

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin majunya perekonomian disuatu negara maka secara tidak langsung akan semakin meningkatkan kebutuhan dari masyarakat, baik itu untuk kebutuhan konsumtif ataupun produktif. Sehingga mengharuskan pemerintah mengikuti situasi dan kondisi tertentu yang sedang dan akan terjadi. Hal ini juga berdampak terhadap perusahaan yang ingin bersaing di era globalisasi ini, oleh sebab itu tidak sedikit dari perusahaan yang memerlukan sumber-sumber masukan dana dari luar perusahaan agar bisa memenuhi kebutuhan dalam menunjang kegiatan operasionalnya. Apalagi di masa pandemi saat ini yang membuat masyarakat frustrasi dengan perekonomian yang serba menggunakan media sosial, sedangkan pemerintah sedang membatasi untuk berinteraksi diluar rumah dikarenakan adanya pandemi Covid. Hal tersebut membuat pelaku bisnis yang tidak mengerti media sosial atau masyarakat awam mengalami suatu kendala di dalam perekonomian.

Masa Paska pandemik Covid-19 memberikan dampak yang luar biasa pada berbagai aspek kehidupan seperti ekonomi politik, kehidupan sosial dan kebiasaan sehari-hari dimasyarakat. Menurut (Siti Rahayu, dkk., 2020) menyatakan bahwa Covid_19 merupakan singkatan dari *Coronavirus disease* 2019 adalah penyakit jenis baru yang disebabkan oleh virus *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus-2* (SARS-Cov-2) yang sebelumnya disebut Novel Corona virus (2019-nCov). Oleh karena itu harus ada pencegahan penyebaran covid dari berbagai sumber, misal dari hal yang sederhana seperti

pemakaian masker, mencuci tangan setiap menyentuh sesuatu. Hal ini berdampak terhadap perekonomian, yang menjadi masalah terkadang kebutuhan yang ingin dibeli tidak dapat dicukupi dengan uang yang dimilikinya.

“Bisnis merupakan kegiatan untuk memperoleh keuntungan, semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi, tidak ada orang yang melakukan bisnis untuk mencari kerugian (Sukirno, 2010: 20)”. Hal ini karena “salah satu tolak ukur kemajuan suatu negara adalah kemajuan ekonominya dan tulang punggung dari kemajuan ekonomi adalah dunia bisnis. Masalah pokok yang sering dihadapi oleh setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha apapun tidak terlepas dari kebutuhan akan dana (modal) untuk membiayai usahanya”. Kebutuhan akan dana ini diperlukan baik untuk modal investasi atau modal kerja. Hal ini disebabkan perusahaan keuangan mempunyai peranan penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, selain itu perusahaan keuangan menyediakan fasilitas pembiayaan dana bagi perusahaan lainnya.

“Dalam perkembangannya hingga saat ini, penyaluran dana lembaga keuangan bukan bank untuk tujuan modal kerja dan konsumsi tidak kalah intensifnya dengan tujuan investasi. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa lembaga keuangan baik bank maupun lembaga keuangan bukan bank dapat berperan serta secara aktif kepada masyarakat dalam memberikan distribusi keadilan, (Jamal Wiwoho. 2014)”. Keberadaan lembaga keuangan yang menawarkan berbagai bentuk fasilitas merupakan suatu hal yang sangat penting guna untuk menunjang jalannya perekonomian, apalagi dimasa pandemi Covid saat ini. Berjalannya waktu, sejak tahun 1988 pemerintah telah menempuh

berbagai kebijakan untuk lebih memperkuat sistem keuangan nasional melalui pengembangan dan perluasan berbagai jenis lembaga keuangan, salah satunya lembaga keuangan Non-Bank seperti Pegadaian.

Perusahaan umum pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin dari otoritas jasa keuangan untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai. Pegadaian adalah sebuah BUMN sektor keuangan Indonesia yang bergerak pada tiga lini bisnis perusahaan yaitu pembiayaan, emas dan aneka jasa. Hingga saat ini, pegadaian masih sangat populer di kalangan masyarakat. "Pegadaian sendiri telah tersebar di seluruh wilayah Indonesia, sehingga mudah sekali untuk kita menemukan pegadaian di daerah tempat kita tinggal. Produk dan jasa dari pegadaian pun selalu banyak diminati oleh masyarakat Indonesia". Tidak heran jika hingga saat ini, "pegadaian memiliki ratusan cabang di seluruh Indonesia karena banyaknya peminat yang terus mengalami perkembangan", (Anonymous. 2020).

