

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum objek penelitian

Sejarah berdirinyan pegadaian Syariah tidak bisa lepas dari historis pegadaian konvensional yang mana secara structural pegadaian Syariah merupakan unit dari pegadaian konvensional.

1. Sejarah berdirinya pegadaian di Indonesia

a. Latar belakang pendirian pegadaian di Indonesia

Latar belakang pendirian pegadaian di Indonesia karena adanya beberapa hal yaitu:¹

- 1) Mencegah ijon, rentenir dan pinjaman yang tidak wajar lainnya
- 2) Meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil
- 3) Mendukung program pemerintah dalam bidang ekonomi dan pembangunan nasional

b. Pendirian pegadaian di Indonesia

Sejarah pegadaian dikelompokkan dalam dua era yaitu pada masa colonial dan pada masa kemerdekaan. Aktivitas bisnis gadai sudah terjadi sejak lama dalam keseharian masyarakat Indonesia. Sejarah awal pegadaian berawal pada tahun 1746 hingga berdirinya pegadaian negara yang pertama disukabumi pada tanggal 1 april 1901.

Pada era penjajah atau colonial sejarah berdirinya pegadaian melalui pendirian bank van leening oleh vereenigde oostindische compagnie (VOC) merupakan lembaga keuangan yang memberikan pinjaman dengan system gadai. Awal pendirian pegadaian yaitu pada tanggal 20 agustus 1746 tepatnya di batavia. Pada saat inggris mengambil alih kekuasaan hindia belanda pada tahun 1811, oleh bank van leening dibubarkan dan sebagai gantinya masyarakat diberikan keleluasaan untuk mendirikan pegdaian sepanjang mendapat lisensi dari pemerintah. Akan tetapi dalam perkembangannya praktek praktek rentenir kurang menguntungkan pemerintah yang berkuasa saat itu yaitu inggris. Kemudian inggris mengganti metode liecentie menjadi pacht stelsel yaitu pegadaian diberikan kepada

¹ <https://www.pegadaian.co.id/profil/sejarah-perusahaan>, di akses, September,16, 2020

masyarakat umum yang mampu membayar pajak tinggi kepada pemerintah.²

Kedua di era kemerdekaan yaitu dimulai pada pemerintahan republic Indonesia. Kantor pegadaian berpindah keluar Jakarta yaitu karang anyar, kebumen dikarenakan adanya angresi militer belanda ke dua dan kantor pegadaian sempat berpindah kembali ke magelang jawa tengah. Setelah perang berahir kantor pegadaian kembali di Jakarta dan dikelola oleh pemerintah Indonesia.³

Dalam perkembangannya pegadaian mengalami perkembangan yang sangat pesat hampir seluruh Indonesia per 31 desember 2018 tercatat pegadaian telah memiliki 12 kantor wilayah, 59 kantor area dan 4221 outlet yang terdiri 642 kantor cabang dan 3579 kantor unit pelayanan cabang.

Terbitnya PP/10 pada tanggal 1 april 1990 di Indonesia menjadi tonggak awal dari kebangkitan pegadaian. Dalam PP/10 menegaskan misi yang harus diemban oleh pegadaian untuk mencegah praktek riba, misis tidak berubah hingga terbitnya PP/103/2000 yang dijadikan sebagai landasan kegiatan usaha perum pegadaian sampai saat in, banyak pihak yang berpendapat bahwa operasionalisasi pegadaian pra.Fatwa MUI pada tanggal 16 desember 2003 tentang bunga bank telah sesuai dengan konsep islam meskipun harus diakui bahwa pendapat terdapat beberapa aspek yang menepis anggapan itu. Setelah memalui kajian Panjang, ahirnya disusunlah suatu konsep pendirian unit layanan gadai islam sebagai langkah awal pemebntukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha islam.⁴

2. Sejarah berdirinya pegadaian unit pelayanan Syariah pasar bintoro demak

a. Ruang lingkup pegadaian unit pelayanan pasar Syariah pasar bintoro demak

Pegadaian unit pelayanan syariah demak merupakan salah satu lembaga keuangan syariah wilayah kabupaten

² <https://www.pegadaian.co.id/profil/sejarah-perusahaan>, di akses, September,16, 2020

³ <https://www.pegadaian.co.id/profil/sejarah-perusahaan>, di akses, September,16, 2020

⁴ <https://www.pegadaian.co.id/profil/sejarah-perusahaan>, di akses, September,16, 2020

demak. Sejak awal beroperasi sampai saat ini masih berstatus Kantor Pegadaian Unit Pegadaian Syariah Pasar Bintoro Demak dibawah koordinasi Kantor Pegadaian CPS Pasar Ngabul-Jepara Pada awal tahun 2010 awal pertama kali didirikan Pegadaian syariah demak hanya berfokus pada gadai emas. Seiring berjalannya waktu kemudian berkembang berbagai macam produk yang ditawarkan oleh pegadaian syariah demak.⁵ Pada tahun 2016 awal mula produk ar-rum haji diperkenalkan kepada nasabah pegadaian dari situlahmulai fokus menysasar segmen nasabah haji. Potensi dan peluang yang sangat besar karena penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam sekitar 90% dari 4,3 juta penduduk.

Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak adalah salah satu perusahaan milik negara yang juga berperan dalam keuangan Syariah. Selain itu semakin populernya praktik bisnis Syariah mempunyai peluang yang sangat bagus untuk dikembangkan.

Dengan adanya perkembangan bisnis Syariah pihak pemerintah perlu mengeluarkan peraturan perundang-undangan untuk melegitimasi secara hokum positif pelaksanaan bisnis yang sesuai dengan Syariah dalam hal ini gadai Syariah. Peraturan pemerintah no 10 tahun1990 yang menjelaskan bahwa misi yang eiemban oleh pegadaian Syariah adalah untuk mencegah praktek riba. Pada tahun 2000 konsep bank Syariah mulai marak. Pada saat itu, bank muamalat indosesia menawarkan kerjasama dan membantu segi pembiayaan dan pengembangan. Karena bank muamalat belum memiliki skill dalam bidang ahli menaksir barang yang digadaikan, sedangkan pegadaian sudah mempunyai ahli penaksir barang akan tetapi dananya masih terbatas.

Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak berdiri pada tahun 2010.sampai saat ini total seluruh nasabahnya berjumlah 3.474 untuk produk ar-rum haji berjumlah 30 orang. Untuk pengelolaan UPS Pasar Bintoro Demak ada 3 pegawai.⁶

⁵ Wawancara,Agung Hadi Santoso, Pimpinan CPS Pasar Ngabul Jepara,September 14,2020

⁶ Wawancara dengan Sri Murni, Pengelola Pegadaian UPS Pasar Bintoro september,18 2020

b. Visi, misi dan motto pegadaian Syariah

Adapau untuk Visi Misi dan Motto Pengadaian Unit Pegadaian Syariah Demak Pasar Bintoro Demak sebagai berikut⁷:

1) Visi pegadaian Syariah

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

2) Misi pegadaian Syariah

a) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

b) Memastikan pemerataan pelayanan dan ifrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

c) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka mengoptimalkan sumber daya perusahaan

3) Motto pegadaian syariah

Motto pegadaian Syariah yaitu: “ mengatasi masalah tanpa masalah”

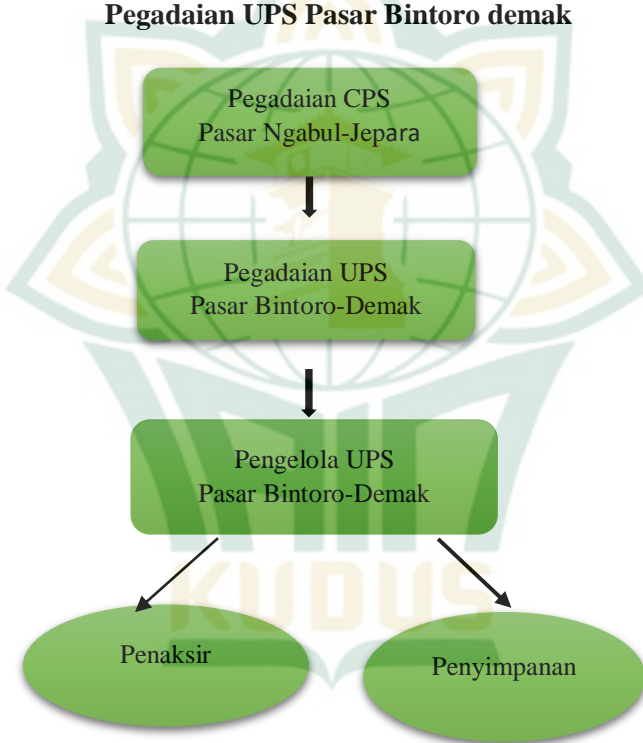
Pegadaian Syariah memberikan suatu kemudahan dalam mengatasi masalah dengan cepat dan mudah. Kebutuhan uang tunai terkadang menjadi kesulitan bagi masyarakat dalam memperoleh pinjaman. Pegadaian memberikan jalan keluar dengan memfasilitasi masyarakat untuk memperoleh pinjaman dengan praktis, mudah dan cepat dengan menjaminkan barang baerharga yang dimiliki.

⁷ Sumber Dokumen dari Pegadian Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak, diakses September,18,2020

c. **Struktur organisasi, tugas dan jabatan pegadaian unit pelayanan Syariah pasar bintoro demak**

Struktur organisasi, tugas dan jabatan Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak dibawah Pengawasan Pegadaian CPS Pasar ngabul Jepara.⁸ Struktur organisasi dapat dilihat pada dalam gambar bagan 4.1

Gambar 4.1
Struktur Organisasi
Pegadaian UPS Pasar Bintoro demak



Sumber pegadaian UPS pasar bintoro demak

Dari struktur organisasi diatas setiap pos mempunyai tugas dan tanggungjawab masing-masing yaitu:

- 1) Pimpinan cabang pegadaian syariah pasar ngabul jepara

Pimpinan cabang pegadaian syariah pasar ngabul bertanggung jawab terhadap Pegadaian UPS, semua kegiatan

⁸ wawancara, Ibu Sri murni, Pengelola UPS Pasar Bintoro Demak, September 18,2020

di kantor unit diawasi oleh kantor cabang pegadaian syariah pasar ngabul-Jepara, yang dipimpin oleh Bapak Agung Hadi Santoso, S.T selaku Pimpinan di Pegadaian CPS Pasar Ngabul Jepara

2) Pengelola unit pelayanan Syariah pasar bintoro demak

Pengelola unit pelayanan Syariah bertanggung jawab dalam menyusun program kerja yang sesuai dengan visi dan misi pegadaian yang sesuai dengan prinsip Syariah. Mengkoordinasikan kegiatan penaksiran (*mahrnun*) yang berdasarkan pada aturan yang ada, mengkoordinasikan penyaluran dana gadai (*mahrnun bih*). Mengkoordinasikan dalam pengelolaan *rahn* yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Untuk Pengelolaan Pegadaian Pasar Bintoro Demak di Kelola oleh tiga karyawan yaitu: Ibu Sri Murni, Bapak Khoirul Anam, dan bapak Muslimin

3) Kasir pedaian unit pelayanan Syariah pasar bintoro demak

Kasir mempunyai tugas menerima dan pembayaran dana dari nasabah yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Baik dana yang keluar setelah taksiran barang maupun dana yang masuk dari pembayaran mahrnun bih, serta menerima modal kerja harian dari atasan.

4) Penyimpana (pemegang gudang)

Bagian penyimpanan gudang bertugas melakukan pemeriksaan, pemeliharaan pengeluaran dan pemasukan barang gadai. Mengecek secara berkala kondisi barang yang ada digudang, memastikan penempatan barang gadai sesuai dengan nomor urutan nomer *rahn*. Serta melakukan pengecekan secara berkala kondisi gudang penyimpanan

d. Strategi pemasaran pegadaian Syariah

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pegadaian unit pelayanan Syariah pasar bintoro demak adalah sebagai berikut:⁹

1) Literasi pasar tradisional

Pasar merupakan salah satu tempat perputaran roda ekonomi masyarakat, oleh karena itu pegadaian unit pelayanan Syariah pasar bintoro demak menjadikan pasar sebagai salah satu tempat untuk memasarkan produk-produk pegadaian. Letaknya yang cukup strategis membuat pegadaian unit pelayanan pasar bintoro demak

⁹ Wawancara, Agung Hadi Santoso, Pimpinan CPS Pasar Ngabul Jepara, September 14, 2020

dipadati oleh nasabah, akan tetapi tepat yang sempit menjadikan nasabah menjadi kurang nyaman.

