

**UPAYA MEMPROMOSIKAN DAN  
MENSOSIALISASIKAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI  
INFORMASI APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL  
SERVICE (PDS) UNTUK MENINGKATKAN KINERJA  
PELAYANAN PT. PEGADAIAN CP LOSARI**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi Sebagian persyaratan  
Mencapai derajat Sarjana S1 Manajemen**

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :  
Herwansyeh Mulaela  
Nim : 30401900137**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG  
2022**

**HALAMAN PENGESAHAN  
SKRIPSI**

**UPAYA MEMPROMOSIKAN DAN MENSOSIALISASIKAN  
PENGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI APLIKASI  
PEGADAIAN DIGITAL SERVICE (PDS) UNTUK  
MENINGKATKAN KINERJA PELAYANAN PT. PEGADAIAN  
CP LOSARI**

**Disusun Oleh :  
Herwansyeh Mulaela  
Nim : 30401900137**

Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 2 Desember 2022  
**Susunan Dewan Penguji**

Dosen Pembimbing Lapangan

Dosen Penguji 1

  
Dr. Drs. Mulyana, M.Si  
NIDK. 0607056003

  
Prof. Dr. Ibnu Khajar, S.E., M.Si

Dosen Penguji 2

  
Dr. Budhi Cahyono, S.E., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Tanggal 14 Desember 2022

Ketua Program Studi Manajemen

  
Dr. Lutfi Nurchohis, S.T., S.E., M.M

## **LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Herwansyeh Mulaela

Nim : 30401900137

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Upaya Mempromosikan Dan Mensosialisasikan Penggunaan Teknologi Informasi Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Untuk Meningkatkan Kinerja Pelayanan PT. Pegadaian CP Losari” adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi dari hasil karya peneliti lain. Pendapat peneliti yang terkandung dalam skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari Skripsi MB-KM ini merupakan hasil plagiasi dari karya tulis peneliti lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 15 Juli 2022

Yang menyatakan,



Herwansyeh Mulaela

## ***ABSTRACT***

The growth of information technology is now growing faster, private companies and state-owned enterprises in Indonesia are required to be able to take advantage of the sophistication of information technology in digital form. In this era of digitalization development, the government suggested PT. Pegadaian to transform into the digital era, namely by shifting the process of payment and pawn transactions online.

This report applies a descriptive analysis that is collected through 3 methods, namely, observation, interviews, documentation, and then presented in a more concrete form and has been adapted to the theory contained in various comparative studies.

As for the results of the MBKM internship report, most of the customers of Pegadaian CP Losari do not know what the Pegadaian Digital Service application is, customers in using the PDS application still have difficulty being able to understand and use it, customers in using the PDS application have not felt the benefits when transacting.

The recommended result to solve this problem is that employees can carry out promotional strategies in increasing the use of the PDS application at Pegadaian CP Losari, namely by making direct visits to various places such as the company's factory. Socialization can be done every day by educating in stages and measurably so that customers do not feel disturbed by the socialization. Pegadaian parties can collaborate with well-known celebrities to create attractive and unique advertisements.

**Keywords :** Promotion, socialization, Information Technology PDS Application, Service Performance



## ABSTRAK

Pertumbuhan teknologi informasi kini berkembang semakin cepat, perusahaan swasta maupun BUMN Di Indonesia dituntut untuk dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dalam bentuk digital. Di era perkembangan digitalisasi ini, pemerintah menyarankan PT. Pegadaian untuk bertransformasi ke era digital yaitu dengan mengalihkan proses transaksi pembayaran dan gadai secara online.

Dalam laporan ini menerapkan suatu analisis deskriptif yang di kumpulkan melalui 3 metoda yaitu, observasi, wawancara, dokumentasi, lalu dikemukakan kedalam bentuk yang lebih kongkrit dan telah disesuaikan dengan teori yang terdapat dalam berbagai studi komparatif.

Adapun hasil laporan magang MBKM yaitu nasabah Pegadaian CP Losari kebanyakan belum mengetahui apa itu aplikasi Pegadaian Digital Service, nasabah dalam menggunakan aplikasi PDS masih mengalami kesulitan untuk dapat memahami dan menggunakannya, nasabah dalam menggunakan aplikasi PDS belum merasakan kebermanfaatannya pada saat bertransaksi.

Rekomendasi hasil untuk menyelesaikan permasalahan ini adalah karyawan dapat melakukan strategi promosi dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PDS di Pegadaian CP Losari yaitu dengan melakukan kunjungan-kunjungan secara langsung ke berbagai tempat seperti ke pabrik perusahaan. Sosialisasi dapat dilakukan setiap hari dengan cara mengedukasi secara bertahap dan terukur supaya nasabah tidak merasa terganggu dengan adanya sosialisasi tersebut. Pihak Pegadaian dapat berkolaborasi dengan selebgram terkenal untuk membuat iklan yang menarik dan unik.

**Kata Kunci :** Promosi, Sosialisasi, Teknologi Informasi Aplikasi PDS, Kinerja Pelayanan

## PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahiarabbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Penulis sangat bersyukur karena dapat menyelesaikan penyusunan skripsi MB-KM yang berjudul "Upaya Mempromosikan Dan Mensosialisasikan Penggunaan Teknologi Informasi Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Untuk Meningkatkan Kinerja Pelayanan PT. Pegadaian CP Losari". Pembuatan skripsi MB-KM disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Di dalam menyelesaikan proses pembuatan skripsi MB-KM tentunya penulis tidak lepas dari bimbingan, bantuan, pengarahan, dan dukung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan yang diberikan kepada:

1. Allah SWT, Allah Maha Kuasa lagi maha pengasih yang mana sudah memberikan kesehatan jasmani, rohani dan memberikan kemudahan dalam proses pembuatan laporan MBKM skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua dan segenap keluarga penulis, Bapak Wiharwoto, Ibu Sairoh, serta kedua kakak saya Heru Setiadi dan Hermawan Setiadi atas doa, curahan dan kasih sayang serta motivasi yang tidak ternilai. Semoga Allah SWT selalu senantiasa melindungi segenap keluarga dalam segala hal.
3. Bapak Dr. Drs. Mulyana, M.Si selaku Dosen Pembimbing, Ibu Eka Kartika Fitriani, ST. M.M selaku Dosen Supervisor, dan Bapak Anton Budiono, S.E selaku Pimpinan Pegadaian cabang Losari yang telah memberikan ilmu yang nyata dalam bekerja dan pengetahuan serta saran dalam penulisan Laporan Kegiatan Magang ini.

4. Bapak Prof. Dr. Heru Sulisty, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Bapak Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E., M.M, selaku Kepala Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.
7. Seluruh Staf Karyawan dan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan arahan dalam penyusunan Laporan Kegiatan Magang ini.
8. Teman terdekat Aan dan Heru yang selalu memberikan dukungan dan motivasi yang telah diberikan dalam penyelesaian laporan ini.
9. Seluruh pegawai dan karyawan PT. Pegadaian Cabang Pembantu Losari yang telah memberikan penulis kesempatan untuk bergabung dan belajar selama proses magang MB-KM.
10. Teman grup FF Foundation yang telah menjadi tempat berkeluh kesa dan saling menyemangati satu sama lain selama menjadi mahasiswa di FE UNISSULA.
11. Teman-teman HMJ-M FE UNISSULA dan BSO Musik FE UNISSULA yang telah memberikan dukungan dan pembelajaran yang sangat bermanfaat selama berproses menjadi insan yang lebih baik.
12. Rekan-rekan seperjuangan kelas “C” yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan laporan ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
13. Seluruh sahabat-sahabat penulis di kampung yang selalu mensupport dan memotivasi atas kegiatan perkuliahan di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
14. Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis lainnya yang tidak disebutkan namanya satu-persatu, semoga Allah SWT selalu memberikan

ridho dan rahmat kepada kita semua atas segala kebaikan yang telah lakukan.

Penulis sangat menyadari atas pembuatan skripsi MB-KM yang masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik itu dalam isi materi maupun tata cara penulisannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran supaya dapat membangun dari penyempurnaan penelitian skripsi ini dimasa depan. Semoga penelitian skripsi ini memberikan banyak manfaat baik bagi penulis maupun kepada pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Semarang, 15 Juli 2022

Penulis,

Herwansyeh Mulaela

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Laporan.....	7
BAB II PROFIL PERUSAHAAN DAN AKTIVITAS MAGANG.....	10
2.1 Profil Organisasi.....	10
2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	13
2.1.2 Struktur Organisasi Pegadaian CP Losari.....	14
2.1.3 Produk Pegadaian CP Losari.....	17
2.2 Aktivitas Magang.....	21
BAB III IDENTIFIKASI MASALAH.....	24
3.1 Kondisi Permasalahan Pegadaian CP Losari.....	24
3.2 Kondisi Kegiatan Promosi Aplikasi PDS.....	28
3.3 Kondisi Kegiatan Sosialisasi Aplikasi PDS.....	29
3.4 Kondisi Kegiatan Operasional.....	30

BAB IV	KAJIAN PUSTAKA .....	31
4.1	Promosi.....	31
4.1.1	Pengertian Promosi .....	31
4.1.2	Tujuan Promosi .....	32
4.1.3	Sarana Promosi .....	33
4.2	Teknologi Informasi .....	34
4.2.1	Pengertian Teknologi Informasi.....	34
4.2.2	Peranaan Teknologi Informasi .....	36
4.2.3	Dimensi Teknologi Informasi .....	36
4.2.4	Pengadopsian Teknologi Informasi (TAM).....	37
4.2.5	Digital Marketing .....	38
4.2.6	Penerapan Digital Marketing Di Pegadaian CP Losari.....	39
4.3	Pegadaian Digital Service (PDS) .....	40
4.3.1	Pengertian Pegadaian Digital Service (PDS).....	40
4.3.2	Tujuan Peluncuran Aplikasi PDS .....	41
4.3.3	Skema Sebelum dan Sesudah adanya Aplikasi PDS .....	41
4.4	Kinerja Pelayanan.....	42
4.4.1	Pengertian Kinerja Pelayanan .....	42
4.4.2	Ciri-ciri Pelayanan yang Baik .....	43
4.4.3	Indikator Kinerja Pelayanan.....	44
BAB V	METODA PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA .....	45
5.1	Rancangan Penelitian .....	45
5.2	Metoda Pengumpulan Data .....	45
5.3	Analisis Data .....	47
BAB VI	ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	48

6.1	Gambaran Umum Pegadaian CP Losari.....	48
6.1.1	Jumlah Nasabah Pegadaian CP Losari.....	48
6.1.2	Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi Pegadaian Digital Service .....	48
6.1.3	Frekuensi Promosi.....	49
6.1.4	Kondisi Sosialisasi .....	50
6.2	Analisis Permasalahan Dengan Menggunakan Teori TAM.....	51
6.2.1	Pengenalan Aplikasi PDS .....	51
6.2.2	Kemudahan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi PDS .....	53
6.2.3	Kebermanfaatan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi PDS .....	54
6.3	Pembahasan .....	55
6.3.1	Promosi Dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PDS .....	55
6.3.2	Sosialisasi Dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PDS.....	60
6.3.3	Promosi Dan Sosialisasi Penggunaan Aplikasi PDS Dalam Meningkatkan Kinerja Pelayanan .....	64
<b>BAB VII</b>	<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>68</b>
7.1	Kesimpulan.....	68
7.2	Rekomendasi .....	69
<b>BAB VIII</b>	<b>REFLEKSI DIRI.....</b>	<b>71</b>
8.1	Hal Positif dari Perkuliahan yang Bermanfaat Selama proses Magang ..	71
8.2	Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Soft Skill Mahasiswa.....	71
8.3	Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Kognitif Mahasiswa.....	72
8.4	Kunci Sukses Bekerja Berdasarkan Pengalaman Magang .....	73
8.5	Rencana Pengembangan Diri, Karir Dan Pendidikan Mahasiswa .....	73
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Nasabah Online dan Offline CP Losari .....	6
Tabel 3.1 Identifikasi Masalah Di Pegadaian CP Losari Dari Berbagai Aspek....	24
Tabel 3.2 Perbandingan Nasabah User PDS dan Nasabah Non User PDS.....	26
Tabel 6.1 Jumlah Nasabah Pegadaian CP Losari.....	48
Tabel 6.2 Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi PDS.....	48
Tabel 6.3 Frekuensi Promosi Iklan Aplikasi PDS .....	49
Tabel 6.4 Kenaikan Jumlah Pengguna PDS Setelah Dilakukan Promosi Dan Sosialisasi .....	65



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Tampilan Awal dan Fitur Aplikasi PDS .....	41
Gambar 6.1 Brosur Aplikasi PDS .....	50
Gambar 6.2 Sosialisasi Aplikasi PDS Kepada Nasabah .....	50
Gambar 6.3 Promosi Personal Selling Kepada Nasabah .....	57
Gambar 6.4 Promosi Iklan Media Digital dan Poster .....	58
Gambar 6.5 Seminar Bersama Guru dan Seminar Bersama Ormas .....	59
Gambar 6.6 Sosialisasi Aplikasi PDS Di Pasar Losari .....	61
Gambar 6.7 Brifing Sosialisasi dan Sosialisasi Kepada Nasabah .....	62



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Permohonan Magang.....	79
Lampiran 2 Daftar Hadir.....	81
Lampiran 3 Log Book Harian.....	85
Lampiran 4 Proses Pembimbingan Dosen Pembimbing Lapangan.....	96
Lampiran 5 Proses Pembimbingan Dosen Supervisor.....	97
Lampiran 6 Wawancara Kemudahan Menggunakan Aplikasi PDS.....	98
Lampiran 7 Wawancara Kebermanfaatan Menggunakan Aplikasi PDS.....	99



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan teknologi informasi kini berkembang semakin cepat, perusahaan swasta maupun BUMN Di Indonesia dituntut untuk dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi dalam bentuk digital. Hal ini juga berdampak pada instansi keuangan yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan kualitas layanan supaya tidak tergeser oleh perkembangan teknologi yang sangat cepat (Olivia, 2020). Dengan adanya perkembangan teknologi informasi tentunya suatu perusahaan akan sangat terbantu karena dengan memanfaatkan teknologi informasi membuat bisnis menjadi lebih maju dan dapat mempermudah kegiatan operasional bisnisnya (Layaman & Andriyani, 2017). Akan tetapi, teknologi informasi dapat pula menjadi faktor penghambat jika suatu perusahaan tidak dapat memberikan informasi yang bijak dan berkualitas. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa fokus pada penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan suatu informasi berkualitas yang akan diberikan kepada pelanggan mereka (Foroudi et al., 2016)

Perkembangan ekonomi masyarakat saat ini sedang diramaikan dengan banyaknya Lembaga keuangan. Lembaga keuangan merupakan usaha yang bergerak pada bidang keuangan seperti, pemberian modal, penyimpanan modal dan lain sebagainya (Harahap, 2021). Dilihat dari fungsi penghimpunan dana,

lembaga keuangan dapat dibedakan ke dalam dua golongan yaitu, Lembaga keuangan berupa Bank dan lembaga keuangan nonbank. Bank berfungsi untuk mengumpulkan pendanaan secara langsung kepada masyarakat dalam bentuk simpanan contohnya tabungan, deposito dan giro. Sedangkan lembaga keuangan nonbank merupakan Lembaga keuangan yang memfokuskan pada penyaluran dana kepada masyarakat, salah satunya yaitu Pegadaian. PT. Pegadaian merupakan lembaga formal di Indonesia yang diizinkan untuk melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit berdasarkan hukum gadai (Arifin & Marlius, 2017). Pegadaian dibedakan menjadi dua yaitu pegadaian syariah dan pegadaian konvensional. Secara umum keduanya memiliki kesamaan produk yang mirip perbedaannya hanya terletak pada prinsip praktek operasional. Di umurnya yang kini sudah menginjak 121 tahun, PT. Pegadaian sudah mulai melakukan proses transformasi menjadi *financial company* (Sari L. A., 2019).