Namun prinsip dari pegadaian seringkali dipertanyakan halal atau tidaknya oleh sebagian orang. Hal tersebut disebabkan karena prinsip pegadaian dianggap melenceng dari prinsip yang diajarkan oleh agama Islam. Bahkan, ada beberapa ulama yang menyatakan bahwa pegadaian itu haram. "Oleh karena itu, untuk menjawab keresahan masyarakat, akhirnya pegadaian membuka pegadaian yang memiliki prinsip yang berbeda dari pegadaian konvensional pada umumnya, yaitu pegadaian syariah". (Anonymous. 2020).

"Secara keseluruhan, Pegadaian konvensional sebenarnya memiliki ciri-ciri yang hampir sama dengan pegadaian syariah. Pegadaian syariah bersifat ijarah, dimana ada perjanjian akad kredit antar bank (mu'ajjir) dengan nasabah

(muttajibir) untuk menyewa barang atau objek sewa dimana bank memperoleh imbalan jasa hingga objek sewa dibeli kembali oleh nasabah. Sedangkan pegadaian konvensional memberikan bunga kepada para nasabah yang ingin membayarkan angsuran (Anonymous., 2020)". "Dengan persaingan yang begitu ketat menuntut Pegadaian Syariah harus memberikan layanan yang jauh lebih prima dari lembaga perbankan maupun pegadaian konvensional. Perpindahan pelayanan dari bentuk konvensional pada layanan yang berdasarkan syariah terjadi karena para nasabah merasa tidak nyaman".

Sedangkan era *new normal* datang untuk memastikan respon cepat terhadap perubahan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa dunia usaha akan lebih siap dalam menghadapi setiap goncangan atau krisis atau tantangan global. "Belajar dari pengalaman menuntut kita setiap menjalankan aktivitas memiliki kewaspadaan. Kesiapan dan kemampuan atau keterampilan yang relevan dengan situasi yang ada dengan harapan keselamatan dan kelangsungan hidup baik individu maupun organisasi bisa terus berlangsung".

Keterbatasan pengetahuan terhadap bencana membuat sebagian masyarakat khususnya pelaku usaha yang bergerak di bidang pinjaman seperti "Pengadaian Syariah" menjadi panik atau tidak mampu bertindak dan beradaptasi dengan cepat. "Strategi bisnis adalah kemampuan pengusaha atau perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan (formulasi) strategi, pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang", (Rahayu Puji Suci. 2009).

Menurut Bintoro dan Daryanto (2017), menyatakan bahwa “Manajemen sumber daya manusia, disingkat MSDM, adalah suatu ilmu atau cara bagaimana mengatur hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan bersama perusahaan, karyawan dan masyarakat menjadi maksimal”. Produktivitas kerja merupakan tuntutan utama bagi perusahaan agar kelangsungan hidup atau operasionalnya dapat terjamin. Strategi yang diharapkan oleh peneliti untuk mengembangkan perusahaan “PT. Pegadaian Syariah” dengan cara memenangkan persaingan pasar salah satunya meningkatkan pelayanan yang berkualitas dan kuantitas kinerja secara efektif dari segi sumber daya manusianya. Hal ini membutuhkan strategi usaha yang kreatif dan tepat, program pelayanan, produk yang berkualitas serta kinerja yang baik untuk memberikan kepuasan tersendiri atau menyakinkan masyarakat agar percaya bahwa diperusahaan memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah.

Strategi perusahaan yang baik akan membawa suatu “bisnis yang berorientasi pada pencapaian suatu target serta pertumbuhan yang terus bertumbuh dan meningkat dalam kurun waktu selama mungkin”. “Dengan adanya layanan dalam bentuk pegadaian syariah, tidak hanya mempengaruhi pegadaian konvensional, akan tetapi berpengaruh juga dengan persaingan layanan syariah perbankan. Oleh sebab itu Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari pandangan terhadap kinerja produk dan harapan konsumen. Karena menyadari kepuasan yang tinggi mendorong kesetiaan pelanggan yang tinggi”.

