

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap negara harus memberikan bantuan kepada masyarakatnya dalam semua aspek kehidupan mereka. Mereka yang bertanggung jawab atas kesejahteraan masyarakat harus terus berupaya meningkatkan kemakmuran masyarakat melalui berbagai metode. Sektor ekonomi atau keuangan masyarakat suatu negara termasuk penting. Di Indonesia, mereka membutuhkan sistem untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, seperti pinjam meminjam, utang piutang, gadai, dan sebagainya. Dalam hal gadai, telah hadir Lembaga Keuangan Non Bank yaitu Pegadaian di Indonesia (Wahyuningsih et al., 2024).

Dengan adanya perkembangan zaman, kebutuhan berkembang menjadi keinginan untuk mengkonsumsi suatu produk dengan karakteristik tertentu. Munculnya keinginan ini akan menghasilkan permintaan khusus untuk produk tersebut. Seseorang dalam menciptakan keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa, mereka akan mempertimbangkan nilai dan kepuasan yang akan mereka peroleh. Jika mereka akan hal itu, mereka akan melakukan pertukaran dan transaksi jual beli barang dan jasa (Котлер et al., 2023).

Di Indonesia saat ini, sering terjadi situasi di mana masyarakat hanya memiliki harta dalam bentuk uang tunai, tetapi juga membutuhkan dana tunai. Saat ini, peran Pegadaian bermula. Orang-orang dapat menggadaikan barang berharga mereka ke Pegadaian dan menerima pinjaman yang mereka butuhkan. Lembaga Pegadaian berusaha untuk mengubah cara orang melihat gadai dan membuat gadai lebih akrab dengan masyarakat (Wahyuningsih et al., 2024).

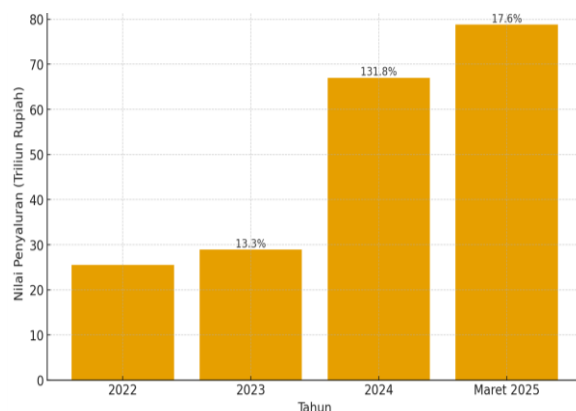
Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon merupakan salah satu cabang Pegadaian Syariah yang menjalankan operasionalnya secara syariah. Salah satu produk pembiayaan pada Pegadaian Syariah adalah gadai emas dengan akad Rahn. Gadai didefinisikan sebagai utang piutang dengan memberikan barang jaminan kepada penerima gadai oleh penggadai untuk menjamin bahwa penggadai akan dapat membayar hutangnya. Jika penggadai tidak dapat melakukannya, barang jaminan tersebut akan dilelang untuk melunasi utang. Barang jaminan ini menunjukkan bahwa pihak kreditur percaya pada debitur (Wahyuningsih et al., 2024).

Pegadaian Syariah berbeda dengan jenis pembiayaan konvensional lainnya karena fokus mereka pada hal-hal sosial dan kemakmuran masyarakat. Produk seperti gadai emas (Rahn) membantu masyarakat memperoleh dana secara cepat dan melindungi kemampuan pembayaran konsumen dari risiko yang memberatkan. Sebaliknya Pegadaian Syariah mendorong pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan menyediakan pembiayaan untuk digunakan sebagai modal usaha. Ini sejalan dengan tujuan pemberdayaan ekonomi masyarakat yaitu meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan, baik ekonomi maupun sosial (Rizky & Winario, 2024).

