nilai taksiran sebesar 90%.

- 3) Setelah melakukan penaksiran, petugas gadai akan menguji keaslian dari barang agunan tersebut sesuai dengan tahapan yang telah ditetapkan.
- 4) Setelah itu, petugas gadai akan menemui kepala cabang untuk menentukan ditolak atau diterimanya pembiayaan tersebut. Sesudah mendapatkan keputusan yang diterima dari kepala cabang, petugas gadai akan memberitahukannya kepada nasabah.
- 5) Apabila pengajuan diterima, petugas gadai akan langsung memperhitungkan jumlah pembiayaan yang akan diberikan kepada nasabah serta menentukan jumlah biaya administrasi yang sesuai dengan ketentuan dari BI.
- 6) Pencairan dana dilakukan melalui rekening milik nasabah dan didalamnya juga termasuk dengan biaya administrasi yang sesuai dengan ketentuan.

b. Produk Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia

Pembiayaan cicil emas BSI memuat ketentuan berdasarkan DSN MUI Nomor 77/DSN-MUI/V/2010 mengenai jual beli emas secara non tunai dan berdasarkan surat edaran Bank Indonesia Nomor 14/016/DPBS 2012. Produk cicil emas BSI adalah suatu fasilitas yang diberikan BSI guna membantu nasabah dalam membeli atau memiliki emas yang berbentuk lantakan atau batangan dengan tata cara yang mudah dan sangat memberikan keuntungan. Pembiayaan hanya diberikan pada jenis emas lantakan atau batangan dengan minimum sebesar 10 gram. Produk ini menggunakan akad dan untuk agunannya menggunakan akad rahn.

Pembayaran cicil emas BSI dilakukan dengan cara angsuran dengan nominal jumlah angsuran yang sama pada setiap bulannya. Nasabah dapat menentukan sendiri jangka waktu pembiayaan antara 2 tahun sampai 5 tahun dan pelunasan boleh dipercepat akan tetapi setelah pembiayaan berjalan selama setahun. Nasabah dianjurkan untuk membayar uang muka sebesar 20% dari harga pendapatan emas, pembayaran uang muka dilakukan secara tunai oleh nasabah. Dana pembayaran uang muka haruslah bersumber dari *self financing* atau dana milik nasabah dan bukan yang bersumber dari pembiayaan yang telah diberikan bank. Pada produk cicil emas BSI (Bank Syariah Indonesia) besaran Plafond yang diberikan maks. 80% dari harga emas batangan (lantakan) yang diperoleh. Jumlah limit cicil emas BSI secara keseluruhan maksimal Rp. 250.000.000,- dan Nasabah berhak mempunyai pembiayaan dengan akad *qardh* serta agunan yang berupa emas.⁵

Untuk melakukan pembiayaan cicil emas BSI nasabah harus menyiapkan terlebih dahulu biaya administrasi, asuransi dan juga materai. Pembiayaan ini juga memerlukan jaminan yang sesuai dengan ketentuan, jaminan tersebut dapat berupa barang atau benda yang merupakan objek pembiayaan, jaminan tersebut tidak dapat dilakukan penukaran dengan agunan yang lain, jaminan diikat sesuai jangka waktu pembiayaan dan jaminan tersebut berbentuk fisik yang disimpan oleh bank. Pemasok emas pada produk cicil emas BSI adalah PT. Antam Persero, toko emas dan usaha perorangan yang memiliki kolaborasi dengan bank.

⁵ Brosur Produk Gadai dan cicil emas yang diterbitkan Bank Syariah Indonesia

Adapun manfaat yang dapat diperoleh oleh nasabah dalam produk ini, yaitu: pertama, asuransi emas milik nasabah memberikan rasa aman dan melindungi. Selanjutnya yang kedua, emas milik nasabah dapat dijadikan uang dengan cara digadaikan dan dijual. Selanjutnya yang ketiga, emas tersebut berfungsi sebagai tabungan nasabah, bank hanyalah memegang amanah mengelolanya sesuai dengan syariah dan kepemilikan atas emas tersebut adalah hak dari nasabah. Dan terakhir yang keempat, memberikan bantuan kepada para nasabah yang memiliki keinginan untuk melakukan investasi emas, dikarenakan BSI melakukan investasi sesuai dengan ketentuan syariah. Untuk dapat melakukan pembiayaan, nasabah harus memenuhi beberapa syarat, yaitu:

- 1) WNI atau Warga Negara Indonesia
- 2) Mempunyai kartu Identitas yang dapat berupa KTP atau NPWP
- 3) Karyawan dengan usia min. 21 tahun dan maks. 55 tahun
- 4) Seorang pensiunan dengan usia maks. 70 tahun tepat ketika masa waktu pembiayaan tersebut telah habis
- 5) Wiraswasta dengan usia maks. 60 tahun

Berikut ini adalah kebijakan alur mekanisme pembiayaan cicil emas yang ditetapkan oleh BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Palembang Jakabaring:

- 1) Bank memberikan persetujuan pembiayaan cicil emas atau kepemilikan emas BSI kepada nasabah yang pelaksanaannya menggunakan akad murabahah untuk kepemilikan emas baik dalam bentuk lantakan (batangan) dan atau

perhiasan sesuai dengan spesifikasi yang tercantum pada Surat Berharga Kepemilikan Emas (SBKE).