2) Literasi kampus

Pegadaian Syariah melakukan literasi kampus, yang mana pegadaian dapat melakukan kerjasama dengan kampus terkait untuk menyelenggarakan kegiatan dilingkungan kampus maupun dalam kegiatan kemahasiswaan kampus untuk mensosialisasikan transaksi yang dilakukan oleh pegadaian Syariah

3) Literasi Instansi

Literasi instansi yang mana pihak Pegadaian Syariah memperkenalkan produk-produk yang ditawarkan pegadaian dengan ikut berpartisipasi dalam kegiatan suatu instansi dan kemudian memperkenalkan produk-produk yang ada di pegadaian syariah khususnya produk ar-rum haji kepada para pegawai yang ada dalam kegiatan tersebut.

4) Menghubungi nasabah potensial

Menjalin silaturahmi antara nasabah dengan pihak pegadaian syariah juga merupakan salah satu pendekatan pegadaian syariah terhadap nasabah. Salah satu strategi pegadaian syariah dalam menarik pelanggan adalah dengan menghubungi pelanggan yang potensial via telpon atau pesan *whatsapp*.

5) Pengadaan Agen Pegadaian syariah

Pengadaan agen pegadaian ini merupakan salah satu inovasi baru dari pegadaian syariah untuk menjangkau banyak lagi nasabah untuk bertansaksi di pegadaian syariah. Dengan banyaknya agen pegadaian ini bisa menjadi cara pegadaian syariah untuk memasarkan produk-produk yang ada di Pegadaian Syariah, mengingat dengan adanya keterbatasan SDM pegadaian syariah yang belum mampu untuk menjangkau masyarakat secara luas. Setiap agen akan mendapatkan fee dari setiap transaksi yang dilakukan nasabah melalui agen pegadaian tersebut.

6) Pemasaran produk melalui literasi komunitas

Pemasaran produk melalui literasi komunitas merupakan salah satu strategi pegadaian dalam mendapatkan nasabah baru dengan cara ikut dalam

kegiatan komunitas tersebut. Misalnya komunitas motor, pegadaian akan menawarkan produk yang sesuai, salah satunya *Arrum*

7) Aplikasi Digital Pegadaian Syariah

Di era digitalisasi ini, untuk memudahkan khususnya para nasabah dan masyarakat luas pada umumnya dapat mengakses informasi serta memberikan kemudahan untuk bertransaksi, Pegadaian Syariah membuat sebuah aplikasi pegadaian digital. Dengan adanya aplikasi Pegadaian Syariah digital ini para nasabah dapat dengan mudah mengakses fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi tersebut sesuai yang dibutuhkan untuk melakukan transaksi secara online tanpa harus pergi ke kantor pegadaian secara langsung ini merupakan salah satu solusi bagi nasabah yang tidak mempunyai banyak waktu untuk datang ke outlet pegadaian syariah.

e. Produk dan Layanan Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak

Produk dan layanan Pegadaian UPS Pasar Bintoro Demak melayani beberapa produk diantaranya¹⁰:

1) Pembiayaan Ar-Rum Haji

Salah satu bentuk inovasi dari produk pegadaian syariah yang semakin berkembang adalah dari aspek pembiayaan, yaitu ada pada produk *Arrum* Haji. Produk ini pertama kali dikeluarkan pada bulan April 2016, dimana produk ini menjadikan solusi yang tepat dalam rangka membantu umat muslim untuk mewujudkan terlaksananya rukun islam yang ke lima

Produk *Arrum* Haji merupakan produk dari Pegadaian Syariah yang memungkinkan untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas seberat 15 gram atau setara dengan sejumlah uang Rp. 7.000.000; dan uang yang dipinjamkan kepada nasabah diberikan sebesar Rp. 25.000.000; sesuai dengan biaya pendaftaran porsi haji yang ditetapkan oleh Kementerian RI.

¹⁰ wawancara, Ibu Sri murni, Pengelola UPS Pasar Bintoro Demak, September 18,2020

Fatwa yang digunakan pada produk *Arrum* Haji yaitu pembiayaan disertai *rahn*, yang tertera pada Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No 92/DSN-MUI/IV/2014 tentang pembiayaan yang disertai *al-rahn* (*al Tamwil al Mautsuq bi al-rahn*).

2) Multi Pembayaran Online (MPO)

Salah satu produk Pegadaian semua bisa, yang mana produk ini hadir berdasarkan keinginan Pemerintah agar supaya lembaga-lembaga resmi itu saling bersinergi dalam menjalankan usahanya dan membantu memudahkan masyarakat untuk kebutuhan rumah tangganya.

Jenis produknya seperti pembelian pulsa HP, pembayaran token listrik, pembayaran PDAM, pembelian Tiket Kereta Api dan lain-lain. Harga yang dipakai itu berdasarkan harga langsung yang diberikan dari vendor dan tidak menambahkan biaya, namun pegadaian mendapatkan keuntungan langsung dari vendor-vendornya berdasarkan jumlah nasabah yang memakai pembayaran online melalui Pegadaian Syariah.

3) Konsinyasi Emas

Konsinyasi Emas adalah produk layanan titip-jual emas batangan di Pegadaian. emas milik nasabah dijadikan investasi lebih aman karena disimpan di Pegadaian. Dengan cara jual-titip di pegadaian syariah maka keuntungan nasabah akan lebih produktif.

Emas yang Nasabah atau Investor beli di Pegadaian dapat langsung dikonsinyasikan di Pegadaian. Untuk pembelian secara angsuran, harus dilunasi terlebih dahulu baru dapat dikonsinyasikan. Jika emas yang dikonsinyasikan terjual, maka Nasabah atau Investor mendapatkan pembagian hasil penjualan. Jika emas yang dikonsinyasikan tidak sempat terjual, Nasabah atau Investor tidak rugi karena emas yang dimiliki mendapatkan tempat penitipan gratis yang diasuransikan sebagai jaminan keamanan selama dititipkan. Barang konsinyasi bisa terjual hanya 1x per akad. Setiap akad berlaku 3 bulan. Untuk penjualan berikutnya, Nasabah/ Investor harus menanda tangani akad/ kontrak konsinyasi baru lagi. Pembayaran bagi hasil penjualan akan diberikan setelah emas pengganti diterima.

4) Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Tabungan emas ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas, mulai dari berat 0,01 gram. Dengan cara menabung yang dapat dilakukan kelipatan 0,01 gram. produk ini yang sangat memudahkan bagi masyarakat atau nasabah yang ingin memiliki emas dengan cara menabung atau mencicil.

5) Murabahah Logam Mulia untuk investasi Abadi (MULIA)

MULIA adalah salah satu produk penjualan emas batangan. Logam mulia atau emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia disamping memiliki nilai estetik yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid, dan aman secara riil. Produk MULIA memfasilitasi masyarakat dengan layanan penjualan emas batangan secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Akad yang digunakan berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 4/DSN-MUI/IV/2000.

6) Pembiayaan Ar-Rum (Ar-Rahn Untuk Usaha Mikro)

Pembiayaan ARRUM (Rahn untuk usaha mikro/kecil) adalah skim pembiayaan dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengambilan secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB mobil atau motor. Untuk produk Ar-Rum Emas barang jaminan yang disimpan di Pegadaian adalah emas. Akad Ar-Rum berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 68/DSN-MUI/III/2008.

7) Pembiayaan Amanah

Pembiayaan Amanah adalah salah satu Produk Pembiayaan untuk karyawan maupun pengusaha mikro, untuk memiliki kendaraan baik motor atau mobil dengan cara angsuran. Akad AMANAH berdasarkan Fatwa Dewan syariah Nasional No. 68/DSN-MUI/III/2008.

8) Pembiayaan Rahn

Pembiayaan rahn adalah produk dari pegadaian berupa peminjaman dengan jaminan berupa perhiasan,

barang elektronik dan kendaraan bermotor (BPKB). Dengan pinjaman mulai dari Rp. 50.000- Rp. 200.000.000. Jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan (120 hari), akan tetapi bisa diperpanjang.

B. Dekripsi Penelitian

Berdasarkan hasil Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan cara wawancara, dokumentasi dan kuesioner, peneliti mendapatkan data-data yang berhubungan dengan strategi pengembangan produk Ar-rum haji di pegadaian unit pengelola syariah pasar bintoro demak yaitu dari Informan dari pimpinan cabang pasar ngabul, karyawan serta nasabah pegadaian unit pelayanan syariah pasar bintoro demak.

Adapun deskripsi penelitian yang berkaitan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Deskripsi Mekanisme Pembiayaan produk ar-rum haji di pegadaian unit pelayanan Syariah pasar bintoro demak

Dari data yang diperlukan dan terkumpul melalui tehnik wawancara, dokumentasi dan kuesioner kemudian langkah berikutnya adalah menyajikan data apa yang ingin diketahui oleh peneliti. Langkah yang pertama adalah mekanisme pembiayaan produk ar-rum haji di pegadaian unit pelayanan Syariah pasar bintoro demak

Lokasi pegadaian unit pelayanan Syariah pasar bintoro demak beraalamatkan di jalan Pemuda No 27 Demak Jawa Tengah. Ada delapan produk pegadaian syariah yaitu, Ar-Rum haji, BPKB sebagai jaminan, mengambil mobil dengan Amanah, dokumen penunjang, pembayaran online, konsiyasi emas, tabungan emas dan emas mulia. Akad rahn yang digunakan menyesuaikan pegadaian. Begitu pula dengan pembiayaan produk ar-rum haji di pegadaian unit pelayanan Syariah pasar bintoro demak.¹¹

Ar-rum haji merupakan pembiayaan yang bertujuan membantu nasabah untuk mendapatkan porsi haji. Dimana pegadaian syariah sudah bekerjasama dengan bank syariah seperti bank mega syariah dan bank panin syariah, PT Pegadaian Syariah memberikan layanan kepada nasabah untuk melakukan pendaftaran

¹¹ Wawancara dengan Sri Murni, Pengelola Pegadaian UPS Pasar Bintoro september, 18 2020

dan pembiayaan Haji, dengan proses pengajuan yang cukup mudah, nasabah datang ke outlet pegadaian dan menyerahkan persyaratan, nasabah menandatangani akad dan memperoleh pinjaman sebesar Rp 25.000.000,00 dalam bentuk tabungan haji, nasabah ke bank syariah yang merupakan rekanan pegadaian syariah untuk memperoleh SABPIH, nasabah ke kantor kemenag untuk memperoleh nomor porsi haji /SPPH, nasabah menyerahkan SPPH,SABPIH dan buku tabungan ke penagaian syariah UPS Pasar Bintoro Demak. Produk Arum Haji memberikan kemudahan serta beberapa keunggulan antara lain¹²:

- a. sesuai fatwa dewan syariah nasional nomor 92/DSN-MUI/IV/2014
- b. langsung mendapatkan porsi haji
- c. biaya pemeliharaan merhun (mun'ah) terjangkau
- d. proses pengajuan pembiayaan mudah
- e. aman dan diawasi oleh otoritas jasa keuangan (OJK)

Seperti yang telah dikemukakan oleh peneliti pada latar belakang masalah dan penyajian data diatas bahwa untuk mekanisme pembiayaan produk Ar-rum haji nasabah dapat mendatangi kantor pegadaian syariah secara langsung untuk mendaftar haji. Cara mendapatkan produk ini adalah dengan melakukan pembukaan rekening dengan nominal sebesar Rp 500 ribu. Sementara yang dapat dijadikan sebagai jaminan adalah emas senilai Rp 7 juta atau Logam Mulia seberat 15 gram. Emas tersebut merupakan bukti setoran awal biaya perjalanan haji, pengembalian pinjaman dapat diangsur selama 5 tahun. Besarnya tarif dan jangka waktu pembiayaan produk ar-rum haji dapat disesuaikan dengan kemampuan masing-masing nasabah. Untuk dapat mengetahui besarnya angsuran produk ar-rum haji dapat dilihat pada tabel 4.1¹³