Meskipun Pegadaian Syariah sudah ada di banyak tempat, masih terdapat beberapa kendala yang menghalangi orang untuk mengakses layanan ini, seperti kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk-produk syariah serta adanya masyarakat yang percaya bahwa layanan Pegadaian Syariah hanya untuk pembiayaan darurat (Rizky & Winario, 2024).

Produk gadai emas adalah produk yang dibiayai jaminan berupa emas sebagai alternatif likuiditas cepat. Emas adalah instrumen investasi yang populer dan dapat diandalkan dari waktu ke waktu, dan sebagai aset berharga, ia juga merupakan alat investasi yang baik. Namun, logam berharga ini dikenal sebagai tempat perlindungan (Rizky & Winario, 2024). Produk gadai emas memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh dana tunai tanpa harus menjual aset emas yang dimiliki. Tingginya permintaan terhadap produk ini membuatnya menjadi sumber pendapatan utama bagi Pegadaian Syariah, bahkan kontribusinya terhadap profitabilitas perusahaan cukup signifikan. Hal ini terlihat dari peningkatan pendapatan ujah (biaya sewa tempat penyimpanan emas) yang menjadi salah satu indikator keberhasilan kinerja keuangan perusahaan (MBA, Especialistas en finanzas, 2020).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON



Sumber: Laporan Pegadaian

Minat masyarakat dalam memanfaatkan produk gadai di Pegadaian pun terbilang cukup tinggi. Hal ini dari pertumbuhan tahunan penyaluran pinjaman gadai pada tahun 2023, yang mencatat penyaluran pinjaman gadai syariah senilai Rp 28,9 T. Angka tersebut tumbuh secara tahunan dibandingkan periode yang sama pada tahun 2022 senilai Rp 25,5 T. Pada tahun 2024, mencapai Rp 67 T karena didorong oleh kenaikan harga emas dan kebutuhan masyarakat yang meningkat, menghasilkan peningkatan yang signifikan dan stabilitas bisnis yang baik. Hingga pada Maret 2025, komposisi gadai emas mencapai 86% atau senilai Rp 78,8 T dari total pembiayaan (MBA, Especialistas en finanzas, 2020).

Hal ini terbukti di semester I-2025, PT Pegadaian mengantongi laba bersih sebesar 3,58 T. Capaian ini naik, dibandingkan periode sama tahun lalu yang sebesar 2,9 T. Direktur Utama Pegadaian Damar Latri Setiawan mengatakan, kinerja laba itu didukung omzet per Juni 2025 yang mencapai Rp 121,1T dibandingkan omzet di Juni 2025 yang sebesar Rp 118 T. Kinerja tersebut ditopang oleh bisnis gadai, non-gadai, inovasi digital dan efisiensi proses bisnis (MBA, Especialistas en finanzas, 2020).

Pegadaian Syariah menghadapi berbagai fenomena selama operasinya, yang dapat membahayakan reputasi perusahaan. Laporan keuangan Pegadaian tahun 2024 menunjukkan bahwa gadai emas menyumbang 86% pembiayaan Pegadaian. Ini menunjukkan bahwa reputasi umum institusi sangat dipengaruhi oleh layanan gadai emas. Namun demikian, laporan survei kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa ada keluhan tentang ketidaksesuaian antara harga pasar emas dan nilai taksiran pegadaian,

yang dianggap merugikan pelanggan (Wahyuningsih et al., 2024). Selain itu, data OJK (2023) menunjukkan peningkatan pengaduan masyarakat terhadap lembaga keuangan berbasis gadai. Pengaduan ini terutama berkaitan dengan masalah pelayanan dan ketidakjelasan informasi biaya, yang dapat menimbulkan pandangan buruk tentang profesionalitas Pegadaian Syariah.