- 2) Dari penjelasan yang terdapat pada butir 1 pada akad ini, nasabah telah menganggap dirinya memiliki hutang pada bank dengan pembiayaan kepemilikan emas (cicil emas BSI) sebagaimana yang tercantum dalam SBKE, yang terdiri dari harga jual dikurangi dengan uang muka, dan belum termasuk biaya administrasi. Masing-masing nominal dari harga jual, uang muka dan biaya administrasi tercantum dengan SBKE. Dimana harga jual adalah harga perolehan pembelian emas yang ditambah margin bank
- 3) Sebagaimana butir 3 akad induk, jika nasabah secara tidak langsung lupa untuk membayar produk cicil emas BSI maka nasabah akan dikenakan denda atas keterlambatan pembayaran dari bank dengan jumlah sesuai yang tercantum pada lembar jadwal angsuran pembiayaan hal ini berdasarkan dengan persetujuan dan kesepakatan bersama.
- 4) Agar dapat lebih menjamin pembayaran hutang sesuai dengan ketertiban dari akad induk pada produk ini, nasabah sebaiknya menjaminkan emasnya kepada bank melalui pembiayaan cicil emas BSI.
- 5) Perjanjian dan pembayaran dilakukan nasabah berdasarkan akad induk dengan tenggat waktu terbatas dan pembayaran dilakukan dengan cara menggansur setiap bulan sesuai SBKE dan tenggat waktu serta jumlah angsuran tercantum dalam SBKE.

B. Tingkat Perkembangan Produk Pembiayaan Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

Berikut ini adalah data mengenai perkembangan pada produk pembiayaan gadai emas BSI KCP Palembang sejak tahun 2019 s/d 2021:

**Tabel 4. 1 Data Perkembangan Produk Gadai Emas BSI
KCP Palembang Jakabaring
Tahun 2019-2021**

(Dalam Ribuan Rupiah)

Tahun	Jumlah Nasabah	Nilai Jaminan	Nilai Pembiayaan	Biaya Penitipan
2019	82	849,690,334.80	739,230,599.98	77,619,212.96
2020	105	1,380,047,050.00	1,200,640,933.50	126,067,298.00
2021	132	1,382,334,950.00	1,202,631,406.50	126,276,297.68

Sumber : Data dari Pegawai Pawning Apprasial bagian Gadai dan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.strategi wt

Dapat dilihat dari tabel diatas, bahwa setiap tahunnya produk gadai emas terus mengalami peningkatan. Hal ini terbukti dari meningkatkan jumlah nasabah produk gadai emas setiap tahunnya. Pada tahun 2019, Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring memiliki total 82 nasabah yang melakukan gadai emas dengan total nilai jaminan Rp849,690,344.80,- dan total nilai pembiayaan gadai emas sebesar Rp739,230,599.98,-. Sedangkan untuk total biaya penitipan dari 82 nasabah sebesar Rp77,619,212.96,-.

Apabila dilakukan perbandingan antara jumlah nasabah pada tahun 2019 dan tahun 2020. Pada tahun 2020 terjadi peningkatan yang cukup signifikan ditandai dengan kenaikan jumlah nasabah sebesar 9% atau berjumlah 105 nasabah, peningkatan ini cukup tinggi karena mempengaruhi total nilai jaminan, total nilai penitipan dan nilai pembiayaan sehingga memberikan profit pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

Produk gadai emas BSI KCP Palembang Jakabaring terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2021 total jumlah nasabah meningkat sebanyak 132 nasabah apabila dibandingkan dengan total jumlah nasabah pada tahun 2020, jumlah nasabah pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 12%. Tentu saja hal ini memberikan pengaruh terhadap total nilai penitipan, total nilai pembiayaan dan juga total nilai jaminan sebesar Rp1,382,334,950.00, nilai pembiayaan sebesar Rp1,202,631,406.50, dan nilai jaminan sebesar Rp126,276,297.68,-

Sejak produk gadai emas BSI KCP Palembang Jakabaring diluncurkan, produk pembiayaan ini mengalami perkembangan yang sangat cepat dan tidak menutup kemungkinan jika BSI terus melakukan pembaruan pada produk ini maka akan mendapatkan pencapaian yang lebih optimal. Oleh sebab itu BSI KCP Palembang Jakabaring mengharapkan agar produk ini setiap tahunnya terus mengalami peningkatan.

C. Analisis SWOT Prospek Produk Pembiayaan Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

1. Faktor Internal Produk Gadai Emas BSI KCP Palembang Jakabaring.

a. *Strength* atau Kekuatan

- 1) Emas yang dimiliki nasabah dapat diasuransikan
- 2) Sistem penawaran produk yang cepat, aman dan mudah
- 3) Pelayanan yang sopan, ramah dan menyenangkan.
- 4) Beban penitipan yang lebih murah
- 5) Mekanisme pencairan dana langsung melalui rekening simpanan nasabah.

b. *Weakness* atau kelemahan

- 1) SDM tenaga kerja (karyawan) yang belum profesional.
- 2) Alat penaksiran emas yang kurang memadai.
- 3) *System* IT yang masih membutuhkan perbaikan.
- 4) Proses Pembukaan rekening baru membuat proses gadai menjadi lebih lama.
- 5) Adanya kebijakan yang memberikan batasan pada tenggat waktu pembiayaan dan jumlah pembiayaan.

2. Faktor *External* Produk Gadai Emas BSI KCP Palembang Jakabaring.

a. *Opportunities* atau Peluang

- 1) Pada umumnya, masyarakat Indonesia beragama islam dan berpedoman pada prinsip syariah.

- 2) Produk gadai emas BSI bersinergi bersama Bank Indonesia.
- 3) Harga atau nilai emas yang mengalami peningkatan
- 4) Sebagian besar masyarakat memerlukan dana dengan cepat
- 5) Para pemberi gadai menggunakan transaksi gadai emas untuk memenuhi keperluan.

b. *Threats* atau ancaman

- 1) Kuantitas kompetitor pada produk gadai emas sangatlah tinggi baik dari lembaga keuangan syariah maupun lembaga pegadaian.
- 2) Pihak-pihak pembuat kebijakan yang belum memberikan dukungan pada produk tersebut.
- 3) Pada umumnya masyarakat lebih mengenal tata cara gadai emas secara konvensional dari pada secara syariah atau rahn emas.
- 4) Banyaknya emas palsu yang beredar pada masyarakat.
- 5) Bank lain mampu menawarkan pembiayaan yang lebih tinggi.

