

Analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi digital dan diversifikasi bisnis PT Pegadaian (Persero) dalam meningkatkan keunggulan kompetitif di era transformasi keuangan

Irene Hevy Octavia

Program Studi Perbankan Syari'ah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: ireneoctaviaaa284@gmail.com

Kata Kunci:

Analisis SWOT; strategi bisnis; digitalisasi layanan; diversifikasi produk; pegadaian

Keywords:

SWOT analysis; business strategy; service digitalization; product diversification; pawnshops

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis penerapan analisis SWOT sebagai dasar dalam merumuskan strategi bisnis PT Pegadaian (Persero) di tengah persaingan industri keuangan modern. Fokus kajian diarahkan pada penerapan strategi digital dan diversifikasi usaha melalui Pegadaian Digital Service (PDS) sebagai inovasi untuk memperkuat daya saing dan ketahanan perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library research) dengan mengacu pada berbagai jurnal ilmiah dan penelitian terdahulu yang relevan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Pegadaian memiliki kekuatan utama pada inovasi digital, reputasi merek, dan dukungan pemerintah, namun masih menghadapi kelemahan seperti keterbatasan sistem dan literasi digital nasabah. Peluang muncul dari peningkatan inklusi keuangan dan modernisasi teknologi, sedangkan ancaman berasal dari kemunculan fintech serta risiko keamanan siber. Berdasarkan hasil matriks SWOT, diperoleh empat alternatif strategi utama (SO, ST, WO, dan WT) yang dapat dijadikan dasar penguatan strategi bisnis Pegadaian untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

ABSTRACT

This study analyzes the application of SWOT analysis as a basis for formulating PT Pegadaian (Persero)'s business strategy amidst the competition in the modern financial industry. The study focuses on the implementation of digital strategies and business diversification through Pegadaian Digital Service (PDS) as an innovation to strengthen the company's competitiveness and resilience. This study uses a library research method with reference to various scientific journals and relevant previous research. The analysis results show that Pegadaian has key strengths in digital innovation, brand reputation, and government support, but still faces weaknesses such as system limitations and customer digital literacy. Opportunities arise from increased financial inclusion and technological modernization, while threats come from the emergence of fintech and cybersecurity risks. Based on the results of the SWOT matrix, four main alternative strategies were obtained (SO, ST, WO, and WT) that can be used as a basis for strengthening Pegadaian's business strategy to achieve sustainable competitive advantage.

Pendahuluan

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah lanskap industri keuangan dan memicu persaingan ketat antar lembaga keuangan, baik bank maupun non-bank.



This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Inovasi *financial technology* (fintech) menghadirkan layanan yang lebih cepat, efisien, dan mudah diakses, terutama oleh generasi milenial. Kehadirannya mendorong lembaga keuangan konvensional untuk beradaptasi melalui strategi bisnis berbasis teknologi agar tetap kompetitif. PT Pegadaian (Persero) sebagai BUMN di sektor keuangan non-bank juga menghadapi tantangan serupa. Melalui sinergi dengan perkembangan fintech dan penerapan inovasi digital, Pegadaian berupaya mempertahankan daya saing, memperluas pasar, serta mendukung inklusi keuangan secara berkelanjutan (Wati et al., 2024).

Transformasi digital menjadi langkah strategis yang tidak dapat dihindari oleh Pegadaian dalam mempertahankan posisinya di tengah kemajuan fintech. Melalui inovasi layanan digital seperti Pegadaian Digital Service (PDS), perusahaan berupaya memberikan kemudahan akses layanan bagi masyarakat serta memperkuat perannya sebagai agen inklusi keuangan nasional. Namun, di sisi lain, perubahan cepat dalam industri keuangan juga menghadirkan risiko baru, baik dari sisi teknologi, keamanan data, maupun persaingan produk.

Dalam konteks tersebut, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan sebagai alat untuk menilai posisi strategis Pegadaian dengan mengidentifikasi kekuatan internal, kelemahan, peluang eksternal, serta ancaman yang dihadapi. Hasil dari analisis ini menjadi dasar dalam merumuskan strategi bisnis yang relevan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan menjaga ketahanan usaha, khususnya di era transformasi digital.