Namun, ada beberapa fenomena yang menunjukkan bahwa Pegadaian Syariah sangat rentan terhadap risiko reputasi meskipun pertumbuhannya yang cepat. Transformasi metode pengaduan masyarakat yang saat ini sebagian besar dilakukan melalui media sosial. Sebelum penjelasan resmi diberikan, keluhan pelanggan tentang layanan gadai, nilai taksiran emas, atau biaya ujah seringkali menjadi viral dalam waktu singkat. Sebuah masalah kecil dapat mengancam reputasi perusahaan karena media sosial memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi publik (Marlina, 2022).

Selain itu, perilaku masyarakat telah berubah, dan orang-orang menjadi kritis dan informatif. Nasabah sekarang dapat melihat harga emas di internet, membandingkan nilai taksiran antar lembaga, dan mencari ulasan layanan dengan cepat di internet. Kecurigaan dan ketidakpercayaan terhadap Pegadaian Syariah dapat muncul ketika ada perbedaan kecil antara ekspektasi dan kenyataan. Dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang keuangan, kualitas informasi menjadi penting bagi reputasi lembaga (Ningsih & Lestari, 2024).

Pegadaian Syariah juga menghadapi persaingan yang lebih besar dari Fintech Syariah yang menawarkan pembiayaan cepat dengan persyaratan mudah. Kehadiran Fintech memberi konsumen lebih banyak pilihan dibandingkan sebelumnya. Nasabah dapat dengan cepat beralih ke layanan Pegadaian yang bersaing jika reputasi Pegadaian mengalami masalah (Yuliani & Saparuddin, 2023). Karena persaingan ini, Pegadaian harus mempertahankan reputasinya sebagai pilihan utama masyarakat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON



Sumber: Sahabat Pegadaian.co.id

Tingginya ketergantungan masyarakat terhadap pergerakan harga emas. Transaksi dengan emas meningkat secara signifikan ketika harganya naik, sementara ketika harganya turun, nasabah mengeluh bahwa mereka merasa sulit untuk menebus barang tersebut. Meskipun penyebab utama kondisi pasar yang tidak dapat dikendalikan oleh Pegadaian, kondisi ini sering dipersepsikan sebagai masalah layanan.

Faktor lain yang mengancam reputasi adalah pemberitaan negatif di media dan media sosial tentang dugaan praktik yang melanggar syariah, seperti penetapan ujah yang dianggap sebagai bunga terselubung. Tidak cukup pengetahuan masyarakat tentang keuangan syariah menyebabkan kesalahpahaman ini menjadi lebih parah. Akibatnya, stigma bahwa pegadaian syariah tidak sepenuhnya berbeda dari pegadaian konvensional muncul (Rizky & Winario, 2024). Selain itu, jika Pegadaian Syariah tidak dapat mempertahankan kredibilitas dan inovasi layanan mereka, kepercayaan publik akan semakin terhambat oleh fluktuasi harga emas dan munculnya pesaing berbasis digital (*Fintech Lending*).

Namun demikian, reputasi Pegadaian Syariah tidak terpengaruh oleh berbagai kesulitan yang disebabkan oleh unsur-unsur dalam dan luar perusahaan. Beberapa pelanggan masih tidak puas dengan kualitas pelayanan. Layanan gadai emas masih mengalami permasalahan seperti proses pelayanan yang lambat, penjelasan yang kurang menyeluruh, dan ketidaktepatan prosedur. Tingkat pelayanan yang baik mempengaruhi reputasi lembaga keuangan syariah karena pelanggan menilai reputasi lembaga melalui pengalaman layanan yang alami secara langsung (Rahmawati & Prasetyo, 2022).

Terkait biaya ujah, nilai taksiran emas, banyak kesulitan pelanggan dalam

memahami perbedaan antara nilai taksiran Pegadaian dengan harga pasar emas. Salah satu faktor yang menyebabkan ketidakadilan persepsi adalah tidak memberikan transparansi informasi. Hal ini dapat menimbulkan risiko bagi lembaga keuangan syariah (Putri & Asnawi, 2023).