3. Matriks IFAS dan EFAS Produk Gadai Emas BSI KCP Palembang Jakabaring.

Setelah melakukan identifikasi pada faktor strategis *internal* dan *external* perusahaan. Disusunlah sebuah tabel *Internal Strategic Factors Analysis* (IFAS) yang digunakan dalam merumuskan faktor strategi *internal* dengan

kerangka kekuatan dan kelemahan.⁶ Adapun tahapan dalam menentukan factor-faktor *internal*, yaitu: berikanlah bobot skor kepada masing-masing faktor dengan skala dimulai dari skor 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting), lalu hitunglah jumlah rating pada masing-masing faktor dengan memberikan skor yang dimulai dari skala 4 berarti *outstanding* hingga skala 1 berarti *poor*, kalikan skor rating untuk mendapatkan jumlah faktor pembobotan. Dan hasil dari masing-masing faktor tersebut nilainya beragam. Untuk mendapatkan jumlah skor pembobotan untuk perusahaan, maka jumlahkanlah skor pembobotan. Total nilai ini akan memperlihatkan rekasi perusahaan terhadap factor strategis *internal*.

Tabel 4. 2 Matriks IFAS Produk Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring

Faktor Strategi Internal (IFAS)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
KEKUATAN (<i>Strengths</i>)			
Sistem penawaran produk yang cepat, aman dan mudah	0.106	3.20	0.33
Pelayanan yang sopan, ramah dan menyenangkan.	0.112	3.60	0.40
Mekanisme pencairan dana langsung melalui rekening simpanan	0.124	3.60	0.44
Emas yang dimiliki nasabah dapat	0.099	3.20	0.31

⁶ Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. hlm.20

diasuransikan			
Beban penitipan lebih murah	0.106	3.40	0.35
Total Kekuatan			1,83
KELEMAHAN (<i>weaknesses</i>)			
Alat penaksiran emas yang kurang memadai	0.087	3.20	0.27
<i>System</i> yang masih membutuhkan perbaikan	0.087	3.40	0.29
SDM tenaga kerja (karyawan) yang belum profesional	0.075	3.00	0.22
Adanya kebijakan yang memberikan Batasan pada tenggat waktu pembiayaan dan jumlah pembiayaan	0.106	3.20	0.33
Proses Pembukaan rekening baru yang membuat proses gadai menjadi lama.	0.099	2.80	0.27
Total Kelemahan			1.38
Total Faktor Internal	1.00		3.21

Dari tabel 4.2 di atas, terlihat bahwa total skor hasil perhitungan matriks IFAS tersebut, mendapatkan total skor sebesar 3,21 dan menjelaskan bahwa produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring mempunyai potensi *internal* yang kuat. Dengan artian, perusahaan mampu mengatasi kelemahan yang ada dengan memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya.

Tabel 4. 3 Matriks EFAS Produk Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP

Palembang Jakabaring

Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
PELUANG (<i>Opportunities</i>)			
Sebagian besar masyarakat memerlukan dana dengan cepat	0.110	3.60	0.39
Produk gadai emas BSI bersinergi Bersama Bank Indonesia	0.099	3.60	0.35
Pada umumnya, masyarakat Indonesia beragama islam dan berpedoman pada prinsip syariah	0.105	3.80	0.39
Para pemberi gadai menggunakan transaksi gadai emas untuk memenuhi keperluan.	0.105	3.20	0.33
Harga atau nilai emas yang mengalami peningkatan	0.105	3.40	0.35
Total Peluang			1.81
ANCAMAN (<i>Threats</i>)			
Pada umumnya masyarakat lebih mengenal tata cara gadai emas secara konvensional dari pada secara Syariah atau <i>rahn</i> emas	0.105	3.40	0.35
Kuantitas kompetitor pada produk gadai emas sangatlah tinggi baik dari lembaga keuangan syariah maupun pegadaian	0.099	3.20	0.31
Banyaknya emas palsu yang beredar pada masyarakat	0.110	3.40	0.37
Pihak-pihak pembuat kebijakan yang belum memberikan dukungan pada produk tersebut	0.081	2.80	0.22
Bank lain mampu menawarkan	0.081	3.00	0.24

pembiayaan yang lebih tinggi.		
Total Ancaman		1.49
Total Faktor <i>External</i>	1.00	3.36

Untuk mengevaluasi faktor-faktor external perusahaan yang mencakup peluang dan ancaman maka diperlukannya penggunaan matriks EFAS. Dari tabel 4.3 pada perhitungan matriks EFAS, total skor yang didapat sebesar 3,36. Dapat dikatakan bahwa produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring mempunyai posisi *external* yang kuat karena mengatasi dan menghadapi ancaman dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Selanjutnya ialah pembuatan matriks IE (matriks *internal* dan *external*). Dalam pembuatan matriks IE menggunakan parameter dari pengaruh *external* dan kekuatan *internal* perusahaan. Penentuan posisi perusahaan dapat dilakukan dengan penggunaan matriks IE. Dari penggunaan matriks IFAS untuk faktor *internal* memperoleh total skor sebesar 3, 21 dan pada faktor external total skor yang didapat sebesar 3,36 dari penggunaan matriks EFAS.