Sebelum adanya perkembangan teknologi, nasabah Di PT. Pegadaian (Persero) dituntut untuk dapat bertransaksi secara manual yaitu nasabah harus datang secara langsung ke outlet Pegadaian terdekat untuk dapat bertransaksi gadai maupun non gadai. Selain itu, transaksi secara manual dapat mengakibatkan nasabah tidak mengetahui berapa nominal yang harus dibayarkan terhadap produk pilihannya dan nasabah belum mengetahui pula berapa nominal pinjaman yang akan didapatkan dari barang jaminannya. Dalam pelayanan secara manual nasabah membutuhkan kurang lebih 5 langkah proses dalam bertransaksi seperti mengisi formulir barang yang akan digadaikan, proses penaksiran, proses pemberitahuan nominal platform pinjaman, proses

persetujuan nominal yang didapat dan proses pencairan pinjaman dari kasir. Sehingga dalam transaksi manual memerlukan 2 kali sistem antrian yang kurang lebih akan memakan waktu 30-60 menit (Mala, 2021). Oleh karena itu, transaksi secara manual akan mengakibatkan penumpukan antrian yang sangat panjang sehingga dapat menguras waktu dan tenaga bagi pihak nasabah serta pihak PT. Pegadaian (Persero).

Di era perkembangan digitalisasi sekarang ini, pemerintah telah menyarankan PT. Pegadaian untuk terus berupaya bertransformasi ke era digital yaitu dengan mengalihkan proses transaksi pembayaran dan gadai secara online sesuai dengan tema laporan tahunan dari PT. Pegadaian di tahun 2019 yaitu Digitalisme. Adapun penjelasan tema laporan tahunan digitalisme yaitu merupakan sebuah manifesto yang menjelaskan bahwa PT. Pegadaian telah bertransformasi menjadi suatu organisasi modern yang di dasari dengan kecanggihan teknologi digital. Transformasi yang diterapkan PT. Pegadaian sejalan dengan perubahan dari perilaku dan gaya hidup masyarakat yang membutuhkan layanan yang efisien, cepat, aman dan akurat, kapanpun dan dimanapun. Dengan banyaknya antusias dan kepercayaan masyarakat yang tinggi membuat PT. Pegadaian (Persero) harus dapat mengikuti perkembangan teknologi digital pada bidang bisnis keuangannya (Montolalu et al., 2015).

Pada tahun 2018, PT. Pegadaian memperkenalkan sebuah aplikasi transaksi online yang diberi nama dengan Pegadaian Digital Service (PDS). Menurut Wijayanti et al., (2020) aplikasi PDS adalah salah satu pelayanan dengan basis aplikasi yang bermanfaat bagi nasabah untuk membantu melakukan kegiatan

transaksi gadai maupun transaksi lainnya melalui smartphone. Namun, nasabah belum semuanya mengetahui tentang manfaat dari aplikasi PDS baginya (Rambe, 2020). Apabila PT. Pegadaian menargetkan nasabahnya supaya dapat mengetahui dan menggunakan aplikasi PDS maka perlu adanya kegiatan promosi. Menurut fadhilah et al., (2021) berpendapat bahwa promosi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Strategi promosi yang menarik dan unik seperti pada media cetak, media sosial dan tatap muka secara langsung sangat mempengaruhi nasabah di dalam keputusannya menggunakan aplikasi PDS untuk melakukan segala macam transaksi secara terus menerus dan berulang.

Selain itu, kegiatan sosialisasi juga menentukan nasabah dalam mengetahui dan menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Sosialisasi merupakan suatu proses penyampaian informasi atau pesan oleh seseorang kepada orang lain yang bertujuan untuk menginformasikan dan mengubah sikap, perilaku, kebiasaan baik langsung maupun tidak langsung. Dengan diterapkannya kegiatan sosialisasi aplikasi PDS secara terus-menerus, maka akan meningkatkan nasabah yang ingin menggunakan pelayanan secara online (Mala, 2021). Menurut Harahap et al., (2021) berpendapat bahwa peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital adalah untuk menginformasikan aplikasi pegadaian syariah digital kepada nasabah. Oleh karena itu, dengan adanya kegiatan sosialisasi Di Pegadaian CP Losari maka akan menentukan kebiasaan nasabah untuk menggunakan aplikasi PDS.

Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) memiliki beberapa keuntungan bagi outlet Pegadaian yaitu pertama dapat mengurangi jumlah nasabah yang melakukan transaksi secara tunai sehingga membuat jumlah saldo uang yang berada di kasir tidak berlebihan, kedua dapat mengurangi antrian karena nasabah yang melakukan transaksi menggunakan aplikasi PDS tidak harus datang langsung ke outlet pegadaian, ketiga dapat membantu karyawan pegadaian dalam mempromosikan produk yang ada Di Pegadaian (Sasra, 2020). Dalam hal ini PT. Pegadaian telah memanfaatkan aplikasi pegadaian digital service sebagai bagian yang sangat penting untuk dapat meningkatkan kinerja pelayanan dengan mengedepankan layanan secara prima yang dapat memudahkan para nasabahnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al., (2020) menjelaskan bahwa nasabah berniat menggunakan aplikasi pegadaian digital service untuk meningkatkan kinerja pelayanan dari Pegadaian Siwa karena adanya hak kepemilikan akses sebagai nasabah Di PT. Pegadaian.

Di dalam peluncuran aplikasi PDS, Direktur Utama PT. Pegadaian Sunarso sangat gencar memerintahkan untuk mulai mengoperasionalkan aplikasi Pegadaian Digital Services supaya PT. Pegadaian dapat *going global* (Yuliana Ratnasari, 2018). Meskipun manajemen pusat PT. Pegadaian telah menargetkan untuk ke depannya dapat mengalihkan seluruh aktivitas dilakukan secara online, tetapi target tersebut belum menunjukkan perkembangan yang baik (Sitompul, 2021). Teknologi informasi merupakan unsur penting bagi berjalannya proses bisnis dan layanan yang efektif serta informasi kinerja operasional, aktivitas keuangan yang akurat (Pegadaian, 2018). Namun pada kenyataannya masih

banyak nasabah CP Losari yang belum menggunakan aplikasi PDS. Padahal karyawan atau petugas dari pihak pegadaian sudah mempromosikan dan memberikan pengarahannya tentang bagaimana cara penggunaan aplikasi PDS dari mulai cara mendaftarkan sampai cara loginnnya (Rika, 2020). Hal ini dapat terjadi dikarenakan adanya faktor lokasi dari Pegadaian CP Losari. Menurut (Fadhilah & Putri, 2021) berpendapat bahwa lokasi yang strategis dan berada di pusat kota serta memiliki akses Transportasi yang mudah sangat menentukan nasabah dalam menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Namun lokasi dari Pegadaian CP Losari tidak berada di pusat kota sehingga sebagian nasabahnya mayoritas masyarakat kampung yang tidak mempunyai smartphone android. Adapun faktor lainnya yaitu masih banyaknya nasabah yang belum mengerti kegunaan dan penggunaan dari aplikasi PDS, karena sebagian nasabah Di Pegadaian CP Losari di dominasi dengan orang tua. Maka dari itu, penggunaan aplikasi PDS Di Pegadaian CP Losari masih belum maksimal. Pernyataan tersebut dapat di buktikan dengan tabel berikut :

**Tabel 1.1**

**Perbandingan Jumlah Nasabah Online dan Offline CP Losari**

Tahun	Jumlah nasabah keseluruhan	Jumlah user PDS (online)	Presentase jumlah nasabah user PDS (online)	Jumlah nasabah Offline	Presentase jumlah nasabah Offline
2021	6.994	590	8%	6.404	92%

*Sumber: data MIS pegadaian CP Losari*

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa sebanyak 92% dari jumlah keseluruhan nasabah masih belum menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service, sedangkan sisanya 8% dari keseluruhan nasabah telah menggunakan aplikasi PDS. Dari transaksi tabel diatas dapat diambil kesimpulan sementara yaitu kebanyakan nasabah Pegadaian CP Losari lebih banyak yang datang ke outlet pegadaian secara langsung. Oleh karena itu, permasalahan ini penting untuk diangkat sebagai bahan diskusi karena salah satu alasannya yaitu dapat berdampak pada kegiatan operasional Pegadaian CP Losari yang akan selalu di padati dengan antrian nasabah. Adapun kondisi di dalam ruang tunggu yang cukup minimalis yaitu hanya menyediakan 8 kursi mengingat virus Covid-19 yang masih melanda membuat nasabah menunggu antriannya di luar ruangan.

## **1.2 Tujuan Laporan**

- 1) Mempromosikan dan mensosialisasikan aplikasi PDS kepada nasabah Pegadaian CP Losari supaya dapat menggunakan aplikasi PDS di dalam transaksinya.
- 2) Meningkatkan kinerja pelayanan di Pegadaian CP Losari berupa penambahan user aplikasi PDS.

Adapun sistematika laporan yang memuat beberapa bab dan sub-bab serta menjelaskan banyak hal dalam pembuatan laporan, yaitu sebagai berikut:

### **1.2.1 BAB I PENDAHULUAN**

Menjelaskan kegiatan magang, permasalahan, tujuan dan sistematika.

a. Latar Belakang dan Tujuan

Menjelaskan terkait alasan topik yang dipilih penulis dalam laporan magang dan menjelaskan tujuan dari proses magang yang dilakukan.

b. Sistematika Laporan

Menguraikan keseluruhan sub-bab yang terdapat pada laporan magang.

### 1.2.2 BAB II PROFIL ORGANISASI DAN AKTIVITAS MAGANG

Menguraikan profil organisasi di tempat magang serta menjelaskan tentang aktivitas kegiatan selama proses magang.

a. Profil Organisasi

Menguraikan terkait dengan profil perusahaan.

- Visi dan Misi Organisasi

Menjabarkan visi dan misi di organisasi tempat magang.

- Struktur Organisasi

Menguraikan struktur organisasi di tempat magang.

- Produk Organisasi

Menguraikan dan menjelaskan produk dimiliki tempat magang.

b. Aktivitas Magang

Menguraikan seluruh aktivitas kegiatan selama proses magang.

### 1.2.3. BAB III IDENTIFIKASI MASALAH

Memperjelas indentifikasi masalah-masalah yang ada di tempat magang, serta memilih masalah yang penting untuk dijadikan sebagai topik pembahasan.

#### 1.2.4 BAB IV KAJIAN PUSTAKA

Menjelaskan serta menguraikan teori yang dapat digunakan untuk membahas tentang topik yang berkaitan dengan permasalahan di tempat magang.

#### 1.2.5 BAB V METODA PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

Menjelaskan tentang metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi serta menggunakan analisis data studi komparatif dengan membandingkan pelaksanaan di lapangan.

#### 1.2.6. BAB VI ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Menguraikan kembali permasalahan yang menjadi topik pembahasan laporan magang dengan menggunakan teori yang valid.

#### 1.2.7 BAB VII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Menjelaskan tentang kesimpulan yang dihasilkan dari analisis permasalahan dalam topik pembahasan. Serta memberikan rekomendasi tentang permasalahan yang perlu diperbaiki di organisasi tempat magang.

#### 1.2.8 BAB VIII REFLEKSI DIRI

Menjelaskan dan menguraikan manfaat magang terhadap mahasiswa dalam pengembangan softskill yang didapatkan selama proses magang, mengidentifikasi tentang kesuksesan dalam bekerja selama proses kegiatan magang.

## BAB II

### PROFIL PERUSAHAAN DAN AKTIVITAS MAGANG

#### 2.1 Profil Organisasi

PT Pegadaian merupakan perusahaan besar yang termasuk ke dalam Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak pada bidang usaha jasa gadai di Indonesia. Usaha pokok dari PT. Pegadaian yaitu menyalurkan pinjaman dengan jaminan barang yang bergerak atas dasar hukum gadai dan jaminan barang yang memberikan hak barang kepada pemegang jaminan (Pramita & Afriyeni, 2019). Keberadaan Pegadaian sangat membantu perekonomian masyarakat disaat adanya suatu permasalahan keuangan yang menghimpit. Pegadaian dapat menyelesaikan masalah masyarakat melalui sistem gadai barang jaminan berupa, barang kantong, barang elektronik, barang gudang, kendaraan dan dokumen-dokumen penting dengan sistem fidusia.

Pada tahun 1746 Pemerintahan Belanda VOC mendirikan Bank Van Leening yang bertugas sebagai lembaga keuangan di bidang pemberian kredit dengan sistem gadai. Tahun 1811 pemerintahan Inggris membubarkan dan mengambil alih Bank Van Leening, kemudian membentuk Pegadaian yang dikelola oleh pihak swasta. Ditahun 1905 lembaga ini berubah menjadi bentuk JAWATAN yang bersetatus resmi milik pemerintah. Kemudian, berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 178 tahun 1961, tepatnya di tanggal 3 Mei 1961 status JAWATAN Pegadaian diubah menjadi Perusahaan Negara (PN) yang tercatat

ke dalam urusan Bank Sentral. Selanjutnya berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 7 Tahun 1969 status Pegadaian diubah lagi menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN) dibawah naungan Departemen Keuangan Republik Indonesia, dibawah pimpinan Direktorat Jendral Moneter Dalam Negeri.

Kemudian pada tanggal 11 Maret 1969 menurut Peraturan Pemerintah No. 7 dan berdasarkan adanya PP No. 10 tahun 1990, lembaga ini kembali diubah statusnya menjadi Perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian. Lalu ditahun 2011 terjadi perubahan status kembali dari PERUM menjadi PERSEROAN yang telah ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah No. 51 tahun 2011 dan ditandatangani pada tanggal 13 Desember 2011 yang mulai berlaku pada tanggal 1 April 2012. Selanjutnya, berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 73 Tahun 2021 pada tanggal 23 September 2021, Bentuk badan hukum Pegadaian berubah dari PERSERO menjadi PERSEROAN status tersebut masih berlaku sampai dengan saat ini.

Adapun proses bisnis dari PT. Pegadaian yaitu menyalurkan pembiayaan kredit pinjaman dengan persyaratan adanya suatu barang jaminan seperti barang kantong, barang elektronik, barang gudang, dokumen penting, kendaraan dan lain-lain. Nasabah dapat menyelesaikan suatu permasalahan kebutuhan ekonominya dengan cara menggadaikan barang sebagai jaminan, kemudian penaksir akan menghitung nilai dari barang jaminan tersebut dan memberikan platfom penawaran nilai dari barang jaminan yang harus disetujui nasabah. Setiap nasabah memiliki jangka waktu pinjaman yang berlaku. Nasabah dapat melunasi atau menebus barang jaminan dengan nominal yang sama dengan

pinjaman awal ditambah dengan biaya sewa selama pemakaian sebelum jatuh tempo, jika nasabah tidak dapat menebusnya atau memperpanjang sampai masa jatuh temponya habis, maka barang jaminan akan memasuki proses pelelangan sesuai dengan ketentuan dan peraturan dari PT. Pegadaian. Salah satu contoh produk yang diminati masyarakat adalah KCA atau biasa disebut dengan kredit cepat aman. KCA merupakan pemberian pinjaman kredit dengan jaminan barang berupa perhiasan, emas batangan, kendaraan, laptop, elektronik, handphone atau barang-barang lainnya. Produk KCA sangat membantu kalangan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan konsumtif dan produktif. Besarnya nilai uang pinjaman dari produk KCA mulai dari Rp. 50.000 sampai dengan Rp. 500.000.000 tergantung dengan hasil taksiran barang jaminan. Sewa modal dari setiap pinjaman berkisar dari 1% sampai 1,2% per 15 hari dari pinjaman awal sedangkan, jangka waktu dari pinjaman KCA selama 4 bulan dan dapat di tebus pada waktu kapan saja.