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode artikel ulasan karya ilmiah (*scientific review article*) dengan pendekatan studi pustaka (*library research*). Penulis menelaah berbagai literatur berupa jurnal ilmiah nasional, artikel penelitian terdahulu, dan buku akademik yang relevan dengan topik strategi bisnis, transformasi digital, serta manajemen keuangan non-bank. Pendekatan ini dilakukan secara sistematis dan kritis untuk mengevaluasi temuan, metodologi, serta relevansi setiap sumber terhadap pengembangan strategi Pegadaian.

Selain itu, digunakan pula pendekatan perbandingan, teoritis, dan historis untuk menilai kesamaan hasil penelitian, meninjau evolusi konsep SWOT, serta memahami kontribusinya terhadap peningkatan daya saing Pegadaian di era transformasi keuangan. Melalui kombinasi pendekatan tersebut, artikel ini diharapkan memberikan tinjauan komprehensif mengenai penerapan analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi digital dan diversifikasi bisnis Pegadaian guna mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Pembahasan

Gambaran Umum PT Pegadaian (Persero)

Teknologi keuangan (Fintech) telah mendorong transformasi besar di PT Pegadaian (Persero). Melalui inovasi digital, Pegadaian kini mampu menyediakan layanan yang lebih cepat, efisien, dan mudah diakses oleh masyarakat. Pemanfaatan teknologi seperti kecerdasan buatan, analisis data, dan aplikasi mobile telah mengubah

cara nasabah bertransaksi serta memperluas jangkauan layanan. Disrupsi digital juga membuat Pegadaian beralih dari model pelayanan konvensional di kantor cabang menuju sistem digital yang memungkinkan nasabah mengakses produk dan informasi secara praktis melalui smartphone (Sudarmanto et al., 2024). Dalam upaya mewujudkan visi tersebut, Pegadaian mengembangkan inovasi layanan berbasis digital bernama Pegadaian Digital Service (PDS). Layanan ini dihadirkan untuk memberikan kemudahan, memperluas akses publik terhadap produk-produk Pegadaian, serta mendukung akselerasi transformasi digital di sektor keuangan nasional (Karnawijaya & Rokhaniyah, 2021).

Pegadaian Digital Service (PDS) merupakan platform layanan keuangan digital berbasis web dan *mobile application* yang dirancang untuk mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai transaksi tanpa perlu datang langsung ke outlet Pegadaian. Melalui aplikasi ini, nasabah dapat melakukan pembiayaan, pembayaran, hingga memantau harga emas harian secara real-time (Kijang et al., 2025). Kendati demikian, dalam implementasinya, masih terdapat sejumlah kendala seperti gangguan teknis (error) dan keterbatasan integrasi sistem dengan mitra perbankan. Untuk mengatasi hal tersebut, Pegadaian melakukan peningkatan berkelanjutan melalui edukasi digital kepada nasabah, penguatan kerja sama strategis, serta pembaruan sistem aplikasi secara periodik. Berdasarkan pandangan Marshall B. Romney (2016), sistem merupakan rangkaian komponen yang saling berhubungan untuk mencapai suatu tujuan. Dalam konteks ini, PDS berperan sebagai sistem informasi terintegrasi yang meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses transaksi, serta memperkuat kualitas layanan kepada nasabah (Fachruzi, 2023).

Sebagai lembaga keuangan non-bank, Pegadaian terus memperkuat perannya dalam memberikan solusi keuangan inklusif, mendorong kesejahteraan masyarakat menengah ke bawah, serta mendukung program pemerintah dalam bidang ekonomi dan pembangunan nasional. Konsep gadai pada dasarnya merupakan hak seseorang atas barang yang dijadikan jaminan untuk melunasi suatu utang. Dalam praktiknya, pihak pemberi pinjaman memiliki hak prioritas untuk menerima pelunasan melalui penjualan barang jaminan apabila debitur gagal melunasi kewajibannya. PT Pegadaian sebagai lembaga gadai milik negara melakukan inovasi melalui digitalisasi layanan dengan menghadirkan Pegadaian Digital Service (PDS) sebagai bentuk transformasi sistem transaksi yang lebih modern. Melalui fitur-fitur seperti *Multi Payment Online* (MPO), layanan gadai, serta jual beli emas secara daring, Pegadaian berupaya menghadirkan pengalaman transaksi yang setara dengan pelayanan langsung di outlet. PDS menjadi solusi yang efisien dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern, sekaligus memperkuat posisi Pegadaian sebagai lembaga keuangan berbasis teknologi di era digital (Thufaillah et al., 2023).

Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Pegadaian Digital Service

Analisis lingkungan internal dan eksternal merupakan tahapan penting dalam penyusunan strategi bisnis. Analisis ini mencakup identifikasi empat komponen utama, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Faktor internal berfokus pada kemampuan organisasi dalam

mengevaluasi keunggulan dan keterbatasannya, sedangkan faktor eksternal menyoroti kondisi lingkungan yang dapat menciptakan peluang maupun risiko. Kekuatan perusahaan meliputi kompetensi sumber daya manusia, penguasaan teknologi, keterampilan manajerial, serta produk unggulan yang mampu memenuhi kebutuhan pasar dengan lebih baik dibandingkan pesaing. Sebaliknya, kelemahan mencakup keterbatasan sumber daya, inefisiensi proses, atau kurangnya inovasi yang dapat menghambat pencapaian kinerja optimal.

Peluang muncul dari dinamika lingkungan eksternal. Faktor-faktor tersebut membuka ruang bagi perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas dan memperluas jangkauan pasar. Sebaliknya, ancaman dapat timbul dari kondisi ekonomi global, meningkatnya kompetisi, maupun perubahan regulasi yang berpotensi menghambat kinerja. Untuk itu, analisis SWOT digunakan sebagai alat formulasi strategi yang komprehensif dengan menggabungkan empat pendekatan, yaitu Strategi SO (memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang), Strategi ST (menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman), Strategi WO (memanfaatkan peluang untuk memperbaiki kelemahan), serta Strategi WT (meminimalkan kelemahan guna menghindari ancaman)(Thufaillah et al., 2023).

Analisis Internal

Kekuatan utama Pegadaian Digital Service (PDS) terletak pada keberagaman fitur layanan yang inovatif, seperti fasilitas pembiayaan, pembelian emas, serta pembayaran *multi payment* secara online yang dirancang untuk memberikan kemudahan bertransaksi bagi nasabah (Thufaillah et al., 2023). Melalui program modernisasi sistem, aplikasi ini terus disempurnakan agar mampu memberikan pengalaman pengguna yang efisien, cepat, dan aman. Selain itu, Pegadaian memiliki tim profesional yang ahli dalam pengelolaan aplikasi dan pengembangan sistem digital. Dukungan komunikasi yang informatif, promosi menarik, serta proses transaksi yang sederhana menjadikan layanan ini semakin relevan dengan kebutuhan masyarakat di era digital.

Meskipun demikian, Pegadaian masih menghadapi beberapa kelemahan dalam penerapan layanan digital. Permasalahan seperti kurang lengkapnya data nasabah, gangguan jaringan, dan error sistem masih sering terjadi sehingga menghambat kenyamanan pengguna. Di sisi lain, masih banyak masyarakat yang belum memahami secara menyeluruh fungsi dan keunggulan aplikasi digital Pegadaian. Oleh karena itu, peningkatan performa aplikasi dan perluasan sosialisasi menjadi langkah penting untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna secara menyeluruh.

Analisis Eksternal

Dari sisi peluang, Pegadaian memiliki prospek yang cukup besar untuk memperkuat posisinya di pasar digital. Modernisasi sistem dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan mempercepat proses pelayanan kepada nasabah. Selain itu, kehadiran agen Pegadaian di berbagai daerah membantu memperluas jangkauan sosialisasi aplikasi digital, sementara status Pegadaian sebagai perusahaan BUMN turut meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap keamanan data dan layanan. Lebih jauh, perkembangan teknologi informasi juga membuka peluang pengembangan fitur

baru seperti *tabungan emas plus* yang menawarkan nilai tambah dan kemudahan bagi pengguna.

Namun demikian, ancaman tetap menjadi perhatian utama dalam pengelolaan bisnis digital. Munculnya pesaing dengan teknologi yang lebih canggih serta bertambahnya penyedia layanan keuangan non-bank menjadi tantangan besar bagi Pegadaian. Risiko keamanan siber (*cybercrime*) juga meningkat seiring dengan meningkatnya aktivitas transaksi digital. Selain itu, faktor eksternal seperti resesi global dapat berdampak pada fluktuasi nilai emas, suku bunga, serta stabilitas likuiditas perusahaan. Oleh sebab itu, Pegadaian perlu terus memperkuat sistem keamanan data dan menjaga cadangan likuiditas untuk memastikan operasional tetap stabil di tengah perubahan ekonomi global.

