



Keunggulan Kompetitif Investasi Emas Syariah Pegadaian Syariah Cabang Blauran

Siska Dwi Oktavia^{1*}, Sirajul Arifin²

¹⁻²Prodi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Indonesia

*Penulis Korespondensi: siskadwi8852@gmail.com

Abstract. This study analyzes the competitive advantage of sharia gold investment at Pegadaian Syariah, Blauran Branch, Surabaya, amidst competition from Bank Syariah Indonesia and sharia fintech. Using a descriptive qualitative approach, primary data was obtained through semi-structured interviews with Branch Managers, marketing staff, and customers, while secondary data came from Pegadaian reports, OJK publications, and the World Gold Council. The analysis employed the SWOT framework and Porter's Five Forces. The results show that Pegadaian Syariah's competitive advantage stems from public trust in its state-owned enterprise (BUMN) status, compliance with sharia principles, certified Galeri24 products, and product flexibility starting from IDR 10,000 supported by the PSDS digital platform. There is a significant opportunity from the 135% year-on-year surge in gold demand, but it faces the threat of intense competition and high buyer bargaining power. Competitive advantage strategies are implemented through digital service differentiation, an inclusive market focus, and cost efficiency. The study recommends intensifying PSDS education, strengthening gold investment literacy, and optimizing pricing to increase competitiveness.

Keywords: Competitive Advantage; Porter's Five Forces; Sharia Gold Investment; Sharia Pawnshops; SWOT Analysis

Abstrak. Penelitian ini menganalisis keunggulan kompetitif investasi emas syariah pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya di tengah persaingan dengan Bank Syariah Indonesia dan fintech syariah. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dengan Kepala Cabang, staf pemasaran, dan nasabah, sedangkan data sekunder bersumber dari laporan Pegadaian, publikasi OJK, dan World Gold Council. Analisis menggunakan kerangka SWOT dan Porter's Five Forces. Hasil penelitian menunjukkan keunggulan kompetitif Pegadaian Syariah bersumber dari kepercayaan masyarakat terhadap status BUMN, kepatuhan prinsip syariah, produk Galeri24 bersertifikat, dan fleksibilitas produk mulai Rp10.000 yang didukung platform digital PSDS. Terdapat peluang signifikan dari lonjakan permintaan emas 135% YoY, namun menghadapi ancaman persaingan ketat dan daya tawar pembeli yang tinggi. Strategi keunggulan kompetitif diterapkan melalui diferensiasi layanan digital, fokus pasar inklusif, dan efisiensi biaya. Penelitian merekomendasikan intensifikasi edukasi PSDS, penguatan literasi investasi emas, dan optimalisasi penetapan harga untuk meningkatkan daya saing.

Kata kunci: Analisis SWOT; Investasi Emas Syariah; Keunggulan Kompetitif; Pegadaian Syariah; Porter's Five Forces

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan industri ekonomi Syariah di Indonesia menunjukkan tren yang semakin positif beberapa tahun terakhir. Hal ini ditandai dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk- produk keuangan yang sesuai dengan prinsip Syariah. Salah satu *instrument* yang paling banyak diminati adalah investasi, Salah satu bentuk investasi yang semakin populer adalah emas, yang dikenal memiliki likuiditas tinggi (Apriani, 2025). Emas sebagai investasi jangka panjang memiliki beberapa keunggulan yaitu keamanan, perlindungan, mudah dicairkan, tahan lama, terjangkau semua kalangan, bebas pajak dan administrasi, berisiko rendah, bersifat rendah dan bersifat pribadi (Lombo et al., 2023). Hal ini dapat dilihat dari beberapa tahun terakhir, berdasarkan World Gold Council permintaan emas di Indonesia mengalami peningkatan, berikut grafik permintaan emas di Indonesia Tahun 2020-2024:



Gambar 1. Permintaan Emas di Indonesia Tahun 2020-2024

Berdasarkan Gambar 1, permintaan emas di Indonesia dalam periode 2020–2024 menunjukkan fluktuasi meskipun secara umum tetap berada pada tingkat yang cukup tinggi. Pada tahun 2020, permintaan emas tercatat sebesar 37,62 ton, kemudian meningkat signifikan menjadi 46,72ton pada 2021. Tren ini kembali berlanjut pada tahun 2022 dengan permintaan emas mencapai 49,72 ton. Namun, pada tahun 2023 terjadi penurunan menjadi 45,67ton sebelum kembali naik pada tahun 2024 sebesar 47,33 ton.