Pegadaian CP Losari beralamat Di Jalan Soekarno Hatta NO. 329 Panggangsari, Kecamatan Losari, Kabupaten Cirebon. Pegadaian CP Losari merupakan kantor cabang pegadaian yang berada dibawah pimpinan wilayah 10 Bandung serta pimpinan area dari Deputi Cirebon. Seiring dengan berjalannya waktu, Pegadaian CP Losari terus berkembang menjadi kantor cabang yang lebih besar, sehingga dipercaya untuk mengawasi dan memimpin beberapa unit-unit cabang diantaranya yaitu, UPC Pasar Losari, UPC Babakan, UPC Gebang.

Pegadaian CP Losari semakin dikenal oleh masyarakat secara luas, hal ini dapat terjadi karena lokasinya yang sangat strategis yaitu terletak disamping

jalan pantura dimana masyarakat dapat mengaksesnya dengan mudah. Pegadaian CP Losari dilengkapi dengan ruang tunggu yang sangat nyaman serta memiliki halaman parkir kendaraan yang luas. Gudang barang jaminan Pegadaian CP Losari dapat menampung hingga 7 kendaraan roda empat dan 30 kendaraan roda dua serta brankas penyimpanan surat berharga dan barang berharga dilindungi dengan pengamanan sangat ketat oleh security dan CCTV.

Tugas Pegadaian CP losari :

Memberikan kredit pinjaman atas dasar hukum gadai dan usaha lainnya yang berkaitan dengan materi.

Fungsi Pegadaian CP Losari :

- 1) Mengelola penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai secara aman, mudah, cepat dan terpercaya.
- 2) Mengembangkan dan menciptakan usaha lain yang dapat menguntungkan kedua belah pihak.

### **2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan**

Dilansir dari website resmi dari PT. Pegadaian yaitu [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id)

PT. Pegadaian memiliki visi dan misi sebagai berikut :

**Visi :**

Menjadi The Most Valuable Company di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Bagi Masyarakat.

**Misi :**

- 1) Memberikan manfaat dan keuntungan bagi seluruh stakeholder dengan mengembangkan bisnis inti.
- 2) Memperluas jangkauan layanan UMKM melalui sinergi ultra mikro untuk meningkatkan proposi nilai ke nasabah dan stakeholder.
- 3) Memberikan service excellence dengan fokus ke nasabah melalui:
  - Proses bisnis yang lebih sederhana dan digital.
  - Teknologi yang handal dan mutakhir.
  - Praktek manajemen risiko yang kokoh.
  - SDM yang professional berbudaya kinerja baik.

**Motto Organisasi :**

Motto dari PT. Pegadaian tentunya sudah tidak asing bagi masyarakat yaitu “*mengatasi masalah tanpa masalah*”. Dengan adanya motto maka diharapkan masyarakat dapat mengingatkan Pegadaian untuk mengatasi permasalahan keuangannya dengan mengandalkan pemberian kredit modal yang prosesnya sangat mudah, aman dan cepat.

**2.1.2 Struktur Organisasi Pegadaian CP Losari**

Struktur Organisasi merupakan suatu susunan hirarki dan hubungan antara individu atau bagian dari setiap divisi perusahaan yang berfungsi untuk menjalankan kegiatan operasional. Adapun uraian struktur organisasi dari PT. Pegadaian CP Losari, yaitu sebagai berikut :

**Pimpinan Cabang :**

Anton Budiono, S.E

**Pengelola UPC dan Penaksir UPC :**

Dewanoto Agung Baskoro, SE

**Penaksir CP Losari :**

Eka Kartika Fitriani, S.T, M.M

**Pengelola Agunan :**

Kartina, S.H.I

**Kasir :**

Rena Susilawati, S.Pd

**Security :**

Casmadi

Ismail

Veri

Imron

Ahmad

**Driver :**

Thomas

**Office boy :**

Udin

Adapun uraian tugas dan fungsi dari setiap bagian struktur Di Pegadaian CP Losari yaitu sebagai berikut :

1) Pimpinan Cabang

Bertugas memimpin kantor cabang beserta unit unit cabang pembantu dengan mengkoordinasi semua kegiatan operasional supaya mencapai target yang telah ditetapkan, serta melakukan pembinaan kepada bawahannya dan mengapproval pengajuan kegiatan operasional sesuai dengan hak dan kewenangannya.

2) Penaksir

Bertugas untuk menaksir barang jaminan dan menentukan besaran plafon nilai pinjaman yang akan diberikan kepada nasabah, serta bertugas untuk menandatangani surat bukti gadai dan melaksanakan pelelangan barang jaminan yang sudah jatuh tempo dan tidak aktif atau *cut off*.

3) Pengelola agunan

Bertugas untuk menyimpan dan mengelola barang jaminan berupa emas, barang elektronik, barang gudang, dokumen penting, serta mengeluarkan dan mengelompokkan barang jaminan tersebut sesuai dengan bulan di hari pinjamannya dan menyusun sesuai dengan nomor urutan yang ada pada slip barang jaminan.

4) Kasir

Bertugas untuk melayani segala kegiatan transaksi dari nasabah yang berhubungan dengan keuangan. Kasir juga bertugas untuk menerima uang hasil penjualan dari barang jaminan yang sudah jatuh tempo atau lelang serta penerimaan modal.

5) Security

Bertugas untuk menjaga dan memastikan lingkungan kantor supaya selalu dalam kondisi aman dan terkendali pada setiap saat, serta menjaga dan mendampingi driver menyetorkan modal di unit-unit pembantu cabang.

6) Driver

Bertugas untuk menyetorkan modal kepada unit-unit pembantu yang sedang membutuhkan modal dan mendampingi pimpinan cabang menghadiri rapat dengan menggunakan kendaraan dinas, serta menjaga dan memastikan kendaraan dinas dalam kondisi baik, aman dan bersih.

7) Office Boy

Bertugas untuk menjaga kebersihan dan merawat kantor beserta fasilitas yang ada di dalamnya serta mengatur dan menjaga seluruh kebutuhan logistik yang dibutuhkan kantor.

### 2.1.3 Produk Pegadaian CP Losari

#### 1. KCA (Kredit Cepat Aman)

KCA atau biasa disebut dengan kredit cepat aman merupakan pemberian pinjaman kredit dengan jaminan barang berupa perhiasan, emas batangan, kendaraan, laptop, elektronik, handphone atau barang-barang lainnya. Produk KCA sangat membantu kalangan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan konsumtif dan produktif. Besarnya nilai uang pinjaman dari produk KCA mulai dari Rp. 50.000 sampai dengan Rp. 500.000.000 tergantung dengan hasil taksiran barang jaminan. Sewa modal dari setiap pinjaman berkisar dari 1% sampai 1,2% per 15 hari dari pinjaman

awal sedangkan, jangka waktu dari pinjaman KCA selama 4 bulan dan dapat di tebus pada waktu kapan saja.

## **2. KRASIDA (Kredit Gadai Sistem Angsuran)**

Krasida merupakan pemberian kredit kepada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan sistem gadai yang menggunakan barang jaminan emas batangan maupun perhiasan dengan sistem pembayaran angsuran perbulan. Besarnya nilai uang pinjaman Krasida mulai dari Rp. 1.000.000 sampai dengan Rp. 250.000.000 atau bisa juga mencapai jumlah pinjaman 95% dari nilai jaminan barang yang diberikan. Sedangkan, jangka waktu pelunasan bisa dilakukan kapan saja atau mulai dari 6 bulan sampai dengan 36 bulan angsuran. Tarif sewa modal produk Krasida mulai dari 1,25% sampai dengan 1,40% perbulan.

## **3. KREASI (Kredit Angsuran Sistem Fidusia)**

Kreasi merupakan produk pemberian kredit kepada nasabah yang mempunyai usaha dengan barang jaminan berupa BPKB kendaraan. Pinjaman modal usaha Kreasi membantu para pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk dapat mengembangkan usahanya dengan sistem fidusia. Sistem fidusia artinya barang jaminan cukup dengan BPKB saja tidak beserta dengan kendaraannya. Besarnya nilai pinjaman Kreasi mulai dari Rp. 1.000.000 hingga Rp.500.000.000, dengan biaya perkiraan sewa modal berkisar 1% sampai 1,15% perbulan. Sedangkan jangka waktu dari pelunasan kreasi mulai dari 12 bulan sampai 36 bulan.

#### **4. Amanah**

Pegadaian amanah merupakan salah satu pelayanan dari pegadaian yang memberikan pinjaman kepada seluruh pengusaha mikro maupun pengusaha profesional yang berfungsi untuk membiayai pembelian kendaraan roda dua dan roda empat dalam kondisi baru maupun second. Keunggulan dari cicil kendaraan Amanah di pegadaian adalah biaya uang muka dan administrasi yang sangat terjangkau. Uang muka untuk sepeda motor mulai dari 10% sedangkan nilai uang muka untuk kendaraan mobil mulai dari 20 % dengan jangka waktu angsuran 12 bulan sampai 60 bulan. Biaya sewa modal produk Amanah yaitu  $0,95\% \times \text{taksiran} \times \text{jangka waktu}$ .

#### **5. Mulia (Murabahah logam mulia untuk investasi abadi)**

Pegadaian Mulia merupakan pelayanan dari pegadaian yang memberikan pembiayaan emas batangan kepada masyarakat baik perorangan maupun kelompok atau arisan dengan sistem pembayaran secara cicilan. Produk mulia sangat cocok untuk jangka panjang karena tidak dipengaruhi fluktuasi harga dari emas. Pegadaian menyediakan emas batangan mulai dari 0,5 gram sampai dengan 1000 gram dengan biaya sewa modal  $0,92\% \times \text{taksiran harga emas yang diambil}$ . Jangka waktu cicilan emas mulia mulai dari 3 bulan sampai 36 bulan, sedangkan jangka waktu periode untuk kelompok arisan mengikuti dengan jumlah anggota arisan.

#### **6. Tabungan emas**

Tabungan emas pegadaian merupakan salah satu layanan jasa yang diberikan kepada nasabah dengan sistem penitipan saldo emas yang dapat

memudahkan masyarakat untuk berinvestasi. Keunggulan dari tabungan emas pegadaian adalah para nasabah diberi kebebasan untuk menabung di waktu kapan saja dan tabungan emas tersebut dapat dikonversikan mejadi emas batangan yang sesuai dengan harga emas dihari pengambilan. Biaya pembukaan rekening tabungan baru dengan menggunakan aplikasi PDS mulai dari Rp.50.000 per transaksi.

## **7. Pembayaran**

Pembayaran pegadaian atau biasa dikenal (Multi Pembayaran Online) merupakan layanan pembayaran tagihan dengan menggunakan sistem online yang memberikan solusi kemudahan untuk berbagai macam pembayaran tagihan yang nasabah miliki seperti pembayaran listrik, pembelian pulsa, Telkom, dan sebagainya. Layanan jasa pembayaran yang diberikan pegadaian sangat membantu masyarakat karena uang administrasi yang sangat terjangkau serta prosesnya yang cepat dan aman.

## **8. Remittance**

Remittance merupakan produk berupa jasa dari pegadaian yang bergerak di bidang pengiriman dan pengambilan uang dari dalam Negeri maupun luar Negeri dengan biaya administrasi yang sangat terjangkau. Remittance Di Pegadaian telah bekerjasama dengan penyedia jasa pengiriman dan pengambilan uang yang bersekala internasional dan nasional seperti, wertern union, mandiri remittance dan lain sebagainya. Pegadaian Remittance menjadi solusi yang tepat bagi masyarakat dalam transaksi keuangan seperti pengiriman dan pengambilan uang.

## **9. Gadai sertifikat**

Gadai sertifikat merupakan pemberian pinjaman kredit dengan barang jaminan berupa sertifikat tanah bukan bangunan setingkat SHM dan HGB. Nilai uang dari pinjaman gadai sertifikat berkisar mulai dari Rp.1.000.000 sampai Rp. 200.000.000 dengan perhitungan sewa modal mulai dari 0,70% sampai 1% x taksiran. Sedangkan, jangka waktu dari pinjaman gadai sertifikat bisa dilunasi kapan saja atau dapat diangsur dengan jangka waktu selama 3 bulan sampai 60 bulan.

## **10. Arrum haji**

Arrum haji merupakan produk dari pegadaian yang memberikan pembiayaan porsi haji yang lebih cepat dan mudah. Pembiayaan haji diperuntukan bagi masyarakat yang berminat untuk berangkat haji dengan sistem mengangsur biaya haji. Syarat dari Arrum haji yaitu harus menyertakan barang jaminan berupa emas senilai 3,5 gram atau emas batangan dengan nilai taksiran minimal Rp. 1.900.000. Sedangkan jangka waktu pengangsuran dapat dilakukan mulai dari 12 bulan sampai 60 bulan.

## **2.2 Aktivitas Magang**

Kegiatan Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) berlangsung selama 4 bulan dimulai dari tanggal 14 Februari 2022 sampai dengan 18 Juni 2022. Kegiatan magang berlokasi di PT. Pegadaian CP Losari dengan sistem 6 hari kerja dari hari Senin sampai dengan Sabtu, serta dengan

jam kerja dimulai dari pukul 07.30 WIB sampai 15.00 WIB. Sedangkan jam kerja di hari sabtu hanya setengah hari dimulai dari jam 07.00 sampai jam 13.00.

Selama kegiatan magang berlangsung penulis ditempatkan beberapa bagian dan melaksanakan tugas yang di berikan, adapun kegiatan yang dilakukan :

#### A. Bagian pelayanan

Penulis melakukan beberapa kegiatan magang di bagian pelayanan yaitu :

- 1) Menginstallkan aplikasi PDS kepada nasabah.
- 2) Meregistrasikan akun PDS dan memverifikasikannya kepada nasabah.
- 3) Memprospek nasabah tentang bagaimana cara penggunaan aplikasi PDS.
- 4) Menginput hasil taksiran gadai emas nasabah ke sistem.
- 5) Memproses pengambilan barang jaminan nasabah.
- 6) Melengkapi formulir nasabah gadai produk KCA.
- 7) Melengkapi formulir nasabah pengambilan subsidi.
- 8) Membuatkan surat keterangan BPKB dijaminan yang hendak bayar pajak oleh nasabah.
- 9) Melengkapi formulir nasabah yang membuka tabungan emas.
- 10) Mencari berkas lama nasabah yang mendapat diskon penjualan.
- 11) Menginput No reff SBG dari produk gadai KCA.

#### B. Bagian pemasaran

Selama kegiatan magang berlangsung penulis melakukan beberapa kegiatan di bagian pemasaran yaitu sebagai berikut :

- 1) Mempromosikan dan mensosialisasikan aplikasi PDS kepada nasabah.
- 2) Mempromosikan produk-produk dari pegadaian kepada nasabah secara door to door.
- 3) Menyebarkan brosur produk-produk yang dimiliki pegadaian kepada masyarakat di pusat keramaian seperti pasar dan sekolah.
- 4) Mempromosikan diskon investasi produk mulia kepada nasabah secara personal selling di outlet.
- 5) Menghubungi atau menelpon para nasabah untuk menawarkan dan mensosialisasikan produk dari pegadaian.
- 6) Menghubungi atau menelpon nasabah yang mendapatkan subsidi untuk segera diambil dan dicairkan.

#### C. Bagian pengarsipan

Selama kegiatan magang berlangsung penulis ditugaskan untuk menyimpan atau mengarsipkan data-data dari kegiatan operasional. Adapun rinciannya dari tugas tersebut, yaitu sebagai berikut :

- 1) Pengarsipan dwilipat surat bukti gadai.
- 2) Membuat laporan transaksi gadai KCA secara otomatis.
- 3) Pengarsipan dokumen tebusan nasabah dari produk KCA berdasarkan tanggal, bulan dan tahun.
- 4) Merekap daftar nasabah transaksi kredit subsidi.
- 5) Merekap data transaksi nasabah MT (Minta Tambah).