Dari sudut pandang operasional, pengawasan internal dan penerapan prosedur standar operasional (SOP) tidak sesuai. Pelanggaran pengendalian internal meningkatkan risiko operasional dapat menyebabkan risiko reputasi (Utami, 2022). Kesalahan penaksiran, kelalaian administrasi, serta kurangnya monitoring berpotensi menimbulkan keluhan nasabah.

Pegadaian telah meluncurkan layanan Pegadaian Digital Syariah/Tring, namun penggunaan layanan ini belum merata. Sebagian besar pelanggan masih memilih layanan tatap muka karena mereka belum terbiasa dengan teknologi. Tingkat literasi digital yang rendah dapat berdampak pada citra lembaga dan membuat orang percaya bahwa lembaga tersebut tidak inovatif atau modern (Saparuddin, 2023).

Persepsi konsumen juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti perubahan harga emas. Ketika harga emas berubah drastis, beberapa nasabah merasa nilai taksiran tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpercayaan. Intimidasi harga emas dapat meningkatkan risiko reputasi jika tidak diimbangi dengan komunikasi yang tepat pada nasabah (Ningsih & Lestari, 2024).

Strategi Pegadaian Syariah untuk menangani keluhan dan komunikasi masyarakat masih perlu dioptimalkan. Beberapa pelanggan merasa bahwa keluhan mereka tidak dijawab dengan cepat atau mereka tidak mendapatkan solusi yang memuaskan. Salah satu faktor yang menyebabkan reputasi lembaga keuangan melemah adalah penanganan keluhan yang lambat, terutama di era media sosial, dimana berita negatif dapat menyebar dengan cepat (Marlina, 2022).

Dengan semakin ketatnya kompetisi dan meningkatnya sensitivitas publik terhadap isu reputasi, diperlukan penerapan manajemen risiko reputasi yang komprehensif. Hal ini bertujuan untuk menjaga kepercayaan masyarakat, memperkuat loyalitas nasabah, dan memastikan keberlanjutan Pegadaian Syariah sebagai lembaga keuangan syariah yang terpercaya dan kompetitif di era digital.

Namun, meskipun produk gadai emas menjadi kontributor terbesar, tetap diperlukan

analisis mendalam mengenai seberapa besar kontribusi produk tersebut terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini penting untuk memastikan keberlanjutan bisnis Pegadaian Syariah dalam menghadapi persaingan industri keuangan, baik dari lembaga perbankan maupun fintech yang mulai menawarkan produk serupa.

Gadai emas syariah biasanya seperti bisnis biasa, yaitu menyimpan barang untuk mendapatkan uang. Pemasaran sangat penting untuk peta bisnis sebuah perusahaan dan berkontribusi pada rencana produk perusahaan. Salah satu komponennya adalah pemasaran. Utama dalam pengembangan dan penjualan produk, strategi yang tepat sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Ini penting karena berhadapan dengan persaingan pasar yang ketat antara lembaga keuangan lainnya, yang membutuhkan sifat yang baik, disiplin, dan ulet dalam pemasaran (Saleh, 2022).

Sejumlah masalah harus diselesaikan. Salah satunya adalah menentukan penilaian emas yang tepat, yang merupakan dasar dari seluruh proses gadai. Penilaian yang terlalu tinggi dapat mengekspos Pegadaian Syariah terhadap risiko memiliki nilai riil yang tidak seimbang dengan jaminan, sedangkan penilaian yang terlalu rendah dapat menyulitkan nasabah untuk mendapatkan nilai yang wajar (Asnawir et al., 2023).

Beberapa hambatan untuk menerapkan strategi ini termasuk ketidakcocokan antara departemen manajemen risiko dan departemen penilaian, yang tidak berfungsi dengan baik, dan perubahan harga emas yang dapat terjadi dengan cepat. Untuk memungkinkan penilaian emas yang akurat dalam waktu singkat, diperlukan peningkatan pelatihan karyawan. Selain itu, pemantauan pasar yang lebih ketat dan integrasi teknologi dapat membantu mengantisipasi fluktuasi nilai emas. Selain itu, peningkatan koordinasi antar departemen dapat mengurangi risiko operasional secara keseluruhan (Asnawir et al., 2023).