Pergerakan data ini menunjukkan bahwa emas tetap menjadi salah satu instrumen investasi pilihan masyarakat, meskipun terjadi variasi angka dari tahun ke tahun. Stabilitas dan nilai lindung aset yang dimiliki emas menjadi alasan utama masyarakat tetap menjadikannya sebagai instrumen investasi syariah yang diminati. Fenomena ini sekaligus mencerminkan adanya potensi pasar yang luas bagi lembaga keuangan syariah, termasuk Pegadaian Syariah, untuk mengembangkan strategi pemasaran produk emas.

Pegadaian menjadi Lembaga utama dalam industri investasi emas Syariah dengan capaian nasional yang cukup besar. Tercatat hingga 8 Agustus 2025, total kelolaan emas Pegadaian mencapai 22,7 Ton, termasuk di dalamnya kinerja Deposito Emas, primadona layanan Bank Emas yang berhasil membekukan transaksi hingga 1,38 ton. Sementara produk Tabungan Emas, Pegadaian telah mencatatkan saldo hingga 13,8ton pada kuartal I-2025 dengan 9,5 juta nasabah dari total jumlah nasabah yang mencapai 22,84 juta orang. Kinerja gemilang ini menunjukkan tingginya kepercayaan publik terhadap produk dan layanan Pegadaian, khususnya pada investasi emas.

Namun, kompetisi semakin ketat dengan kehadiran Bank Syariah Indonesia dan sejumlah fintech. Menurut informasi yang dilansir pada situs BSI pada 7 Agustus 2025, bisnis bank emas PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) mengalami peningkatan yang signifikan sejak peresmiannya. Transaksi pembelian emas di BSI sepanjang periode kuartal II/2025 melonjak 441 % secara *year on year* (YoY) dengan total gramasi pembelian emas mencapai

693 kg dan total transaksi mencapai 238.000 kali. Sementara jumlah nasabah yang berinvestasi emas di BSI meningkat sekitar 81% secara tahunan, mencapai sekitar 336.000 nasabah.

Kehadiran *fintech* seperti KoinGold, IndoGold, Pluang Syariah, Bareksa, LakuEmas, dan sebagainya, juga memperkuat persaingan melalui platform digital yang lebih mudah diakses generasi muda. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai faktor pembeda Pegadaian Syariah dibandingkan kompetitornya.

Secara strategis, PT Pegadaian memperoleh posisi istimewa dan diperkuat dengan peresmian sebagai Bank Bullion atau Bank Emas pertama di Indonesia bersama PT Bank Syariah Indonesia Tbk pada Rabu, 26 Februari 2025. Namun, PT Pegadaian mengemban peran sebagai Lembaga Jasa Keuangan (LJK) pertama di Indonesia yang berizin resmi untuk menyelenggarakan Kegiatan Usaha Bullion sejak 23 Desember 2024 yang menjadikannya pionir dalam pengelolaan emas berskala nasional. Peresmian ini merupakan tonggak penting dalam transformasi kelembagaan Pegadaian dari sekedar Lembaga gadai menjadi institusi keuangan emas yang strategis (Zainuddin & Mutaqin, 2025).

Mengacu pada SOJK No. S- 25/PL.02/2024 Pegadaian mendapatkan izin untuk menyediakan simpanan, penitipan, perdagangan, dan pembiayaan emas. Dengan layanan ini, Pegadaian dapat menghimpun emas dari produsen maupun masyarakat dan mengonversikan menjadi *instrument* pembiayaan yang lebih luas. Hal ini memberikan alternatif penyimpanan kekayaan yang lebih aman dan berpotensi menguntungkan di masa depan (Zahidah, 2025).