## **BAB III**

### **IDENTIFIKASI MASALAH**

#### **3.1 Kondisi Permasalahan Pegadaian CP Losari**

Kondisi di dalam organisasi atau instansi tentunya tidak lepas dengan sebuah permasalahan, seperti halnya kasus yang terjadi pada PT. Pegadaian CP Losari. Berdasarkan pengamatan dilapangan penulis telah menemukan beberapa permasalahan yang sedang dihadapi oleh Pegadaian CP Losari. Permasalahan tersebut terbagi dalam beberapa aspek seperti, aspek pemasaran, aspek SDM dan aspek keuangan. Hal ini dapat dibuktikan pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Identifikasi Masalah Di Pegadaian CP Losari Dari Berbagai Aspek**

No	Unit Fugsional	Sumber Masalah
1	Aspek SDM	Tingginya turnover karyawan bagian marketing
2	Aspek Keuangan	Banyaknya pembiayaan bermasalah atau macet
3	Aspek Pemasaran	Kurangnya penggunaan Aplikasi PDS

Berdasarkan tabel 3.1 adapun rincian permasalahan yang timbul dari aspek SDM Di Pegadaian CP Losari yaitu, tingginya tingkat turnover karyawan Mikro Pegadaian pada bagian tim Marketing BPO RO (Relationship Officer) dan SP (Sales Profesional). Banyaknya pergantian karyawan-karyawan baru membuat suatu persoalan yang menghambat aktivitas operasional Di Pegadaian CP Losari. Penulis telah melakukan pengamatan di lapangan yang menunjukkan bahwa

tingginya turnover ini disebabkan oleh beberapa faktor yang terjadi Di Pegadaian CP Losari seperti, tekanan akan tingginya target penjualan atau pencairan pembiayaan yang dibebankan kepada marketing bagian BPO RO dan SP, marketing sudah memiliki chanel perusahaan baru yang lebih baik, marketing mendapatkan panggilan kerja Di perusahaannya yang dahulu.

Adapun permasalahan dari aspek keuangan yang ada Di Pegadaian CP Losari yaitu, banyaknya pembiayaan macet atau pembiayaan bermasalah terhadap produk KREASI. Dari pengamatan penulis pembiayaan macet ini di sebabkan oleh beberapa faktor, salah satu faktor penyebab pembiayaan bermasalah yaitu berasal dari pihak Pegadaian CP Losari yang masih kurang teliti dalam menilai dan mengamati dari persyaratan pembiayaan yang diajukan oleh nasabah. Selain itu, salah satu faktor lainnya berasal dari faktor nasabah yaitu meliputi, kondisi usaha atau kondisi keuangan nasabah sedang mengalami penurunan ke angka yang sangat rendah sehingga nasabah sulit untuk membayar angsuran dari pembiayaan kredit produk KREASI.

Sedangkan permasalahan yang ke tiga yaitu masih kurangnya penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Di Pegadaian CP Losari. Hal ini dikarenakan adanya faktor lokasi yaitu lokasi dari Pegadaian CP Losari yang tidak terletak di tengah perkotaan sehingga kebanyakan nasabah mayoritas adalah masyarakat kampung yang tidak mempunyai smartphone android. Adapun faktor lainnya yaitu masih banyaknya nasabah yang belum mengerti kegunaan dan penggunaan dari aplikasi PDS, karena sebagian nasabah Di Pegadaian CP Losari di dominasi dengan orang tua, sehingga belum mengerti

tentang penggunaan teknologi digital. Maka dari itu, penggunaan aplikasi PDS Di Pegadaian CP Losari masih belum maksimal. Pernyataan tersebut dapat di buktikan dengan tabel berikut :

**Tabel 3.2**  
**Perbandingan Nasabah User PDS dan Nasabah Non User PDS**

Tahun	Jumlah nasabah keseluruhan	Jumlah user PDS (online)	Presentase jumlah nasabah user PDS (online)	Jumlah nasabah Offline	Presentase jumlah nasabah Offline
2021	6.994	590	8%	6.404	92%

*Sumber: data MIS pegadaian CP Losari*

Berdasarkan tabel 3.2 diatas menunjukkan bahwa sebanyak 92% dari jumlah keseluruhan nasabah masih belum menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service, sedangkan sisanya 8% dari keseluruhan nasabah telah menggunakan aplikasi PDS. Dari transaksi tabel diatas dapat diambil kesimpulan sementara yaitu kebanyakan nasabah Pegadaian CP Losari lebih banyak yang datang ke outlet pegadaian secara langsung.

Dari ketiga permasalahan diatas, penulis memilih satu permasalahan yang berasal dari aspek pemasaran yaitu kurangnya penggunaan aplikasi PDS. Permasalahan ini sangat penting untuk diangkat sebagai bahan diskusi karena di era sekarang perkembangan teknologi informasi sudah berjalan sangat pesat serta persaingan yang terjadi di setiap perusahaan tidak lepas dengan sebuah inovasi teknologi digital yang dapat memudahkan para konsumennya. Inovasi tersebut dapat meluncurkan berbagai aplikasi-aplikasi yang sangat canggih

seperti, fintech, startup serta perkembangan pasar e-commerce. Jika suatu perusahaan belum dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi maka dengan jangka waktu yang tidak lama lagi perusahaan tersebut akan di tinggalkan oleh masyarakat. Maka dari itu, permasalahan Pegadaian CP Losari sangat penting untuk dibahas karena sejalan dengan perkembangan zaman yang sekarang ini serba instan dan cepat serta dengan gaya hidup masyarakat kalangan milenial yang mengharuskan segala kegiataannya dilakukan secara online.

Selain itu, permasalahan ini penting untuk segera dibahas karena dapat berdampak pada kegiatan operasional Pegadaian CP Losari yang akan selalu di padati dengan antrian nasabah. Adapun kondisi di dalam ruang tunggu yang cukup minimalis yaitu hanya menyediakan 8 kursi mengingat virus Covid-19 yang masih melanda membuat nasabah menunggu antriannya di luar ruangan. Oleh karena itu, permasalahan ini dapat menyita banyak waktu dan tenaga dari para nasabah dan pihak Pegadaian CP Losari. Padahal dengan adanya aplikasi PDS outlet pegadaian akan mendapat beberapa keuntungan yaitu pertama dapat mengurangi jumlah nasabah yang melakukan transaksi secara tunai sehingga membuat jumlah saldo uang yang berada di kasir tidak berlebihan, kedua dapat mengurangi antrian karena nasabah yang melakukan transaksi menggunakan aplikasi PDS tidak harus datang langsung ke outlet pegadaian, ketiga dapat membantu pencapaian KPI outlet pegadaian yang ditargetkan dari pimpinan pusat, keempat dapat membantu mengurangi tanggungan pekerjaan dari karyawan pegadaian dalam mempromosikan produk yang ada Di Pegadaian.

### 3.2 Kondisi Kegiatan Promosi Aplikasi PDS

Kegiatan promosi aplikasi PDS dapat menjadi salah satu alternatif supaya pertumbuhan penggunaan aplikasi PDS Di Pegadaian CP Losari bisa maksimal. Aplikasi PDS memungkinkan nasabah untuk dapat bertransaksi dengan mudah, cepat dan aman. Namun pada kenyataannya masih banyak nasabah yang belum menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS), bahkan kebanyakan nasabah tidak mengetahui apa itu aplikasi PDS karena kurangnya promosi dari pihak Pegadaian CP Losari. Adapun beberapa kendala dalam melakukan kegiatan promosi aplikasi PDS yang meliputi :

- 1) Terbatasnya tenaga kerja marketing dari pihak Pegadaian CP Losari.

Pegadaian CP Losari memiliki 3 orang karyawan bagian marketing, namun 2 diantaranya hanya difokuskan pada tugas mencari nasabah baru dan mempromosikan semua produk-produk dari pegadaian ke masyarakat secara langsung, sedangkan kegiatan mempromosikan aplikasi PDS hanya dilakukan oleh 1 orang marketing saja. Oleh karena itu, kegiatan promosi aplikasi PDS belum dapat berjalan dengan maksimal.

- 2) Keterbatasan waktu dari pihak pegadaian CP Losari.

Dalam melakukan kegiatan mempromosikan aplikasi PDS untuk satu orang saja membutuhkan waktu yang sangat lama. Sedangkan para pihak pegadaian memiliki tanggung jawab kerja yang lainnya supaya kegiatan operasional dapat berjalan dengan baik dan tidak ada antian yang melonjak. Sehingga dari pihak Pegadaian CP Losari lebih mementingkan kegiatan operasionalnya agar selalu berjalan dengan lancar.

3) Nasabah yang terlalu sibuk atau terburu-buru.

Berdasarkan pengamatan penulis alasan dari nasabah yang terburu-buru untuk pulang karena masih banyak kegiatan lainnya yang harus diselesaikan. Nasabah juga masih cenderung belum membutuhkan aplikasi PDS yang dibutuhkan hanyalah pembiayaan berbentuk materi untuk menyelesaikan permasalahannya. Oleh karena itu, marketing tidak dapat memaksakan kehendak dari kepentingan nasabah dalam mempromosikan aplikasi PDS.

### **3.3 Kondisi Kegiatan Sosialisasi Aplikasi PDS**

Kegiatan sosialisasi merupakan salah satu cara untuk mengajak atau mempengaruhi kepribadian seseorang, karena dalam proses sosialisasi akan diajarkan suatu informasi yang harus dijalankan dan diterapkan oleh nasabah. Dengan adanya kegiatan sosialisasi nasabah dapat mengetahui apa itu aplikasi PDS dan bagaimana cara penggunaannya dari aplikasi tersebut. Namun kegiatan sosialisasi yang diterapkan oleh Pegadaian CP Losari masih memiliki beberapa kendala antara lain, nasabah Pegadaian CP Losari yang didominasi dengan orang tua. Para orang tua cenderung sulit untuk melek terhadap kecanggihan teknologi. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pendidikan, informasi dan kebiasaan zaman dahulu yang selalu bertransaksi secara manual sehingga sulit untuk mempengaruhi kepribadian mereka untuk menggunakan aplikasi PDS. Kendala lainnya yaitu terletak pada tidak adanya akses berupa smartphone android untuk menginstal aplikasi PDS serta masih sering terjadinya eror pada penggunaan aplikasi PDS.

### 3.4 Kondisi Kegiatan Operasional

Pegadaian CP Losari terletak di Di Jalan Soekarno Hatta NO. 329 Panggangsari, Kecamatan Losari, Kabupaten Cirebon. Alamatnya yang sangat strategis di samping jalan pantura membuat Pegadaian CP Losari selalu di padati dengan nasabah yang sedang membutuhkan kredit pembiayaan. Pegadaian CP Losari dalam sehari dapat melayani kegiatan operasional rata-rata 95 transaksi dari berbagai produk yang dimiliki oleh Pegadaian, serta dengan jumlah nasabah dalam perharinya yang mencapai angka rata-rata 65 Orang. Hal ini dapat terjadi karena kebanyakan nasabah yang belum menggunakan aplikasi PDS, nasabah masih memilih transaksi secara manual dengan mendatangi outlet secara langsung, apalagi dengan kondisi ruangan yang cukup minimalis dan hanya menyediakan 8 tempat duduk untuk menunggu nomor antrian, mengingat kondisi Covid-19 yang masih melanda. Oleh karena itu, kondisi ini membuat para nasabah terpaksa menunggu nomor antriannya di luar ruangan, sehingga berdampak pada nasabah dan karyawan pihak pegadaian yang terkuras dari segi waktu dan tenaganya.

## **BAB IV**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **4.1 Promosi**

##### **4.1.1 Pengertian Promosi**

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam (P. Montolalu, 2018) promosi merupakan suatu strategi khusus dari pengiklanan dan promosi penjualan serta hubungan masyarakat yang digunakan pada suatu perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasaran. Sedangkan menurut Buchari Alma (2007) dalam (Aprilia, 2021) definisi promosi adalah bentuk dari komunikasi pemasaran, yaitu berupa kegiatan pemasaran yang dapat menyalurkan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan pasar sasaran perusahaan supaya produknya dapat diterima, dibeli, dan berlangganan terhadap produk yang ditawarkan. Boddewyn (1989) dalam (Rehman & Yusoff, 2017) mengatakan bahwa promosi merupakan salah satu teknik pemasaran atau perangkat yang digunakan untuk membuat barang dan jasa menjadi lebih menarik dengan memberikan beberapa manfaat tambahan, baik dalam bentuk tunai atau barang, maupun harapan manfaat lainnya. Kasmir (2008) dalam (Fajar Fahrudin & Yulianti, 2015) berpendapat bahwa promosi juga berfungsi untuk mengingatkan nasabah tentang produk yang dimiliki dari suatu perusahaan yang nantinya dapat mempengaruhi nasabah untuk membelinya, maka dari itu dengan adanya promosi dapat meningkatkan citra bank di mata nasabah,

Menurut (Kasmir, 2005:175) promosi merupakan sarana yang paling tepat dan ampuh untuk bisa mempertahankan dan menarik nasabah, tanpa adanya promosi nasabah tidak dapat mengenal produk baru yang dimiliki perusahaan, selain itu juga dengan dilakukannya promosi akan dapat meningkatkan citra suatu perusahaan oleh nasabah. Promosi sering digunakan untuk merangsang konsumen supaya lebih cepat dalam memutuskan untuk membeli dan membeli barang atau jasa lebih banyak lagi (Rojuee & Rojuee, 2017).

Berdasarkan pengertian promosi diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa promosi merupakan salah satu dari sebagian rangkaian bauran pemasaran yang berisi tentang strategi pengiklanan, promosi penjualan dan hubungan kepada masyarakat yang mengkoordinasi dari upaya pihak penjual atau produsen untuk mengingatkan, mempengaruhi, merangsang, menginformasikan sebuah produk atau jasa yang bertujuan supaya produknya dapat diketahui, diterima, dibeli dan berlangganan.

#### **4.1.2 Tujuan Promosi**

Adapun tujuan dari kegiatan promosi menurut (Hapsari, 2010) yaitu :

- 1) Menginformasikan barang atau jasa.

Promosi yang berhasil berisi tentang informasi barang atau jasa yang disampaikan dengan cara padat, detail dan jelas.

- 2) Menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Promosi yang unik dan menarik dapat merangsang rasa penasaran calon konsumen sehingga akan tertarik untuk melakukan pembelian.

- 3) Mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Dengan adanya promosi maka akan dapat meningkatkan loyalitas dari pembeli tentunya dengan menerapkan beberapa strategi seperti, membuat tarif diskon pada kupon pembelian pertama.

#### **4.1.3 Sarana Promosi**

Adapun sarana promosi menurut Lovelock (2010) dalam (Jannah, 2017) yaitu meliputi :

- 1) Periklanan (Advertising), merupakan bentuk dari strategi promosi yang terdiri oleh sebuah gambar, tayangan dan kata-kata yang tertuang dalam spanduk, poster, brosur, koran, televisi, radio, internet dan lainnya. Periklanan dapat menjadi salah satu upaya pemecahan masalah Di Pegadaian CP Losari. Hal ini dapat terjadi karena dengan mengiklankan aplikasi PDS melalui poster, brosur dan internet maka akan tersampaikan kepada nasabah yang nantinya terpengaruh untuk menggunakannya.
- 2) Hubungan Masyarakat (Public Relation), merupakan upaya untuk menarik minat positif dalam organisasi yang berbentuk seminar, pembicara, event dan lain-lain. Dengan menerapkan strategi hubungan masyarakat diharapkan dapat meningkatkan penggunaan aplikasi PDS Di Pegadaian CP Losari, salah satunya yaitu dengan membuat seminar di sebuah organisasi masyarakat untuk mengenalkan berbagai produk serta aplikasi PDS kepada para anggotanya.
- 3) Penjualan Personal (Personal Selling), merupakan strategi promosi dengan cara menyampaikan informasi secara tatap muka langsung antara

penjual dengan calon konsumen untuk memperkenalkan, membentuk pemahaman yang dapat memberikan keputusan untuk membeli. Berdasarkan kondisi di lapangan strategi ini sangat memungkinkan untuk berhasil meningkatkan penggunaan aplikasi PDS. Hal ini terjadi karena nasabah dapat langsung merasakan pengaruh emosi marketing serta nasabah dapat memperhatikan secara jelas dan detail dari kegiatan promosi yang di lakukan pihak Pegadaian CP Losari.