¹² Brosur Produk Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak,2020

¹³ Brosur Produk Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak,2020

Tabel 4.1
Tarif dan jangka waktu pembiayaan produk Ar-Rum haji

| Jangka waktu | Angsuran per bulan | Biaya proses awal |
|--------------|--------------------|-------------------|
| 12 bulan | Rp 2.336.200,00 | Rp 840.000,00 |
| 24 bulan | Rp 1.294.500,00 | Rp 882.500,00 |
| 36 bulan | Rp 947.300,00 | Rp 945.000,00 |
| 48 bulan | Rp 773.700,00 | Rp 1.035.000,00 |
| 60 bulan | Rp 669.500,00 | Rp 1.182.500,00 |

Dalam tabel 4.1 dapat dilihat besarnya perhitungan tarif dan jangka waktu pembiayaan produk Ar-rum haji jika nasabah mendaftarkan ibadah haji selama satu tahun maka jangka waktunya adalah 12 bulan dan jumlah angsuran perbulannya adalah Rp 2.336.200 dan biaya proses awal yang harus dibayar adalah sebesar Rp 840.000. apabila nasabah memilih jangka waktu pembiayaan produk ar-rum haji selama dua tahun maka jangka waktu yang adalah 24 bulan yaitu sebesar Rp 1.294.500 perbulan dan biaya proses awal sebesar Rp 882.500 yang harus dikeluarkan perbulannya, untuk jangka waktu tiga tahun besarnya pembiayaan yang harus dibayarkan oleh nasabah produk arum haji adalah sebesar Rp 947.300 dan biaya proses awal sebesar Rp 945.000, apabila nasabah memilih jangka waktu pembiayaan produk ar-rum haji selama empat tahun maka besarnya angsuran perbulan yang harus dibayar adalah sebesar Rp 773.700 dan besarnya biaya proses awal sebesar Rp 1.035.000, dan apabila jangka waktu yang dipilih nasabah ar-rum haji adalah lima tahun maka jumlah angsuran yang harus dibayarkan adalah sebesar Rp 66.500 dan biaya proses awal sebesar Rp 1.182.500.¹⁴

Dari tabel tarif dan jangka waktu pembiayaan produk arum haji dapat diilustrasikan rincian pembayaran angsuran produk ar-rum haji apabila nasabah memilih angsuran selama satu, maka dapat dilihat dalam tabel perhitungan 4.2

¹⁴ Wawancara dengan Sri Murni, Pengelola Pegadaian UPS Pasar Bintoro september, 18 2020

Table 4.2
Angsuran pembiayaan produk ar-rum haji satu tahun

| | | | |
|--|---------------|------|-------------------|
| Taksiran Marhun | Rp 32.000.000 | | |
| Uang Pinjaman | Rp 25.000.000 | | |
| Angsuran Pokok | | | |
| : Jangka Waktu | Rp 25.000.000 | : 12 | Rp 2.083.400 |
| Mun'ah per bulan berdasarkan marhun taksiran | | | <u>Rp 252.800</u> |
| Angsuran perbulan | | | Rp 2.336.200 |

Dari ilustrasi Perhitungan angsuran pembayaran Ar-rum haji perbulan yang harus dibayarkan oleh nasabah produk Ar-Rum haji adalah Sebesar Rp 2.336.200 perbulan selama 12 bulan dengan taksiran marhun sebesar Rp 32.000.000,00 besarnya uang pinjaman Rp 25.000.000,00 angsuran pokok sebesar Rp 25.000.000,00 dibagi selama 12 bulan jumlah angsuran pokoknya adalah Rp 2.083.400,00. Sedangkan biaya mun'ah perbulan berdasarkan marhun tasiran adalah sebesar Rp 252.800,00. Jadi besarnya angsuran perbulan yang harus dibayar oleh nasabah adalah Rp 2.336.200,00.¹⁵

Nasabah yang memilih pembiayaan produk ar-rum haji dengan jangka waktu dua tahun maka rincian perhitungannya dapat dilihat dalam table 4.3 sebagai berikut;

Tabel 4.3
Angsuran pembiayaan produk ar-rum haji dua tahun

| | | | |
|--|---------------|------|-------------------|
| Taksiran Marhun | Rp 32.000.000 | | |
| Uang Pinjaman | Rp 25.000.000 | | |
| Angsuran Pokok | | | |
| : Jangka Waktu | Rp 25.000.000 | : 24 | Rp1.041.700 |
| Mun'ah per bulan berdasarkan marhun taksiran | | | <u>Rp 252.800</u> |
| Angsuran perbulan | | | 1.294.500 |

¹⁵ Wawancara dengan Sri Murni, Pengelola Pegadaian UPS Pasar Bintoro september,18 2020

Dari ilustrasi Perhitungan angsuran pembayaran Ar-rum haji perbulan apabila nasabah memilih angsuran dengan jangka waktu dua tahun adalah sebagai berikut: besarnya taksiran marhun sebesar Rp 32.000.000,00. Dan besarnya uang pinjaman Rp 25.000.000,00 angsuran pokok sebesar Rp 25.000.000,00 dibagi selama 24 bulan jumlah angsuran pokoknya adalah Rp 1.041.700 biaya mun'ah perbulan berdasarkan marhun tasiran adalah sebesar Rp 252.800,00 maka besarnya angsuran perbulan yang harus dibayarkan oleh nasabah sebesar Rp 1.294.500,00.¹⁶

Nasabah yang memilih produk ar-rum haji dengan jangka waktu tiga tahun maka rincian perhitungannya dapat dilihat dalam table 4.4

Tabel 4.4
Angsuran pembiayaan produk ar-rum haji tiga tahun

| | | | |
|--|---------------|------|-------------------|
| Taksiran | | | |
| Marhun | Rp32.000.000 | | |
| Uang Pinjaman | Rp 25.000.000 | | |
| Angsuran Pokok | | | |
| : Jangka Waktu | Rp 25.000.000 | : 36 | Rp 694.500 |
| Mun'ah per bulan berdasarkan marhun taksiran | | | <u>Rp 252.800</u> |
| Angsuran perbulan | | | Rp 947.300 |

Dari table 4.4 dapat di ilustrasikan Perhitungan angsuran pembayaran Ar-rum haji perbulan apabila nasabah memilih angsuran dengan jangka waktu tiga tahun adalah sebagai berikut: besarnya taksiran marhun sebesar Rp 32.000.000,00 besarnya uang pinjaman sebesar Rp 25.000.000,00 dan angsuran pokok sebesar Rp 25.000.000,00 dibagi selama 36 bulan jumlah angsuran pokoknya adalah Rp 694.500,00 biaya mun'ah perbulan berdasarkan marhun tasiran adalah sebesar Rp 252.800 maka besarnya angsuran perbulan yang harus dibayarkan oleh nasabah sebesar Rp 947.300,00.¹⁷ untuk nasabah yang memilih produk ar-

¹⁶ Wawancara dengan Sri Murni, Pengelola Pegadaian UPS Pasar Bintoro september,18 2020

¹⁷ Wawancara dengan Sri Murni, Pengelola Pegadaian UPS Pasar Bintoro september,18 2020

rum haji dengan jangka waktu empat tahun maka rincian perhitungannya dapat dilihat dalam table 4.5

Tabel 4.5
Angsuran pembiayaan produk ar-rum haji empat tahun

| | | | |
|--|--------------|-----|------------------|
| Taksiran Marhun | Rp32.000.000 | | |
| Uang Pinjaman | Rp25.000.000 | | |
| Angsuran Pokok | Rp25.000.000 | :48 | Rp 520.900 |
| Mun'ah/bulan berdasarkan marhun taksiran | | | <u>Rp252.800</u> |
| Angsuran perbulan | | | Rp773.700 |

Dari table 4.5 dapat di ilustrasikan Perhitungan angsuran pembayaran Ar-rum haji perbulan apabila nasabah memilih angsuran dengan jangka waktu empat tahun adalah sebagai berikut : besarnya taksiran marhun sebesar Rp 32.000.000,00 besarnya uang pinjaman sebesar Rp 25.000.000,00 dan angsuran pokok sebesar Rp 25.000.000,00 dibagi selama 48 bulan jumlah angsuran pokoknya adalah Rp 520.900,00 dan biaya mun'ah perbulan berdasarkan marhun tasiran adalah sebesar Rp 252.800,00 maka besarnya angsuran yang dibayarkan oleh nasabah sebesar Rp 773.700,00.¹⁸ untuk nasabah yang memilih produk ar-rum haji dengan jangka waktu lima tahun maka rincian perhitungannya dapat dilihat dalam table 4.6

Tabel 4.6
Angsuran pembiayaan produk ar-rum haji lima tahun

| | | | |
|--|--------------|-----|------------------|
| Taksiran Marhun | Rp32.000.000 | | |
| Uang Pinjaman | Rp25.000.000 | | |
| Angsuran Pokok | Rp25.000.000 | :60 | Rp 416.700 |
| Mun'ah/bulan berdasarkan marhun taksiran | | | <u>Rp252.800</u> |
| Angsuran perbulan | | | Rp669.500 |

¹⁸ Wawancara dengan Sri Murni, Pengelola Pegadaian UPS Pasar Bintoro september,18 2020

Dari table 4.6 dapat di ilustrasikan Perhitungan angsuran pembayaran Ar-rum haji perbulan apabila nasabah memilih angsuran dengan jangka waktu lima tahun adalah sebagai berikut: besarnya taksiran marhun sebesar Rp 32.000.000,00 besarnya uang pinjaman Rp 25.000.000,00 dan angsuran pokok sebesar Rp 25.000.000,00 dibagi selama 60 bulan jumlah angsuran pokoknya adalah Rp 416.700 biaya mun'ah perbulan berdasarkan marhun tasiran adalah sebesar Rp 252.800 maka besarnya angsuran perbulan yang harus dibayarkan oleh nasabah sebesar Rp 669.500,00.¹⁹

2. Deskripsi Model Bisnis produk Ar-Rum haji di pegadaian unit pelayanan syariah pasar bintoro demak dengan pendekatan bisnis model canvas

Pegadaian unit pelayanan Syariah pasar bintoro demak merupakan salah satu Lembaga keuangan Syariah yang berada dikabupaten demak. Salah satu produk yang ditawarkan oleh pegadaian UPS Pasar bintoro demak adalah ar-rum haji. Lima tahun terakhir dari tahun 2016 sampai 2021 peminatnya sangat kecil salah satu yang yang menjadi kendala adalah ketidaktahuan tetentang produk ar-rum haji maka diperlukan beberapa strategi pengembangan produk ar-rum haji dengan pendekatan bisnis model canvas. Dari hasil wawancara dari para informan untuk menyajikan data dalam penelitian tentang model bisnis pada produk Ar-rum haji di pegadaian UPS Pasar Bintoro Demak dengan pendekatan bisnis model canvas²⁰.