Dalam konteks operasional, Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya mencatat 4.358 nasabah emas per 19 Mei 2025, dengan lokasi yang strategis di pusat kota Surabaya menjadikannya salah satu cabang dengan intensitas persaingan yang tinggi, khususnya dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang memiliki jaringan luas dan penetrasi kuat di kota yang sama. Pegadaian Syariah Cabang Blauran juga aktif dalam memperkenalkan inovasi produk emas Syariah, baik melalui layanan tatap muka maupun pemanfaatan digitalisasi. Kondisi tersebut menjadikan Pegadaian Syariah Cabang Blauran *representative* untuk melihat bagaimana Pegadaian Syariah membangun keunggulan kompetitif dalam menghadapi investasi emas Syariah dan bagaimana Pegadaian Syariah dapat mempertahankan posisinya dalam pasar yang semakin kognitif.

Untuk mengidentifikasi sumber keunggulan tersebut, penelitian ini menggunakan dua kerangka analisis, yaitu analisis SWOT dan Porter's Five Forces. Dengan menggabungkan keduanya, analisis keunggulan kompetitif dapat lebih komprehensif, karena tidak hanya melihat kondisi internal dan eksternal, tetapi juga tekanan persaingan industri yang dihadapi Pegadaian Syariah.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan pentingnya strategi kompetitif dalam menghadapi persaingan. Penelitian Pratiwi et al. (2025) menegaskan bahwa Pegadaian Syariah menghadapi tantangan persaingan yang tinggi, tetapi masih mampu bertahan melalui citra perusahaan yang kuat dan kepercayaan masyarakat. Sementara itu, studi Yusepa et al. (2024) menyoroti peran inovasi produk, kualitas pelayanan, harga yang kompetitif, dan digitalisasi sebagai pembentuk *competitive advantage*. Temuan tersebut memperkuat pentingnya strategi inovatif dalam mempertahankan daya Tarik investasi emas syariah.

Lebih spesifik, penelitian Olii (2024) secara khusus menemukan bahwa strategi biaya, diferensiasi, dan fokus menjadi kunci dalam menjaga daya saing. Temuan ini sangat relevan dengan penelitian ini karena objek kajian sama-sama terkait produk emas di Pegadaian Syariah. Sementara itu, penelitian Irawan (2017) menggunakan analisis SWOT pada Lembaga keuangan lain (BPR), yang meskipun berbeda konteks, tetapi memberikan kontribusi teoretis dalam memahami strategi kompetitif melalui diversifikasi produk.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keunggulan kompetitif investasi emas dari perspektif Pegadaian Syariah, dengan studi kasus pada Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor pembentuk keunggulan kompetitif, membandingkan strategi Pegadaian dengan kompetitornya, serta memberikan kontribusi teoritis pada literatur manajemen Syariah sekaligus masukan praktis bagi Lembaga keuangan Syariah di Indonesia.

2. KAJIAN TEORITIS

Keunggulan Kompetitif (Competitive Advantage)

Keunggulan kompetitif yang diperkenalkan oleh Porter (1985), merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan dengan pesaingnya dalam industri yang sama, sehingga dapat mempertahankan pangsa pasar yang tinggi dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar (Suprapto et al., 2023). Keunggulan kompetitif bukan hanya tentang menciptakan produk atau layanan yang lebih baik, tetapi juga tentang bagaimana perusahaan berinovasi, memahami kebutuhan konsumen, dan memberikan nilai yang unik (Yusepa et al., 2024). Sebuah perusahaan dinyatakan memiliki keunggulan kompetitif apabila memiliki keunggulan dibandingkan kompetitor dan mampu eksis di pasar (Retnowati & Kunci, 2021). Seperti keunikan produk, kualitas produk, harga bersaing, dan berhasil melakukan penghematan biaya lebih besar dibandingkan dengan kompetitornya (Lestari, 2019).

Analisis SWOT

Analisis SWOT yang memetakan nilai kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) serta kondisi eksternal (peluang dan ancaman) Pegadaian Syariah. Analisis SWOT dapat membantu suatu perusahaan merumuskan strategi apa yang hendak diterapkan melalui analisis lingkungan internal dan eksternal yang telah dilakukan sebelumnya, hal ini dapat dimanfaatkan suatu perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing (Irfandaru, 2019).