PT. Pegadaian CP Losari telah memanfaatkan sarana promosi berupa pada media cetak, media sosial dan tatap muka secara langsung untuk meningkatkan penggunaan aplikasi PDS. Sarana tersebut sejalan dengan pernyataan dari Fadhilah et al., (2021) yang berpendapat strategi promosi yang menarik dan unik seperti pada media cetak, media sosial dan tatap muka secara langsung sangat mempengaruhi nasabah di dalam keputusannya menggunakan aplikasi PDS untuk melakukan segala macam transaksi secara terus menerus.

## **4.2 Teknologi Informasi**

### **4.2.1 Pengertian Teknologi Informasi**

Teknologi Informasi atau dalam Bahasa Inggris lebih dikenal dengan sebutan *Information Technology* (IT) adalah istilah umum dari suatu teknologi apa pun yang berguna untuk membantu manusia dalam mengubah, menyimpan, membuat, mengkomunikasikan dan menyebarkan informasi. Menurut Haag dan Keen (1996) dalam (Karim et al., 2005) teknologi informasi merupakan seperangkat alat yang dapat membantu pekerjaan melalui informasi serta melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi.

Contoh teknologi informasi menurut (Fitri, 2016) yaitu bukan hanya komputer pribadi saja, tetapi juga berupa televisi, telephone, alat elektronik seperti peralatan rumah tangga dan juga ponsel. Secara umum. Menurut (Lucas Jr, 1999) berpendapat bahwa Teknologi Informasi merupakan semua bentuk teknologi yang dapat memproses data supaya bisa disebar secara luas menjadi informasi yang dapat diakses melalui jejaring elektronik.

Adapun pengertian Teknologi Informasi menurut (Purba et al., 2020) yang menyimpulkan bahwa teknologi informasi adalah kombinasi dari teknologi dan informasi dalam bentuk perangkat lunak keras dan perangkat lunak yang berfungsi untuk melakukan pengelolaan, pemrosesan, penyimpanan, penyusunan serta proses mengedit data dengan berbagai cara yang berguna untuk mendapatkan informasi yang kongkerit yaitu berupa informasi yang relevan, bermutu baik, yang dapat digunakan dalam berbagai instansi dalam pengambilan keputusan yang strategis.

Teknologi Informasi sangat berperan penting dalam revolusi industri 4.0, oleh karena itu para pelaku usaha dituntut untuk siap terhadap sebuah inovasi dari kecanggihan teknologi. Menurut Cobanoglu et al., (2001) dalam (Madhukar & Sharma, 2020) berpendapat bahwa teknologi informasi di industri telah meningkatkan produktivitas, kualitas, kepuasan konsumen, loyalitas jangka panjang dan mengurangi biaya. Pendapat peneliti tersebut telah mendukung tujuan utama di ciptakannya aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) oleh PT. Pegadaian.

#### 4.2.2 Peranaan Teknologi Informasi

Dengan adanya teknologi informasi, segala kegiatan manusia menjadi semakin lebih mudah. Kecepatan, konektivitas komputer, ketepatan pemrosesan informasi serta teknologi internet yang dapat meningkatkan efisiensi dalam kegiatan bisnis, misalnya meningkatkan jaringan kerjasama dan komunikasi (O'Brian, David, 2000). Menurut Kadir (2014) dalam (Purba et al., 2020) peranan teknologi informasi meliputi :

- 1) Teknologi informasi dapat menggantikan peranan manusia. Artinya teknologi informasi bisa melakukan otomasi terhadap suatu proses.
- 2) Teknologi informasi dapat memeperkuat peranan manusia, yaitu dengan memberikan informasi terhadap suatu proses atau tugas.
- 3) Teknologi informasi berperan pada restrukturasi terhadap peran manusia. Artinya teknologi informasi berperan terhadap perubahan-perubahan dari sekumpulan tugas dan proses.

#### 4.2.3 Dimensi Teknologi Informasi

Adapun dimensi teknologi informasi menurut (Karimah, 2021) yaitu :

- 1) Kemudahan

Teknologi informasi diciptakan untuk mempermudah pelayanan kepada penggunanya. Seperti halnya bertransaksi melalui aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS), nasabah dapat bertransaksi secara mudah dengan dilakukan dimana saja dan kapan saja.

## 2) Efektivitas

Yaitu memaksimalkan dan mengembangkan kinerja pada karyawan pegadaian. Sehingga dengan adanya teknologi informasi seperti aplikasi PDS dapat memberikan efektivitas bagi kinerja organisasi.

## 3) Keamanan

Sikap percaya pada keamanan TI akan muncul ketika penggunanya menganggap bahwa teknologi informasi dapat memberikan kontribusi yang positif. Maka dari itu, aplikasi PDS diluncurkan dengan keamanan yang sangat tinggi sehingga penggunanya akan dapat merasakan kenyamanan dan ketenangan.

## 4) Kemanfaatan

Yaitu sejauh mana pengguna TI merasakan bahwa teknologi apapun telah memberikan manfaat yang dapat memfasilitasi kegiatan transaksi. Oleh karena itu, aplikasi PDS diciptakan untuk memberikan manfaat bagi kedua belah pihak yaitu nasabah dan outlet pegadaian.

### 4.2.4 Pengadopsian Teknologi Informasi (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1989. Model TAM di adopsi dari model *The Theory of Reasoned Action* (TRA) yaitu model teori tindakan yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishben pada tahun 1975, dengan menerapkan suatu reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal yang dapat menentukan sikap dan perilaku dari orang tersebut (Anggraini, 2020). Menurut (Pavlou, 2003) *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan kerangka pemikiran yang

membahas tentang kemauan dan keputusan seseorang dalam menggunakan teknologi informasi (Attitude Toward Using) yang didasarkan dari pengaruh dua variabel yaitu persepsi kebermanfaatan (Perceived Usefulness) serta persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use). Adapun tujuan dari model teori TAM yaitu untuk memprediksi dan menjelaskan penerimaan (acceptance) dari pengguna terhadap suatu teknologi informasi.

Menurut Nugroho dalam (Anggraini, 2020) TAM telah banyak digunakan untuk dapat mengetahui suatu reaksi dari seorang pengguna terhadap sistem informasi. Model teori TAM menggambarkan bahwa ketika seseorang ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem informasi yang baru maka akan ada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penggunaannya dari segi kemanfaatan dan kemudahan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Basti et al., 2019), dari hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa ada hubungan positif dari persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat nasabah untuk menggunakan aplikasi pegadaian syariah digital. Model teori ini dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dari topik yang diangkat, karena dengan memanfaatkan penggunaan model teori TAM akan dapat menggambarkan sejauh mana nasabah Di Pegadaian CP Losari merasakan kemudahan dan kebermanfaatan terhadap penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS).

#### **4.2.5 Digital Marketing**

Digital marketing merupakan suatu aktivitas untuk mencari pasar dan pemasaran dengan memanfaatkan digitalisasi sebagai media dalam

menjangkau calon konsumennya (Purwana et al., 2017). Sedangkan menurut (Saputra & Ketut, 2020) digital marketing merupakan salah satu jenis kegiatan pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan atau menginformasikan suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk menjangkau para calon konsumen dengan menggunakan media digital. Digital marketing juga digunakan untuk berkomunikasi, memberikan, menciptakan dan menukar nilai penawaran bagi konsumen, klien, mitra serta bagi masyarakat (Strauss et al., 2012).

Menurut Saputra et al., (2020) di era globalisasi sangat penting untuk bisa memanfaatkan digital marketing karena cakupan yang sangat luas dan kemudahan dalam menggunakannya. Oleh karena itu, PT. Pegadaian terus bertransformasi ke era digitalisasi salah satunya dengan menciptakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) yang bertujuan untuk memperluas pasar serta untuk menginformasikan semua produk dan jasa dari PT. Pegadaian supaya para konsumennya dapat mengetahui dan menggunakannya.

#### **4.2.6 Penerapan Digital Marketing Di Pegadaian CP Losari**

Di Pegadaian CP Losari telah menerapkan berbagai aplikasi yang dimiliki PT. Pegadaian sebagai sarana penyaluran informasi digital marketing salah satunya yaitu aplikasi pegadaian digital service dimana aplikasi ini sangat bermanfaat bagi nasabah pegadaian. Pernyataan tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fachruzi et al., 2020), penelitian tersebut bertujuan untuk mengevaluasi aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) dari segi usability menggunakan metode WEBUSE dan hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) termasuk

kedalam golongan Cukup Baik, artinya aplikasi ini sudah dapat diterima oleh nasabah karena minimnya kesalahan pada aplikasi PDS serta dapat mempermudah dalam proses transaksi para nasabah. Di dalam penerapannya dengan menggunakan aplikasi PDS, nasabah Di Pegadaian CP Losari dapat mengetahui berbagai produk dan jasa yang di tawarkan dari pegadaian serta dapat dapat pula mengetahui syarat dan ketentuan pendaftaran dari produk atau jasa tersebut tanpa harus mendatangi outlet pegadaian secara langsung.

### **4.3 Pegadaian Digital Service (PDS)**

#### **4.3.1 Pengertian Pegadaian Digital Service (PDS)**

Menurut (Wijayanti, 2020) pegadaian digital service merupakan salah satu pelayanan dengan basis aplikasi yang dapat membantu nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi gadai maupun transaksi lainnya melalui smartphone. Sedangkan menurut (Karnawijaya & Rokhaniyah, 2021) pegadaian digital service merupakan pelayanan yang diberikan oleh pegadaian melalui aplikasi mobile dan web guna memberikan kemudahan kepada nasabah yang ingin mendapatkan akses berupa produk-produk dari pegadaian. Tujuan dari peluncuran PDS yaitu supaya dapat menjangkau masyarakat yang memiliki gaya hidup serba digital, mudah dan cepat untuk menawarkan produk yang dimiliki Pegadaian (Hidayat & Arwien, 2020).

Aplikasi PDS ini dikembangkan untuk menjawab persaingan bisnis, dimana untuk saat ini proses bisnis sudah beralih pada sistem digital yang ditandai dengan munculnya fintech, startup serta perkembangan pasar e-commerce (Pegadaian, 2018). Pegadaian Digital Service (PDS) memberikan fitur-fitur

seperti, boking gadai, tabungan emas, pembiayaan, pembayaran, cicil emas. Aplikasi PDS juga dapat memberikan informasi kepada nasabah seperti, perkiraan nominal gadai yang nantinya akan di dapatkan, informasi nominal perpanjang, tebusan serta dapat mengetahui tanggal jatuh tempo.

**Gambar 4.1 Tampilan Awal dan Fitur Aplikasi PDS**



*Sumber: Aplikasi Pegadaian Digital Service*

### 4.3.2 Tujuan Peluncuran Aplikasi PDS

Adapun tujuan dari peluncuran PDS menurut Sari., et al (2019) meliputi :

- 1) Dapat bersaing secara global.
- 2) Menyasar ke generasi milenial.
- 3) Membantu nasabah yang hanya memiliki sedikit waktu untuk pergi langsung ke outlet.

### 4.3.3 Skema Sebelum dan Sesudah adanya Aplikasi PDS

A. Sebelum adanya aplikasi PDS :

- 1) Perlu mendatangi outlet pegadaian secara langsung.
- 2) Nasabah belum mengetahui nominal hasil barang jaminan.

- 3) Adanya sistem antrian.
- 4) Pembayaran dilakukan hanya di outlet pegadaian.

B. Sesudah adanya aplikasi PDS :

- 1) Tidak perlu datang ke outlet pegadaian.
- 2) Nasabah dapat mengetahui nominal barang jaminan.
- 3) Tidak perlu mengantri lama.
- 4) Transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.
- 5) Terdapat informasi-informasi dari produk pegadaian.

Menurut (Hestianah & Mafulla, 2018) berpendapat bahwa, segmen digital saat ini sedang gencar untuk segera diterapkan, tujuannya supaya dapat mengurangi banyaknya nasabah yang melakukan transaksi di loket pembayaran. Pendapat tersebut didukung dari Pegadaian CP Losari yang mengharapkan semua kegiatan transaksi gadai dialihkan pada aplikasi PDS supaya dapat mengurangi banyaknya antrian nasabah.

#### **4.4 Kinerja Pelayanan**

##### **4.4.1 Pengertian Kinerja Pelayanan**

Kinerja pelayanan menurut Cronin dan Taylor dalam (Dharmayanti, 2006) yaitu merupakan kinerja pelayanan yang dapat diterima oleh konsumen serta menilai berapa kualitasnya dari pelayanan perusahaan yang telah konsumen rasakan. Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra dalam (Elvita & Suhaeni, 2017) service performance merupakan suatu keyakinan konsumen tentang jasa yang dialami atau *beliefs about experience service*. Kinerja pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia,

lingkungan, proses yang dapat memenuhi atau melebihi suatu harapan (Yuningsih et al., 2022).

Pelayanan sebagai sesuatu yang penting terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen atau nasabah. Segala kegiatan pelayanan harus berkualitas dan baik untuk diterapkan suatu perusahaan. Dengan adanya kinerja pelayanan yang berkualitas para konsumen akan merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang didapatkannya sehingga dapat menciptakan loyalitas dari konsumen. Menurut (Koeswara & Muslimah, 2016) kinerja pelayanan merupakan salah satu komponen yang harus diterapkan didalam suatu perusahaan karena dapat berpengaruh untuk mendatangkan seorang konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan konsumen yang lama untuk berpindah ke perusahaan lainnya.

#### **4.4.2 Ciri-ciri Pelayanan yang Baik**

Pelayanan menjadi suatu hal penting dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Setiap perusahaan harus menerapkan suatu pelayanan yang berkualitas tinggi agar loyalitas konsumen selalu terjaga. Menurut Kasmir dalam (Yuningsih et al., 2022) ciri-ciri pelayanan yang baik yaitu :

- 1) Ketersediaan karyawan berkualitas
- 2) Ketersediaan sarana dan prasarana
- 3) Akuntabel
- 4) Komunikasi yang efektif
- 5) Jaminan kerahasiaan

#### 4.4.3 Indikator Kinerja Pelayanan

Menurut Soenhadji dalam (Nugroho & Sudaryanto, 2013) Pengukuran variabel kinerja pelayanan dilakukan berdasarkan dimensi yang dibentuk dari jasa yang diproduksi yaitu antara lain :

1) Outcome

Yaitu merupakan suatu hasil yang diukur dari tingkat keterpakain produk atau jasa.

2) Method

Yaitu pengukuran kemampuan dan ketepatan produk atau jasa dalam membantu para konsumennya untuk memecahkan suatu permasalahan.

3) Service

Yaitu suatu bagian yang berkaitan dengan ketanggapan organisasi terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen, kepercayaan dan keandalan.

4) Relationship

Yaitu merupakan tingkat dukungan produk atau jasa untuk membantu meningkatkan kinerja individu atau kinerja kelompok.

5) Global

Yaitu sesuatu yang dapat membuat konsumen lebih merasakan peningkatan nilai guna bagi lingkungannya.

6) Problem Identification

Yaitu dapat membuat konsumen lebih mengerti tujuan serta yakin terhadap masalah yang tengah dihadapi untuk segera diselesaikan.

## BAB V

### METODA PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA

#### 5.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2016) metode deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang di dasarkan pada filsafat *postpositivisme* dan digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti merupakan instrument kunci teknik pengumpulan data yang diterapkan secara trigulasi serta analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menonjolkan makna daripada generalisasi.

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk dapat menjelaskan, menggambarkan, menerangkan, dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang berlandaskan dari fakta-fakta yang di dapatkan dari lapangan mengenai kondisi promosi dan kondisi sosialisasi teknologi informasi aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Di Pegadaian CP Losari.

