

Strategi Pelayanan Aplikasi Mobile Pegadaian Syariah Digital (PSD) Di Kantor Pegadaian Syariah

¹**Sudiah Hestianah** (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)
E-mail: sudiahhestianah@stiedarulfalahmojokerto.ac.id

²**Dian Mafulla** (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)
E-mail: dianmafulla@stiedarulfalahmojokerto.ac.id

³**Dedeh Imam Fatmasari** (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)
E-mail: dedehimamfatmasari@stiedarulfalahmojokerto.ac.id

Kata Kunci: Strategi, Pelayanan PSD, Pegadaian Syariah

Keywords: *Strategy, PSD Services, Sharia Pawnshop*

Received : 3 november 2021

Revised : 10 November 2021

Accepted: 15 november 2021

©2021The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana strategi bisnis pada layanan aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) dalam menunjang transaksi serta mengoptimalkan potensi dan peluang yang ada didalam menghadapi persaingan. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Adapun pembahasan hasil penelitian menggunakan pendekatan deskriptif. Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa dengan diterapkannya aplikasi mobile, sangat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi di Pegadaian Syariah. Sehingga Pegadaian Syariah Digital (PSD) dalam hal ini mempertajam nilai unik atau diferensiasi perusahaan dalam menghadapi persaingan.

ABSTRACT

This study aims to determine the extent of the business strategy of the Digital Sharia Pawnshop (PSD) application service in supporting transactions and optimizing the potential and opportunities that exist in the face of competition. This research method uses descriptive qualitative research. The discussion of research results using a descriptive approach. From the results of this study, it shows that with the implementation of a mobile application, it is very easy for the public to make transactions at the Sharia Pawnshop. So that the Digital Sharia Pawnshop (PSD) in this case sharpens the unique value or differentiation of the company in the face of competition.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang mengalami perubahan dengan cepat, menuntut masyarakat untuk mengikuti perkembangan jaman. Kemajuan teknologi informasi juga dapat dilihat dari sisi kemudahan-kemudahan dalam

melayani berbagai transaksi dengan menggunakan teknologi yang semakin luas di era digital. Kegiatan ini mempengaruhi pola perilaku manusia dalam mengakses beragam informasi dan berbagai fitur layanan elektronik.

Direktur Keuangan dan Teknologi informasi pegadaian Teguh Wahyono mengatakan sudah mempersiapkan strategi utama dalam menghadapi pertumbuhan teknologi informasi di tahun 2018. Salah satunya dengan memperluas jangkauan dan jenis layanan. Untuk mewujudkan hal tersebut, pegadaian syariah meluncurkan layanan aplikasi mobile yang diberi nama Pegadaian Syariah Digital (PSD), sehingga berbagai layanan pegadaian syariah bisa diakses secara digital.

Pegadaian Syariah Digital telah diluncurkan di tahun 2018 dan awal peluncurannya sudah ada lebih dari 10 ribu masyarakat yang mengunduh aplikasi ini melalui Google Play Store (Google Play Store, Pegadaian Syariah Digital, Dikutip dari <http://play.google.com>). Pegadaian Syariah Digital memiliki fitur-fitur antara lain: pendaftaran sebagai nasabah Pegadaian Syariah, pemantauan data nasabah, pembayaran rahn, pembayaran mikro, open tabungan emas, top up tabungan emas, transfer emas, cetak emas, info harga jual beli tabungan emas dan harga logam mulia serta booking gadai syariah (rahn). Nasabah tidak harus tersita waktunya, jauh datang ke loket untuk melakukan transaksi.

Hanya dengan membuka gadget dan seluruh layanan telah tersedia, bisa saat sedang berbaring, bersantai bahkan dalam kondisi sibuk bekerja. Selain itu, dengan adanya aplikasi PSD, dapat membuktikan mengikuti perkembangan era digital, dimana memiliki fungsi yang hampir mirip dengan mobile banking perbankan. Segmen digital memang sedang digalakkan, dengan tujuan mengurangi banyaknya nasabah melakukan transaksi di loket pembayaran.

Menurut Ali Hasan (2010) Strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama kemudian menjadi yang lebih baik.

Jadi menurut Agus Hermawan (2012) strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Strategi juga merupakan daya kreativitas dan daya cipta (inovasi) serta merupakan cara pencapaian tujuan yang sudah ditentukan oleh pemimpin puncak perusahaan sedangkan fokus pemasaran dilakukan oleh manajer pemasaran.

Dunia bisnis penuh dengan tuntutan dan persaingan untuk terus berinovasi dengan mengembangkan produk maupun prosesnya. Kemudahan dan kemanfaatan apabila tidak didukung dengan percepatan dan lompatan inovasi suatu produk, akan mengalami kesulitan bersaing.