Perumusan Strategi

Untuk mengoptimalkan hasil analisis SWOT, Pegadaian merancang berbagai formulasi strategi. Strategi SO difokuskan pada pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal, seperti memperluas layanan digital dan memperkuat kompetensi SDM di bidang teknologi. Strategi ST digunakan untuk menghadapi ancaman dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki. Selanjutnya, strategi WO diarahkan untuk meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang, seperti memperluas sosialisasi edukatif dan meningkatkan inovasi produk. Sementara itu, strategi WT berfokus pada langkah protektif guna mengurangi risiko kelemahan melalui peningkatan efisiensi dan diversifikasi layanan yang berkelanjutan.

Matriks Analisis SWOT dan Formulasi Strategi

Matriks SWOT merupakan alat analisis strategis yang menggambarkan hasil kombinasi antara faktor internal dan eksternal perusahaan dalam satu kerangka matriks (Rangkuti, 2013, hlm. 64). Melalui analisis ini, organisasi dapat merumuskan strategi yang tepat dengan memadukan empat komponen utama, yaitu Strategi SO (Strengths-Opportunities), Strategi WO (Weaknesses-Opportunities), Strategi ST (Strengths-Threats), dan Strategi WT (Weaknesses-Threats) (Rangkuti, 2013, hlm. 66). Matriks tersebut disusun berdasarkan hasil identifikasi mendalam terhadap faktor internal—yang meliputi kekuatan dan kelemahan—serta faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Dengan demikian, analisis SWOT berfungsi sebagai dasar dalam menentukan arah kebijakan dan langkah strategis yang paling efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha (Suciana & Damayanti, 2020).

Analisis Internal

Strengths (Kekuatan), salah satu kekuatan utama PT Pegadaian (Persero) terletak pada fitur unggulan yang tersedia dalam Pegadaian Digital Service (PDS), seperti layanan pembiayaan, pembelian emas, serta fasilitas multi payment online yang mempermudah transaksi nasabah. Selain itu, proyek modernisasi digital yang dijalankan Pegadaian juga meningkatkan optimalisasi penggunaan aplikasi tersebut. Kemudahan bertransaksi kapan pun dan di mana pun menjadi nilai tambah yang memperkuat loyalitas pelanggan. Pegadaian juga didukung oleh tim ahli teknologi informasi yang

berkompeten, serta strategi komunikasi dan promosi yang menarik melalui berbagai kanal digital.

Weaknesses (Kelemahan), di sisi lain, Pegadaian masih menghadapi sejumlah kelemahan dalam penerapan layanan digitalnya. Salah satu kendala yang sering ditemui adalah keterbatasan data nasabah yang belum sepenuhnya lengkap, serta gangguan jaringan (error) yang dapat menghambat aktivitas transaksi. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap modernisasi layanan digital juga menjadi hambatan dalam perluasan penggunaan aplikasi. Selain itu, beberapa layanan masih mengharuskan nasabah datang langsung ke outlet, sehingga belum sepenuhnya efisien. Oleh karena itu, peningkatan performa dan fitur aplikasi menjadi hal penting untuk memastikan sistem lebih stabil, mudah diakses, dan user-friendly.

Analisis Eksternal

Opportunities (Peluang), transformasi digital membuka peluang besar bagi Pegadaian dalam meningkatkan efisiensi dan jangkauan layanan. Program modernisasi sistem transaksi mampu mempercepat proses layanan dan memperkuat kepercayaan masyarakat. Melalui sosialisasi dan edukasi yang dilakukan oleh agen Pegadaian di berbagai daerah, minat masyarakat untuk menggunakan layanan digital meningkat secara signifikan. Faktor lain yang menjadi keunggulan kompetitif adalah status Pegadaian sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memberikan rasa aman dan kepercayaan bagi nasabah. Selain itu, penerapan teknologi baru serta pengembangan fitur inovatif seperti Tabungan Emas Plus dinilai sebagai peluang strategis untuk memperluas basis nasabah dan meningkatkan pendapatan perusahaan (Gunawan et al., 2022).

