



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor dominan yang berpengaruh terhadap bisnis Perum Pegadaian, analisis penerapan strategi bersaing, serta *key success factors* yang menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*).

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, dimana data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pejabat dan staf yang terkait dengan penyusunan dan kajian strategi perusahaan, dan data sekunder diperoleh dari dokumentasi kajian internal, Prospektus Emisi Obligasi Perum Pegadaian dan Laporan Tahunan 2006. Metode analisis digunakan analisis EFE, analisis lingkungan industri dengan *five forces analysis* dari Porter, dan analisis internal digunakan IFE yang selanjutnya dipetakan dalam diagram SWOT. Analisis daya tarik pasar dan kekuatan produk digunakan matriks General Electric (GE) melalui pendekatan SBU

Kesimpulan hasil penelitian, faktor eksternal yang berpengaruh adalah faktor ekonomi dan regulasi pemerintah melalui UU No.5 tahun 1999, faktor lingkungan industri adalah kemungkinan masuknya pendatang baru, dan faktor internal adalah operasional, pemasaran, dan sumber pendanaan berupa hutang menyebabkan *Debt to Equity Ratio* cenderung meningkat. Strategi generik yang digunakan oleh Perum Pegadaian adalah *a focused (or market niche) strategy based on differentiation*. Hasil pemetaan matriks SWOT, posisi perusahaan pada kuadran I, sehingga digunakan strategi *stable growth*. Hasil pemetaan pada matrik GE menunjukkan produk KCA (Kredit Cepat Aman), pembiayaan syariah dan KUMK memiliki tingkat daya tarik pasar dan daya saing yang tinggi, sedangkan produk Non Kredit memiliki daya tarik pasar sedang dengan kekuatan produk yang rendah. *Key Succes Factors* Perum Pegadaian adalah : 1) diferensiasi bisnis jasa gadai, 2) diversifikasi usaha dengan segmen pasar yang terfokus, dan 3) *brand identity* yang kuat.

Kata kunci : Perum Pegadaian, strategi bersaing, *key succes factors*



ABSTRACT

The research is intended to analyze the dominant factors that influence the business of Perum Pegadaian, analysis of competing strategy application, and key success factors that create the competitive advantage as well.

The basic method used in the research is descriptive analysis, while the primary data is obtained from interview with the officers and staffs related to the preparation and study of company's strategy. As for the secondary data, it is obtained from the internal study documentation, and The 2006 Financial Report of Perum Pegadaian. The analysis method used is the EFE analysis, the industrial environment analysis with Five Forces Analysis from Porter, and the internal analysis used is IFE which later mapped in SWOT diagram. The analysis for market demand power and the product strengths used are the General Electric matrix through SBU approach.

The conclusion found from the research, the influencing external factors are the economy and government's regulation through the Law No. 5 year 1999, the industrial environment factors are the possibility of new entries in the market, and the internal factors are operational, marketing, and the source of fund in the forms of debts creating Debt to Equity ratio tend to increase. The generic strategy used by Perum Pegadaian is a focused (or market niche) strategy based on differentiation. The results of SWOT matrix mapping, the company place the first quadrant, therefore it is used the stable growth strategy. The results of GE matrix mapping shows that KCA product, sharia funding and KUMK have excellent market interest and great competitive power, while the non credit have moderate market interest. The Key Success Factors of Perum Pegadaian are: 1) differentiation business in pegadaian service, 2) business diversification with the focused market, and 3) strong brand equity.

Key words: Perum Pegadaian, competing strategy, key success factors