Porter's Five Forces

Porter's Five Forces ini untuk menganalisis tingkat persaingan dalam suatu industri dan mengidentifikasi posisi kompetitif suatu perusahaan melalui ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar, kekuatan tawar pemasok, dan persaingan antar perusahaan dalam industri (Pratiwi et al., 2025). Menurut Porter, hakikatnya persaingan suatu industri dapat dilihat atas lima kekuatan, yaitu persaingan antar perusahaan sejenis, kemungkinan masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk situasi, kekuatan tawar menawar *supplier*, kekuatan tawar menawar konsumen (Paskalino & Ronny, 2015).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan menggali secara mendalam faktor-faktor yang membentuk keunggulan kompetitif investasi emas syariah pada Pegadaian Syariah. Data primer diperoleh melalui wawancara semi- terstruktur dengan Kepala Cabang Pegadaian Syariah Blauran Surabaya, staf bagian pemasaran dan produk emas, serta beberapa nasabah tabungan emas dan cicil emas. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari laporan tahunan Pegadaian, publikasi resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan data World Gold Council, serta artikel ilmiah dan berita ekonomi yang relevan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, studi dokumentasi terhadap laporan dan brosur produk emas, serta observasi non-partisipan untuk memahami pola pelayanan di cabang. Analisis data mengikuti model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk memperkuat hasil, penelitian ini menggunakan kerangka analisis SWOT dalam memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman Pegadaian, serta Porter's Five Forces untuk menelaah intensitas persaingan dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) maupun *fintech* syariah.

Keabsahan data diperiksa dengan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber melalui perbandingan informasi dari pegawai, nasabah, dan dokumen, maupun triangulasi metode dengan mengombinasikan wawancara, dokumentasi, dan observasi. Selain itu, dilakukan juga *member check* dengan narasumber untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan kondisi di lapangan. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran

yang valid dan komprehensif mengenai strategi Pegadaian Syariah dalam membangun keunggulan kompetitif pada produk investasi emas syariah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pegadaian Syariah Cabang Blauran

Pegadaian syariah Cabang Blauran merupakan anak cabang dari PT Pegadaian (Persero), yang berlokasi di Jl. Kranggan No.80C, Bubutan, Kec. Bubutan, Surabaya. Cabang ini berdiri karena tuntutan pasar atas kebutuhan masyarakat akan layanan jasa gadai syariah, juga dalam rangka mencapai target omset yang ditentukan oleh KanWil Pegadaian Syariah (Nur, 2019).

Sebagai Lembaga keuangan milik negara, pegadaian syariah hadir dengan memegang empat nilai dasar, meliputi integritas, amanah, profesionalitas, dan kepatuhan syariah dalam layanan yang diberikan. Nilai-nilai inilah yang menjadi landasan utama dalam pengembangan produk yang ditawarkan kepada masyarakat.

Selain layanan pembiayaan berbasis gadai, pegadaian syariah Cabang Blauran juga mengembangkan produk khusus di sektor investasi emas syariah, yang menjadi fokus utama penelitian ini. Produk-produk tersebut dirancang untuk memberikan kesempatan bagi masyarakat luas agar dapat berinvestasi emas secara aman, terjangkau, dan sesuai prinsip syariah. Adapun produk yang ditawarkan, antara lain (Shaid, 2023):

- a. Tabungan Emas Syariah, yaitu layanan investasi dengan menabung dalam bentuk saldo emas mulai dari pecahan 0,01 gram. Produk ini menjadi favorit karena memberikan akses investasi yang inklusif, bahkan bagi masyarakat dengan modal terbatas. Tabungan emas juga dapat dicairkan dalam bentuk fisik emas batangan maupun saldo tabungan yang dijual kembali.
- b. Cicilan Emas Syariah, yaitu layanan penjualan emas batangan secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Dengan pilihan emas batangan mulai dari 0,5gram s.d. 1 kilogram. Melalui cicilan ini, masyarakat dapat merencanakan kepemilikan emas sebagai asset jangka Panjang tanpa harus membayar sekaligus dalam jumlah besar.
- c. Arisan Emas Syariah, yaitu layanan investasi emas batangan secara angsuran seperti cicilan emas, namun untuk kelompok arisan dengan anggota minimal 6 orang, kemudian diundi secara berkala. Skema ini menjadi alternatif menarik karena menggabungkan konsep kebersamaan sosial dengan tujuan investasi.