Threats (Ancaman), di tengah pesatnya perkembangan industri keuangan digital, Pegadaian juga dihadapkan pada berbagai ancaman eksternal. Persaingan semakin ketat karena banyak penyedia layanan keuangan non-bank dan fintech yang memiliki teknologi lebih canggih dan fleksibel. Selain itu, risiko keamanan siber (cybercrime) menjadi ancaman serius bagi sistem berbasis digital yang menuntut penguatan perlindungan data nasabah. Faktor eksternal lain seperti resesi global juga dapat memengaruhi stabilitas ekonomi, termasuk fluktuasi harga emas, tingkat bunga, dan likuiditas perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada kinerja Pegadaian secara keseluruhan.

Strategi Formulasi SWOT

Strategi SO (Strengths-Opportunities), strategi ini dirancang untuk memanfaatkan kekuatan internal perusahaan guna merebut peluang eksternal yang ada. Pegadaian mengoptimalkan kekuatan pada fitur digital, pelayanan modern, serta sistem operasional yang efisien untuk meningkatkan jumlah nasabah dan memperluas pangsa pasar. Selain itu, perusahaan juga mendorong peningkatan kompetensi karyawan agar mampu menyesuaikan diri dengan teknologi baru dan meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Strategi WO (Weaknesses-Opportunities), Strategi ini berfokus pada upaya meminimalkan kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. PT

Pegadaian berupaya memperluas jenis layanan dengan menambah variasi produk pembiayaan, tidak hanya untuk barang bergerak tetapi juga agunan tidak bergerak, seperti properti. Langkah ini dilakukan agar perusahaan dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya tarik nasabah terhadap layanan Pegadaian.

Strategi ST (Strengths-Threats), strategi ini digunakan untuk menghadapiancaman eksternal dengan memanfaatkan kekuatan yang telah dimiliki perusahaan. Pegadaian berupaya meningkatkan keamanan sistem digital, memperbaiki tampilan (layout) aplikasi agar lebih interaktif, serta memperkuat kinerja karyawan melalui pelatihan yang berkelanjutan. Langkah-langkah tersebut bertujuan menjaga loyalitas pelanggan dan memastikan layanan tetap stabil meskipun di tengah ketatnya persaingan industri keuangan digital.

Strategi WT (Weaknesses-Threats), Strategi ini menekankan pada pendekatan defensif atau perlindungan, yaitu mengurangi kelemahan internal sambil mengantisipasi ancaman eksternal. Pegadaian berupaya menambahkan produk baru dan memperluas inovasi digital guna mempertahankan eksistensi perusahaan di tengah kompetisi yang semakin kompetitif. Dengan memperbaiki kualitas layanan digital dan meningkatkan kapabilitas SDM, Pegadaian berkomitmen untuk terus beradaptasi dan bertahan dalam lingkungan bisnis yang dinamis serta berisiko tinggi.

Strategi Bisnis Pegadaian di Era Digital

Strategi bisnis PT Pegadaian (Persero) di era digital menggambarkan implementasi strategi yang dirumuskan berdasarkan hasil analisis SWOT, yang mencakup tiga pilar utama yaitu digitalisasi, diversifikasi usaha, dan inovasi produk. Pengembangan strategi ini dipandang sebagai faktor kunci dalam mencapai keunggulan kompetitif, mengingat tidak ada satu pendekatan tunggal yang berlaku universal karena strategi sangat dipengaruhi oleh karakteristik dan fungsi masing-masing sektor bisnis (Kijang et al., 2025). Digitalisasi memberikan dampak besar terhadap lingkungan bisnis, cara operasional perusahaan, serta perilaku konsumen. Selain membuka peluang baru melalui efisiensi dan akses pasar yang lebih luas, digitalisasi juga mendorong perubahan model bisnis tradisional menjadi sistem yang lebih dinamis, berorientasi pelanggan, dan berbasis teknologi seluler.

Persaingan bisnis di era global semakin ketat, menuntut perusahaan untuk memiliki strategi yang adaptif dan berbasis teknologi. Sejalan dengan hal tersebut, PT Pegadaian (Persero) memperkuat posisinya di industri keuangan melalui penerapan berbagai strategi digital seperti mobile commerce, CRM, social media, dan multichannel strategy. Langkah ini bertujuan meningkatkan efisiensi internal, memperluas jangkauan pasar, serta menyesuaikan diri dengan perubahan disruptif di sektor keuangan. Pemanfaatan teknologi dan media sosial juga (Negeriaatam, 2013).