**Tabel 4. 4 Matriks Internal-Eksternal Produk Gadai Emas BSI KCP Palembang
Jakabaring**

Total Skor Faktor strategi Internal

		4,0	Kuat	3,0	Rata-rata	2,0	Lemah	1,0
Total Skor Faktor Strategi Eksternal	Tinggi		I Pertumbuhan		II Pertumbuhan		III Penciutan	
	Menengah	3,0	IV Stabilitas		V Pertumbuhan Stabilitas		VI Penciutan	
	Rendah	2,0	VII Pertumbuhan		VIII Pertumbuhan		IX Likuidasi	
		1,0						

Berdasarkan hasil perhitungan dari kedua total skor tersebut dapat dikatakan bahwa produk gadai emas (BSI) Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring ada di posisi sel I atau sel pertumbuhan. *Growth Strategy* digunakan untuk menggapai pertumbuhan pada perusahaan mulai dari meningkatkan profit, penjualan, *asset* ataupun gabungan dari ketiganya. Agar dapat mencapai tujuan tersebut, kita bisa melakukan pengembangan pada produk baru, penambahan kuliatas pada jasa dan produk, melakukan penurunan harga dan melakukan peningkatan jangkauan ke pangsa pasar yang lebih besar guna untuk meningkatkan keuntungan dan

meminimalkan biaya atau beban. Strategi ini merupakan strategi paling penting, jika perusahaan berada pada kondisi pertumbuhan yang cepat atau signifikan dan perusahaan cenderung memiliki kompetitor sehingga dapat melakukan persaingan harga sebagai upaya memperbesar pasar.

Setelah dilakukan analisis dan mendapatkan hasil seperti penjelasan sebelumnya, hasil analisis yang telah diperoleh lalu dikembangkan menjadi sebuah keputusan dalam pemilihan strategi yang mungkin akan dilakukan. Biasanya strategi yang dipilih adalah strategi yang memiliki kemungkinan paling positif dan mempunyai ancaman dan kelemahan yang paling rendah. Dalam penyusunan strategi tersebut perusahaan akan menggunakan matriks SWOT sebagai alat pendukungnya. Matriks SWOT dapat dengan jelas memberikan bayangan mengenai ancaman dan peluang *external* perusahaan sesuai pada *strength* dan *weakness* yang dimiliki perusahaan dan dapat memberikan 4 set peluang strategi alternatif yang dapat dimanfaatkan.

**Tabel 4. 5 Matriks SWOT Produk Gadai Emas BSI KCP Palembang
Jakabaring**

	IFAS	Strength (S)	Weaknesses (W)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Emas yang dimiliki nasabah dapat diasuransikan 2. Ketentuan persyaratan yang mudah dan 3. Pelayanan yang sopan, ramah dan menyenangkan 4. Beban penitipan yang lebih murah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. SDM tenaga kerja (karyawan) yang belum professional 2. Alat penaksiran emas yang kurang memadai 3. System IT yang masih membutuhkan perbaikan 4. Proses Pembukaan rekening baru membuat proses gadai menjadi lebih 	

	5. Mekanisme pencairan dana langsung melalui rekening simpanan nasabah	lama 5. Adanya kebijakan yang memberikan batasan pada tenggat waktu pembiayaan dan jumlah pembiayaan
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada umumnya, masyarakat Indonesia beragama islam dan berpedoman pada prinsip Syariah 2. Produk gadai emas BSI bersinergi Bersama Bank Indonesia 3. Harga atau nilai emas yang mengalami peningkatan 4. Sebagian besar masyarakat membutuhkan dana cepat 5. Para pemberi gadai menggunakan transaksi gadai untuk memenuhi keperluan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan penetapan harga 2. Melakukan peningkatan melalui promosi pada media cetak maupun media elektronik untuk memperluas pasar 3. Memperkuat <i>brand</i> (produk gadai emas berbasis syariah) dengan memberikan suatu fasilitas kemudahan kepada nasabah 4. Melakukan peningkatan pada <i>brand awareness</i> dalam meraih kepercayaan dari semua kalangan masyarakat untuk melakukan penggadaian emasnya pada BSI KCP Palembang Jakabaring 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan perbaikan pada sistem atau alat penaksiran agar lebih akurat 2. Melakukan peningkatan kualitas pada pelayanan dengan memanfaatkan teknologi 3. SDM tenaga kerja diberikan pelatihan atau training agar lebih professional 4. Memberikan saluran total pembiayaan terbaik sesuai dengan ketentuan dan bekerjasama bersama pemerintah untuk menciptakan sebuah rancangan untuk pengembangan produk gadai emas.

Threat (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuantitas kompetitor pada produk gadai emas sangatlah tinggi baik dari lembaga keuangan Syariah maupun lembaga pegadaian 2. Pihak-pihak pembuat kebijakan yang belum memberikan dukungan pada produk tersebut 3. Pada umumnya masyarakat lebih mengenal tata cara gadai emas secara konvensional dari pada secara Syariah atau <i>rahn</i> emas 4. Banyaknya emas palsu yang beredar pada masyarakat 5. Bank lain mampu menawarkan pembiayaan yang lebih tinggi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan sosialisasi atau promosi untuk memperkenalkan dan memberikan penjelasan mengenai produk gadai emas BSI yang dapat dilakukan melalui suatu presentasi atau seminar dan webinar 2. Memberikan penjelasan mengenai perbedaan produk gadai emas di BSI dengan lembaga keuangan berbasis syariah lainnya 3. Menjaga mutu dan kualitas pelayanan kepada nasabah untuk mendapatkan loyalitas dari nasabah 4. Melakukan pengoptimalan pada sistem dan peningkatan rasa percaya nasabah kepada bank ataupun sebaliknya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan sarana dan prasarana terbaik untuk pertumbuhan pembiayaan gadai emas BSI 2. Melakukan pembaruan pada sistem teknologi dan informasi 3. Melakukan upaya pengembangan dan peningkatan mutu atau kualitas serta kuantitas SDM tenaga kerja (karyawan) agar lebih profesional pada keahliannya 4. Melakukan evaluasi pada peraturan yang sudah ditetapkan 5. Melakukan penyesuaian peraturan tersebut pada bank dan nasabah.