Bisnis Model Canvas mempunyai 9 elemen yaitu, segmen nasabah, proposisi nilai, channels, hubungan nasabah, struktur biaya, aliran pendapatan, sumberdaya utama, aktivitas utama dan kemitraan utama.²¹ Identifikasi yang ditunjukkan dalam table 4.7

¹⁹ Wawancara dengan Sri Murni, Pengelola Pegadaian UPS Pasar Bintoro september,18 2020

²⁰ Wawancara dengan Sri Murni, Pengelola Pegadaian UPS Pasar Bintoro september,18 2020

²¹ Wuryaningsih Dwi Lestari, Pembiayaan Ibadah Haji Pada Lembaga Keuangan Syariah, *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 12, No. 2, (2017).142

Tabel 4.7
Business Model Canvas Produk Ar-Rum haji

| <i>Key Partnership</i> | <i>Key Activities</i> | <i>Value Proposition</i> | <i>Customer Relationship</i> | <i>Customer Segment</i> |
|---|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • bank syariah • Kemenag | <ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran • operasional | <ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan • Jangka waktu | <ul style="list-style-type: none"> • Personal staff | <ul style="list-style-type: none"> • orang islam • Nasabah Pegadaian UPS Pasar Bintoro Demak |
| | <p style="text-align: center;"><i>Key Resources</i></p> | | <p style="text-align: center;"><i>Channels</i></p> | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • SDM • Teknologi • Kantor Pegadaian Syariah Demak | | <ul style="list-style-type: none"> • karyawan langsung • karyawan tidak langsung • mitra pegadaian syariah | |
| <p style="text-align: center;"><i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya Pemasaran • Biaya Tetap | | <p style="text-align: center;"><i>Revenue Stream</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fee Based Income | | |

Dari table 4,8 Business model canvas produk ar-rum haji dipengadaian unit pelayanan Syariah pasar bintoro demak dapat di Identifikasi masing-masing elemen sebagai berikut:

- a. **Key partnership**, menjalin hubungan baik dan bekerjasama antara pegadaian UPS Pasar bintoro demak dengan bank syariah dan Kemenag
- b. **key Activies**, Pegadaian UPS Pasar bintoro demak mampu menjalankan aktivitas secara efektif dan efisien dengan melakukan kegiatan pemasaran (konsultasi produk ar-rum haji, sosialisasi relationship) dan Kegiatan Operasional (buku tabungan/rekening pembiayaan ar-rum haji

- c. **Value Proposition**, nilai lebih dari Pegadain UPS Pasar bintoro demak adalah melayani nasabah dengan Pelayanan Prima (Proses mudah, cepat dan nyaman), dan jangka waktu angsuran dapat disesuaikan dengan kemampuan nasabah maksimal 5 tahun
- d. **Customer Relationship**, di Pegadain UPS Pasar bintoro demak adalah dengan melakukan pendekatan *Personal assistance* melalui *marketing staff*
- e. **Customer Segment**, di Pegadaian UPS Pasar bintoro demak adalah Orang Islam, Konsumen usia 12 sampai 65 tahun (dengan catatan umur 12 tahun yang mendaftarkan adalah orang tuanya) dan Nasabah Pegadaian syariah
- f. **Key Resources**, di Pegadaian UPS Pasar bintoro demak berkaitan dengan Sumber daya manusia (Marketing dan Operasional) belum terpenuhi sehingga dibutuhkan SDM yang lebih unggul untuk menambah jumlah nasabah produk ar-rum haji yang jumlah nasabahnya sangat sedikit, dan nasabah sulit mengoperasikan Teknologi (web, elektronik, dan social media)
- g. **Channel** di Pegadaian UPS Pasar bintoro demak yaitu nasabah langsung (karyawan outlet /gerai) dan tidak langsung melalui bank yang bekerjasama dengan pegadaian syariah demak. salah satunya (BNI syariah untuk proses transaksi angsuran pembayaran)
- h. **Cost Structure**, Biaya pemasaran (promosi, *gathering haji*, fee marketing), biaya tetap dan Biaya operasional (SDM, produk, pembiayaan)
- i. **Revenue Stream**, *Fee based income* (Emas sebagai barang jaminan, imbal antar kantor/IAK, selisih kurs SAR, fee administrasi)

3. Strategi pengembangan model bisnis produk Ar-rum haji di Pegadaian UPS Pasar Bintoro Demak dengan melalui analisis SWOT

Dari hasil wawancara yang dilakukan, peneliti mendapatkan data yang berhubungan dengan starategi pengembangan model bisnis produk ar-rum haji dipegadaian unit pelayanan syariah pasar bintoro demak.

Strategi pengembangan model bisnis pembiayaan produk Ar-Rum haji diperlukan suatu perusahaan dapat mencapai keadaan yang diinginkan untuk masa depan, formulasi strategi yang dihasilkan dengan analisis SWOT. dari hasil analisis SWOT ini

kemudian dibuat rumusan strategi yang dapat digunakan untuk memetakan kembali bisnis model canvas pada produk ar-rum haji di pegadaian unit pelayanan syariah pasar bintoro demak.

Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman

a. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan (*Strength*) adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetensi atau kapabilitas atau sumberdaya yang dimiliki organisasi, yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani dan ancaman. Pegadaian unit pelayanan syariah pasar bintoro demak mempunyai kekuatan yang sudah teridentifikasi, yaitu:

- 1) konsumen yang menggunakan social media (facebook, instagram, watsapp dan lain sebagainya)
- 2) nasabah pegadaian syariah
- 3) citra pegadaian yang sangat baik
- 4) biaya pendaftaran yang cukup terjangkau oleh nasabah produk ar-rum haji
- 5) jaminan emas dapat dipergunakan untuk melunasi
- 6) Pegadaian syariah mampu menjalankan aktiitas bisnis secara efektif dan efisien
- 7) biaya operasional sudah sesuai dengan kebutuhan
- 8) hubungan pegadaian syariah dengan nasabah maupun mitra sangat baik
- 9) persyaratan yang mudah dan cepat

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*Weakness*) adalah situasi internal organisasi dimana kompetensi atau kapabilitas atau sumberdaya organisasi sulit digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman. berikut ini merupakan identifikasi kelemahan produk ar-rum haji yaitu:

- 1) Tidak semua konsumen mampu mengoperasionalkan social media
- 2) sebagian nasabah belum mengetahui produk ar-rum haji
- 3) sedikitnya sumberdaya manusia yang memahami tentang produk ar-rum haji
- 4) sulit mempengaruhi nasabah karena adanya anggapan produk ar-rum haji sama dengan dana talangan haji
- 5) produk ar-rum haji banyak ditawarkan oleh pesaing
- 6) tidak semua kalangan memiliki emas sebesar 15 gr

- 7) sumber daya manusia terbatas
- 8) jumlah mitra yang dimiliki kurang banyak
- 9) biaya pertahun tidak dapat diprediksi

c. Peluang (Oppourtunity)

Peluang (Oppourtunity) adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menguntungkan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industry yang sama secara umum akan merasa diuntungkan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Identifikasi terhadap peluang produk ar-rum haji dipegadaian unit pelayanan syariah pasar bintoro demak adalah sebaai berikut:

- 1) letak pegadaian syariah yang cukup strategis
- 2) semua orang dapat mendaftar produk ar-rum haji apabila memenuhi persyaratan
- 3) potensi untuk melakukan peningkatan hubungan dengan nasabah melalui pendekatan personal lebih mudah
- 4) saluran yang dimiliki oleh pegadaian syariah membantu dan menjangkau konsumen secara luas
- 5) banyaknya media promosi untuk mempermudah produk ar-rum haji dikenal oleh masyarakat luas
- 6) perlu penambahan karyawan baru

d. Ancaman (Threat)

Ancaman (Threat) adalah suatu keadaan ekstrenal yang berpotensi menimbulkan kesulitan organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa dirugikan atau dipersulit atau terancam bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Identifikasi terhadap ancaman yang ada di pegadaian unit pelayanan syariah pasar bintoro demak adalah:

- 1) Letak yang berdekatan dengan pegadaian konvensional
- 2) pesaing yang menawarkan nilai produk yang lebih baik
- 3) pesaing yang mempunyai saluran yang lebih baik
- 4) hubungan dengan nasabah terancam memburuk dengan adanya pesaing
- 5) nasabah yang tidak loyal memilih mendaftar ditempat lain
- 6) pindahnya karyawan yang baru ketempat lain
- 7) kurangnya sosialisasi kepada nasabah dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan poduk ar-rum haji.

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti Pada PT. Pegadaian unit pelayanan syariah pasar bintoro demak yang telah dikemukakan peneliti pada penyajian data diatas, mangka langkah selanjutnya adalah analisis data. untuk lebih tersusunnya proses analisis data ini maka peneliti memaparkan sesuai dengan rumusan masalah yang ada, yaitu:

1. Analisis Mekanisme Pembiayaan produk Ar-rum haji di Pegadaian unit Pengelola Pasar Bintoro Demak

Produk Arrum Haji menjadi salah satu pilihan bagi nasabah Pegadaian Unit Pegadaian Syariah Pasar Bintoro Demak. Untuk mewujudkan impiannya pergi ke tanah suci. Biaya angsuran dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing nasabah produk Ar-Rum Haji. Prosedur yang tidak rumit dan Pelayanan yang cepat, mudah dan aman menjadi nilai tersendiri bagi nasabah pegadaian syariah UPS Pasar Bintoro Demak. Selain itu, untuk batas minimal nasabah produk ar-rum haji usia minimal adalah 12 tahun sudah diperbolehkan mendaftar Produk Ar-rum Haji, dan usia maksimal yang diperbolehkan mendaftar yaitu 60 tahun. Apabila terjadi hal-hal yang tidak memungkinkan bagi nasabah produk Ar-Rum haji tidak jadi berangkat ke Tanah Suci, maka produk Ar-Rum Haji dapat diwariskan²².

Dari hasil pengamatan dan wawancara yang saya lakukan di kantor Pegadaian Unit Pegadaian Syariah Pasar Bintoro Demak pada nasabah yang mengajukan pembiayaan Produk Ar-Rum Haji bahwa untuk mekanisme pelaksanaan pendaftaran haji meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Nasabah mendatangi kantor Pegadaian UPS Pasar Bintoro Demak untuk mengajukan permohonan pembiayaan Produk Ar-Rum Haji.
- b. Nasabah menyiapkan persyaratan dan ketentuan yang diperlukan untuk pengajuan pembiayaan produk Ar-Rum Haji.
- c. Nasabah Menyerahkan barang jaminan (*marhun*) Emas batangan senilai 3,5gram atau emas 70 % senilai 7gram kepada Pegadaian UPS Pasar Bintoro Demak untuk diproses penaksiran oleh bagian penaksir.

²² wawancara, Ibu Sri murni, Pengelola UPS Pasar Bintoro Demak, September 18,2020

- d. Nasabah Mengisi formulir permohonan Pembiayaan Produk Ar-Rum Haji.
- e. Pihak Pegadaian UPS Pasar Bintoro akan menghubungi pihak Bank yang menjadi Mitra untuk proses selanjutnya.
- f. Nasabah mendatangi pihak Bank untuk membuka rekening tabungan haji dan memperoleh dokumen Setoran Awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (SABPIH) dari bank, setoran awal biaya haji sebesar Rp 500.000
- g. Nasabah Mendatangi kantor Kementerian Agama untuk memproses dan memperoleh nomor porsi atau Surat Pendaftaran Porsi Haji (SPPH).
- h. Nasabah Menyerahkan SABPIH, SPPH, buku tabungan haji ke Pegadaian UPS Pasar Bintoro sebagai jaminan selain emas yang dijaminakan diawal akad.,

Dari langkah-langkah mekanisme pembiayaan ar-rum haji diatas dapat dilihat pada alur gambar 4.2

Gambar 4.2
Alur Pembiayaan Ar-Rum Haji



Dari alur Pembiayaan Produk Arrum Haji diatas dapat dimulai dari nasabah datang ke Pegadaian Syariah dengan mengajukan permohonan produk Ar-rum Haji dengan membawa syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan, marhun emas kemudian ditaksir oleh penaksir dan Selanjutnya pihak pegadaian akan memproses seluruh dokumen yang diperlukan setelah itu dilaksanakan akad. Barulah pihak pegadaian berkomunikasi

dengan pihak bank agar membuatkan buku tabungan untuk memperoleh SBAPIH (Setoran Awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji) dari bank untuk nasabah yang bersangkutan.

Dalam hal ini bank yang bekerjasama dengan Pegadaian Syariah, yaitu Bank BNI Syariah, Bank Mega Syariah, dan Bank Panin Syariah. Setelah urusan dengan pihak bank selesai dan semua berkas sudah lengkap maka nasabah bias langsung ke Kementerian Agama untuk mendaftarkan diri sebagai calon jemaah haji dan mendapatkan porsi haji. Selanjutnya nasabah menyerahkan, Setoran Biaya Awal Penyelenggaraan Ibadah Haji (SBPIH), Surat Pendaftaran Pergi Haji (SPPH), dan Buku Tabungan. Yang terakhir yaitu nasabah tinggal melunasi angsuran kepada pihak pegadaian sesuai dengan perjanjian awal²³

Kemudian sambil menunggu giliran antrian pemberangkatan untuk melaksanakan ibadah haji, nasabah hanya membayar cicilan perbulan kepada pegadaian. Jika cicilan telah lunas dibayarkan maka emas yang dijadikan jaminan dapat diambil kembali untuk dijual kemudian digunakan untuk membayar sisa biaya haji. Dengan demikian, nasabah tinggal membayar kekurangan biaya haji.