Dalam konteks pemasaran digital, Pegadaian menerapkan strategi digital marketing untuk mempromosikan produk dan layanannya melalui berbagai kanal digital, seperti optimasi mesin pencari (SEO), iklan online, dan media sosial. Strategi ini diperkuat dengan kampanye pemasaran agresif melalui berbagai platform digital,

termasuk promosi berbayar, kolaborasi dengan influencer, serta penyebaran konten interaktif untuk menarik perhatian publik (Fitriandita, 2025). Menghadapi persaingan pasar digital yang semakin ketat, Pegadaian berfokus pada peningkatan loyalitas pengguna dengan memperkuat kesadaran merek (*brand awareness*), mengoptimalkan pengalaman pengguna (*user experience*), serta menawarkan berbagai promosi dan insentif menarik. Pendekatan ini menjadikan Pegadaian lebih adaptif terhadap perubahan preferensi konsumen di era digital.

Selain fokus pada digitalisasi, Pegadaian juga menjalankan strategi diversifikasi usaha sebagai bagian dari upaya memperluas pangsa pasar dan meningkatkan sumber pendapatan (Swot et al., 2022). Jika dahulu Pegadaian dikenal sebagai lembaga gadai konvensional, kini perusahaan telah berkembang menjadi lembaga jasa keuangan modern dengan berbagai produk pembiayaan yang lebih variatif, seperti pembiayaan modal usaha, kendaraan bermotor, tabungan dan pembelian emas, serta pembiayaan ibadah haji dan umrah. Diversifikasi ini bertujuan untuk mengoptimalkan peluang pasar baru, menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin beragam, sekaligus mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk saja. Langkah tersebut menunjukkan kemampuan Pegadaian dalam beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah.

Dalam pelaksanaannya, Pegadaian menghadapi sejumlah tantangan eksternal dan internal yang memengaruhi efektivitas penerapan strategi. Dari sisi eksternal, Pegadaian harus bersaing dengan fintech dan koperasi yang menawarkan layanan keuangan serupa dengan pendekatan digital dan model bisnis yang lebih fleksibel. Sementara dari sisi internal, tantangan utama terletak pada kesiapan sumber daya manusia (SDM) serta kemampuan manajemen dalam mengelola proses perubahan (Alfarisi et al., 2025). Meskipun demikian, strategi diversifikasi terbukti mampu meningkatkan profitabilitas dan menjaga stabilitas keuangan jangka panjang, karena pendapatan perusahaan kini lebih tersebar di berbagai produk. Keberhasilan Pegadaian dalam menerapkan strategi digitalisasi dan diversifikasi usaha menegaskan bahwa inovasi berkelanjutan, digital marketing, serta optimalisasi layanan merupakan elemen penting dalam mempertahankan daya saing dan keberlanjutan bisnis di era transformasi digital (Alfarisi et al., 2025).

Digitalisasi Layanan (Pegadaian Digital Service - PDS)

Pegadaian Digital Service (PDS) merupakan bentuk inovasi digital yang dikembangkan oleh PT Pegadaian (Persero) melalui platform aplikasi mobile dan web, dengan tujuan mempermudah nasabah dalam mengakses berbagai produk dan layanan perusahaan secara cepat dan efisien. Kehadiran aplikasi ini menjadi langkah strategis Pegadaian dalam menjawab kebutuhan masyarakat modern yang mengutamakan kepraktisan, khususnya generasi milenial yang memiliki aktivitas tinggi dan keterbatasan waktu untuk datang langsung ke outlet. Selain itu, peluncuran PDS juga merupakan bagian dari upaya Pegadaian untuk meningkatkan daya saing di tingkat global serta memperkuat perannya dalam mendukung program inklusi keuangan nasional (SNKI) sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 82 Tahun 2016. Transformasi digital ini terbukti efektif, terlihat dari tingginya tingkat penggunaan aplikasi oleh kelompok usia produktif 20–35 tahun yang mendominasi pengguna layanan digital Pegadaian (Sari, 2019).