Layanan investasi emas ini didukung oleh aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) yang mempermudah nasabah melakukan transaksi pembelian, penjualan, dan *top up* tabungan emas secara online tanpa harus dating ke outlet pegadaian.

Berdasarkan hasil observasi, mayoritas nasabah Pegadaian Syariah Cabang Blauran berasal dari kalangan masyarakat menengah, pelaku UMKM, dan ibu rumah tangga yang membutuhkan sarana investasi yang aman dan sesuai syariah. Faktor utama yang mendorong mereka memilih pegadaian adalah kepercayaan terhadap Lembaga, kepatuhan syariah, serta kemudahan akses produk investasi.

Selain berperan sebagai penyedia layanan investasi emas, Pegadaian Syariah Cabang Blauran juga aktif dalam edukasi literasi keuangan syariah, baik melalui *canvassing*, sosialisasi langsung maupun media digital.

Analisis SWOT

Dalam penelitian ini digunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk memahami sejauh mana keunggulan kompetitif investasi emas syariah Pegadaian Syariah Cabang Blauran dapat dipertahankan dan ditingkatkan di tengah persaingan industri keuangan syariah, khususnya dengan keberadaan lembaga sejenis maupun institusi keuangan non-bank.

Strengths

Pegadaian Syariah Cabang Blauran memiliki kekuatan yang mendukung posisinya di sektor investasi emas. Faktor utama adalah tingkat kepercayaan masyarakat terhadap penerapan prinsip syariah, dengan akad yang jelas dan bebas dari riba. Kedua, status pegadaian sebagai Lembaga resmi milik BUMN yang sekarang sudah berada di bawah Danantara, dengan status yang jelas dan diawasi langsung oleh pemerintah. Hal ini membuat masyarakat lebih tenang karena keamanan dan kredibilitasnya terjamin.

Produk yang ditawarkan pegadaian juga bervariasi, seperti Tabungan Emas Syariah yang dapat dimulai dari Rp10.000 saja. Produk cicil emas, dengan tenor 3-36 bulan dengan cicilan flat.

Pegadaian juga punya keunggulan khusus lewat Galeri24, yaitu logam mulia produksi PT Pegadaian yang sudah bersertifikat resmi dengan kemurnian mencapai 99,99% atau 24 karat, sehingga kualitas dan keasliannya terjamin. Selisih harga jual dan beli juga lebih murah dengan proses *buyback* yang mudah dan transparan.

Selain itu, semua transaksi bias dilakukan dengan aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) yang memperkuat daya saing produk tersebut.

Weaknesses

Rendahnya literasi masyarakat mengenai investasi emas menyebabkan sebagian besar hanya memandang emas sebagai perhiasan, bukan *instrument* investasi jangka Panjang, juga anggapan kalau investasi itu ribet dan butuh modal besar.

Kedua, faktor ekonomi juga kerap menjadi kendala, masyarakat menunda investasi emas karena merasa butuh dana untuk kebutuhan sehari-hari, terutama saat harga emas naik, masyarakat cenderung menunda pembelian.

Opportunities

Peluang pengembangan investasi emas syariah berada pada momentum yang strategis. Pertama, terjadi lonjakan permintaan emas yang signifikan. Data menunjukkan pembiayaan cicil emas tumbuh hingga 135% *year on year* per Juli 2025, sementara jumlah nasabah cicil dan gadai meningkat 600 ribu nasabah dalam tiga tahun terakhir. Kondisi ini memperlihatkan tingginya minat masyarakat terhadap emas.

Kedua, tren harga emas yang naik drastis dalam kurun satu tahun yang melonjak hingga 50% dari 2024 ke 2025. Lonjakan ini memperkuat persepsi masyarakat terhadap emas sebagai aset jangka Panjang.

Ketiga, terdapat peningkatan minat dari segmen generasi muda, terlihat dari pertumbuhan cicil emas di BSI yang naik 177% dengan penambahan nasabah sebesar 81% hingga sekitar 336 ribu nasabah. Hal ini menegaskan bahwa generasi muda pasar potensial, tetapi juga motor penggerak dalam perkembangan investasi emas syariah ke depan.