#### 5.2 Metoda Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, penulis telah menggunakan 3 metoda pengumpulan data yaitu meliputi :

- 1) Observasi

Menurut (Riyanto, 2010:96) metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara menerapkan pengamatan secara langsung maupun tidak

langsung terhadap objek penelitian. Dalam penelitian ini, metode observasi dilakukan dengan cara mengamati kondisi lapangan secara langsung selama kegiatan magang MBKM Di Pegadaian CP Losari seperti, mengamati kendala promosi aplikasi PDS seperti, keterbatasan waktu dan tenaga kerja dari pihak Pegadaian CP Losari. Selanjutnya dengan mengamati kendala sosialisasi aplikasi PDS seperti, nasabah di yang didominasi dengan orang tua dan tidak memiliki smartphone android. Selain itu, observasi dengan cara mengamati kendala kegiatan operasional Pegadaian CP Losari yang disibukan dengan transaksi nasabah dan ruangan yang cukup minimalis.

2) Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan komunikasi secara langsung antara penyelidik dengan subjek atau (Riyanto, 2010:82). Pada penelitian ini, kegiatan wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada beberapa responden yaitu, pimpinan cabang yang menjelaskan tentang sosialisasi aplikasi PDS harus dilakukan secara bertahap. Selanjutnya wawancara dilakukan kepada marketing RO yang menjelaskan tentang promosi aplikasi PDS dilakukan melalui media digital, brosur, poster, seminar dan face to face. Selain itu, wawancara diberikan kepada pengelola agunan tentang peningkatan kinerja pelayanan berupa penambahan user aplikasi PDS melalui promosi dan sosialisasi penggunaan aplikasi PDS. Adapun wawancara dengan mengajukan pertanyaan kepada nasabah Pegadaian CP Losari tentang persepsi kemudahan dan kebermanfaatannya dalam menggunakan aplikasi PDS.

### 3) Dokumentasi

Pada penelitian ini penulis mengumpulkan data-data melalui dokumen yang meliputi brosur, poster, sesi foto, data MIS, profil dan data-data lainnya yang berkaitan dengan penelitian pada Pegadaian CP Losari guna menunjang penyelesaian topik dari penelitian.

### 5.3 Analisis Data

Analisis data menurut (Sugiyono, 2018) yaitu suatu proses mencari data dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam beberapa kategori, menjelaskan ke dalam poin-poin, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang terpenting dan yang akan dibahas, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Sedangkan menurut (Moleong & Lexy, 2017) analisis data merupakan suatu proses untuk mengatur urutan data, menyaring ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.

Dalam penelitian ini menerapkan suatu analisis deskriptif yang di kumpulkan melalui berbagai kondisi yang telah terjadi seperti kondisi permasalahan Di Pegadaian CP Losari beserta dengan nasabahnya. Lalu, pemecahan masalah akan diungkapkan setelah melakukan analisa dari hasil pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Hasil tersebut kemudian akan dikemukakan kedalam bentuk yang lebih kongkrit dan telah disesuaikan dengan teori yang terdapat dalam berbagai studi komparatif.

## BAB VI

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 6.1 Gambaran Umum Pegadaian CP Losari

##### 6.1.1 Jumlah Nasabah Pegadaian CP Losari

Tabel 6.1

Jumlah Nasabah Pegadaian CP Losari

NO	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2020	5.570
2	2021	6.994

Berdasarkan tabel 6.1 dapat diketahui bahwa jumlah nasabah Pegadaian CP Losari pada tahun 2020 mencapai angka 5.570 orang sedangkan di tahun 2021 memiliki nasabah yang berjumlah sebanyak 6.994 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah nasabah Di Pegadaian CP Losari di tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 mengalami peningkatan yaitu kurang lebih sebanyak 1.424 nasabah.

##### 6.1.2 Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi Pegadaian Digital Service

Tabel 6.2

Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi PDS

Tahun	Jumlah nasabah keseluruhan	Jumlah user aplikasi PDS (online)
2020	5.570	318
2021	6.994	590

Berdasarkan tabel 6.2 menunjukkan bahwa dari jumlah keseluruhan nasabah pada tahun 2020 yaitu 5.570, sebanyak 318 nasabah diantaranya telah menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Sedangkan pada tahun 2021 jumlah dari pengguna aplikasi PDS yaitu mencapai angka 590 nasabah dengan jumlah keseluruhan nasabah adalah 6.994 orang.

### 6.1.3 Frekuensi Promosi

Kegiatan promosi aplikasi PDS dapat menjadi salah satu alternatif supaya pertumbuhan penggunaan aplikasi PDS Di Pegadaian CP Losari bisa maksimal. Hal ini dapat terjadi karena dengan adanya promosi nasabah akan mendapatkan suatu informasi terkait dengan segala isi dari aplikasi PDS. Di dalam strategi promosi melalui iklan, PT. Pegadaian CP Losari telah menyajikan data aktifitas promosi melalui periklanan dalam bentuk poster dan brosur. Adapun frekuensi aktifitas iklan di Pegadaian CP Losari yang dapat dilihat pada tabel 6.3 dibawah ini :

Tabel 6.3  
Frekuensi Promosi Iklan Aplikasi PDS

Bulan	Sarana Promosi Melalui Iklan	
	Poster	Brosur
Maret - April	1	500
Mei - Juni	2	500



Gambar 6.1 Brosur Aplikasi PDS

#### 6.1.4 Kondisi Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan pada Pegadaian CP Losari yaitu dengan menerapkan sosialisasi non tunai dihari sabtu pada semua aktivitas transaksi yang di dasari dengan penggunaan aplikasi PDS. Sosialisasi tersebut dilakukan dengan cara mengajarkan atau mengedukasi beberapa nasabah tentang bagaimana cara penggunaan dari aplikasi Pegadaian Digital service supaya dapat mengubah kebiasaan mereka untuk bertransaksi secara online. Pihak Pegadaian CP Losari juga melakukan sosialisasi di pusat keramaian seperti pasar.



Gambar 6.2 Sosialisasi Aplikasi PDS Kepada Nasabah

## **6.2 Analisis Permasalahan Dengan Menggunakan Teori TAM**

### **6.2.1 Pengenalan Aplikasi PDS**

Salah satu permasalahan yang timbul Di Pegadaian CP Losari yaitu masih kurangnya penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) dalam kegiatan transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Hal ini dikarenakan adanya kondisi lokasi nasabah yang belum menyesuaikan seperti, lokasi dari nasabah tidak terletak di perkotaan sehingga nasabah Pegadaian CP Losari mayoritas adalah masyarakat kampung yang tidak mempunyai smartphone android. Adapun kondisi lainnya yaitu masih banyaknya nasabah yang belum mengerti kegunaan dan penggunaan dari aplikasi PDS, karena sebagian nasabah Di Pegadaian CP Losari di dominasi dengan orang tua, sehingga belum mengerti tentang penggunaan teknologi digital. Dari data outlet CP Losari pada tahun 2021, jumlah keseluruhan nasabah sebanyak 6.994. Dari jumlah tersebut, 590 nasabah diantaranya telah menggunakan aplikasi PDS, namun dibandingkan dengan nasabah yang belum memakai aplikasi PDS masih belum maksimal. Hal inilah yang menjadikan kendala bagi Pegadaian CP Losari, karena masih banyak nasabah yang bertransaksi secara langsung dengan cara datang ke CP Losari, maka dari itu dapat menyebabkan antrian yang sangat panjang. Dilihat dari kondisi ruangan Pegadaian CP Losari yang cukup minimalis, sehingga mengharuskan para nasabah menunggu antriannya di luar ruangan. Selain itu, kurangnya penggunaan aplikasi PDS juga dapat berdampak dari adanya kendala-kendala kondisi promosi aplikasi PDS yaitu seperti, keterbatasan tenaga kerja tim marketing, keterbatasan waktu dari pihak pegadaian serta

nasabah yang terlalu sibuk atau terburu-buru. Sedangkan dari kondisi sosialisasi aplikasi PDS pun masih memiliki beberapa kendala di dalam penerapannya yaitu seperti, nasabah orang tua yang cenderung sulit diajarkan teknologi, tidak adanya akses smartphone android untuk menginstal aplikasi PDS dan masih sering terjadinya eror pada penggunaan aplikasi PDS pada saat kegiatan bertransaksi.

Selama proses magang berlangsung, penulis melakukan wawancara bersama nasabah yaitu Ibu Muda'ah tentang seberapa mengetahuinya terhadap aplikasi Pegadaian Digital Service? Beliau menjawab tidak mengetahui apa itu aplikasi Pegadaian Digital karena beliau setiap bertransaksi menggunakan cara langsung yaitu dengan mendatangi outlet dan tidak pernah melalui aplikasi-aplikasi dari smartphone. Bahkan Ibu Muda'ah baru mengetahui bahwa pegadaian mempunyai aplikasi yang bisa membayar tagihannya melalui HP tanpa harus datang langsung ke outlet.

Selain itu, penulis juga melakukan wawancara bersama dengan seorang remaja yang bernama Mas Widy Rochmani, dari wawancara tersebut dia menyampaikan bahwasannya memang telah mengetahui Aplikasi Pegadaian Digital Service dan sudah menginstalnya di handphone namun dia tidak menggunakan aplikasi tersebut dan lebih memilih bayar tagihannya melalui minimarket, sedangkan wawancara selanjutnya yaitu dengan Ibu Kursinah, Ibu Royati, Ibu Tursiah, Bapak Udin, dan Bapak Kadim mereka mengatakan bahwa tidak mengetahui apa itu Aplikasi Pegadaian Digital Service karena mereka merupakan nasabah yang sudah berumur sehingga mereka tidak dapat

memahami perkembangan zaman dan tidak memiliki smartphone android. Sedangkan hasil wawancara dari Mba Nuriza, Ibu Marfu'ah, Ibu Sakilah, Mba Santi Santika dan Mas Reza mereka mengatakan bahwa sudah mengetahui aplikasi PDS dan menggunakannya dalam kegiatan transaksi.

Berdasarkan wawancara yang telah diberikan kepada nasabah Di Pegadaian CP Losari dapat disimpulkan bahwa aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) belum banyak yang mengetahui hal ini dikarenakan masih kurangnya kegiatan promosi dan sosialisasi yang dilakukan dari pihak Pegadaian CP Losari yang disebabkan oleh adanya beberapa kendala. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya-upaya khusus supaya nasabah Pegadaian CP Losari dapat mengetahui aplikasi tersebut dan menggunakannya disegala kegiatan transaksi.

### **6.2.2 Kemudahan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi PDS**

Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) diluncurkan dengan tujuan untuk dapat mempermudah nasabahnya dalam kegiatan bertransaksi di manapun dan kapanpun. Di dalam laporan ini mengidentifikasi bahwa semakin seseorang percaya terhadap kemudahan dalam menggunakan aplikasi PDS maka akan meningkat pula kemauan nasabah untuk menggunakan aplikasi tersebut. Kemudahan yang didapatkan seseorang pada saat menggunakan aplikasi PDS yaitu mudah dipahami dan mudah untuk digunakan. Namun berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada nasabah Pegadaian CP Losari, ditemukan hasil bahwa nasabah di Pegadaian CP Losari merasakan kesulitan di dalam penggunaan aplikasi PDS

karena tampilan menunya yang masih tergolong susah untuk dipahami dan penggunaannya yang sulit dan rumit di dalam kegiatan bertransaksi. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya promosi dari pihak pegadaian serta kurangnya sosialisasi yang membuat nasabah belum memahami secara keseluruhan tentang bagaimana cara penggunaan aplikasi PDS.

Beberapa hasil studi komparatif terdahulu juga menjelaskan bahwa aplikasi digital berupa e-banking syariah masih sulit di dalam melakukan kegiatan transaksi. Hasil laporan ini mendukung penelitian terdahulu oleh (Saputri, 2018) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas *Electronic Banking* Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening” yang menemukan hasil yaitu persepsi kemudahan di dalam penggunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan e-banking bank syariah.

### **6.2.3 Kebermanfaatan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi PDS**

Persepsi kebermanfaatan adalah aspek penting yang menentukan seseorang untuk mau menggunakan teknologi digital yaitu berupa aplikasi Pegadaian Digital Service. Pegadaian telah menginovasikan pelayanannya dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi mutakhir supaya dapat mempermudah nasabahnya dalam kegiatan transaksi. Apalagi dengan kondisi sekarang ini yang mayoritas nasabah sudah disibukkan dengan kegiatan masing-masing sehingga tidak sedikit nasabah merasa kesulitan untuk bertransaksi ke outlet secara langsung. Maka dari itu, dengan adanya aplikasi

PDS nasabah dapat bertransaksi meskipun sedang menjalankan aktivitasnya. Namun pada kenyataannya, berdasarkan wawancara yang di dapat dari nasabah Pegadaian CP Losari, yaitu sebagian besar mereka belum merasakan kebermanfaatan dari penggunaan aplikasi PDS. Hal ini dapat terjadi karena mereka masih merasakan kelambatan dan kerumitan bertransaksi dengan menggunakan aplikasi PDS.

Adapun hasil studi komparatif terdahulu yang menjelaskan bahwa aplikasi digital berupa *Mobile Banking* masih kurang bermanfaat terhadap penggunanya. Hasil laporan ini mendukung penelitian terdahulu oleh (Himawati, 2018) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening” dan ditemukan hasil yaitu persepsi manfaat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan aplikasi *Mobile Banking*. Hal ini dapat terjadi karena kebanyakan nasabah bank BTN Syariah Solo belum mengetahui dan belum mengerti tentang bagaimana cara menggunakan aplikasi mobile banking.

## **6.3 Pembahasan**

### **6.3.1 Promosi Dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PDS**

Kegiatan promosi aplikasi PDS dapat menjadi salah satu alternatif supaya pertumbuhan penggunaan aplikasi PDS Di Pegadaian CP Losari bisa meningkat secara maksimal. Promosi merupakan salah satu dari sebagian rangkaian kegiatan pemasaran yang berisi tentang strategi pengiklanan, promosi penjualan dan hubungan kepada masyarakat yang mengkoordinasi

dari upaya pihak penjual atau produsen untuk mengingatkan, mempengaruhi, merangsang, menginformasikan suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk dapat diketahui, diterima, dibeli dan berlangganan. Adapun strategi promosi yang dilakukan Pegadaian CP Losari dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PDS yaitu antara lain :

1) Promosi aplikasi PDS melalui penjualan personal (personal selling)

Pegadaian CP Losari telah mempromosikan aplikasi PDS dengan sarana melalui personal selling yaitu dengan cara komunikasi oleh pihak pegadaian kepada nasabah, dimana promosi tersebut berisi tentang pengenalan aplikasi PDS beserta manfaat dari penggunaan aplikasi tersebut. Personal selling ini dilakukan dengan cara berkomunikasi secara langsung atau face to face supaya dapat memperjelas informasi yang diberikan. Dengan menerapkan promosi secara langsung maka emosi dari pihak pegadaian dapat tersampaikan kepada nasabah dan akan dapat mempengaruhi didalam keputusannya untuk menggunakan aplikasi PDS.

Selain itu, adapun upaya-upaya khusus yang digunakan oleh pihak Pegadaian CP Losari supaya kegiatan promosi personal selling dapat diterapkan dengan baik yaitu:

- a. Mengamati nasabah yang sekiranya tertarik atau sudah melek terhadap penggunaan teknologi digital.
- b. Pendekatan kepada nasabah dengan cara mengajak untuk berkomunikasi secara santai tentang prospek usahanya dan sebagainya.

- c. Menanyakan informasi tentang keuangan waktu di dalam aktivitasnya setelah transaksi selesai.



Gambar 6.3 Promosi Personal Selling Kepada Nasabah

- 2) Promosi aplikasi PDS melalui periklanan (advertising)

Iklan merupakan bentuk dari strategi promosi yang terdiri dari gambar, tayangan dan kata-kata yang tertuang dalam spanduk, poster, brosur, televisi, internet dan lainnya. Kegiatan promosi melalui sarana periklanan merupakan strategi penting untuk menginformasikan aplikasi PDS kepada nasabah dan masyarakat karena dapat menjangkau lapisan yang lebih luas. Pegadaian CP Losari melakukan promosi iklan dengan menggunakan media brosur, poster dan digital yang berisi tentang cara mendownload aplikasi PDS, penggunaan aplikasi PDS beserta manfaatnya. Iklan di desain semenarik mungkin supaya nasabah tertarik untuk membaca dan menerapkannya.