Transformasi dan inovasi bisnis saat ini banyak ditunjang oleh penerapan model bisnis digital (Setiani & Zainuddin, 2023). Pemanfaatan inovasi digital dan media sosial menjadi strategi penting bagi Pegadaian dalam memperkuat posisi bisnisnya di era transformasi keuangan modern. Media sosial berperan sebagai sarana komunikasi dan promosi yang efisien, karena mampu menjangkau masyarakat secara luas dengan biaya yang relatif rendah. Melalui strategi digital marketing, Pegadaian melakukan promosi produk dan layanan secara terintegrasi menggunakan berbagai kanal digital, seperti optimasi mesin pencari (SEO), iklan online, dan platform media sosial. Upaya ini diperkuat dengan penerapan kampanye pemasaran digital yang agresif, kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan awareness, serta pelaksanaan promosi interaktif di berbagai saluran digital. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan visibilitas merek Pegadaian, tetapi juga membangun hubungan yang lebih dekat dan responsif dengan konsumen di era digital.

Diversifikasi dan Ketahanan Usaha

Jika dahulu Pegadaian dikenal semata sebagai lembaga gadai konvensional, kini perusahaan telah berevolusi menjadi lembaga jasa keuangan modern dengan portofolio produk yang lebih beragam. Produk-produk tersebut meliputi pembiayaan modal usaha, kredit kendaraan bermotor, tabungan dan pembelian emas, hingga pembiayaan ibadah haji dan umrah. Strategi diversifikasi ini tidak hanya dimaksudkan untuk memperluas jangkauan layanan dan menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks, tetapi juga untuk mengurangi ketergantungan perusahaan terhadap satu jenis produk tertentu, sehingga menciptakan sumber pendapatan yang lebih stabil dan beragam.

Dalam proses penerapannya, Pegadaian menghadapi sejumlah tantangan strategis baik dari faktor eksternal maupun internal. Dari sisi eksternal, meningkatnya persaingan dengan perusahaan financial technology (fintech) dan lembaga koperasi menjadi tekanan tersendiri, mengingat mereka menawarkan produk keuangan yang serupa dengan pendekatan digital yang lebih fleksibel dan cepat. Sementara itu, secara internal, Pegadaian dituntut untuk memastikan kesiapan sumber daya manusia (SDM) dalam menghadapi perubahan teknologi serta menyesuaikan sistem manajemen agar mampu mengelola transformasi organisasi secara efektif. Meskipun menghadapi berbagai tantangan tersebut, strategi diversifikasi terbukti memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Pendapatan Pegadaian menjadi lebih terdistribusi di berbagai lini usaha, sehingga mampu memperkuat stabilitas finansial dan meningkatkan ketahanan perusahaan terhadap fluktuasi pasar.

Keberhasilan Pegadaian dalam menjalankan strategi digitalisasi, inovasi produk, dan diversifikasi usaha menunjukkan bahwa kemampuan berinovasi secara berkelanjutan merupakan faktor kunci dalam mempertahankan daya saing di era transformasi digital. Melalui penerapan strategi ini, Pegadaian berhasil memperkuat eksistensinya sebagai lembaga keuangan non-bank yang adaptif dan inovatif. Penggunaan digital marketing, optimalisasi layanan berbasis teknologi, serta peningkatan kualitas pengalaman nasabah menjadi elemen penting dalam mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Langkah-langkah strategis tersebut sekaligus mencerminkan komitmen Pegadaian untuk terus menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi, sehingga

perusahaan mampu menjaga keberlanjutan bisnis dan daya saing jangka panjang di tengah kompetisi industri keuangan yang semakin dinamis.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan analisis SWOT memberikan kontribusi penting dalam perumusan strategi digital dan diversifikasi bisnis PT Pegadaian (Persero) di era transformasi keuangan. Melalui identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, Pegadaian mampu merancang strategi bisnis yang adaptif terhadap perubahan lingkungan industri keuangan yang semakin kompetitif. Kekuatan utama perusahaan terletak pada inovasi digital, reputasi merek yang kuat, serta dukungan pemerintah yang menjadi modal dalam memperluas jangkauan layanan dan meningkatkan efisiensi operasional melalui program Pegadaian Digital Service (PDS).