Dari penjelasan di atas mengenai produk Arrum Haji dapat diketahui bahwa Pegadaian Syariah memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji dengan menggadaikan emas sebagai jaminan untuk mendapatkan porsi haji yang telah ditentukan sehingga dari pinjaman pegadaian masyarakat bisa mendaftar haji. Jika kita melihat dari mekanisme dan operasional di atas maka dapat diketahui bahwa yang menjadi dasar hukum produk Arrum Haji ini adalah Fatwa DSN-MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas (*rahn*) dan Fatwa yang digunakan pada produk Arrum Haji yaitu pembiayaan disertai *rahn*, yang tertera pada Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No 92/DSN-MUI/IV/2014 tentang pembiayaan yang disertai *al-rahn* (*al Tamwil al Mautsuq bi al-rahn*)²⁴.

Fatwa DSN-MUI Nomor 92/DSNMUI/IV/2014 tentang Pembiayaan yang Disertai Rahn. Dalam fatwa tersebut, disebutkan bahwa akad rahn dapat disertakan di dalam akad-akad pembiayaan yang ada yang diatur dalam fatwa tersebut. Dalam ketentuan

²³ Ilham Abadi Perwira, Analisis Hukum Terhadap Produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah, *Az Zarka*, 10, no 1 (2018), 25

²⁴ Sumber Dokumen dari Pegadian Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak, diakses September, 18, 2020

hukum pada fatwa tersebut, disebutkan bahwa semua bentuk pembiayaan atau penyaluran dana Lembaga Keuangan Syariah (LKS) boleh dijamin dengan Rahn sesuai dengan ketentuan fatwa ini.²⁵

Fatwa DSN-MUI Nomor 26/ DSN-MUI/ III /2002 tentang Rahn emas menjadi landasan hukum produk ini karena dari segi objek yang digunakan sebagai jaminan adalah emas.

Dari fatwa tersebut dapat diketahui bahwa gadai emas sebagai jaminan diperbolehkan dengan dasar pertimbangan-pertimbangan sebagaimana yang dicantumkan pada fatwa tersebut. Jika kita hubungkan dengan mekanisme produk *Arrum Haji* sebenarnya produk ini tidak jauh berbeda dengan produk gadai yang lain, yang membedakannya hanyalah dari segi pemberian pinjaman yang khusus digunakan untuk mendaftar haji serta yang dijadikan jaminan harus dalam bentuk emas. Lebih lanjut, dalam fatwa tersebut juga dijelaskan mengenai ongkos atau biaya penyimpanan (*marhun*) ditanggung oleh penggadai (*rahin*), serta ongkos yang dimaksud dilaksanakan berdasarkan akad *ijarah*.

Dengan demikian Produk *Arrum Haji* merupakan produk dari Pegadaian Syariah yang memungkinkan untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas seberat 5 gram atau setara dengan sejumlah uang Rp. 3.500.000, dan uang yang dipinjamkan kepada nasabah diberikan sebesar Rp. 25.000.000; sesuai dengan biaya pendaftaran porsi haji yang ditetapkan oleh Kementerian RI. Dan telah disesuaikan dengan fatwa DSN-MUI tersebut

Pinjaman uang tersebut dapat diangsur selama beberapa tahun, diantaranya Pegadaian Syariah memberikan opsi kepada nasabah yaitu selama 12, 24, 36, 48, dan 60 bulan. Biaya pemeliharaan barang jaminan (*mu'nah*) per bulan 0.95% x nilai taksiran jaminan. Saat berlangsungnya akad *Arrum Haji*, maka sekaligus akan membuka tabungan haji dan nomor porsi haji. Untuk mendapatkan produk *Arrum Haji*, nasabah harus memenuhi syarat dan ketentuan yang harus dipersiapkan, diantaranya²⁶:

- a. Emas batangan senilai 3,5gram atau emas perhiasan 70 % senilai 7 gram

²⁵ Habib Wakidatul Ihtar, "Analisis Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 92/DSN MUI/IV/2014 Tentang Pembiayaan Yang Disertai Rahn", *Jurnal An-Nisbah*, 3, no. 01, (2016) 16

²⁶ Brosur Produk Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak, 2020

- b. Foto copy KTP
- c. Foto copy KK
- d. Foto copy Buku nikah atau Akta kelahiran atau Ijazah terahir
- e. Foto ukuran 3 x 4 dan ukuran 4 x 6
- f. surat keterangan sehat
- g. surat keterangan domisili
- h. Materai 6000

Dalam pelaksanaannya, produk *Arrum* Haji berbeda dengan produk Talangan Haji yang ada pada Perbankan Syariah. Dari hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa *Arrum* Haji menggunakan jaminan berupa emas sedangkan Talangan Haji tidak ada jaminan sama sekali, ini yang membedakan. Padahal syarat untuk naik haji adalah orang yang mampu.²⁷

Produk *Arrum* Haji dalam bentuk pembiayaannya menggunakan akad *Qardh*, akad ini berupa dana yang dipinjamkan pihak Pegadaian Syariah kepada nasabah untuk mendapatkan porsi haji, dimana nasabah dalam jangka waktu tertentu harus mengembalikan sejumlah dana yang dipinjam dan terdapat biaya ijarah yang harus dibayarkan nasabah kepada pihak Pegadaian Syariah. Selain adanya akad *qardh*, pada pembiayaan *Arrum* Haji juga terdapat akad *Rahn*. Dimana nasabah berhak memberikan jaminan kepada Pegadaian Syariah sebagai harta yang dititipkan untuk melakukan pembiayaan pendaftaran haji. Pendapatan *murtahin* atau Pegadaian Syariah pada akad *rahn* itu ada pada *ujrah* yang tidak dibayarkan *ujrah* nya secara tunai.

Akad-akad yang boleh disertai dengan gadai (*rahn*) pada prinsipnya hanyalah akad yang berbentuk hutang piutang, antara lain timbul karena akad *qardh*, jual-beli (*al-ba'i*) yang tidak tunai/angsuran, atau akad sewa-menyewa (*ijarah*) yang pembayaran *ujrah*nya tidak tunai.

Sedangkan akad *qardh* dalam hal mendapatkan keuntungannya seperti yang telah kita ketahui bahwa pendapatan *murtahin* pada akad *qardh* sama saja dengan akad *rahn* yaitu ada pada *ujrah* nya. Hal ini diperbolehkan oleh hukum islam. Namun, dalam pelaksanaan akad *rahn* di Pegadaian Syariah terdapat pembayaran denda atau ganti rugi (*ta'widh*) *rahin* terhadap *murtahin* dalam hal keterlambatan membayar uang pembiayaannya yang dibayarkan secara angsuran perbulan. Ganti rugi tersebut dibayarkan secara perhari kepada Pegadaian Syariah yang jumlah besarnya sudah ditentukan didalam isi perjanjian.

²⁷ <https://pegadaiansyariah.co.id/arrum-haji>

2. Analisis Model Bisnis produk Ar-Rum haji di pegadaian unit pelayanan syariah pasar bintoro demak dengan pendekatan business model canvas

Produk Ar-Rum haji merupakan salah satu produk pembiayaan yang ada di pegadaian konvensional dan pegadaian syariah. Pegadaian syariah unit pelayanan syariah pasar bintoro demak. letak kantor yang cukup strategis namun belum diketahui sebagian nasabah adanya berbagai macam produk pembiayaan yang ada dipegadaian syariah. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Pasar Bintoro Demak berdiri pada tahun 2010. sampai saat ini total seluruh nasabahnya berjumlah 3.474. Aktivitas Pegadaian syariah setiap harinya melayani pembiayaan gadai emas, pembiayaan ar-rum bpkb, tabungan emas, ar-rum haji, Multi pembayaran online, konsiyasi emas, murabahah logam mulia untuk investasi abadi, pembiayaan ar-rum umkm, pembiayaan amanah, dan pembiayaan rahn.

Berikut merupakan sembilan elemen yang terdapat dalam bisnis model canvas pada saat ini di Pegadaian unit pelayanan pasar bintoro Demak.²⁸

a. Segmentasi konsumen (*Customer Segments*)

Customer Segments adalah pihak-pihak, baik individu maupun organisasi, yang ingin dicapai dan dilayani oleh perusahaan dengan menawarkan nilai atau produk barang dan jasa perusahaan, yang akan berkontribusi dalam memberikan sumber pemasukan bagi perusahaan.

Dalam penelitian ini Customer Segment adalah orang Islam khusus untuk produk ar-rum haji dan non islam untuk nasabah produk lainnya, Konsumen usia 12 sampai 65 tahun (dengan catatan umur 12 tahun yang mendaftarkan adalah orang tuanya), Nasabah Pegadaian syariah yang berkeinginan untuk melaksanakan ibadah haji.

b. Proporsi nilai (*Value Proposition*)

Value Propositions adalah suatu pandangan secara keseluruhan mengenai produk dan jasa, suatu keunikan berupa nilai atau manfaat, yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan berupa kumpulan produk barang atau jasa perusahaan, yang bernilai bagi pelanggan dan menjadi

²⁸ wawancara, Ibu Sri murni, Pengelola UPS Pasar Bintoro Demak, September 18,2020

penentu mengapa produk atau jasa tersebut dipilih oleh pelanggan

Dalam Penelitian ini Value Proposition adalah Pelayanan Prima (Proses mudah, cepat dan nyaman), jangka waktu angsuran disesuaikan dengan kemampuan nasabah maksimal 5 tahun

c. Saluran (*Channel*)

Channel menjelaskan bagaimana perusahaan berkomunikasi dan menjangkau pelanggannya, untuk memberikan value propositions perusahaan. Melalui penggunaan *channels* yang tepat, baru bisa menyampaikan *value propositions* kepada *customer segments*. Jadi, cobalah pikirkan *channels* yang ingin digunakan dengan baik, karena penentuan *channels* adalah salah satu elemen penting bagi keberhasilan sebuah bisnis.

Menurut informasi dari informan bahwa *Channel* dapat diperoleh dari channel langsung (karyawan outlet atau gerai di pegadaian syariah),

d. Pendapatan (*Revenue Streams*)

Revenue stream merupakan bagian yang paling vital, di mana organisasi memperoleh pendapatan dari pelanggan. Elemen ini harus dikelola semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Jangan sampai ada bahan baku, produk, atau kinerja yang tidak dimanfaatkan secara maksimal.

Sumber Pendapatan utama Pegadaian UPS Pasar Bintoro Demak khususnya produk ar-rum haji adalah pemasukan yang dihasilkan oleh perusahaan dari setiap segmen pelanggan, yang biasanya diukur dalam bentuk uang, yang diterima oleh perusahaan dari pelanggannya, sebagai hasil dari value proposition yang sukses diberikan kepada pelanggan.

Revenue Streams dalam Penelitian ini adalah emas sebagai barang jaminan, biaya mun'ah, selisish kurs, dan fee adminiatrasi

e. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship*)

Customer Relationship adalah suatu hubungan yang menjelaskan tipe-tipe hubungan relasi yang dibentuk dan ditetapkan oleh perusahaan, antara perusahaan dengan segmen-segmen pelanggannya

Strategi yang dilakukan oleh pegadaian UPS Pasar Bintoro Demak dalam menjaga hubungan baik dengan

pelanggannya. Customer Relation ship saat ini hanya berasal dari Personal melalui marketing staff yang merangkap sebagai kasir. Sehingga produk ar-rum haji dipegadaian syariah tidak diketahui oleh sebagian nasabahnya.

f. Sumber daya (*Key Resources*)

Key resources adalah sumber daya penting yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menjalankan model bisnis perusahaan, yaitu untuk menjalankan key activities untuk menawarkan value proposition, menjangkau pasar, menjaga hubungan dengan customer segments, dan menghasilkan pendapatan.

Dalam penelitian ini, elemen key resources dilihat dari sumber daya-sumber daya manusia yang memahami dan menguasai tentang lembaga keuangan syariah khususnya produk-produk syariah

Kategori sumber daya yang dimaksud ialah sumber daya manusia, intelektual, fisik, dan finansial. Sedangkan, pengembangan elemen key resources terdiri dari employees/IP, machinery, dan product/service. Employee yang berarti tenaga kerja manusia memiliki pemahaman yang sama dengan sumber daya manusia. Sedangkan, IP yang memiliki arti sebagai kekayaan intelektual perusahaan, juga memiliki pemahaman yang sama dengan sumber daya intelektual.

Machinery yang berarti mesin-mesin dan perlengkapan, serta product atau service yang berarti komponen produk atau jasa, memiliki pemahaman yang sama dengan sumber daya fisik yang meliputi aset-aset fisik perusahaan. Sedangkan, yang kategori sumber daya yang terakhir ialah sumber daya finansial.

g. Aktivitas Utama (*Key Activities*)

Key Activities ialah serangkaian aktivitas perusahaan yang harus dilakukan dengan sangat baik oleh perusahaan untuk menjalankan model bisnisnya, yaitu meliputi menciptakan produk atau jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan, menyampaikannya kepada pelanggan, membina hubungan dengan pelanggan, serta mengelola pendapatan sebagai hasil penjualan produk atau jasa dari pelanggan.

Penelitian ini melihat elemen key activities dari jenis aktivitas utama yang dilakukan oleh perusahaan, serta dari pengembangan konsep business model canvas. Kategori key activities terdiri dari kegiatan pemasaran (konsultasi produk

ar-rum haji, sosialisasi relationship), kegiatan operasional (buku tabungan atau rekening pembiayaan ar-rum haji)

h. Kemitraan (*Key Partnership*)

Key Partnership adalah suatu jaringan kerjasama yang dibangun antara dua perusahaan atau lebih, terdiri atas pemasok maupun mitra kerja, yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk menjalankan model bisnisnya, terutama untuk menciptakan nilai bagi pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pengembangan konsep business model canvas untuk memperjelas visualisasi BMC pada elemen key partnership, yaitu dengan menambahkan sub-elemen suppliers, partners, dan investors, untuk memperjelas pihak-pihak mana saja yang membangun hubungan mitra dengan pegadaian syariah.

Pegadaian UPS Pasar Bintoro Demak saat ini hanya bekerjasama dengan Bank Syariah dan kemenag. dalam kerjasama ini Pegadaian syariah UPS Pasar Bintoro demak, sebagai perantara antara nasabah produk pembiayaan ar-rum haji dengan pihak bank dan kementerian agama.

Dalam menjaga hubungan baik dengan mitra dan nasabahnya pegadaian UPS Pasar Bintoro demak, akan terus menerus melakukan pendampingan penuh kepada nasabah produk ar-rum haji dan bank sebagai penerima setoran diharapkan mampu melayani nasabah pegadaian syariah khususnya produk ar-rum haji dengan semaksimal mungkin.

kemudian value yang ditawarkan oleh Pegadaian UPS Pasar Bintoro Demak yaitu : memberikan pelayanan yang cepat dan amanah, menjaga barang jaminan dan memberikan rasa aman kepada nasabah pegadaian syariah

i. Biaya (*Cost Structures*)

Cost Structures adalah semua biaya yang muncul dalam rangka untuk mengoperasikan model bisnis perusahaan.

Menurut Informansi yang diperoleh dari informan, cost struktur pada pembiayaan produk ar-rum haji di pegadaian UPS Pasar Bintoro demak adalah biaya pemasaran (promosi, dan fee marketing) dan biaya operasional (SDM dan produk Pembiayaan)²⁹

²⁹ wawancara, Ibu Sri murni, Pengelola UPS Pasar Bintoro Demak, September 18,2020

Dari Analisis Model Bisnis produk Ar-Rum haji di pegadaian unit pelayanan syariah pasar bintoro demak dengan pendekatan business model canvas dapat dilihat dalam tabel 4.8

Tabel 4.8

Model Bisnis Canvas

| <i>Key Paumrtner ship</i> | <i>Key Activities</i> | <i>Value Proposition</i> | <i>Customer Relationship</i> | <i>Customer Segment</i> |
|--|--|---|--|--|
| - Perbankan (yang sudah bekerja sama dengpegad aian syariah - Kemenag | - Kegiata n Pemasar an (konsult asi produk ar-rum haji, sosialis asi relations hip) - Kegiata n Operasi onal (buku tabunga n/rekeni ng pembiay aan ar-rum haji) | - Pelayana n Prima (Proses mudah, cepat dan nyaman) - jangka waktu angsuran dapat disesuaikan dengan kemampu an nasabah maksimal 5 tahun | - <i>Personal assistance</i> melalui marketing staff | - Orang Islam - Konsumen usia 12 sampai 65 tahun (dengan catatan umur 12 tahun yang mendaftark an adalah orang tuanya) - Nasabah Pegadaian syariah |
| | <i>Key Resources</i> | | <i>Channels</i> | |

| | | | | |
|---|--|---|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - SDM, (Marketing dan Operasional) - Kantor Pegadaian syariah - Teknologi pegadaian (elektronik, dan social media) | | <ul style="list-style-type: none"> - langsung (karyawan outlet /gerai) - tidak langsung melalui bank yang bekerjasama dengan pegadaian syariah demak . salah satunya (BNI syariah untuk proses transaksi angsuran pembayaran | |
| <p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya pemasaran (promosi, <i>gathering haji</i>, fee marketing) - Biaya operasional (SDM, produk, pembiayaan) | | <p>Revenue Stream</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Fee based income</i> (Emas sebagai barang jaminan, imbal antar kantor/IAK, selisih kurs SAR, fee administrasi) | | |

3. Strategi pengembangan model bisnis pembiayaan produk Arum haji di Pegadaian UPS Pasar Bintoro Demak melalui analisis SWOT

Strategi merupakan suatu pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut. Pandangan ini melihat strategi, bukan sebagai konsep fit dan match (kecocokan dan

kesepadanan), melainkan konsep stretch (pemuaian). Pandangan ini menganggap strategi adalah “permainan aspirasi”. Penciptaan kesenjangan antara yang ada dan yang diharapkan, atau yang menjadi aspirasi harus terus menerus dilakukan. Manajemen Strategi merupakan sekumpulan keputusan dan tindakan manajerial dalam menentukan kinerja jangka panjang organisasi. Hal ini termasuk pengamatan internal dan eksternal perusahaan, formulasi strategi (perencanaan jangka panjang atau strategis), implementasi strategi dan evaluasi dan control.³⁰

Pengembangan dalam pengertian umum berarti pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolusi) dan perubahan secara bertahap.³¹ Kegiatan pengembangan meliputi tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang diikuti dengan kegiatan penyempurnaan sehingga diperoleh bentuk yang dianggap memadai.³²

Strategi pengembangan produk adalah kegiatan memperbaiki bentuk-bentuk yang telah ada, memperluas lini produknya dan menambah model yang ada³³.

Untuk lebih jelasnya strategi pengembangan model bisnis pembiayaan produk ar-rum haji di Pegadaian unit pelayanan syariah pasar bintoro demak dengan Pendekatan canvas model, peneliti melakukan analisis menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan sebuah strategi perusahaan. Guna mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dialami suatu organisasi. Setelah diketahui faktor-faktor internal (*strength dan weakness*) dan eksternal (*opportunities dan threats*), maka dapat dianalisis strateginya melalui table IFAS dan EFAS. Bobot dan rating yang ada didalam table IFAS dan EFAS didapat Dari hasil kuesioner yang sudah diisi oleh responden pegadaian unit pelayanan syariah pasar bintoro demak.

³⁰ Wheelen, Thomas L., Hunger, J. David, Hoffman, Alan N., Bamford, Charles E, *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability Fifteenth Edition*. England: Pearson (2018).37

³¹ Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*, (Jakarta: Kencana, 2012), 218-219

³² Sukiman, *Pengembangan Media Pembelajaran*, (Yogyakarta: Pedagogia, 2012), 53

³³ Kiki Rizki Amelia, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati, *Implementasi Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji (Studi Pada Bank Muamalat KC Malang)*, JIAGABI,9 No 2(2020).162

1. Analisis Faktor Internal (IFAS)

Analisis factor internal (IFAS), yang terdiri atas indikator kekuatan dan kelemahan dapat dilihat dalam tabel 4.9

Tabel 4.9
Tabel Analisis IFAS

| FAKTOR INTERNAL | | Nilai Bobot | Rating | Skor |
|--------------------------------|---|-------------|--------|------------|
| | | (a) | (b) | (a x b) |
| Indikator Kekuatan (S) | | | | |
| 1 | Islam sebagai agama mayoritas diindonesia | 0,14 | 4 | 0,56 |
| 2 | Persyaratan yang mudah, proses cepat dan aman | 0,16 | 4 | 0,64 |
| 3 | Biaya untuk produk ar-rum haji bervariasi sesuai dengan kemampuan masyarakat | 0,1 | 4 | 0,4 |
| 4 | Emas dan Dokumen haji aman tersimpan di pegadaian syariah | 0,07 | 4 | 0,28 |
| 5 | Jaminan emas dapat dipergunakan untuk melunasi biaya haji pada saat lunas | 0,03 | 4 | 0,12 |
| Total Skor Kekuatan (S) | | | | 2,0 |
| Indikator Kelemahan (W) | | | | |
| 1 | Jumlah outlet pegadaian syariah yang lebih sedikit dibandingkan dengan pegadaian konvensional | 0,1 | 2 | 0,2 |
| 2 | Letaknya yang berdekatan dengan pegadaian konvensional | 0,15 | 3 | 0,45 |
| 3 | Kurangnya promosi sehingga, produk pembiayaan ar-rum haji belum dikenal luas oleh masyarakat | 0,1 | 2 | 0,2 |

| | | | | |
|--|--|----------|---|------------|
| 4 | Biaya administrasi cenderung mahal meskipun biaya yang diberikan bervariasi namun tidak semua masyarakat mampu mengangsurnya | 0,05 | 3 | 0,15 |
| 5 | Sedikitnya sumber daya manusia memahami tentang produk ar-rum haji sehingga kesulitan untuk memasarkan produknya | 0,1 | 2 | 0,2 |
| Total Skor Kelemahan (W) | | 1 | | 1,2 |
| Total Keseluruhan IFAS (S+W) = X | | | | 3.2 |

2. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Analisis faktor internal (EFAS), yang terdiri atas indikator peluang dan ancaman dapat dilihat dalam tabel 4.10

Tabel 4.10
Tabel Analisis EFAS

| | FAKTOR EKTERNAL | Nilai Bobot | Rating | Skor |
|------------------------------|---|-------------|--------|---------|
| | | (a) | (b) | (a x b) |
| Indikator Peluang (O) | | | | |
| 1 | Letak pegadaian syariah yang cukup strategis | 0,16 | 4 | 0,64 |
| 2 | Produk ar-rum haji memberikan kemudahan masyarakat untuk mendaftar ibadah haji | 0,12 | 4 | 0,5 |
| 3 | Nasabah yang mendaftar langsung mendapatkan porsi haji | 0,15 | 4 | 0,52 |
| 4 | Produk ar-rum haji diperutukkan bagi semua kalangan baik yang sudah berhaji maupun yang belum, mulai dari usia 12 tahun dan | 0,08 | 4 | 0,32 |

| | | | | |
|--|---|------|---|-------------|
| | maksimum pinjaman adalah umur 65 tahun | | | |
| 5 | Banyaknya media promosi baik secara langsung maupun tidak langsung dan Promosi mendekati ke masyarakat melalui literasi tepat sasaran | 0,14 | 4 | 0,56 |
| Total Skor Kekuatan (O) | | | | 2,6 |
| Indikator Ancaman (T) | | | | |
| 1 | Terdapat produk serupa dengan perusahaan lain sehingga menambah persiangan | 0,04 | 2 | 0,08 |
| 2 | Daftar tunggu pemberangkatan haji yang cukup lama sesuai dengan peraturan Kementerian Agama, sehingga peluang untuk berhaji sangat minim dan masyarakat lebih memilih untuk melaksanakan ibadah umroh | 0,09 | 3 | 0,27 |
| 3 | Tidak semua kalangan memiliki emas sebesar 15 gram sebagai jaminan pendaftaran haji | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 4 | Anggapan masyarakat bahwa produk ar-rum haji sama dengan dana talangan haji | 0,04 | 2 | 0,08 |
| 5 | Sebagian masyarakat belum mengetahui produk ar-rum haji di pegadaian syariah karena masyarakat lebih mengenal produk haji di lembaga keuangan perbankan syariah | 0,08 | 2 | 0,16 |
| Total Skor Kelemahan (T) | | | | 0,89 |
| Total Keseluruhan EFAS (O+T) = Y | | | | 3,49 |

Hasil dari identifikasi factor internal dan factor eksternal serta hasil pembobotan yang telah didapat melalui penyebaran kuisioner kepada pihak perusahaan memberikan rangkuman kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*treats*) dalam matrik IFAS dan matrik EFAS.

Dari identifikasi factor internal IFAS, factor kekuatan (*strength*) memiliki nilai total 2.0 sedangkan factor kelemahan (*weakness*) memiliki nilai total 1.2. nilai tersebut diambil dari hasil jawaban yang diperoleh dari responden. Total skor nilai total rata-rata dari kekuatan (*strength*) adalah sebesar 2,0 sedangkan kelemahan (*weakness*) memiliki nilai total rata-rata 1,2. hal ini menunjukkan total skor dari kekuatan (*strength*) lebih besar dari kelemahan (*weakness*) Dari gabungan nilai kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) maka total nilai IFAS adalah 3,2.

Sedangkan Identifikasi factor eksternal EFAS, factor peluang (*opportunities*) memiliki nilai total 2.6 dan faktor ancaman (*treats*) memiliki nilai total 0.89. nilai tersebut diambil dari hasil jawaban yang diperoleh dari responden. hal ini menunjukkan factor peluang (*opportunities*) lebih besar dari pada faktor ancaman (*treats*) Pegadaian Syariah. Total skor dari peluang (*opportunities*) dan ancaman (*treats*) adalah sebesar 3.4

3. Diagram Matrik Internal dan Eksternal (IE)

Berdasarkan Identifikasi factor internal dan factor eksternal dapat dilihat dari tabel 4.9 dan 4.10, maka diagram matrik internal dan eksternal dapat dilihat dalam tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4.11
Matrik Internal dan Eksternal (IE)

| | | IFE SCORE | | | | | |
|-----------|--------|------------|---------------------|-----------------------|-------------------------|------|----------|
| | | Strong | 3.0-4.0 | Average | 2.0-2.99 | Weak | 1.0-1.99 |
| Efe Score | High | 3.0 - 4.0 | (I) grow and build | (II) grow and build | (III) hold and maintain | | |
| | Medium | 2.0 - 2.99 | (IV) grow and build | (V) hold and maintain | (VI) harvest and divest | | |

| | | | | |
|-----|---------------|----------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| Low | 1.0 - 1.99 | (VII) hold and maintain | (VIII) harvest or divest | (XI) harvest or divest |
|-----|---------------|----------------------------|--------------------------------|---------------------------|

Hasil dari perhitungan IFAS dan EFAS masing-masing mendapatkan total skor yang didapatkan sebesar 3.20 dari perhitungan IFAS dan total skor yang sebesar 3.49 dari perhitungan EFAS. Itu artinya dari hasil perhitungan tersebut bila dikonversikan ke dalam diagram matrik IE maka berada di kuadran I yang artinya pegadaian syariah berada pada fase "Strong" Dengan demikian kondisi Pegadaian Syariah saat ini terbilang cukup baik dan dapat terus berkembang kedepannya. Dengan bertumpu pada matrik IFAS dan EFAS Pegadaian Syariah dapat menutupi kelemahan yang ada dan focus pada kekuatan serta peluang yang dimiliki. Sehingga akan bisa menghadapi berbagai macam ancaman yang ada.

Dalam diagram matrik internal dan eksternal pegadaian Syariah berada pada situasi yang sangat menguntungkan dan memiliki peluang dan kekuatan untuk terus berkembang, dengan demikian pegadaian Syariah dapat memanfaatkan peluang untuk terus mengembangkan produk ar-rum haji. salah satu kelebihan dari produk ar-rum haji adalah emas sebagai barang jaminannya, untuk itu Pegadaian Syariah terus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada Strategi ini mendukung pada tahap-tahap agresif, untuk terus mengembangkan semua aspek di organisasi karena dinilai akan membawa keuntungan yang optimal jika membuat strategi yang tepat.

4. Analisis Matrik SWOT


Matrik SWOT merupakan langkah-langkah berdasarkan pengembangan dari matrik Internal dan Eksternal (IE). Berbagai alternative strategi dapat dirumuskan berdasarkan model analisa SWOT, empat macam strategi SO, ST, WO dan WT.

Analisa ini menggunakan data yang diperoleh dari matrik Internal dan Eksternal pada tabel 4.11 hasil analisis matrik SWOT dapat dilihat pada tabel 4.12 keunggulan dari penggunaan model ini adalah mudah memformulasikan strategi berdasarkan gabungan dari factor internal dan eksternal

Tabel 4.12
Tabel Matrik SWOT

| | KEKUATAN (S) | KELEMAHAN (W) |
|-----------|--|---|
| internal | <ol style="list-style-type: none"> 1. Islam sebagai agama mayoritas di Indonesia 2. Persyaratan yang mudah dan proses cepat 3. Biaya untuk produk ar-rum haji bervariasi sesuai dengan kemampuan masyarakat 4. Promosi mendekati masyarakat melalui literasi tepat sasaran 5. Jaminan emas dapat dipergunakan untuk melunasi biaya haji pada saat pelunasan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah outlet pegadaian syariah yang lebih sedikit dibandingkan dengan pegadaian konvensional 2. Letaknya yang berdekatan dengan pegadaian konvensional 3. Kurangnya promosi sehingga, produk pembiayaan ar-rum haji belum dikenal luas oleh masyarakat 4. Biaya administrasi cenderung mahal meskipun biaya yang diberikan bervariasi namun tidak semua masyarakat mampu mengangsurnya 5. Sedikitnya sumber daya manusia memahami tentang |
| eksternal | | |

| | | |
|--|---|--|
| | | <p>produk ar-rum haji sehingga kesulitan untuk memasarkan produknya</p> |
| <p>PELUANG (O)</p> | <p>STRATEGI S-O</p> | <p>STRATEGI W-O</p> |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Letak pegadaian syariah yang cukup strategis 2. Produk ar-rum haji memberikan kemudahan masyarakat untuk mendaftar ibadah haji 3. Nasabah yang mendaftar langsung mendapatkan porsi haji 4. Produk ar-rum haji | <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan Promosi khususnya produk arum haji melalui media online dan offline. atau (melalui aplikasi khusus pegadaian syariah, dan social media yang berkembang pada saat ini) untuk mempermudah akses masyarakat 2. Jaminan Emas tidak ditemukan di dana talangan haji 3. memperbaiki tampilan kantor untuk memberikan kenyamanan bagi nasabah yang datang ke pegadaian syariah | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah mitra /Agen pegadaian syariah disetiap daerah untuk mempermudah dan menjangkau lebih banyak nasabah. 2. mernambah karyawan untuk memperluas produk haji agar lebih dikenal luas oleh masyarakat |

| | | |
|---|---|--|
| <p>diperutkan bagi semua kalangan baik yang sudah berhaji maupun yang belum, mulai dari usia 12 tahun dan maksimum pinjaman adalah umur 65 tahun</p> <p>5. Banyaknya media promosi baik secara langsung maupun tidak langsung</p> |  | |
| <p>ANCAMAN (T)</p> | <p>STRATEGI S-T</p> | <p>STRATEGI W-T</p> |
| <p>1. Terdapat produk serupa dengan perusahaan lain sehingga menambah persaingan</p> | <p>1. literasi agama. Dengan mengadakan sharing dengan ustadz dan ustadzah yang memngetahui tentang keuntungan bertransaksi khususnya produk ar-rum haji di pegadaian syariah.</p> <p>2. Mengadakan</p> | <p>1. Memanfaatkan aplikasi pegadaian syariah digital yang sudah ada dan terus mengembangkan dengan penambahan fitur-fitur untuk mempermudah akses nasabah</p> <p>2. Membuat konten gambar dan</p> |

| | | |
|--|---|--|
| <p>2. Daftar tunggu pemberangkatan haji yang cukup lama sesuai dengan peraturan Kementerian Agama, sehingga peluang untuk berhaji sangat minim dan masyarakat lebih memilih untuk melaksanakan akan ibadah umroh</p> <p>3. Tidak semua kalangan memiliki emas sebesar 15 gram sebagai jaminan pendaftaran haji</p> <p>4. Anggapan masyarakat bahwa</p> | <p>sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk ar-rum haji yang ada di lembaga keuangan syariah (pegadaian syariah)</p> | <p>video di social media, youtube, dan aplikasi lainnya untuk mempermudah promosi produk pegadaian syariah</p> |
|--|---|--|

| | | |
|--|--|--|
| <p>produk ar-rum haji sama dengan dana talangan haji</p> <p>5. Sebagian masyarakat belum mengetahui produk ar-rum haji di pegadaian syariah karena masyarakat lebih mengenal produk haji di lembaga keuangan perbankan syariah</p> |  | |
|--|--|--|

Berdasarkan penghitungan analisis faktor internal dan eksternal diketahui bahwa faktor internal dan eksternal Perusahaan memaksimalkan peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada untuk terus maju meraih kesuksesan yang lebih besar khususnya meningkatnya nasabah produk ar-rum haji.

Dengan demikian strategi yang digunakan sesuai dengan tabel SO (*Strenght – Opportunity*) adalah:

- a. Memanfaatkan media cetak dan elektronik untuk meningkatkan pemasaran produk Ar-Rum haji
- b. Memperkenalkan produk-produk pegadaian syariah melalui aplikasi resmi pegadaian syariah untuk menjangkau masyarakat lebih luas

- c. Jaminan Emas tidak ditemukan di dana talangan haji, sehingga mempunyai nilai lebih dari produk pesaing
- d. Memperbaiki tampilan kantor untuk memberikan kenyamanan bagi nasabah yang datang ke pegadaian syariah secara langsung

Adapun cara mengisi analisis internal dan eksternal dengan menggunakan data dari business model canvas yang diperoleh dari wawancara terhadap pihak- pihak pegadaian syariah dan sumber-sumber informasi pendukung lainnya dalam proses pengisian 9 blok bisnis model canvas

Pada tahap penelitian ini business model canvas yang terbentuk pada tahapan analisis sebelumnya akan dievaluasi lebih dalam menggunakan analisis SWOT pada kesembilan elemennya. Dimana tujuannya adalah untuk memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunity) serta secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threat).