Lokasi poster diletakan pada tempat-tempat strategis seperti disamping kursi nasabah untuk menunggu nomer antriannya. Sedangkan brosur dapat diberikan kepada masing-masing nasabah pada saat menunggu transaksinya

yang belum selesai, sehingga diharapkan pada saat menunggu ada waktu untuk membaca dan mempelajari brosur dari aplikasi PDS.

Selain itu, periklanan melalui media digital seperti instagram, facebook, tiktok, you tube sangat menentukan nasabah di dalam keputusannya untuk menggunakan aplikasi PDS. Hal ini dapat terjadi karena teknologi digital yang semakin berkembang dengan cepat membuat masyarakat di kesehariannya pasti akan mengakses media sosial. Oleh karena itu media sosial ini dapat menjadi alternatif untuk menginformasikan, menarik dan mempengaruhi untuk menggunakan aplikasi PDS.



Gambar 6.4 Promosi Iklan Media Digital dan Poster

### 3) Promosi aplikasi PDS melalui hubungan masyarakat

Hubungan Masyarakat (Public Relation) merupakan upaya untuk menarik minat positif dalam organisasi yang berbentuk seminar, pembicara, event dan lain-lain. Promosi bukan hanya difokuskan hanya pada pengenalan aplikasi PDS saja namun juga semua produk-produk yang dimiliki oleh pegadaian. Hal ini dapat terjadi karena promosi hubungan masyarakat ini sangat efisien untuk dapat menyalurkan kepada anggota-anggota seperti

ormas dan sebagainya sehingga harus ditambahkan dengan promosi produk yang dapat meningkatkan value perusahaan. Pegadaian CP Losari telah mempromosikan aplikasi PDS dan segala produk melalui hubungan masyarakat dalam bentuk seminar ormas dan seminar di sekolah SMA terdekat. Hal ini bertujuan untuk menyebarkan informasi tentang aplikasi PDS dan produk yang dimiliki pegadaian kepada anggota-anggota ormas sehingga diharapkan akan menyebar luas secara cepat.

Target ormas yang dituju antara lain ibu-ibu, hal ini dikarenakan ibu-ibu lebih cenderung suka menginformasikan segala hal sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk dan penggunaan aplikasi PDS di Pegadaian CP Losari. Selain itu, seminar di sekolah juga perlu dilakukan karena pegadaian memiliki produk tabungan emas bagi remaja yang cocok untuk berinvestasi sejak kecil. Tabungan emas ini juga dapat diakses melalui aplikasi PDS sehingga memungkinkan siswa untuk bertransaksi secara mudah. Seminar ini dilaksanakan bersama guru-guru sekolah SMA yang nantinya dapat di informasikan kepada siswanya. Oleh karena itu, dengan adanya promosi tabungan emas akan meningkatkan pula penggunaan aplikasi PDS di Pegadaian CP Losari.



Gambar 6.5 Seminar Bersama Guru dan Seminar Bersama Ormas

Adapun hasil wawancara bersama dengan bapak Irwan selaku bagian marketing BPO RO yang mengatakan *“Untuk meningkatkan penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service di Pegadaian CP Losari maka saya harus mempromosikan kepada nasabah pegadaian melalui digital, brosur, poster, seminar dan face to face secara langsung supaya nasabah dapat memperhatikan secara langsung baik itu cara download aplikasinya, cara registrasinya dan cara penggunaannya”* (Wawancara 13 April 2022).

Wawancara tersebut selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fadhilah et al., (2021) yaitu strategi promosi yang menarik dan unik seperti pada media cetak, media sosial dan tatap muka secara langsung sangat mempengaruhi nasabah di dalam keputusannya menggunakan aplikasi PDS untuk melakukan segala macam transaksi secara terus menerus dan berulang. Merujuk dari pendapat dan hasil penelitian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan promosi sangatlah penting untuk meningkatkan penggunaan aplikasi PDS di Pegadaian CP Losari.

### **6.3.2 Sosialisasi Dalam Meningkatkan Penggunaan Aplikasi PDS**

Kegiatan sosialisasi merupakan salah satu cara untuk mengajak dan mempengaruhi kebiasaan seseorang, karena dalam proses sosialisasi akan diajarkan suatu informasi yang harus dijalankan dan diterapkan oleh nasabah. Dengan adanya kegiatan sosialisasi nasabah dapat mengetahui aplikasi PDS dan bagaimana cara penggunaan dari aplikasi tersebut. Adapun kegiatan sosialisasi dilakukan pihak Pegadaian CP Losari yaitu dengan cara :

- 1) Kegiatan sosialisasi dilakukan setiap hari sabtu di outlet Pegadaian.

Dihari sabtu menerapkan pembayaran non tunai pada semua aktivitas transaksi sehingga dapat dialihkan dengan menggunakan aplikasi PDS. Pemilihan hari sabtu cocok untuk diadakan sosialisasi karena di hari sabtu para pekerja telah libur, sehingga bagi nasabah orang tua dan nasabah yang tidak memiliki smartphone android dapat mengajak anaknya atau saudaranya yang telah mempunyai akses android dan sudah melek pada teknologi digital.

- 2) Kegiatan sosialisasi dilakukan di tempat pusat keramaian.

Pusat keramaian yang ditargetkan oleh pihak pegadaian adalah pasar losari. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat mengenal dan menggunakan aplikasi pegadaian digital service pada saat bertransaksi produk di pegadaian. Kegiatan sosialisasi di pasar losari dilakukan dengan cara memberikan brosur aplikasi PDS dan dipengaruhi kebiasaanya untuk memulai hal baru yaitu dengan memanfaatkan aplikasi PDS, serta sekaligus untuk mengenalkan semua produk-produk yang dimiliki oleh pegadaian agar penjualannya pun dapat meningkat.



Gambar 6.6 Sosialisasi Aplikasi PDS Di Pasar Losari

Sebelum kegiatan sosialisasi aplikasi PDS dimulai, pemimpin cabang pegadaian losari terlebih dahulu membrifing para karyawannya dengan tujuan untuk menyampaikan informasi tentang upaya atau strategi dari sosialisasi aplikasi Pegadaian Digital Service. Adapun upaya-upaya khusus didalam kegiatan sosialisasi supaya nasabah dapat menerapkan kebiasaan baru secara online yaitu antara lain :

- a) Sosialisasi dilakukan secara bertahap.

Yaitu Pegadaian CP Losari menerapkan sosialisasi secara bertahap atau jangka panjang yang dilakukan setiap hari sabtu karena ini merupakan strategi supaya nasabah tidak merasakan adanya tekanan dalam mengubah kebiasaanya untuk menggunakan aplikasi PDS.

- b) Sosialisasi lebih ditekankan kepada nasabah yang mempunyai android. Sosialisasi dilakukan kepada keseluruhan nasabah namun ditekankan kepada nasabah yang mempunyai android akan tetapi, nasabah yang belum punya android juga mendapat alternatif lain ketika menginginkan bertransaksi secara online yaitu dengan di bantu oleh marketing RO.



Gambar 6.7 Brifing Sosialisasi dan Sosialisasi Kepada Nasabah

Adapun hasil wawancara bersama dengan bapak Anton Budiono selaku pimpinan cabang yang mengatakan bahwa *“Nasabah di Pegadaian CP Losari itu belum banyak yang mengenal aplikasi PDS, mereka masih belum dapat mengikuti perkembangan digital sehingga, perlu adanya sosialisasi dan edukasi tentang Aplikasi PDS secara bertahap kepada nasabah, tidak mungkin kita merubah kebiasaannya hanya dengan hitungan hari yang ada mereka akan merasa tertekan, kita harus sabar sedikit demi sedikit menjelaskan tentang manfaat dari aplikasi tersebut, sehingga mereka akan mulai terbiasa dengan adanya kegiatan sosialisasi tersebut dan akan menerima, serta menggunakannya untuk bertransaksi”* (Wawancara 13 April 2022).

Wawancara tersebut selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mala., (2021) yaitu dengan diterapkannya kegiatan sosialisasi aplikasi PDS secara terus menerus, maka akan meningkatkan nasabah yang ingin menggunakan pelayanan secara online. Oleh karena itu, dengan adanya kegiatan sosialisasi Di Pegadaian CP Losari maka akan menentukan nasabah dalam mengetahui apa itu aplikasi PDS dan bagaimana cara penggunaannya, sehingga nasabah dapat menggunakan aplikasi PDS dalam kegiatan bertransaksi. Merujuk dari pendapat dan hasil penelitian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan sosialisasi sangatlah penting untuk meningkatkan penggunaan aplikasi PDS di Pegadaian CP Losari.

### **6.3.3 Promosi Dan Sosialisasi Penggunaan Aplikasi PDS Dalam Meningkatkan Kinerja Pelayanan**

Kinerja pelayanan merupakan salah satu komponen yang harus diterapkan suatu perusahaan karena dapat berpengaruh untuk mendapatkan konsumen baru serta dapat mengurangi kemungkinan konsumen lama untuk berpindah ke perusahaan lainnya. Dengan adanya kinerja pelayanan yang berkualitas, para konsumen akan merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang didapatkan di Pegadaian CP Losari sehingga dapat menciptakan loyalitas dari nasabah. Oleh karena itu, Pegadaian CP Losari mengkombinasikannya dengan pelayanan berbasis online dari aplikasi Pegadaian Digital Service supaya kinerja pelayanannya lebih berkualitas dan dapat berjalan lebih efisien. Dengan adanya aplikasi PDS nasabah akan merasakan kemudahan dalam kegiatan bertransaksi, hal ini dapat terjadi karena aplikasi PDS memiliki beberapa manfaat bagi nasabah yaitu antara lain :

1. Tidak perlu datang ke outlet pegadaian.
2. Dapat mengetahui nominal barang jaminan.
3. Tidak perlu mengantri lama.
4. Transaksi dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.
5. Terdapat informasi-informasi dari produk pegadaian.

Adapun manfaat atau keuntungan dari aplikasi PDS bagi outlet pegadaian yaitu dapat mengurangi tugas karyawan pegadaian dari segala kegiatan transaksi atau operasional, dapat mengurangi jumlah antrian nasabah sehingga tidak melebihi kapasitas ruangan, dapat membuat jumlah saldo uang yang

berada di kasir tidak berlebihan, dapat bersaing secara global bersama dengan kemunculan pinjol yang dapat diakses hanya melalui smart phone serta dapat membantu karyawan dalam mempromosikan produk yang dimiliki Pegadaian.

Setelah diterapkannya kegiatan promosi dan sosialisasi penggunaan aplikasi PDS, pihak Pegadaian CP Losari menargetkan pertumbuhan kinerja pelayanannya dapat meningkat. Hal ini dapat terjadi karena upaya mempromosikan dan mensosialisasikan penggunaan aplikasi PDS ini dapat meningkatkan jumlah pengguna aplikasi PDS di Pegadaian Cabang Losari. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan pada tabel kenaikan jumlah nasabah pengguna PDS sebagai berikut :

**Tabel 6.4**

**Kenaikan Jumlah Pengguna PDS Setelah Dilakukan Promosi Dan Sosialisasi**

NO	Tahun	Jumlah Pengguna PDS	Kenaikan (Dalam Angka)	Kenaikan (Dalam Presentase)
1	2021	590		
2	2022	1.006	416	71%

Sumber : Data MIS Pegadaian CP Losari

Berdasarkan tabel 6.4 diatas, sebelum diterapkan kegiatan promosi dan sosialisasi aplikasi PDS jumlah nasabah pengguna PDS di tahun 2021 masih berada di angka 590 pengguna. Setelah dilakukannya promosi dan sosialisasi pada awal tahun 2022 sampai dengan saat ini, jumlah nasabah pengguna PDS yaitu naik menjadi 1.006 orang. Artinya ditahun 2021 sampai dengan tahun 2022 jumlah pengguna aplikasi PDS mengalami kenaikan dalam angka

sebanyak 416 orang atau dalam presentase naik 71%. Hal ini dapat terjadi karena pihak Pegadaian CP Losari saat ini selalu gencar untuk mempromosikan dan mensosialisasikan penggunaan aplikasi PDS, yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja pelayanannya dari segi pencapaian jumlah nasabah pengguna PDS supaya bisa maksimal. Oleh karena itu, jumlah nasabah pengguna aplikasi PDS yang semakin bertambah banyak ini, merupakan bentuk pengukuran kinerja pelayanan telah meningkat melalui promosi dan sosialisasi penggunaan aplikasi PDS.

Adapun hasil wawancara bersama dengan Ibu Kartina selaku pengelola agunan cabang yang mengatakan bahwa *“Dengan adanya promosi dan sosialisasi penggunaan aplikasi PDS, outlet kita semakin meningkat dari segi kinerja pelayanannya, karena alasannya yaitu pertama nasabah tidak perlu datang ke outlet dan bisa bertransaksi dimana pun kapan pun, yang kedua yaitu karena dengan adanya aplikasi PDS ini juga dapat mengurangi jumlah antrian nasabah yang semakin efisien sehingga tidak perlu menunggu lama, yang ketiga yaitu dapat mengurangi tugas dari pihak pegadaian CP Losari karena sudah dilakukan secara online dan otomatis, yang keempat dapat meningkatkan jumlah nasabah, yang kelima kita tidak perlu menjelaskan produk-produk apa saja yang dimiliki Pegadaian karena semuanya dapat diakses melalui aplikasi PDS, jadi sangat memudahkan pekerjaan dari pihak dari Pegadaian CP Losari sehingga kinerja pelayanannya dapat meningkat (Wawancara 1 September 2022).*

Wawancara tersebut selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hernita, 2018) yang menunjukkan bahwa penguasaan dan penggunaan teknologi informasi berupa perangkat keras dan perangkat lunak berpengaruh positif terhadap kinerja pelayanan. Hal ini dapat terjadi karena penguasaan teknologi informasi, memudahkan sejumlah tugas para pegawai untuk dapat meningkatkan kualitas, pemerintah akan bisa memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Dalam hal ketersediaan data, penguasaan perangkat lunak memungkinkan pengguna dapat dengan cepat melacak data-data yang dibutuhkan. Oleh karena itu, sama halnya dengan penggunaan aplikasi PDS yang dapat memudahkan segala bentuk transaksi sehingga dapat meningkatkan kinerja pelayanan dari Pegadaian CP Losari yang semakin efisien dari segi waktu, tempat dan tenaga. Merujuk dari data dan hasil penelitian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa promosi dan sosialisasi untuk menggunakan teknologi informasi berupa aplikasi Pegadaian Digital Service dapat meningkatkan kinerja pelayanan di Pegadaian CP Losari.

## BAB VII

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 7.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil laporan magang MBKM yang telah diperoleh dari metode wawancara di bab sebelumnya, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Nasabah di Pegadaian CP Losari kebanyakan belum mengetahui apa itu aplikasi Pegadaian Digital Service. Kurangnya pengetahuan nasabah tentang aplikasi PDS ini dikarenakan masih minimnya kegiatan promosi dan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak Pegadaian CP Losari, hal ini dapat terjadi karena adanya beberapa kendala dalam kondisi promosi dan sosialisasi, sehingga nasabah tidak mengetahui aplikasi PDS dan bagaimana cara penggunaannya.
- 2) Nasabah dalam menggunakan aplikasi PDS masih mengalami kesulitan untuk dapat memahami dan menggunakannya. Hal ini dapat terjadi karena menurut nasabah dari persepsi kemudahannya, penggunaan aplikasi PDS yang masih mengalami kesulitan karena tampilan menunya susah untuk dipahami dan penggunaannya yang rumit untuk bertransaksi.
- 3) Nasabah dalam menggunakan aplikasi PDS belum merasakan kemanfaatan pada saat bertransaksi. Hal ini dapat terjadi karena menurut nasabah dari persepsi kebermanfaatannya, penggunaan aplikasi PDS masih tergolong lambat dan rumit untuk bertransaksi karena sering terjadinya eror pada saat menggunakan aplikasi PDS.