Meskipun demikian, perusahaan masih menghadapi beberapa kelemahan seperti keterbatasan sistem aplikasi, rendahnya literasi digital sebagian nasabah, serta ketergantungan pada layanan fisik di beberapa produk. Pegadaian juga disarankan untuk memperluas kerja sama strategis dengan fintech maupun lembaga keuangan lainnya guna memperkaya inovasi produk dan memperkuat daya saing. Upaya edukasi literasi digital bagi nasabah perlu diperluas agar masyarakat lebih memahami manfaat serta cara penggunaan layanan digital Pegadaian. Di sisi lain, diversifikasi usaha berbasis teknologi, seperti pengembangan fitur tabungan emas premium dan pembiayaan mikro melalui platform digital, dapat menjadi langkah penting untuk meningkatkan pendapatan sekaligus memperluas segmen pasar.

Dengan demikian, transformasi digital dan diversifikasi usaha yang dijalankan Pegadaian tidak hanya menjadi bentuk adaptasi terhadap perubahan, tetapi juga strategi jangka panjang untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Alfarisi, A. A., Shafrani, Y. S., Putri, D. A. M., & Dewi, N. F. A. (2025). Analisis Strategi Diversifikasi Porduk di Pegadaian Purwokerto Menggunakan Metode General Electric. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 296–312. <Https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i1.3472>
- Fachruzi, A. S. (2023). Analisis Penerapan Sistem Informasi Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Memudahkan Nasabah Bertransaksi (Studi Kasus Pegadaian Unit Betun). HOAQ (High Education of Organization Archive Quality) : Jurnal Teknologi Informasi, 12(2), 52–62. <Https://doi.org/10.52972/hoaq.vol12no2.p52-62>
- Fitriandita, D. (2025). Strategi Perusahaan Dalam Memanfaatkan Fitur Aplikasi Digital Guna Menghadapi Persaingan Pemasaran Produk Tabungan Emas Pada Pt. Pegadaian Area Surabaya 1. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 8(3), 215–225. <Https://doi.org/10.37504/jmb.v8i3.723>
- Gunawan, C., Suriana, I., & Arazy, D. R. (2022). Analisis SWOT Pegadaian Digital Service Studi Kasus pada Nasabah Pegadaian Cabang Manggar. *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba (JMAP)*, 1–9.

- Karnawijaya, N., & Rokhaniyah, S. (2021). Pegadaian Digital Service. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 708–725. <Https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.718>
- Kijang, U. P. C., Noeraidelnitasya, R., & Rikayana, H. L. (2025). *Jurnal Ekonomi Revolucioner ANALISIS PENGGUNAAN LAYANAN APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL SERVICE (PDS) DALAM KEMUDAHAN PELAYANAN TRANSAKSI NASABAH (STUDI KASUS PT. PEGADAIAN (PERSERO)).* 8(6), 189–193.
- Negeriaatam, D. (2013). IQTISHODUNA JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM. *EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*, Volume 9, 151.
- Setiani, S., & Zainuddin, M. (2023). *Model bisnis digital: Mendorong transformasi dan inovasi.* <https://repository.uin-malang.ac.id/15758/>
- Suciana, R., & Damayanti, E. (2020). Swot Analysis At Pt. Pegadaian (Persero) Branch of Wiyung Surabaya. *Jurnal Ekonomi*, 20(2), 95–103. <Https://doi.org/10.29138/je.v20i2.69>
- Sudarmanto, E., Yuliana, I., Wahyuni, N., Yusuf, S. R., & Zaki, A. (2024). Transformasi Digital dalam Keuangan Islam: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 645. <https://repository.uin-malang.ac.id/19648/>
- Swot, A., Pegadaian, P. T., & Syariah, P. (2022). *Analisis SWOT PT. Pegadaian (Pegadaian Syariah).*
- Thufaillah, S. Y., Hidayati, S., Pembangunan, U., Veteran, N., Pembangunan, U., Veteran, N., Korespondensi, P., Service, P. D., & Service, P. D. (2023). Analisis SWOT Penggunaan Layanan Aplikasi Pegadaian Digital Service. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(4), 36–53.
- Wati, P. G., Wardana, G. K., & Holis, M. N. (2024). Penerapan Manajemen Risiko Pembiayaan Pada Perusahaan Fintech Pegadaian Syari'ah. *J-Mabes: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Bisnis Dan Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 19–30. <https://repository.uin-malang.ac.id/19786/>