Kombinasi faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa pegadaian syariah memiliki peluang besar untuk memperkuat daya saing melalui inovasi produk, penguatan layanan digital.

Threats

Pegadaian syariah juga menghadapi ancaman yang tidak ringan. Persaingan dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) semakin ketat, mengingat keduanya merupakan bank bullion dengan target pasar yang hampir sama dan produk-produknya ada yang tumpeng tindih, seperti tabungan emas dan cicilan emas. Kehadiran *fintech* emas dan *marketplace* digital yang menawarkan layanan serupa turut meningkatkan intensitas kompetisi. Selain itu, fluktuasi harga emas juga mempengaruhi minat dalam berinvestasi.

Analisis Porter's Five Forces

Ancaman Pendatang Baru

Munculnya platform digital dan lembaga keuangan syariah baru menjadi potensi ancaman bagi pegadaian syariah. Bank syariah Indonesia (BSI), misalnya, BSI menawarkan produk tabungan emas dengan segmen pasar yang serupa. *Fintech* emas juga menghadirkan

layanan dengan fitur-fitur digital yang mirip. Namun, kondisi ini tidak semata-mata menjadi hambatan, sebab meningkatnya jumlah pembelian turut memperluas kesadaran masyarakat terhadap investasi emas.

Daya Tawar Pemasok

Hubungan pegadaian dengan pemasok emas, seperti PT Antam dan PT Hartadinata Abadi, berlangsung baik dan stabil. Selain itu, pegadaian memiliki Galeri24 yang memasarkan logam mulia produksi internal, sehingga pasokan emas lebih terjamin dan proses buyback lebih mudah. Dengan kombinasi pemasok eksternal dan internal, daya tawar pemasok relative rendah karena pegadaian memiliki kendali yang cukup atas ketersediaan emas.

Ancaman Produk Pengganti

Produk keuangan lain seperti deposito syariah, reksa dana syariah, sukuk ritel, hingga properti kecil-kecilan dapat menjadi alternatif bagi masyarakat dalam berinvestasi. Meski demikian emas tetap memiliki keunggulan sebagai asset yang likuid, dapat dimulai dari nominal kecil, dan dianggap sebagai *safe haven* di tengah setidakstabilan ekonomi.

Ancaman produk substitusi memang ada, tetapi pegadaian berusaha menjaga daya Tarik emas dengan strategi promosi, fleksibilitas produk, serta layanan digital yang mempermudah transaksi.

Intesitas Persaingan Industri

Persaingan dalam industri investasi emas cukup tinggi. Pegadaian bersaing dengan bank syariah seperti BSI yang memiliki reputasi perbankan kuat, serta *took* emas konvensional yang menawarkan kepemilikan langsung. Namun, pegadaian unggul dalam aspek keamanan penyimpanan, kemudahan akses, serta investasi nominal kecil mulai dari Rp10.000.

Daya Tawar Pembeli

Nasabah memiliki daya tawar yang besar karena banyaknya alternatif investasi emas. Tuntutan mereka terhadap biaya layanan rendah, harga transparan, dan proses yang cepat mendorong pegadaian untuk berinovasi. Respons yang dilakukan meliputi promo berkala, transparansi harga emas harian di outlet maupun di aplikasi, serta pencepatan layanan melalui aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS). Aspirasi nasabah juga mempengaruhi inovasi produk, seperti lahirnya tabungan emas mulai Rp10.000 dan cicilan flat, yang menyesuaikan kebutuhan mereka.

Strategi Keunggulan Kompetitif

a. Strategi Diferensiasi Layanan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi bahwa Pegadaian Syariah Cabang Blauran telah melakukan diferensiasi layanan melalui pemanfaatan aplikasi Pegadaian

Syariah Digital Service (PSDS). Aplikasi ini memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi tabungan emas, cicilan emas, maupun layanan gadai tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Pegadaian Syariah Cabang Blauran juga melakukan edukasi literasi keuangan syariah, seperti kegiatan “literasi” baik literasi visual, literasi lisan, maupun literasi cetakan yang dilakukan dengan bekerja sama dengan beberapa lembaga lain seperti perguruan tinggi, sekolah, bank sampah, perusahaan, dan lain-lain.