## 7.2 Rekomendasi

### A. Rekomendasi Hasil

- 1) Karyawan dapat melakukan strategi promosi dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PDS di Pegadaian CP Losari yaitu dengan melakukan kunjungan-kunjungan secara langsung ke berbagai tempat seperti ke pabrik perusahaan. Hal ini dapat meningkatkan penggunaan aplikasi PDS karena karyawan di pabrik perusahaan yang tingkat kesibukannya sangat tinggi akan terbantu dengan adanya pengenalan aplikasi PDS, seperti menawarkan produk tabungan emas melalui PDS.
- 2) Karyawan dapat melakukan upaya khusus dalam meningkatkan penggunaan aplikasi PDS di Pegadaian CP Losari yaitu melakukan sosialisasi. Sosialisasi dapat dilakukan setiap hari dengan cara mengedukasi secara bertahap dan terukur supaya nasabah tidak merasa terganggu dengan adanya sosialisasi tersebut. Hal ini bertujuan untuk mengubah kebiasaan nasabah yang selalu bertransaksi secara offline.
- 3) Pihak Pegadaian dapat berkolaborasi dengan artis ataupun selebgram terkenal untuk membuat iklan yang menarik dan unik. Pegadaian CP Losari juga dapat membuat promosi berupa konten tentang aplikasi PDS yang nantinya dapat diupload ke media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan Whatapp. Hal ini bertujuan untuk menambah nasabah milenial yang selalu mengikuti alur perkembangan zaman teknologi.

## **B. Rekomendasi Tempat Magang**

- Rekomendasi yang perlu diperbaiki organisasi tempat magang terhadap peserta magang yaitu sebagai berikut :
  - 1) Lebih mengarahkan dan memberikan instruksi yang jelas dan detail dalam memberikan tugas kepada peserta magang.
  - 2) Pihak organisasi tempat magang dapat mendampingi dan mengajarkan peserta magang dalam melakukan tugas yang diberikan.
- Rekomendasi yang perlu diperbaiki organisasi tempat magang terhadap karyawan yaitu antara lain :
  - 1) Pimpinan cabang harus selalu mengawasi karyawan saat bekerja supaya memperhatikan kedisiplinan dan kebersihan lingkungan kerja
  - 2) Pimpinan cabang harus selalu mengawasi karyawan saat bekerja salah satunya tim marketing supaya kinerjanya dapat maksimal dalam mencari dan menambah nasabah baru.

## **C. Rekomendasi Program Studi**

- 1) Program studi harus mempersiapkan program MBKM secara matang sebelum mahasiswa dilepaskan ke tempaan magang.
- 2) Wajib memberikan bimbingan secara mendetail peserta MBKM.
- 3) Memberikan sosialisasi tata cara pelaksanaan magang dan penyusunan laporan MBKM yang lebih terperinci dan dilakukan sebelum kegiatan magang MBKM dimulai.
- 4) Program studi harus menjalin komunikasi dengan instansi magang agar terjalin hubungan kerjasama yang baik.

## **BAB VIII**

### **REFLEKSI DIRI**

#### **8.1 Hal Positif dari Perkuliahan yang Bermanfaat Selama proses Magang**

Selama melaksanakan kegiatan magang di PT. Pegadaian CP Losari, penulis merasa bahwa ilmu yang didapat sangat bermanfaat dan menjadi sebuah pengalaman yang sangat berarti, karena karyawan pegadaian yang selalu memberikan kesempatan dalam menjalankan pekerjaannya. Pengalaman kerja yang diajarkan yaitu berupa pelayanan dan pemasaran. Berbekal dengan pengalaman organisasi yang telah dapatkan membantu penulis untuk dapat bekerja sama dengan sebuah tim. Pendidikan karakter yang sudah dapatkan diperkuliahan menjadi suatu alasan penulis dapat berkomunikasi dengan baik dan sopan santun kepada semua anggota karyawan Di perusahaan.

Tugas yang diberikan kepada penulis mampu membuat penulis semakin menjadi mandiri dan bertanggung jawab. Kemandirian ini muncul dari beberapa penugasan yang diberikan pihak instansi kepada penulis dan diselesaikan dengan kemampuan dirinya sendiri. Kegiatan operasional dari instansi menjadikan penulis bertanggung jawab pada setiap tugas yang dijalankan.

#### **8.2 Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Soft Skill Mahasiswa**

Selama proses magang dilaksanakan, penulis merasa banyak pengembangan soft skill yang sudah dapatkan. Yang mana, selama proses magang berlangsung dapat membuat penulis meningkatkan kemampuan berfikir dan beradaptasi

terhadap lingkungan pekerjaan. Selain itu, penulis mampu belajar tentang bagaimana cara berkomunikasi dengan baik dan jelas, karena itu merupakan dasar dalam berbaur bersama kerabat kerja.

Kekurangan penulis terhadap pengembangan soft skill yaitu penulis belum mampu untuk memberanikan diri pada saat para karyawan saling memberikan masukan atau argumentasi terhadap pelayanan kepada nasabah dan keberhasilan kegiatan operasional Pegadaian CP Losari.

### **8.3 Manfaat Magang Terhadap Pengembangan Kognitif Mahasiswa**

Kegiatan magang dapat mengembaangkan kemampuan kognitif kepada penulis seperti, kemampuan mengingat dan mengaplikasikan standar operasional perusahaan dalam sebuah perusahaan. Kegiatan magang juga mampu mengajarkan penulis untuk dapat memecahkan sebuah permasalahan Di perusahaan sehingga mendapatkan sebuah solusi dari permasalahan tersebut. Manfaat kegiatan magang juga mampu mengajarkan untuk berfikir secara luas tidak hanya memandang satu sudut pandang saja melainkan dari beberapa sudut pandang lainnya, sehingga dapat menghasilkan pemikiran yang luas.

Adapun kekurangan penulis terhadap kemampuan kognitifnya yaitu penulis masih sering melakukan kesalahan terhadap tugas yang diberikan instansi seperti, kesalahan menginput data nasabah, salah menginput nominal pinjaman gadai dan lain-lain.

#### **8.4 Kunci Sukses Bekerja Berdasarkan Pengalaman Magang**

Kegiatan magang dapat menjadi suatu pengalaman yang sangat bermanfaat jika selama proses magang menciptakan pencapaian yang nyata. Pihak instansi memberikan kebebasan untuk berpendapat, namun berhasilnya penulis menjalankan kebebasan tersebut tidak luput dengan kunci sukses, kunci sukses bekerja yang pertama yaitu jujur. Jujur merupakan modal awal untuk terciptanya kegiatan magang yang berhasil karena dengan mempunyai sifat jujur akan menciptakan kepercayaan dari rekan kerja.

Kunci kesuksesan bekerja di tempat magang yang lainnya adalah mempunyai niat yang baik, tekad yang kuat, aktif dalam memberikan pendapat, kemampuan berkomunikasi, mampu bekerjasama dengan tim dan berani mengambil resiko dengan tujuan untuk menemukan hal baru.

#### **8.5 Rencana Pengembangan Diri, Karir Dan Pendidikan Mahasiswa**

Rencana pengembangan diri penulis yaitu akan selalu berusaha untuk meningkatkan pengalaman kerja secara nyata serta mulai melatih kemampuan softskill, hardskill untuk bersaing dengan ketatnya dunia kerja. Sedangkan rencana pengembangan karir dari penulis yaitu akan menargetkan perusahaan-perusahaan besar dari BUMN sebagai tempat kerja sehingga penulis dapat berjuang dengan serius. Selanjutnya penulis akan mengembangkan karir dengan cara membuat usaha mikro yang sedang tenar dikalangan masyarakat luas tentunya dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A. D. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service*.
- Aprilia, N. (2021). *Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah pada Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Unit Cikpuan Pekanbaru*.
- Arifin, I. Z., & Marlius, D. (2017). *Analisis Kinerja Keuangan PT. Pegadaian Cabang Ulak Karang*. 1–10.
- Basti, G. A. N., Tresnati, R., & Srisusilawati, P. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Layanan Syariah Digital di Pegadaian Syariah Cabang Pekalongan. *Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 717–724 ISSN : 2460–2159.
- Dharmayanti, D. (2006). Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya ). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1, 35–43. <http://puslit.petra.ac.id/~puslit/journals/dir.php?DepartmentID=MAR>
- Elvita, D., & Suhaeni, T. (2017). Pengaruh Kinerja Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(1), 29. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i1.544>
- Fachruzi, A. S., Naatonis, R., & Igon, S. (2020). Analisis Penerapan Sistem Informasi Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Memudahkan Nasabah Bertransaksi (Studi Kasus Pegadaian Unit Betun). *HOAQ : Jurnal Teknologi Informasi*, 12 Nomor 2, 10–27.
- Fadhilah, J. R., & Putri, N. E. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service di Pegadaian cabang Tarandam kota Padang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 5(4), 2598–9944. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2501/http>
- Fajar Fahrudin, M., & Yulianti, E. (2015). Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 5(1), 149. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.478>
- Fitri, F. (2016). Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan Dan Mutu E-Banking Informasi, Kepercayaan Dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah BNI Syariah Medan). *Tesis Universitas Islam Negeri Sumatra Utara*.

- Foroudi, P., Jin, Z., Gupta, S., Melewar, T. C., & Foroudi, M. M. (2016). Influence of innovation capability and customer experience on reputation and loyalty. *Journal of Business Research*, 69(11), 4882–4889. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.047>
- Hapsari, N. T. (2010). *Seluk Beluk Promosi & Bisnis: Cerdas Beriklan Untuk Usaha Kecil & Menengah*. Yogyakarta: A Plus Books.
- Harahap, K. H. (2021). *Peran marketing dalam mensosialisasikan aplikasi pegadaian syariah digital (studi di PT Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak)*. IAIN Padangsidimpuan.
- Hernita, S. (2018). Meningkatkan Kinerja Pelayanan Birokrasi Pemerintahan Melalui Penguasaan Teknologi Informasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 57–65. <https://doi.org/10.33096/jmb.v5i2.59>
- Hestianah, S., & Mafulla, D. (2018). *Strategi Pelayanan Aplikasi Mobile Pegadaian Syariah Digital ( Psd ) Di Kantor Pegadaian Syariah*. 1–9.
- Hidayat, M., & Arwien, R. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Aplikasi Pegadaian Digital Service (Pds) Sebagai E-Service Dengan Menggunakan .... *SEIKO: Journal of Management & ...*, 3(3), 92–108. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/729>
- Himawati, R. R. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening*.
- Jannah, S. A. (2017). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Unit Pembantu Syariah Pasar III Muara Enim*.
- Karim, A., Bangun, B., Purnama, I., Harahap, S. Z., Irmayani, D., Nasution, M., Haris, M., & Munthe, I. R. (2005). *Pengantar teknologi informasi*. Yayasan Labuhanbatu Berbagi Gemilang.
- Karimah, A. nur. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran, Kepercayaan dan Teknologi Informasi terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) pada Pegadaian Syariah Kota Semarang*. 4(1), 1–126.
- 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>
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta Penerbit: Prenada Media.
- Koeswara, S., & Muslimah, M. (2016). *Analisis Pengaruh Kinerja Pelayanan Frontliner Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas*

- Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple*. 20(1), 21. <https://doi.org/10.22441/sinergi.2016.1.004>
- Layaman, L., & Andriyani, N. (2017). Analisis Penggunaan Teknologi Informasi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Nasabah Bank Jabar Banten Syariah Cirebon. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 9(1). <https://doi.org/10.24235/amwal.v9i1.1638>
- Lucas Jr, H. C. (1999). *Information technology and the productivity paradox: Assessing the value of investing in IT*. Oxford University Press.
- Madhukar, V., & Sharma, D. (2020). *The role of information technology applications in profitability*. 11(4), 429–437. <https://doi.org/10.1108/WHATT-04-2019-0025>
- Mala, I. K. (2021). E-Government: Efektivitas Pelayanan Aplikasi Pegadaian Digital Service Syariah Di Pegadaian Cabang Malang. *At-Tamwil*, 3(2), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1459> E-Government:
- Moleong, & Lexy. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Montolalu, F. S., Mananeke, L., & Oroh, S. G. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Pegadaian Cabang Manado Timur. *Jurnal Lppm Bidang Ekosobudkum*, 2(1), 120–135. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lppmekosobudkum/article/view/9304>
- Nugroho, A. W., & Sudaryanto, B. (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- O'Brian, David, D. (2000). The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of E-Commerce Adoption. *Journal of the Association for Information Systems*, 1(1), 1–30. <https://doi.org/10.17705/1jais.00008>
- Olivia, D. (2020). *Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Melayani Transaksi Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian (Persero) Area Malang*. 4(1).
- P. Montolalu, M. . R. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada Pt.Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1808–1817.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.

- Pegadaian, laporan tahunan. (2018). *Menuju P ( Era ) n. 562*.
- Pramita, Y., & Afriyeni, A. (2019). *Analisis Rasio Keuangan Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Ulak Karang*. 1–13.
- Purba, R. A., Sudarso, A., Silitonga, H. P., Sisca, S., Supitriyani, S., Yusmanizar, Y., Nainggolan, L. E., Sudirman, A., Widyastuti, R. D., & Novita, A. D. (2020). *Aplikasi Teknologi Informasi: Teori dan Implementasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah ( UMKM ) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM) E-ISSN: 2580-4332, 1(1)*, 1–17. <https://doi.org/doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Rambe, M. R. (2020). *Pengetahuan dan persepsi nasabah terhadap aplikasi pegadaian syariah digital (studi kasus nasabah PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan)*. IAIN Padangsidimpuan.
- Rehman, F. ur, & Yusoff, R. B. M. (2017). *Determinants of personal factors influencing the buying behavior of consumers in sale promotion: The case of the fashion industry*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/YC-06-2017-00705>
- Rika, A. (2020). *Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Dalam Mendorong Pertumbuhan Outstanding Loan (OSL) Pada UPC Bandar Buat PT. Pegadaian Kota Padang*. Universitas Andalas.
- Riyanto. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Rojuee, H., & Rojuee, M. (2017). The impact of advertising and sales promotion methods on brand loyalty through brand equity (case study: Chitoz Brand). *International Journal of Basic Sciences & Applied Research, 6(1)*, 11–18.
- Saputra, G. W., & Ketut, I. G. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen, 9(7)*, 2596–2620. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07> ISSN
- Saputri, L. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Fasilitas Electronic Banking Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*.
- Sari L. A. (2019). *Analisis Penerapan Sistem Informasi Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service dalam Memudahkan Nasabah Bertransaksi Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus: Pegadaian Syariah CPS Kebomas Gresik)*. 5.
- Sasra, T. A. (2020). *Strategi Pemasaran Layanan Jasa Aplikasi Pegadaian Syariah*

*Digital Service ( PSDS ) pada Unit Pegadaian Syariah ( UPS ) Selayo Solok.*

Sitompul, Y. R. (2021). *Analisis Peran Pemasaran Pegadaian Digital Sistem (PDS) dalam Meningkatkan Citra Merek Melalui Ekuitas Merek (Studi Kasus PT Pegadaian (Persero) CP Labuhan Deli, Medan).*

Strauss, Judy, Frots, & Reymond. (2012). *E-Marketing edisi internasional ke 6. London: Pearson.*

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B Bandung.*

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.*

Wijayanti, M. T. (2020). Implementasi Manajemen Syariah Pegadaian Dalam Gadai Emas. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 101. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i1.2345>

Yuliana Ratnasari. (2018). *PT. Pegadaian Luncurkan Layanan Digital Sebagai Financial Company.* Tirto.id. <https://tirto.id/pt-pegadaian-luncurkan-layanan-digital-sebagai-financial-company-cG4D>, Diakses pada tanggal 28 Juni 2022, pukul 17:13 WIB

Yuningsih, Y., Azim, M. F., & Suryani. (2022). Hubungan Digital Banking dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia ( BSI ) Kantor Cabang Perwakilan ( KCP ) Kota Serang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(10), 1277–1284. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2>