“Perilaku pasca pembelian sangatlah penting untuk diamati. kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa akan

mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen puas ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk atau jasa tersebut”, (Wirdayani Wahab 2017). Sedangkan “Pelayanan kepada pelanggan merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas suatu perusahaan. Keberhasilan perusahaan jasa dalam memberikan layanan yang berkualitas pada para pelanggan ditentukan oleh pendekatan yang digunakan”.

“Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan”, (Inka Janita Sembiring Suharyono Andriani Kusumawati 2014). “Konsekuensi atas pendekatan kualitas jasa suatu produk menjadi hal yang utama bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri untuk mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan”. Sehingga “perkembangan kehidupan dunia ekonomi dan bisnis saat ini telah mengalami pergeseran paradigma, yaitu dari ekonomi berbasis sumber daya ke ekonomi yang berbasis pengetahuan atau kreativitas”.

Ekonomi kreatif sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Ciri-ciri ekonomi kreatif adalah sebuah kreativitas dan keahlian yang dimiliki oleh seseorang untuk menciptakan sebuah produk baik barang maupun jasa dengan tujuan untuk mencapai target yang telah ditentukan serta memiliki ciri khas tersendiri pada produknya baik dari segi harga,

pelayanan kinerja, kualitas pelayanan yang di tawarkan kepada nasabanya. (Zul Asfi Arroyhan Daulay, 2018).

“Persaingan usaha merupakan suatu kewajaran dewasa ini, dimana setiap usaha yang memiliki potensi yang besar akan dijalankan oleh banyak orang dan setiap orang akan bersaing, baik secara *internal* maupun *eksternal* untuk bisa tetap bertahan dan berkembang”, (Andi Suranta Meliala, dkk. 2014). Oleh karena itu Pengadaian syariah bangkalan, harus memiliki strategi bersaing secara baik untuk masa akan datang. “Strategi memiliki peranan sangat penting untuk menentukan kesuksesan sebuah perusahaan, oleh karena itu penting bagi pengadaian syariah untuk mempelajari dan mempraktekan strategi. Banyaknya pesaing dalam usaha” Pengadaian Syariah Madura” baik antar sesama pengadaian maupun dengan penyedia pendana merek lain menyebabkan persaingan yang ketat”.

Beberapa lembaga keuangan yang pemberi pinjaman dana selain pengadaian syariah. sehingga menjadi pesaing pengadaian syariah diantaranya adalah pemberi pinjaman dana yang berbasis fintech yang telah diakui dan terdaftar di OJK lebih dari satu tahun. Danamas, Asetku, Koinworks, Amartha, Modalku, Dana Cepat, Awai tunai, Crowdw. Sedangkan yang berbasis Pinjaman dana Syariah, salah satunya seperti Investree Syariah, Dana Syariah, Duha Syariah, Qazwa, Bsalam, Pipitupi Syariah, Alamia Sharia, Ethis Indonesia, Berkah Fintek Syariah dll. Hal ini menjadi tolak ukur untuk pengadaian CPS Bangkalan, agar bisa lebih bersaing dengan perusahaan lainnya baik dari segi *internal* dan *eksternal*. Dibawah ini data jumlah nasaba di “Pegadaian CPS Bangkalan” sebelum dan berjalannya covid sampai saat ini.

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Tahun 2018-2020

BULAN	TAHUN		
	2018	2019	2020
Jan	0	2.854	4.704
Feb	0	3.006	4.807
Mar	0	3.147	4.971
Apr	0	3.265	5.037
Mei	0	3.265	5.082
Jun	0	3.456	5.174
Jul	985	3.603	5.260
Ags	1.525	3.737	5.379
Sep	1.999	3.865	5.470
Okt	2.388	4.076	5.653
Nov	2.575	4.344	5.975
Des	2.800	4.585	6.233

Sumber: Pegadaian Syariah CPS Bangkalan

Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa data jumlah nasabah pegadaian mengalami kenaikan pada saat ketidakpastian ekonomi seperti pada masa covid_19, sedangkan pada tahun 2018 jumlah nasabah tidak terlalu meningkat seperti tahun 2020. Hal ini disebabkan masyarakat memilih untuk menggadaikan barang berharganya ke pegadaian syariah pada masa-masa tertentu seperti pada saat ini prekonomian yang tidak stabil sehingga banyaknya masyarakat yang kekurangan biaya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang mengakibatkan masyarakat untuk menggadaikan barang berharganya seperti emas, surat tanah dll. Tujuannya untuk memperoleh pinjaman dana yang dibutuhkan. Sehingga hal ini mengakibatkan ketidak pastian ekonomi kreatif dalam meningkatkan sumberdaya manusia yang berkualitas dalam perusahaan. Hal tersebut membutuhkan strategi ekonomi yang benar agar kualitas yang ada di “Pegadaian CPS Bangkalan” stabil tidak harus menunggu ketidak pastian dari turunnya prekonomian khususnya di Indonesia. Apalagi banyaknya pesaing yang menawarkan hal sama yang lebih menjanjikan.

“Pegadaian Syariah juga melakukan banyak kegiatan lain selain gadai, yang dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu produk pembiayaan, produk

emas, dan layanan jasa. Produk-produk lain pada Pegadaian Syariah ini pun tidak menggunakan bunga, melainkan menggunakan akad-akad syariah” (Pegadaian Syariah: 2019). Sedangkan “Emas merupakan jenis logam mulia yang mampu menghantarkan listrik, mampu menghasilkan kilauan alami, mudah dicampur dengan logam lain”, dan mudah dibentuk (Emasku: 2017). “Persaingan usaha merupakan sebuah proses dimana para usaha dipaksa menjadi perusahaan yang efisien. Dengan menawarkan pilihan-pilihan produk dan jasa dalam harga yang lebih rendah. Persaingan hanya dimungkinkan jika ada dua pelaku usaha atau lebih menawarkan produk dan jasa kepada pelanggan dalam sebuah pasar”, (Dr. Hj. Azizah, S.H., M.H. 2020). Dalam menghadapi persaingan yang ketat dalam dunia bisnis. manajemen pegadaian syariah harus merumuskan suatu strategi secara akurat dan kreatif sehingga mampu memenangkan persaingan.

Berdasarkan penjabaran di atas, penulis tertarik untuk meneliti “**Upaya Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Strategi Persaingan usaha Ekonomi Kreatif Menuju New Normal, Pegadaian CPS Bangkalan.**” Sehingga diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dirumuskan strategi bersaing yang sesuai untuk (Pegadaian Cabang Pelayanan Syariah (CPS) Bangkalan).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana cara mengembangkan kualitas sumber daya manusia “Pegadaian Syariah CPS Bangkalan”?

2. Bagaimana strategi persaingan dalam meningkatkan kualitas Pelayanan yang akan diterapkan menuju *new normal* di Pengadaian CPS Bangkalan?
3. Bagaimana cara meningkatkan kinerja karyawan dan strategi persaingan kinerja di era *new normal*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah untuk memperoleh gambaran empiris mengenai beberapa hal yakni:

1. Untuk mengetahui cara mengembangkan kualitas sumber daya manusia Pegadaian Syariah CPS Bangkalan
2. Untuk mengetahui sejauh mana strategi persaingan dalam meningkatkan kualitas Pelayanan yang akan diterapkan menuju *new normal* di Pengadaian Syariah CPS Bangkalan
3. Untuk mengetahui cara meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan strategi persaingan kinerja di era *new normal*

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya, sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

menjadi sarana penambah pengetahuan baru mengenai “pengadaian syariah” serta dapat juga menjadi alat pengaplikasian teori-teori yang di peroleh semasa di perkuliahan.

2. Bagi dunia akademis

penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak lain pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan

Bisnis. Peneliti ini juga diharapkan menjadi referensi tambahan bagi peneliti berikutnya, yang membahas hal sama dengan judul penelitian ini.

3. Bagi Perusahaan

sebagai referensi dalam “Strategi persaingan usaha ekonomi kreatif dalam meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia menuju New normal”. Dapat memberikan solusi dan informasi yang berguna bagi pihak pegadaian syariah. Serta dapat menjadi bahan acuan bagi instansi terkait dalam menilai seberapa penting strategi persaingan usaha serta pelayanan dalam bisnis yang dimiliki.