Namun, setiap pinjaman, termasuk pembiayaan gadai emas, pasti memiliki risiko. Jumlah risiko yang akan dihadapi disebabkan oleh tingginya minat masyarakat terhadap gadai emas di Pegadaian Syariah. Karena kekurangan informasi dan analisis, risiko adalah suatu hal yang tidak pasti terjadi. Ketidakpastian yang menghasilkan kemungkinan menguntungkan disebut peluang (*Opportunity*), sedangkan ketidakpastian yang mengakibatkan kerugian disebut resiko (*Risk*). Meskipun risiko tidak dapat dihindari, ada cara untuk mengelola dan mengendalikannya (MBA, Especialistas en

finanzas, 2020).

Untuk bertahan dalam lingkungan bisnis yang penuh persaingan, perusahaan di Indonesia harus memperkuat strategi pemasaran mereka, karena dunia pemasaran semakin berkembang, yang mengakibatkan peningkatan persaingan. Sebuah perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menguasai pasar dengan menggunakan produk yang telah mereka produksi (Saleh, 2022).

Padahal, reputasi adalah keseluruhan kualitas dan sifat sebagaimana dilihat atau dinilai oleh masyarakat umum. Dengan kata lain, reputasi suatu entitas, seperti organisasi, tidak hanya bergantung pada perilaku atau kinerjanya sendiri; itu juga bergantung pada sekumpulan kriteria yang menjadi pertimbangan evaluasi sosial, yaitu bagaimana masyarakat menilai kualitas dan sifat tersebut (Dominicus Savio Priyarsono, 2021). Reputasi yang buruk dapat menghilangkan kepercayaan masyarakat, loyalitas nasabah, dan profitabilitas perusahaan secara keseluruhan. Faktor-faktor seperti perubahan harga emas, kesalahan dalam penilaian jaminan, dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang gadai emas syariah dapat menimbulkan risiko reputasi. Semakin ketatnya persaingan industri keuangan, baik dari bank maupun perusahaan yang menawarkan produk serupa, menuntut pegadaian syariah untuk menjaga citra dan kepercayaan publik (Purwanto & Wuryandari, 2024).

Penelitian tentang produk gadai emas (Rahn) di Pegadaian Syariah telah berfokus pada profitabilitas, strategi pemasaran, dan kinerja keuangan perusahaan. Misalnya, penelitian (Rizky & Winario, 2024) menekankan peran Pegadaian Syariah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pembiayaan rahn, dan penelitian (Asnawir et al., 2023) mempelajari risiko operasional yang terkait dengan proses penaksiran emas. Penelitian (Purwanto & Wuryandari, 2024) menekankan pentingnya reputasi lembaga syariah dalam membangun kepercayaan nasabah, tetapi belum mengkaji secara khusus penerapan manajemen risiko reputasi pada produk rahn.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki posisi yang penting karena berusaha memfokuskan penelitian sebelumnya pada **“Analisis Penerapan Manajemen Risiko Reputasi Terhadap Produk Gadai Emas (Rahn) di Pegadaian Syariah Kcp Cipto Cirebon”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Masih Terdapat Keluhan Nasabah Terkait Kualitas Pelayanan

Persepsi dan reputasi lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Jika layanan Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon lambat, tidak ramah, atau tidak konsisten dapat menyebabkan penurunan kepercayaan nasabah. Kegagalan dalam layanan meningkatkan risiko reputasi, mengingat lembaga keuangan sangat bergantung pada kepercayaan publik (Nguyen & Leblanc, 2020). Persepsi negatif dapat menyebar melalui komunikasi pelanggan dan media digital, sehingga penanganan keluhan lambat dapat memperburuk risiko reputasi (Khamis & Elali, 2022).