Meskipun layanan digital telah tersedia, penulis merekomendasikan diferensiasi yang lebih kuat melalui pemberian edukasi penggunaan aplikasi PSDS. Berdasarkan observasi penulis, masih banyak nasabah yang belum memahami secara optimal fitur-fitur yang tersedia di aplikasi PSDS meskipun telah mengunduhnya, sehingga diperlukan pemberian edukasi intensif mengenai penggunaan aplikasi PSDS melalui media sosial, tutorial video, maupun pendampingan langsung di outlet. Dengan langkah ini, nasabah tidak hanya memiliki aplikasi, tetapi juga mampu memanfaatkannya secara maksimal untuk mendukung aktivitas keuangan syariah mereka.

b. Strategi Fokus Pasar

Pegadaian Syariah Cabang Blauran dalam praktiknya tidak membatasi target pasar pada segmen tertentu, melainkan terbuka untuk seluruh lapisan masyarakat. Produk tabungan emas syariah, misalnya, dapat diakses dengan setoran awal yang rendah, sehingga menjangkau masyarakat dari berbagai tingkat ekonomi, mulai dari kalangan bawah hingga menengah. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pegadaian syariah berupaya menjaga inklusivitas agar investasi emas syariah dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis, penulis merekomendasikan agar pegadaian tetap mempertahankan strategi pasar yang luas dan inklusif, tetapi sekaligus memperkuat pendekatan berbasis edukasi kepada kelompok masyarakat yang belum *familiar* dengan investasi emas. Edukasi ini penting agar masyarakat yang selama ini belum tersentuh produk keuangan syariah memiliki pemahaman yang memadai dan terdorong untuk menjadi nasabah. Dengan demikian, strategi fokus pasar tidak hanya menjangkau seluruh kalangan, tetapi juga memberikan penekanan pada inklusi keuangan syariah di tingkat lokal.

c. Strategi Efisiensi Biaya

Pegadaian Syariah Cabang Blauran menerapkan efisiensi biaya dengan menetapkan administrasi yang lebih rendah dibanding Lembaga lain. Contohnya, produk Tabungan Emas, memungkinkan nasabah menabung mulai dari 0,01 gram tanpa biaya titip

tahunan. Pegadaian juga secara berkala menawarkan program diskon dan promo pada *event* tertentu, seperti potongan biaya administrasi atau *cashback*, yang semakin meningkatkan daya Tarik produk di mata nasabah.

Meskipun demikian, penulis mencatat bahwa harga emas di Lembaga perbankan sering kali lebih rendah dibandingkan harga emas yang ditawarkan Pegadaian. Oleh karena itu, perlu dilakukan peninjauan ulang mekanisme penetapan harga emas dengan mempertimbangkan efisiensi rantai pasok dan optimalisasi digitalisasi operasional.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pertama, Pegadaian Syariah memiliki keunggulan kompetitif yang bersumber dari kepercayaan masyarakat terhadap status kelembagaan sebagai BUMN di bawah Danantara, kepatuhan prinsip syariah yang konsisten, serta produk Galeri24 dengan sertifikasi kemurnian emas 99,99%. Produk investasi emas yang ditawarkan memiliki fleksibilitas tinggi dengan nominal terjangkau mulai dari Rp10.000, didukung oleh platform digital Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) yang memfasilitasi kemudahan transaksi.

Kedua, analisis SWOT menunjukkan bahwa meskipun Pegadaian Syariah menghadapi kelemahan berupa rendahnya literasi masyarakat tentang investasi emas dan keterbatasan ekonomi nasabah, namun terdapat peluang signifikan dari lonjakan permintaan emas yang tumbuh 135% *year on year*, kenaikan harga emas hingga 50% dalam setahun, dan meningkatnya minat generasi muda terhadap investasi emas. Ancaman utama berasal dari intensitas persaingan dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) dan *fintech* emas yang menawarkan layanan serupa, serta fluktuasi harga emas yang mempengaruhi daya beli masyarakat.