Menurut M. Ismail Yusanto dan Karebat Widjajakusuma (2002) Di dalam kandungan ayat Al Qur'an dijelaskan bahwa berlomba, bersaing dan bersegera dalam kebaikan (ibadah) dan usaha (bisnis) itu diperbolehkan selama persaingan

itu tidak melanggar prinsip syariah. Seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah, ketika berdagang Rasul seadanya tanpa memperhatikan saya saingan. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan sebaik- baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur, termasuk jika ada kecacatan pada barangnya.

Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain. Sedangkan menurut Kasmir (2005) Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau cara tidak langsung yaitu dengan melalui mesin atau sarana teknologi informasi. Tujuan dari pelayanan adalah untuk membantu memenuhi kepentingan orang lain atau umum, karena sering kali untuk memenuhi kebutuhan tidak dapat dilakukan sendiri melainkan memerlukan bantuan berupa sarana dan prasarana yang memadai dan sumber daya manusia yang handal. Menurut Moenir (2002) Fungsi dari pelayanan adalah:

1. Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan sehingga dapat menghemat waktu.
2. Meningkatkan produktivitas, baik barang maupun jasa.
3. Mendapatkan kualitas produk yang lebih atau terjamin.
4. Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan.
5. Menimbulkan perasaan puas pada orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat emosional mereka.

Bertolak dari definisi tersebut, kajian mengenai kualitas layanan pegadaian syariah dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi nasabah (customer) terhadap pelayanan yang mereka terima, disesuaikan dengan standar kualitas layanan pegadaian syariah yang dimaksud kepada nasabahnya. Hal ini berarti apabila layanan pegadaian syariah yang diterima atau yang dirasakan (perceived service) oleh nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas layanan tersebut dipersepsikan baik atau berkualitas tinggi. Sebaliknya, apabila tingkat layanan yang diterima oleh nasabah lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas layanan pegadaian syariah tersebut dapat dipersepsikan buruk atau berkualitas rendah.

Menurut Fred R. David (2012) Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap, yaitu formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

1. Formulasi strategi

Tahap memformulasikan strategi antara lain menetapkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi organisasi dari sudut pandang eksternal, menetapkan kelemahan dan keunggulan yang dimiliki organisasi dari sudut pandang internal, menyusun rencana jangka panjang, membuat strategi-strategi alternatif dan memilih strategi tertentu yang akan dicapai.

2. Implementasi strategi

Tahap mengimplementasikan strategi memerlukan suatu keputusan dari pihak yang berwenang dalam mengambil keputusan untuk menetapkan tujuan

tahunan, membuat kebijakan, memotivasi pegawai, dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki sehingga strategi yang sudah diformulasikan dapat dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, merencanakan struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan modal, mengembangkan dan utilisasi sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi. Mengimplementasikan strategi sering disebut sebagai "action stage" dari manajemen strategis. Pengimplementasian strategi memiliki maksud memobilisasi para pegawai dan manajer untuk menterjemahkan strategi yang sudah diformulasikan menjadi aksi.

3. Evaluasi strategi

Tahap mengevaluasi strategi adalah tahap terakhir dalam manajemen strategis. Para manajer sangat perlu untuk mengetahui ketika ada strategi yang sudah diformulasikan tidak berjalan dengan baik. Evaluasi strategi memiliki tiga aktivitas yang fundamental, yaitu mereview faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar untuk strategi saat ini, mengukur performa, dan mengambil langkah korektif.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2016) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Dalam penelitian kualitatif manusia merupakan instrumen penelitian dan hasil penulisannya berupa kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pegadaian adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang usahanya intinya adalah bidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat atas dasar hukum gadai. Dalam perjanjian gadai benda jaminan harus diserahkan di bawah kekuasaan Perum Pegadaian dan memberikan kekuasaan kepada pegadaian untuk mengadakan pelelangan terhadap benda jaminan apabila debitur tidak dapat atau tidak sanggup melunasi. Status badan hukum pegadaian sebagai Perusahaan Pegadaian Negara mengalami perubahan untuk menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan) berdasarkan Instruksi Presiden No. 17 Tahun 1969, Undang-Undang No. 9 Tahun 1969 dan Peraturan Pemerintah No. 17 Tahun 1969 serta Surat Keputusan Menteri Keuangan RI No. Kep. 664/MK/9/1969.

Setelah itu, Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 1990 mengubah dasar hukum Perusahaan Jawatan (Pegadaian) menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian. Peraturan Pemerintah dimaksud diubah menjadi Peraturan Pemerintah No. 103 Tahun 2000 tentang Pegadaian.