2. Transparansi Informasi Mengenai Biaya (Ujrah) Dan Nilai Taksiran Emas Belum Optimal

Transparansi informasi adalah kunci untuk produk berbasis aset seperti gadai emas, karena ketidakjelasan tentang mekanisme perhitungan, nilai taksiran emas, dan biaya ujrah dapat menyebabkan persepsi ketidakadilan di kalangan nasabah. Ketidaktransparan dalam produk keuangan syariah dapat mengurangi kepercayaan, bertentangan dengan prinsip keterbukaan dan keadilan, serta dapat merusak reputasi lembaga meskipun prosedur operasional sudah sesuai dengan peraturan internal (Al-Homaidi et al., 2021).

3. Pengawasan Internal Dan Pelaksanaan SOP Belum Konsisten

Sumber utama risiko reputasi lembaga keuangan adalah pengawasan internal yang lemah dan penerapan SOP yang tidak konsisten. Kesalahan operasional akibat kegagalan pengendalian internal langsung mempengaruhi persepsi masyarakat. Di Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon ketidakkonsistenan dalam pencatatan administrasi, penaksiran, dan pelayanan dapat mengurangi persepsi profesionalisme dan merusak reputasi lembaga (Power et al., 2020).

4. Pemanfaatan Layanan Digital Belum Maksimal

Dengan berkembangnya teknologi digital, lembaga keuangan harus beradaptasi untuk menawarkan layanan yang cepat, mudah, dan transparan. Ketidaksesuaian antara harapan nasabah dan kualitas layanan dapat terjadi jika layanan digital tidak dimanfaatkan secara optimal, yang dapat mengakibatkan kegagalan dalam transformasi digital. Ini dapat mempengaruhi efisiensi operasional dan reputasi lembaga karena ketidakpuasan nasabah. Di Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon, tantangan dalam menjaga reputasi layanan rahn termasuk terbatasnya pengetahuan nasabah tentang digitalisasi dan kurangnya pemanfaatan aplikasi digital (Vial, 2021).

5. Fluktuasi Harga Emas Sering Mempengaruhi Persepsi Nasabah Terhadap Keadilan Taksiran

Dinamika harga emas global sangat mempengaruhi produk gadai emas, dimana perubahan harga dapat mempengaruhi nilai taksiran dan kemampuan nasabah untuk membayar gadai. Fluktuasi harga emas menciptakan persepsi risiko bagi nasabah, sehingga ketika harga emas turun, nasabah Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon cenderung merasa dirugikan. Jika tidak dikelola dengan komunikasi yang baik, hal ini dapat menyebabkan keluhan dan berdampak negatif pada reputasi lembaga (Baur & Smales, 2020).

6. Strategi Komunikasi Dan Penanganan Keluhan Belum Sepenuhnya Efektif

Reputasi lembaga sangat dipengaruhi oleh cara menangani keluhan nasabah. Penanganan yang lambat atau tidak transparan dapat memperburuk reputasi, apalagi di era media sosial. Oleh karena itu, untuk mempertahankan kepercayaan nasabah, Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon perlu memiliki sistem penanganan keluhan yang responsif, tercatat, dan berdasarkan bukti (Coombs & Holladay, 2021).

C. Pembatasan Masalah

1. Fokus penelitian pada manajemen risiko reputasi, tidak membahas risiko lain seperti risiko kredit, pasar, atau operasional.