Ketiga, berdasarkan analisis Porter's Five Forces, intensitas persaingan dalam industri investasi emas syariah tergolong tinggi dengan ancaman pendatang baru yang moderat, daya tawar pemasok yang rendah berkat integrasi vertikal melalui Galeri24, ancaman produk substitusi yang relatif terkendali, serta daya tawar pembeli yang tinggi. Kondisi ini menuntut Pegadaian Syariah untuk terus berinovasi dalam layanan dan produk.

Keempat, strategi keunggulan kompetitif yang diterapkan meliputi diferensiasi layanan melalui digitalisasi PSDS dan edukasi literasi keuangan syariah, fokus pasar yang inklusif untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat, serta efisiensi biaya dengan meminimalkan biaya administrasi dan penawaran program promosi berkala. Namun demikian, diperlukan optimalisasi strategi melalui intensifikasi edukasi penggunaan aplikasi PSDS, penguatan pendekatan berbasis edukasi kepada masyarakat yang belum familiar dengan investasi emas,

dan peninjauan mekanisme penetapan harga emas agar lebih kompetitif dengan lembaga perbankan.

DAFTAR REFERENSI

- Apriani, R. (2025). Strategi pemasaran cicil emas dan tabungan emas sebagai produk unggulan di lembaga keuangan syari'ah. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 68–94. <https://doi.org/10.69768/ji.v4i1.76>
- Irawan, M. R. (2017). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif pada PD. BPR. Bank Daerah Lamongan. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(1), 40–56. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v2i1.17>
- Irfandanu, D. D. (2019). Analisis strategi bersaing menggunakan Porter's Five Forces Model, pastel, dan SWOT pada toko oleh-oleh aneka rasa Bandar Lampung. *Universitas Lampung*.
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen inovasi: Upaya meraih keunggulan kompetitif*. UB Press.
- Lombo, C. A., Lopian, S. L. H. V. J., Raintung, M. C., Analisis, P., Mempengaruhi, F. Y., Manajemen, J., & Bisnis, F. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung emas di PT. Pegadaian Cabang Paal 2 Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 757–766. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46039>
- Nur, F. S. (2019). Tinjauan hukum Islam dan Fatwa DSN-MUI nomor 92 tahun 2014 terhadap praktik produk amanah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Olia, I. A. C. (2024). Strategi kompetitif Pegadaian Syariah dalam mempertahankan produk gadai emas (studi kasus pada Pegadaian Syariah Cabang Istiqlal Manado).
- Paskalino, J. F., & Ronny, M. (2015). Analisis strategi bersaing pada perusahaan plastik dengan Porter Five Forces. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 736–741.
- Pratiwi, R. S., Aizza, D., Saputro, D., & Shafrani, Y. S. (2025). Analisis kompetitif Pegadaian Syariah Purwokerto menggunakan metode Porter's Five Forces strategi pemasaran produk gadai tabungan emas. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(2). <https://doi.org/10.58192/profit.v4i2.3349>
- Retnowati, E., & Kunci, K. (2021). Pengaruh pencapaian kepuasan konsumen rumah makan berdasarkan kesan kualitas produksi dan harga. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 1381–1389.
- Shaid, N. J. (2023). Mengenal jenis-jenis produk Pegadaian Syariah. *Kompas.com*.
- Suprapto, Y., Yovanka, K., & Vincent, T. (2023). Analisis strategi pemasaran global (global marketing) perusahaan McDonald's di pasar Indonesia. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 169–177.
- Yusepa, W., Kamilawati, A., Agesti, P. T., & Sanjaya, V. F. (2024). Peran competitive advantage dalam menarik konsumen di pasar lokal (studi pada Topshop Bandar Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1, 29–40.
- Zahidah, I. (2025). Bullion Bank resmi hadir di Indonesia, Pegadaian dan BSI jadi pelopor bank emas! *TAX CENTRE Universitas Indonesia*.

Zainuddin, M., & Mutaqin, A. (2025). Konvergensi finansial syariah: Sinergi emas, inklusi digital, dan ketahanan sosial-ekonomi dalam praktik Pegadaian Syariah. *Al-Muhasib*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.30162/al-muhasib.v5i1.2233>