Keluarnya Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan Pegadaian. Satu hal yang perlu dicermati bahwa PP No. 10 tahun 1990 menegaskan misi yang harus diemban oleh Pegadaian untuk mencegah praktik riba, misi ini tidak berubah hingga terbitnya Peraturan Pemerintah No. 103 Tahun 2000 yang dijadikan bak landasan kegiatan usaha Perum Pegadaian sampai sekarang. Beberapa pihak setuju bahwa operasionalisasi Pegadaian pra Fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 tentang Bunga Bank, telah sesuai dengan konsep syari'ah meskipun harus diakui belakangan bahwa terdapat beberapa aspek yang menepis anggapan itu.

Setelah melalui kajian panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian Unit Layanan Gadai Syari'ah sebagai langkah awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syari'ah. Praktik Pegadaian Syari'ah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu asas rasionalitas, efisiensi dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai islam. Fungsi operasi Pegadaian Syari'ah itu sendiri dijalankan oleh kantor-kantor Cabang Pegadaian Syari'ah/ Unit Layanan Gadai Syari'ah (ULGS) sebagai satu unit organisasi di bawah binaan Divisi Usaha Lain Perum Pegadaian. ULGS ini merupakan unit bisnis mandiri yang secara struktural terpisah pengelolaannya dari usaha gadai konvensional.

Prosedur dan proses penerapan Pegadaian Syariah Digital (PSD) adalah sebagai berikut:

1. Proses dan Prosedur Pendaftaran/Registrasi Pegadaian Syariah Digital PSD
 - a. Nasabah mengisi data diri pada aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD).
 - b. Nasabah datang ke cabang atau agen pegadaian terdekat untuk pelaksanaan prosedur *Know Your Customer (KYC)*;
 - c. Nasabah melengkapi dokumen pembukuan tabungan emas dan mengambil buku tabungan emas;
 - d. Nasabah mendapatkan nomor Cost Insurance and Freight (CIF) yang tertera di buku tabungan untuk melakukan linking CIF.
2. Proses Download Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD)
Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) dapat di download melalui ponsel dengan *Android* dan *IOS*: *Google Play Store* dan *App Store* dengan *keyword* "Pegadaian Syariah Digital", kemudian klik instal.
3. Proses Linking CIF (Cost Insurance and Freight)
Nasabah menginput nomor CIF yang didapat dari cabang pada saat pendaftaran/registrasi. Setelah proses linking CIF berhasil, semua portofolio transaksi nasabah dapat dipantau secara realtime sesuai data sistem yang dimiliki pegadaian.
4. Persyaratan Membuka Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD)
 - a. Menggunakan kartu ponsel berbasis GSM dan ponsel dengan fasilitas *GPRS/EDGE/3G/4G* dan *WIFI*.
 - b. Melaksanakan prosedur *Know Your Customer (KYC)*;
 - c. Memiliki rekening tabungan emas.
5. Fitur-Fitur Layanan Pegadaian Syariah Digital (PSD)

- a. Transaksi Emas (top up tabungan emas, jual emas, transfer emas, cetak emas, open tabungan emas, info harga emas, beli logam mulia).
 - b. Pembiayaan (Amanah, Arrum Haji, Arrum BPKB, Arrum Emas, Tasjily Tanah).
 - c. Transaksi pembayaran (Rahn dan Mikro).
 - d. Rahn (gadai).
 - e. Info Produk.
 - f. Pencarian lokasi cabang pegadaian.
 - g. Multi Payment Online (Listrik, telepon, Indihome, PDAM, pulsa, BPJS).
6. Flow Transaksi
 - a. Open Tabungan Emas: Menu buka tabungan masukkan nominal pembukaan (minimal Rp 100.000), pilih outlet, pilih mode pembayaran, konfirmasi transaksi; transaksi berhasil.
 - b. Top Up Tabungan Emas: menu emas; pilih top up emas; masukkan rekening tabungan emas; masukkan nominal top up; pilih metode pembayaran; memastikan data yang diinput benar; transaksi berhasil.
 - c. Jual Emas: menu emas; pilih jual emas; input nomor rekening, jumlah penjualan, rekening penerimaan dana; konfirmasi jual tabungan emas; input pin; penjualan emas berhasil.
 - d. Transfer Emas: menu emas; pilih transfer emas; lengkapi data input rekening: pilih nomor rekening asal, pilih nomor rekening tujuan transfer, masukkan nominal transfer dalam gram; konfirmasi pembayaran; mendapat notifikasi dari pegadaian syariah dan bank BNI; melakukan pembayaran pada pihak bank BNI.
 - e. Info Harga: menu emas; pilih harga emas; ditampilkan informasi harga logam mulia.
 - f. Beli logam mulia: menu emas; pilih beli logam mulia; pilih jenis logam mulia yang diinginkan; tekan tambah untuk memilih logam mulia dan dapat memilih jumlah keping yang diinginkan; pilih tenor angsuran; isi besaran uang muka; biaya angsuran perbulan akan muncul secara otomatis; pilih tempat pengambilan barang; masukkan nama daerah atau cabang yang diinginkan; pilih cabang jika telah sesuai dengan pilihan; ceklis konfirmasi pembelian; menampilkan total pembayaran uang muka yang harus dibayarkan; pilih bank kemudian ditampilkan halaman tatacara pembayaran sesuai dengan bank yang dipilih; tekan selesai; mendapat notifikasi dari Pegadaian Syariah.
 - g. Pembiayaan Amanah: menu pembiayaan; pilih amanah; lengkapi data simulasi Amanah: pilih jenis nasabah, jenis kendaraan, kondisi kendaraan, masukkan harga pasaran; pilih lama angsuran; lengkapi data form agunan: merek kendaraan, tipe/model, isi silinder (CC), tahun pembuatan, nama pemilik BPKB, warna dan keterangan; lengkapi data diri; mengisi formulir Amanah; pilih outlet, atur jadwal dan waktu transaksi, konfirmasi transaksi, transaksi sukses.