Adapun hasil analisis SWOT yang dilakukan terhadap kesembilan elemen business model canvas dapat dilihat pada tabel 4.13

Tabel 4.13
Analisis SWOT Berdasarkan Sembilan Elemen Bisnis Model Canvas

| Elemen (Bisnis Model Canvas) | Kekuatan | Kelemahan | Peluang | Ancaman |
|-------------------------------------|--|--|---|---|
| Customer Segment | Konsumen yang menggunakan sosial media | tidak semua konsumen mampu mengoperasikan sosial media | tidak hanya nasabah semua orang yang punya keinginan berangkat haji bisa mendaftar ar-rum haji di pegadaian Syariah | letak yang berdekatan dengan pesaing sehingga mempengeruhi jumlah nasabah pegadaian syariah |

| | | | | |
|-------------------------------------|---|---|--|--|
| <p>Value Proposition</p> | <p>nilai yang ditawarkan sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah, nilai ini berdampak kuat pada perluasan mitra, untuk mengintegrasikan produk dan layanan dengan baik dan reputasi yang dimiliki cukup bagus</p> | <p>Produk Ar-rum Haji belum diketahui sebagian nasabah</p> | <p>perbaikan menu aplikasi di pegadaian syariah agar mudah dipahami oleh nasabah untuk mempermudah proses transaksi, kerjasama dengan dompet digital</p> | <p>pesaing menawarkan nilai yang lebih baik, angsuran bisa lebih dari 5 tahun, sedangkan di pegadaian syariah waktunya hanya 5 tahun</p> |
| <p>Channels</p> | <p>nasabah pegadaian syariah</p> | <p>sedikitnya sumber daya manusia memahami tentang produk ar-rum haji sehingga kesulitan untuk memasarkan produknya</p> | <p>bekerjasama dengan mitra pegadaian syariah dan aplikasi fintech yang berkembang pada saat ini</p> | <p>pesaing yang mempunyai saluran lebih baik</p> |
| <p>Customer Relationship</p> | <p>Hubungan nasabah dengan pegadaian syariah sangat baik</p> | <p>belum mampu mempengaruhi pelanggan untuk</p> | <p>adanya potensi untuk melakukan peningkatan</p> | <p>hubungan dengan nasabah terancam memburuk</p> |

| | | | | |
|------------------------|---|---|--|--|
| | | mendaftar ar-rum haji dipegadaian syariah | hubungan dengan nasabah dan pendekatan personal kepada nasabah | |
| Revenue Streams | adanya biaya administrasi dari nasabah ar-rum haji, hal ini menjadai pendapatan tambahan bagi pegadaian syariah | tidak semua kalangan memiliki emas sebesar 15 gtr sebagai jaminan pendaftaran | menambah pemasukan untuk pegadaian syariah | nasabah yang tidak loyal memilih mendaftar ditempat lain, misalnya mendaftar di biro jasa haji dan umroh |
| Key Resources | Citra Pegadaian Syariah sangat Baik | Sumber Daya Manusia Terbatas | Merekrut Karyawan Baru | Pindahnya Karyawan yang baru ketempat lain |
| Key Activities | mampu menjalankan aktivitas bisnis secara efektif dan efisien | mudah ditiru oleh pesaing dan sumber daya manusia yang kurang digali | dapat menggunakan sumberdaya yang lebih murah | kurangnya sosialisasi kepada nasabah sehingga memmpengaruhi minat nasabah menggunakan produk ar-rum haji |
| Key Partnership | hubungan pegadaian syariah UPS Pasar | jumlah mitra yang dimiliki kurang | saluran yang dimiliki oleh | Perpindahan Kepesaing |

| | | | | |
|------------------------|---|---------------------------------------|--|--|
| | Bintoro dengan mitra sangat baik | banyak | pegadaian syariah membantu menjangkauan konsumen yang lebih luas | |
| Cost Structures | Biaya operasional sudah sesuai dengan kebutuhan pegadaian syariah | biaya pertahun tidak dapat diprediksi | mengatur ulang biaya pengeluaran dalam setahun | biaya sumber daya manusia akan meningkat |

Dari analisis SWOT kemudian dilanjutkan dengan memetakan Sembilan elemen bisnis model canvas yaitu:

a. Customer Segments

Pada elemen ini, *Customer Segments* pada awalnya nasabhan produk ar-rum haji di pegadaian unit pengelola syariah pasar bintoro Demak adalah nasabah pegadaian syariah yang berusia 12 sampai 65 tahun dengan catatan umur 12 tahun yang mendaftarkan adalah orangtuanya. Mengingat daftar antrian yang cukup panjang sehingga usia 12 tahun diperbolehkan untuk mendaftar haji. Untuk saat ini sasaran nasabah hanya yang datang langsung ke outlet sehingga sulit dikenali oleh masyarakat luas produk-produk yang ada dipegadaian syariah khususnya produk ar-rum haji oleh karena itu perlu adanya penambahan *Customer Segments*.

Dari analisis SWOT pada elemen *Customer Segments* perlu penambahan segmen nasabah yaitu nasabah yang menggunakan social media (facebook, instagram, web dan media social lainnya) karena pada saat ini banyak orang yang berinteraksi dimedia social tersebut. dengan penambahan segmen ini diharapkan mampu menambah jumlah nasabah pegadaian syariah khususnya produk ar-rum haji.

b. **Value proposition**

Nasabah pegadaian syariah memilih produk ar-rum haji dipegadaian syariah karena reputasi pegadaian syariah yang cukup baik dan dikenal oleh masyarakat luas, pelayanan yang prima (proses mudah, cepat dan nyaman), selain itu jangka waktu angsuran dapat disesuaikan dengan kemampuan nasabah yang sebagian nasabahnya adalah dari kalangan menengah kebawah. Pada saat ini pembayaran angsuran hanya dilakukan di outlet pegadaian unit pengelola syariah pasar bintoro demak dan aplikasi digital pegadaian syariah yang sebagian nasabah belum bisa mengoperasikan aplikasi tersebut dan BNI syariah. Selain itu nilai lebih dari elemen ini adalah mayoritas penduduk Indonesia adalah beragama islam maka peluangnya semakin luas untuk menjangkau calon nasabah produk ar-rum haji

Dari analisis SWOT pada elemen *Value proposition* perlu diperhatikan juga kebutuhan nasabah yang tidak bisa datang ke pegadaian syariah maupun datang ke bank perlu adanya penambahan kerjasama dengan dompet digital dan marketplace untuk proses transaksi pembayaran, hal ini untuk mempermudah proses pembayaran angsuran bagi nasabah. Jangka waktu pembayaran maksimal 5 tahun hal ini dikarenakan disesuaikan dengan kemampuan masing-masing nasabah pegadaian unit pengelola syariah pasar bintoro demak

c. **Channels**

Pada elemen ini saluran yang digunakan pegadaian unit pengelola syariah pasar bintoro demak untuk menjangkau nasabah sudah sesuai *segment* pelanggan yaitu nasabah yang sudah lama menjalin kerjasama dengan pegadaian syariah. Untuk jumlah keseluruhan nasabahnya jumlahnya cukup banyak yaitu 3.474 orang. sehingga peluang untuk mempromosikan produk-produk yang ada di pegadaian syariah khususnya produk ar-rum haji. dari analisis SWOT diharapkan ada kerjasama dengan mitra-mitra pegadaian syariah hal ini untuk menjangkau masyarakat yang belum menjadi nasabah di pegadaian unit pengelola syariah pasar bintoro demak. dalam hal ini channel tidak langsung dapat melalui mitra-mitra yang berkerja sama dengan pegadaian syariah fintech yang berkembang saat ini, pembayaran melalui dompet digital nasabah tidak harus datang langsung ke outlet (ovo, dana, gopay dan marketplace shopee, lazada, tokopedia

d. *Customer Relationship*

Para karyawan harus dibimbing lebih baik lagi terkait tentang produk-produk syariah yang ada di pegadaian unit pengelola syariah pasar Bintoro demak, hal ini bertujuan agar karyawan dapat menjelaskan produk-produk syariah lebih detail di pegadaian.

Cara lain untuk menjaga hubungan baik dengan *Customer Relationship* adalah dengan semakin memperbanyak media untuk berkomunikasi dengan pelanggan baik secara online maupun offline karena masyarakat sekarang ini tidak dapat lepas dari social media.

kemudian untuk menjaga loyalitas Customer maupun nasabah pegadaian unit pengelola syariah pasar bintoro demak tidak hanya dengan komunikasi antar personal saja. diperlukan sebuah media untuk tetap menjaga hubungan baik tersebut. salah satu contoh dengan mempermudah proses transaksi dengan menggunakan aplikasi pegadaian syariah nasabah tidak harus datang ke kantor untuk melaksanakan transaksi, akan tetapi bisa dilakukan dirumah, untuk saat ini pegadaian UPS Pasar bintoro demak masih terbatas dalam kerjasama proses transaksi, hanya di bank-bank tertentu diharapkan untuk mempermudah nasabah melakukan transaksi tidak hanya di Bank-bank tertentu, bisa juga dengan marketplace dan dompet digital.

e. *Revenue Streams*

Berdasarkan analisis SWOT *Revenue Streams* di pegadaian unit pengelola syariah pasar bintoro demak untuk Biaya operasional sudah sesuai dengan kebutuhan pegadaian Syariah

f. *Key Resources*

Pada elemen ini, Pegadaian unit pengelola syariah pasar bintoro, banyak Kelemahan yang muncul, Banyaknya pesaing dengan produk penawaran yang sama dan sumber daya manusia yang masih terbatas karena ada beberapa karyawan yang merangkap dengan beberapa yang double job ditempat yang sama. Penambahan bagian marketing bagian digitalisasi juga sangat penting dikarenakan informasi dapat disebarluaskan sangat cepat, mempermudah segala bentuk transaksi khususnya produk pembiayaan ar-rum haji

g. *Key Activities*

Kategori key activities di pegadaian unit pengelola syariah pasar bintoro demak, banyak produk-produk yang

ditawarkan kepada nasabah khususnya dan masyarakat pada umumnya, namun untuk aktivitas produk ar-rum haji belum maksimal dikarenakan nasabah produk ar-rum haji empat tahun terakhir hanya 40 nasabah, hal ini perlu adanya peningkatan aktivitas dari segi sosialisasi relationship dan sosialisasi mengenai produk ar-rum haji.

h. Key Partnership

Pada elemen ini pegadaian unit pengelola syariah pasar bintoro khususnya produk ar-rum haji berkerja sama dengan Bank dan kementerian agama, dalam hal ini bank yang sudah bekerjasama dengan Pegadaian syariah sebagai penerima setoran pembayaran oleh nasabah

i. Cost Structures

Pada Elemen ini, Biaya cost structures sesuai dengan kebutuhan pegadaian unit pengelola syariah pasar bintoro demak, berbagai banyak produk yang ditawarkan dipegadaian demak jadi untuk biaya operasional dan marketing lebih terjangkau, tetapi untuk pembiayaan ar-rum haji belum dapat diprediksi karena setiap tahunnya dapat berubah-ubah sesuai dengan peraturan pemerintah.

Setelah adanya analisis SWOT dan memetakan bisnis model canvas maka dapat dilihat dalam tabel 4.14.

**Tabel 4.14
Model Bisnis Canvas**

| <i>Key Partnership</i> | <i>Key Activities</i> | <i>Value Proposition</i> | <i>Customer Relationship</i> | <i>Customer Segment</i> |
|--|--|--|---|--|
| - Perbankan (yang sudah bekerjasama dengan pegadaian syariah) - Kemenag | - Kegiatan Pemasaran (konsultasi produk ar-rum haji, sosialisasi relationship) | - Pelayanan Prima (Proses mudah, cepat dan nyaman) - jangka waktu angsuran dapat disesuaikan dengan kemampuan | - <i>Personal assistance</i> melalui marketing staff - Menambah Agen / mitra pegadaian syariah disetiap daerah untuk | - Orang Islam - Konsumen usia 12 sampai 65 tahun (dengan catatan umur 12 tahun yang mendaftarkan adalah orang |

| | | | | |
|--|--|------------------------------------|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Kegiatan Operasional (buku tabungan/rekening pembiayaan ar-rum haji) | <p>an nasabah maksimal 5 tahun</p> | <p>mempermu dah dan menjangka u lebih banyak nasabah</p> | <p>tuanya)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nasabah Pegadaian syariah - Konsumen yang menggunakan sosmed |
| | <p>Key Resources</p> | | <p>Channels</p> | |
| | <ul style="list-style-type: none"> - SDM, (Marketing dan Operasional) - Kantor Pegadaian syariah - Teknologi pegadaian (elektronik, dan social media | | <ul style="list-style-type: none"> - langsung (karyawan outlet /gerai) - tidak langsung melalui bank yang bekarjasama dengan pegadaian syariah demak . salah satunya (BNI syariah untuk proses transaksi angsuran pembayara | |

| | | | | |
|---|--|---|---|--|
| | | | <p>n</p> <ul style="list-style-type: none"> - tidak langsung <p>melalui fintech yang bekerjasama dengan pegadaian syariah (ovo, gopay, dan pembayaran di outlet-outlet pembayaran online lainnya</p> | |
| <p><i>Cost Structure</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya pemasaran (promosi, gathering haji, fee marketing) - biaya teap - Biaya operasional (SDM, produk, pembiayaan) | | <p><i>Revenue Stream</i></p> <p><i>Fee based income</i> (Emas sebagai barang jaminan, imbal antar kantor/IAK, selisih kurs SAR, fee administrasi)</p> | | |