Penggunaan matriks SWOT ialah untuk menganalisis faktor *internal* perusahaan, yaitu: kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan serta faktor *external* perusahaan, yaitu: ancaman dan peluang yang dialami oleh perusahaan dalam memperoleh strategi alternatif yang akan dilakukan oleh perusahaan. Berikut adalah 4 strategi alternatif yang dapat dilaksanakan oleh suatu perusahaan sesuai dengan tabel 4.5, antara lain:

1. Strategi *Strength-Opportunity* (Strategi SO)

Merupakan strategi yang dirancang berdasarkan pemikiran perusahaan, dengan menggunakan semua kekuatan (*strength*) perusahaan untuk mendapatkan peluang yang sebesar-besarnya. Strategi yang diperoleh dari strategi SO, yaitu: melakukan penetapan harga, melakukan peningkatan melalui promosi pada media cetak maupun media elektronik untuk memperluas pasar, memperkuat *brand* (produk gadai emas berbasis syariah) dengan memberikan suatu fasilitas kemudahan kepada nasabah dan melakukan peningkatan pada *brand awareness* dalam meraih kepercayaan dari semua kalangan masyarakat untuk melakukan pengadaian emasnya pada BSI KCP Palembang Jakabaring.

2. Strategi *Strength-Threat* (Strategi ST)

Merupakan strategi yang digunakan untuk memperkuat perusahaan dalam menghadapi ancaman. Strategi yang diperoleh dari strategi ST ialah: melakukan sosialisasi atau promosi untuk memperkenalkan dan memberikan penjelasan mengenai produk gadai emas BSI yang dapat dilakukan melalui suatu presentasi atau seminar dan webinar, memberikan penjelasan mengenai perbedaan produk gadai emas di BSI dengan lembaga keuangan berbasis syariah lainnya, menjaga mutu dan kualitas pelayanan kepada nasabah untuk mendapatkan loyalitas dari nasabah, melakukan pengoptimalan pada sistem dan peningkatan rasa percaya nasabah kepada bank ataupun sebaliknya.

3. Strategi *Weakness-Opportunity* (Strategi WO)

Adalah strategi yang ditetapkan dalam menggunakan peluang untuk meminimalisir kelemahan. Strategi yang dapat dilakukan dari strategi WO adalah dengan melakukan perbaikan pada sistem atau alat penaksiran agar lebih akurat, melakukan peningkatan kualitas pada pelayanan dengan memanfaatkan teknologi, SDM tenaga kerja diberikan pelatihan atau training agar lebih profesional, memberikan saluran total pembiayaan terbaik sesuai dengan ketetapan dan bekerjasama bersama pemerintah untuk menciptakan sebuah rancangan untuk pengembangan produk gadai emas.

4. Strategi *Weakness-Threat* (Strategi WT)

Adalah suatu strategi bersifat mencegah atau menghindari ancaman dan berusaha untuk mengecilkan kelemahan pada suatu perusahaan. Strategi *Weakness-Threat* menghasilkan strategi dalam meningkatkan sarana dan prasarana terbaik untuk pertumbuhan pembiayaan gadai emas BSI, melakukan pembaruan pada sistem teknologi dan informasi, melakukan upaya pengembangan dan peningkatan mutu atau kualitas serta kuantitas SDM tenaga kerja (karyawan) agar lebih profesional pada keahliannya, melakukan evaluasi pada peraturan yang sudah ditetapkan dan melakukan penyesuaian peraturan tersebut pada bank dan nasabah.

D. Tingkat Perkembangan Produk Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah

Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

Hingga saat ini produk cicil emas dinilai masih memiliki peluang dan memiliki perspektif yang baik bagi pendapatan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palembang Jakabaring. Berikut ini adalah data perkembangan produk gadai emas BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Palembang sejak tahun 2019 s/d 2021:

**Tabel 4. 6 Data Perkembangan Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia
KCP Palembang Jakabaring
Tahun 2019-2021**

(Dalam Ribuan Rupiah)

Tahun	Jumlah Nasabah	Berat Logam Mulia (gr)	Nilai Logam Mulia	Plafon Pembiayaan	Margin
2019	43	2,890	1,400,115,000.00	1,070,008,000.00	216,716,625.57
2020	75	2,490	1,219,650,000.00	1,008,258,000.00	203,068,971.73
2021	92	6,182	3,216,476,666.70	2,542,027,333.30	465,226,957.97

Sumber : Data dari Pegawai Pawning Appraisal bagian Gadai dan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

Dapat dilihat dari tabel diatas, bahwa setiap tahunnya produk gadai emas terus mengalami peningkatan. Produk cicil emas BSI (Bank Syariah Indoneia) KCP Palembang Jakabaring mulai beroperasi secara efektif pada tahun 2019. Jumlah nasabah mengalami peningkatan sebesar 74,4% pada tahun 2020, akan tetapi jumlah margin tidak mengalami peningkatan disebabkan karena total berat logam mulia lebih rendah daripada tahun 2019. Di tahun 2021 jumlah nasabah hanya mengalami peningkatan sebesar 34%, namun total jumlah nilai logam

mulia, nilai plafon pembiayaan, margin pembiayaan cicil emas dan berat logam mulia mengalami peningkatan. Berdasarkan tabel diatas, dapat dibuktikan bahwa produk cicil emas BSI KCP Palembang Jakabring mampu untuk melakukan peningkatan dan produk pembiayaan ini sebagai alternatif dalam meningkatkan emas sehingga pada akhirnya mendatangkan keuntungan pada bank.

E. Analisis SWOT Prospek Produk Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

1. Faktor Internal Produk Cicil Emas BSI KCP Palembang Jakabaring.

a. *Strengths* atau Kekuatan

- 1) Mekanisme pembayaran dipotong langsung dari rekening simpanan nasabah.
- 2) Telah diberikan asuransi kepada produk emas yang ditawarkan
- 3) Ketentuan persyaratan yang mudah dan masa termin pembiayaan yang lama
- 4) Pelayanan yang sopan, ramah dan menyenangkan.
- 5) Pemberian harga yang lebih murah daripada lembaga keuangan syariah yang lain.

b. *Weaknesses* atau Kelemahan

- 1) SDM tenaga kerja (karyawan) yang minim
- 2) Pengujian pada analisis kelaikan pada pembiayaan ini masih kurang maksimal

- 3) Adanya kebijakan yang memberikan Batasan pada tempo waktu dan jumlah pembiayaan
- 4) Proses Pembukaan rekening baru yang membuat proses cicil menjadi lama.
- 5) *System* IT yang masih memerlukan perbaikan

2. Faktor Eksternal Produk Cicil Emas BSI KCP Palembang Jakabaring.

a. *Opportunities* atau Peluang

- 1) Pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia besinergi Bersama Bank Indonesia.
- 2) Nilai atau harga emas yang semakin naik
- 3) Masyarakat menjadikan emas sebagai tren baru dalam investasi
- 4) Masyarakat memberikan repon yang baik, terlebih masyarakat yang memiliki keinginan mempunyai emas secara mengangsur.
- 5) Sebagian besar masyarakat Indonesai menganut agama Islam dan berpedoman pada prinsip Syariah

b. *Threats* atau Ancaman

- 1) Harga emas yang selalu mengalami naik dan turun
- 2) Masyarakat lebih mengenal produk cicil emas secara konvensional daripada akad *murabahah* secara syariah
- 3) Mempunyai banyak kompetitor untuk produk yang sama baik dari lembaga keuangan syariah dan non syariah
- 4) Bank lain mampu menawarkan margin yang lebih rendah.

- 5) Terjadi persaingan yang ketat pada jasa layanan produk ini
3. Matriks EFAS dan IFAS Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.

Setelah melakukan identifikasi pada faktor strategis *internal* dan *external* perusahaan. Disusunlah sebuah tabel *Internal Strategic Factors Analysis* (IFAS) yang digunakan dalam merumuskan faktor strategi *internal* dengan kerangka kekuatan dan kelemahan. Adapun tahapan dalam menentukan factor-faktor *internal*, yaitu: berikanlah bobot skor kepada masing-masing faktor dengan skala dimulai dari skor 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting), lalu hitunglah jumlah rating pada masing-masing faktor dengan memberikan skor yang dimulai dari skala 4 berarti *outstanding* hingga skala 1 berarti *poor*, kalikan skor rating untuk mendapatkan jumlah faktor pembobotan. Dan hasil dari masing-masing faktor tersebut nilainya beragam. Untuk mendapatkan jumlah skor pembobotan untuk perusahaan, maka jumlahkanlah skor pembobotan. Total nilai ini akan memperlihatkan rekasi perusahaan terhadap factor strategis *internal*.

**Tabel 4. 7 Matriks IFAS Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia
KCP Palembang Jakabaring**

Faktor Strategi Internal (IFAS)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
KEKUATAN (<i>Strengths</i>)			
Ketentuan yang mudah dan masa termin pembiayaan yang lama	0.099	3.60	0.35
Pelayanan yang sopan, ramah dan menyenangkan.	0.118	3.20	0.37
Mekanisme pembayaran dipotong langsung dari rekening simpanan nasabah	0.099	3.20	0.31
Pemberian harga yang lebih murah daripada lembaga keuangan syariah yang lain	0.099	3.40	0.33
Telah diberikan asuransi kepada produk emas yang ditawarkan	0.106	3.20	0.33
Total Kekuatan			1.69
KELEMAHAN (<i>weaknesses</i>)			
Pengujian pada analissi kelaikan pada pembiayaan ini masih kurang optimal	0.081	2.80	0.22
System IT yang masih memrlukan perbaikan	0.106	3.20	0.33
SDM tenaga kerja (karyawan) yang minim	0.106	3.20	0.33
Adanya kebijakan yang memberikan Batasan pada tempo waktu dan jumlah pembiayaan	0.118	3.00	0.35
Proses Pembukaan rekening baru yang membuat proses cicil menjadi lama.	0.081	3.00	0.24

Total Kelemahan		1.47
Total Faktor Internal	1.00	3.16

Pada tabel 4.6 di atas menunjukkan total skor yang didapatkan dari hasil perhitungan matriks IFAS tersebut adalah sebesar 3,16 dan menjelaskan bahwa produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring mempunyai potensi *internal* yang kuat. Dengan artian, perusahaan mampu mengatasi kelemahan yang ada dengan memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya.

Tabel 4. 8 Matriks EFAS Produk Cici Emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring

Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
PELUANG (<i>Opportunities</i>)			
Masyarakat memberikan respon yang baik, terlebih masyarakat yang memilki keinginan mempunyai emas secara mengangsur.	0.087	3.40	0.29
Pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia besinergi bersama Bank Indonesia	0.093	3.40	0.31
Sebagian besar masyrakat Indonesia menganut agama islam dan berpedoman pada prinsip syariah	0.093	3.40	0.31
Masyarakat menjadikan emas sebagai tren baru dalam investasi	0.076	3.20	0.24

Nilai atau harga emas yang semakin naik	0.081	2.40	0.19
Total Peluang			1.34
ANCAMAN (<i>Threats</i>)			
Mempunyai banyak competitor untuk produk yang sama baik dari lembaga keuangan Syariah dan non syariah	0.081	3.00	0.24
Terjadi persaingan yang ketat pada jasa layanan produk ini	0.087	3.00	0.26
Harga emas yang selalu mengalami turun	0.070	3.40	0.23
Masyarakat lebih mengenal produk cicil emas secara konvensional daripada akad <i>murabahah</i> secara syariah	0.099	2.80	0.27
Bank lain mampu menawarkan margin yang lebih rendah	0.070	2.80	0.19
Total Ancaman			1.19
Total Faktor Eksternal	1.00		2.53

Untuk melakukan evaluasi pada faktor *external* perusahaan yang mencakup peluang dan ancaman maka diperlukannya penggunaan matriks EFAS. Dari tabel 4.7 pada perhitungan matriks EFAS, total skor yang didapat sebesar 2,53. Dapat dikatakan bahwa produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring mempunyai posisi *external* yang kuat karena mengatasi dan menghadapi ancaman dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Selanjutnya ialah pembuatan matriks IE (matriks *internal* dan *external*). Dalam pembuatan matriks IE menggunakan parameter dari pengaruh *external* dan kekuatan *internal* perusahaan. Penentuan posisi perusahaan dapat dilakukan dengan penggunaan matriks IE. Dari penggunaan matriks IFAS untuk faktor *internal* memperoleh total skor sebesar 3, 16 dan pada faktor *external* total skor yang didapat sebesar 2,53 dari penggunaan matriks EFAS.

Tabel 4. 9 Matriks Internal-Eksternal Produk CiciL Emas BSI KCP Palembang Jakabaring

Total Skor Faktor strategi Internal

		4,0	Kuat	3,0	Rata-rata	2,0	Lemah	1,0
Total Skor Faktor Strategi Eksternal	Tinggi	I	Pertumbuhan	II	Pertumbuhan	III	Penciutan	
	3,0	IV	Stabilitas	V	Pertumbuhan Stabilitas	VI	Penciutan	
	Menengah	VII	Pertumbuhan	VIII	Pertumbuhan	IX	Likuidasi	
	2,0							
	Rendah							
	1,0							

Berdasarkan hasil perhitungan dari kedua total skor tersebut dapat dikatakan bahwa produk gadai emas (BSI) Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring ada di posisi sel IV atau sel stabilitas. *Stability Strategy* ialah penerapan strategi yang tidak dapat merubah haluan strategi yang telah ditentukan.

Setelah dilakukan analisis dan mendapatkan hasil seperti penjelasan sebelumnya, hasil analisis yang telah diperoleh lalu dikembangkan menjadi sebuah keputusan dalam pemilihan strategi yang mungkin akan dilakukan. Biasanya strategi yang dipilih adalah strategi yang memiliki kemungkinan paling positif dan mempunyai ancaman dan kelemahan yang paling rendah. Dalam penyusunan strategi tersebut perusahaan akan menggunakan matriks SWOT sebagai alat pendukungnya. Matriks SWOT dapat dengan jelas memberikan bayangan mengenai ancaman dan peluang *external* perusahaan sesuai pada *strength* dan *weakness* yang dimiliki perusahaan dan dapat memberikan 4 set peluang strategi alternatif yang dapat dimanfaatkan.

**Tabel 4. 10 Matriks SWOT Produk Cicil Emas BSI KCP Palembang
Jakabaring**

<p>EFAS IFAS</p>	<p align="center"><i>Strength (S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Mekanisme pembayaran dipotong langsung dari rekening simpanan nasabah. Ketentuan persyaratan yang mudah dan masa termin pembiayaan yang lama Telah diberikan asuransi kepada produk emas yang ditawarkan Pelayanan yang sopan, ramah dan menyenangkan. Pemberian harga yang lebih murah daripada lembaga keuangan syariah yang lain 	<p align="center"><i>Weaknesses (W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> SDM tenaga kerja (karyawan) yang minim Pengujian pada analisis kelaikan pada pembiayaan ini masih kurang maksimal Adanya kebijakan yang memberikan Batasan pada tempo waktu dan jumlah pembiayaan Proses Pembukaan rekening baru yang membuat proses cicil menjadi lama. <i>System IT</i> yang masih memerlukan perbaikan
<p><i>Opportunities (O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Pembiayaan cicil emas Bank Syariah Indonesia besinergi Bersama Bank Indonesia. Nilai atau harga emas yang semakin naik Masyarakat menjadikan emas sebagai tren baru dalam investasi Masyarakat memberikan respon yang baik, terlebih masyarakat yang memiliki keinginan mempunyai emas 	<p align="center">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> Melakukan peningkatan dan tetap mempertahankan kualitas pada produk Memperbesar pasar dan melakukan peningkatan dalam memberikan layanan kepada nasabah Melakukan promosi, sosialisasi dan edukasi secara terus menerus untuk menjaga nilai-nilai kepercayaan para nasabah Menentukan harga sesuai dengan 	<p align="center">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> Melakukan penambahan jumlah SDM tenaga kerja (karyawan) dan meningkatkan rasa kepercayaan serta kerjasama diantara BSI (Bank Syariah Indonesia) dan BI (Bank Indonesia) Meningkatkan pengetahuan SDM tenaga kerja (karyawan) untuk lebih professional dan kompeten dalam memilih calon nasabah berdasarkan kualitasnya Melakukan peningkatan dan pembaruan pada sistem informasi dan

<p>secara mengangsur.</p> <p>5. Sebagian besar masyarakat Indonesai menganut agama Islam</p>	<p>kemampuan ekonomi masyarakat dan memberikan kualitas produk yang terbaik.</p>	<p>teknologi agar dapat mempertahankan kualitas dan mutu pelayanan</p> <p>4. Lebih meningkatkan pelayanan dalam menjelaskan peraturan dalam melakukan transaksi cicil emas</p> <p>5. Memberikan arahan kepada nasabah dalam melakukan pembukaan rekening baru.</p>
<p>Threath (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga emas yang selalu mengalami naik dan turun 2. Masyarakat lebih mengenal produk cicil emas secara konvensional daripada akad <i>murabahah</i> secara syariah 3. Mempunyai banyak kompetitor untuk produk yang sama baik dari lembaga keuangan syariah dan non syariah 4. Bank lain mampu menawarkan margin yang lebih rendah. 5. Terjadi persaingan yang ketat pada jasa layanan produk ini 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan peningkatan pada citra dan merek perusahaan 2. Mengetahui apa saja kelebihan dan perbedaan produk yang perusahaan miliki 3. Melakukan promosi atau memberikan <i>discount</i> untuk mempertahankan kestabilan harga 4. Melakukan pengoptimalan pada sistem dan peningkatan rasa percaya nasabah kepada bank ataupun sebaliknya 5. Lebih menjaga mutu dan kualitas pelayanan kepada nasabah untuk mendapatkan loyalitas dari nasabah, 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan peningkatan kualitas tenaga kerja (karyawan) dan produk agar menjadi sangat unggul 2. Secara optimal mampu memberikan sistem informasi dan jaringan yang baik 3. Melakukan penambahan kuantitas pada tenaga kerja (karyawan) untuk mencapai tujuan dengan optimal serta memperbesar pangsa pasar 4. Melakukan upaya pengembangan dan peningkatan mutu atau kualitas serta kuantitas SDM tenaga kerja (karyawan) agar lebih profesional pada keahliannya 5. melakukan evaluasi pada peraturan yang sudah ditetapkan dan

		melakukan penyesuaian peraturan tersebut pada bank dan nasabah.
--	--	---

Penggunaan matriks SWOT ialah untuk menganalisis faktor *internal* perusahaan, yaitu: kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan serta faktor *external* perusahaan, yaitu: ancaman dan peluang yang dialami oleh perusahaan dalam memperoleh strategi alternatif yang akan dilakukan oleh perusahaan. Berikut adalah 4 strategi alternatif yang dapat dilaksanakan oleh suatu perusahaan sesuai dengan tabel 4.10, antara lain:

1. Strategi *Strength-Opportunity* (Strategi SO)

Merupakan strategi yang dirancang berdasarkan pemikiran perusahaan, dengan menggunakan semua kekuatan (*strength*) perusahaan untuk mendapatkan peluang yang sebesar-besarnya. Strategi yang diperoleh dari strategi SO, yaitu: melakukan peningkatan dan tetap mempertahankan kualitas pada produk, memperbesar pasar dan melakukan peningkatan dalam memberikan layanan kepada nasabah, melakukan promosi, sosialisasi dan edukasi secara terus menerus untuk menjaga nilai-nilai kepercayaan para nasabah. menentukan harga sesuai dengan kemampuan ekonomi masyarakat dan memberikan kualitas produk yang terbaik

2. Strategi *Strength-Threat* (Strategi ST)

Merupakan strategi yang digunakan untuk memperkuat perusahaan

dalam menghadapi ancaman. Strategi yang didapatkan dari strategi ST, ialah: melakukan peningkatan pada citra dan merek perusahaan, mengetahui apa saja kelebihan dan perbedaan produk yang perusahaan miliki, melakukan promosi atau memberikan *discount* untuk mempertahankan kestabilan harga, melakukan pengoptimalan pada sistem dan peningkatan rasa percaya nasabah kepada bank ataupun sebaliknya serta lebih menjaga mutu dan kualitas pelayanan kepada nasabah untuk mendapatkan loyalitas dari nasabah,

3. Strategi *Weakness-Opportunity* (Strategi WO)

Adalah strategi yang ditetapkan dalam menggunakan peluang untuk meminimalisir kelemahan. Strategi yang dapat didapatkan dari strategi WO, ialah melakukan penambahan jumlah SDM tenaga kerja (karyawan) dan meningkatkan rasa kepercayaan serta kerjasama diantara BSI (Bank Syariah Indonesia) dan BI (Bank Indonesia), meningkatkan pengetahuan SDM tenaga kerja (karyawan) untuk lebih profesional dan kompeten dalam memilih calon nasabah berdasarkan kualitasnya, melakukan peningkatan dan pembaruan pada sistem informasi dan teknologi agar dapat mempertahankan kualitas dan mutu pelayanan, lebih meningkatkan pelayanan dalam menjelaskan peraturan dalam melakukan transaksi cicil emas dan memberikan arahan kepada nasabah dalam melakukan pembukaan rekening baru.

4. Strategi *Weakness-Threat* (Strategi WT)

Adalah suatu strategi bersifat mencegah atau menghindari ancaman dan berusaha untuk mengecilkan kelemahan pada suatu perusahaan. Strategi yang dapat dilakukan dalam strategi *weakness-threat* melakukan peningkatan kualitas tenaga kerja (karyawan) dan produk agar menjadi sangat unggul, secara optimal mampu memberikan sistem informasi dan jaringan yang baik, melakukan penambahan kuantitas pada tenaga kerja (karyawan) untuk mencapai tujuan dengan optimal serta memperbesar pangsa pasar, melakukan upaya pengembangan dan peningkatan mutu atau kualitas serta kuantitas SDM tenaga kerja (karyawan) agar lebih profesional pada keahliannya, melakukan evaluasi pada peraturan yang sudah ditetapkan dan melakukan penyesuaian peraturan tersebut pada bank dan nasabah.