- h. Pembiayaan Arrum Emas: menu pembiayaan; pilih arum Emas; pilih tambah perhiasan atau tambah logam; input barang jaminan, keluar jumlah taksiran, pilih uang pinjaman, pilih angsuran, pilih outlet, atur jadwal dan waktu transaksi, konfirmasi transaksi, transaksi sukses.
- i. Pembayaran Rahn: Menu pembayaran; pilih Rahn; pilih cicil; masukan nominal cicil pilih nomor akad / nomor akad lain dan masukkan nomor akad; transaksi berhasil.
- j. Pembayaran Mikro: Menu pembayaran; pilih mikro; pilih nomor akad / nomor akad lain dan masukkan nomor akad; transaksi berhasil.
- k. Rahn (gadai): menu rahn; lengkapi data diri; upload identitas diri (KTP atau Paspor); upload foto barang jaminan dan melengkapi data barang yang akan dijadikan agunan; memastikan data yang diinput adalah benar; transaksi berhasil.
- l. Info produk: menu produk, pilih infomasi produk yang dibutuhkan: Rahn, Tabungan Emas, Pembayaran, Mulia, Amanah, Arum Haji, Arum BPKB.

Dengan adanya fitur tentang PSD yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah, mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi apapun tanpa harus pergi dahulu ke pegadaian syariah. Nasabah akan merasa lebih nyaman karena waktu mereka tidak tersita dan semua keinginan nasabah akan terpenuhi dengan hadirnya aplikasi mobile. Kini segala permasalahan apapun akan terpecahkan dengan layanan aplikasi mobile di era digital saat ini. Strategi yang mesti diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan pegadaian. Dengan formulasi strategi yaitu meningkatkan kualitas didalam pelayanan berbasis online, memperkuat dan mempertahankan image di masyarakat dengan menekankan prinsip ekonomi syariah yang profesional, meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberi respon yang cepat kepada nasabah, mempertahankan dan meningkatkan sumber daya keuangan untuk mendukung pertumbuhan pegadaian.

KESIMPULAN

Secara umum seluruh prosedur dan proses penerapan produk pada Pegadaian Syariah Digital (PSD) yaitu nasabah harus melakukan pengisian data diri atau data barang yang sudah disiapkan oleh pihak pegadaian secara online, kemudian pihak bank memverifikasi data dan permintaan nasabah secara online. Selanjutnya nasabah wajib mendatangi cabang atau outlet agen terdekat untuk melakukan nilai perkiraan uang pinjaman dan pencairan pinjaman, melakukan penandatanganan perjanjian, menyerahkan emas atau barang gadai, atau mengambil buku tabungan. Dengan aplikasi mobile yang diterapkan Pegadaian Syariah, semakin mempermudah kegiatan nasabah dalam bertransaksi sesuai dengan keinginan.

DAFTAR PUSTAKA

Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*, Cet.1. Bogor: Ghalia Indonesia.
Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Fred R. David. 2012. *Strategic Management (Manajemen Strategis Konsep)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Google Play Store. *Pegadaian Syariah Digital*. Dikutip dari <http://play.google.com>.
- Yusanto, M. Ismail dan M. Karebat Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Moenir. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kashmir. 2005. *Etika Customer Service*. Cet. Ke-I. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: IKAPI.