2. Pembahasan hanya mencakup hal-hal yang berkaitan dengan usaha menjaga dan mengurangi risiko reputasi.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada sudut pandang internal Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon, tidak mencakup pendapat seluruh nasabah atau masyarakat luas.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan manajemen risiko reputasi pada produk gadai emas (rahn) di Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi risiko reputasi pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon?
3. Bagaimana Upaya Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon dalam mengurangi risiko reputasi agar kepercayaan nasabah tetap terjaga?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui penerapan manajemen risiko reputasi pada produk gadai emas (rahn) di Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon.
- b. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi risiko reputasi pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon.
- c. Untuk mengetahui upaya Pegadaian Syariah KCP Cipto Cirebon dalam mengurangi risiko reputasi agar kepercayaan nasabah tetap terjaga.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada kemajuan penelitian, khususnya di bidang manajemen risiko dan perbankan syariah. Hasilnya dapat memperkaya literatur tentang penerapan manajemen risiko reputasi pada produk gadai emas dan menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut tentang subjek serupa.

b. Secara Praktis

1) Bagi Pihak Pegadaian Syariah

Hasil penelitian dapat menjadi masukan dalam mengelola risiko reputasi sehingga dapat menjaga kepercayaan nasabah dan meningkatkan kualitas pelayanan.

2) Bagi Praktisi

Penelitian ini dapat memberikan gambaran nyata tentang strategi penerapan manajemen risiko reputasi yang bisa dijadikan acuan dalam praktik kerja sehari-hari.

3) Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi sarana untuk menambah wawasan, melatih kemampuan analisis, serta mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan.

4) Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat memperkaya referensi dalam bidang manajemen risiko dan perbankan syariah, sekaligus membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut terkait topik serupa.

c. Secara Kebijakan

Secara kebijakan, penelitian ini dapat membantu manajemen Pegadaian Syariah merumuskan strategi dan kebijakan yang lebih baik untuk meminimalkan risiko reputasi. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi untuk penyusunan regulasi internal yang meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan citra perusahaan, dan mempertahankan kepercayaan nasabah dalam industri keuangan yang semakin kompetitif.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai struktur dan alur pembahasan penelitian, sehingga memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian yang disajikan. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah:

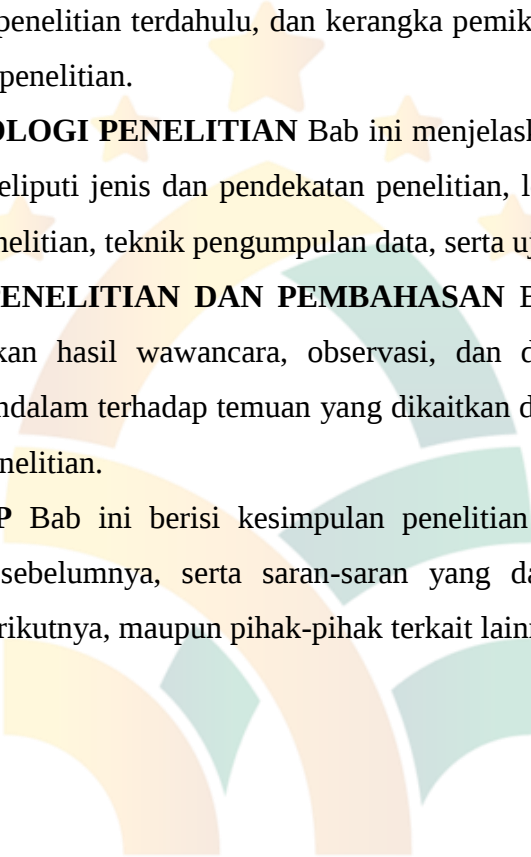
BAB I PENDAHULUAN Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II KAJIAN TEORI Bab ini berisi penjelasan teori-teori yang relevan dengan penelitian, memuat penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang menjadi landasan dalam menganalisis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, serta uji keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Bab ini menyajikan temuan penelitian berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Bab ini juga memuat analisis mendalam terhadap temuan yang dikaitkan dengan teori serta menjawab rumusan masalah penelitian.

BAB V PENUTUP Bab ini berisi kesimpulan penelitian yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang dapat diberikan baik untuk lembaga, peneliti berikutnya, maupun pihak-pihak terkait lainnya.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON