

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan hasil analisis pada bab sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Terjadi peningkatan yang signifikan pada produk pembiayaan cicil emas dan gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring setiap tahunnya. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan data perkembangan kedua produk emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring pada tahun 2019 s/d 2021 dan dapat dibuktikan bahwa pada setiap tahunnya jumlah nasabah produk pembiayaan cicil emas dan gadai emas selalu mengalami peningkatan. Jadi, dapat dibuktikan bahwa produk gadai emas dan cicil emas berpotensi menaikkan produk pembiayaan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.
2. Faktor *internal* kekuatan produk gadai emas BSI KCP Palembang Jakabaring adalah Produk ditawarkan dengan proses yang mudah, cepat dan aman, Pelayanan yang sopan, ramah dan menyenangkan. Dana yang dicairkan langsung masuk melalui rekening simpanan nasabah dan produk emas kepunyaan nasabah dapat diasuransikan dengan anggaran penitipan lebih murah dibandingkan dengan bank lain. Sedangkan factor yang menjadi

kelemahan produk gadai emas BSI KCP Palembang Jakabaring adalah perangkat penaksiran emas yang kurang memadai, *System IT* yang masih harus disempurnakan, SDM tenaga kerja yang belum berpengalaman, proses pembukaan rekening baru yang membuat proses gadai menjadi lama serta adanya kebijakan yang menetapkan besaran biaya dan tenggat waktu pada pembiayaan.

Peluang faktor *external* produk gadai emas BSI KCP Palembang Jakabaring yaitu besarnya permintaan masyarakat yang memerlukan dana cepat, produk gadai emas BSI bersinergi bersama Bank Indonesia, mayoritas penduduk bergama islam dan menjalankan prinsip syariah menjadikan transaksi gadai emas sebagai sumber pembiayaan guna mencukupi kebutuhan karena harga emas yang terus meningkat. Sedangkan factor yang menjadi ancaman adalah sebagian besar masyarakat menggunakan jasa gadai secara konvensional, minimnya pengetahuan produk gadai emas yang menggunakan jasa gadai secara syariah, banyaknya competitor produk gadai emas pada lembaga keuangan syariah, banyaknya penawaran produk gadai emas yang beredar membodohi masyarakat, bagian *regulatory* yang rendah kontributif, serta bank lain yang mampu menawarkan pembiayaan lebih tinggi.

Selanjutnya, faktor *internal* kekuatan produk cicil emas BSI KCP Palembang Jakabaring adalah Syarat yang diberikan sangatlah mudah dan masa termin pembiayaan yang cukup lama, pelayanan yang sopan, ramah dan menyenangkan, dengan metode pembayaran cicilan potongan saldo otomatis

melalui rekening simpanan nasabah, harga yang rendah dan emas yang ditawarkan telah diasuransikan. Sedangkan factor kelemahannya adalah uji kelaikan pembiayaan belum maksimal, SDM tenaga kerja yang masih sedikit, *SystemIT* yang masih harus disempurnakan, adanya kebijakan yang menentukan besaran pembiayaan dan masa waktu pembiayaan. proses pembukaan rekening baru yang membuat proses cicil menjadi lama. Faktor *external* peluang produk cicil emas BSI KCP Palembang Jakabaring yaitu tanggapan positif dari masyarakat yang mau mempunyai emas melalui cara mengangsur, produk cici emas BSI bersinergi bersama Bank Indonesia, saat ini masyarkat menggunakan emas sebagai media penanaman modal karena harga emas yang semakin tinggi, masyarakat Indonesia mayoritas beragama islam dan berpegang teguh pada prinsip syariah. Dengan ancaman berupa Banyaknyakompetitor produk cicil emas pada lembagakeuangan syariah dan yang bukan syariah, menjadikan jasa pemberi pembiayaan sangat kompetitif dikarenakan nilai emas yang tidak menentu, dan sebagian besar masyarakat memanfaatkan jasa cicil secara konvensional sehingga akad murabahah pada lembaga keuangan syariah kurang dikenal serta Bank lain mampu menawarkan margin yang lebih rendah.

3. Strategi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring pada produk gadai emas melalui analisis SWOT mendapatkan hasil analisis faktor internal melalui penggunaan matriks IFAS memperoleh total skor sebesar 3,21 dan hasil analisis faktor eksternal melalui penggunaan matriks

EFAS memperoleh total skor sebesar 3,36, dapat disimpulkan bahwa produk gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring menempati sel I (pertumbuhan). Strategi tersebut dapat dicapai melalui cara merendahkan harga, melakukan pengembangan pada produk tersebut, menaikkan mutu produk dan jasa maupun meluaskan akses ke pasar besar. Upaya tersebut dapat dilaksanakan dengan meminimalkan anggaran agar bias menaikkan nilai keuntungan. Hal ini adalah strategi yang paling penting jika posisi perusahaan berada pada masa perkembangan yang sangat pesat dan perusahaan cenderung mempunyai kompetitor dalam persaingan nilai produk untuk memperbesar pangsa pasar. Sedangkan, pada produk cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring mendapatkan hasil analisis faktor *internal* melalui penggunaan matriks IFAS memperoleh total skor sebesar 3,16 dan hasil analisis *external* melalui penggunaan matriks EFAS memperoleh total skor sebesar 2,53. Dapat disimpulkan bahwa produk cicil emas Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring menempati sel IV (stabilitas). Strategi stabilitas adalah strategi yang tidak dapat merubah haluan strategi yang telah ditetapkan.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan, sebagai berikut :

1. Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring harus dapat menjaga penilaian produk berbasis syariah, memajukan mutu produk pembiayaan pada produk cicil dan gadai emas, serta dapat memajukan mutu SDM tenaga kerja pada layanan gadai emas sehingga bisa sejajar dengan para kompetitornya serta dapat meningkatkan bantuan pada produk tersebut.
2. Apabila dinilai berdasarkan data hasil uji analisis SWOT Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring dapat menggunakan kemampuan *Internal* perusahaan dengan kemungkinan-kemungkinan *external* yang sudah ada untuk melakukan peningkatan produk tanpa menyingkirkan kekurangan yang ada.
3. Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring harus lebih bisa mensosialisasikan produk-produknya dengan cara menyelenggarakan promosi dengan rutin untuk mempromosikan dan memasarkan produk gadai dan cicil emas pada masyarakat, salah satunya dengan mengadakan promosi menggunakan media elektronik maupun media cetak.