

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sekarang ini PT. Pegadaian merupakan salah satu unit BUMN yang paling berkembang di Indonesia termasuk di kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Hal itu di tandai oleh semakin banyaknya kantor cabang dan UPC di kota Medan.

PT. Pegadaian terus melakukan inovasi produk-produk gadai untuk menarik konsumen dan meningkatkan laba perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut jumlah konsumen juga meningkat secara drastis karena berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian dengan slogan “Menyelesaikan masalah tanpa masalah”.

Sekarang ini PT. Pegadaian menjadi pilihan utama di kalangan masyarakat dan pengusaha yang membutuhkan dana segar dalam waktu yang cepat dan dengan prosedur yang sederhana. Dengan pertumbuhan produk dan konsumen yang relatif tinggi PT. Pegadaian dituntut untuk melayani konsumen dengan cara yang paling efektif dan efisien.

Pelayanan yang efisien tidak hanya memuaskan konsumen juga menghemat biaya operasional perusahaan dalam jangka panjang, sehingga waktu bertransaksi semakin singkat dan sederhana dan biaya operasional yang lebih rendah. Sekarang ini PT. Pegadaian sudah menggunakan PDS (*Pegadaian Digital Service*) dengan salah satu tujuan untuk meningkatkan pelayanan internal dan eksternal dan mempermudah konsumen dan calon konsumen dalam bertransaksi

dengan Pegadaian tanpa harus datang ke outlet Pegadaian serta meningkatkan pelayanan dan mempermudah konsumen tersebut.

Sebelum menggunakan aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS), PT. Pegadaian melakukan pelayanan secara manual dibantu dengan berbagai peralatan seperti komputer.

Pelayanan manual seperti ini menyebabkan konsumen menjadi tidak merasa puas terhadap pelayanan manual dikarenakan dari pelayanan manual ini sangat memperlama dalam proses melayani dan bertransaksi di Pegadaian sehingga tidak efisien dalam penanganannya tersebut.

Pelayanan secara manual membutuhkan banyak waktu, tenaga pegawai dan dokumen tertulis dan membutuhkan banyak proses dan tahapan pemeriksaan validitas data nasabah selain itu juga nasabah tidak mengetahui penurunan harga atau kenaikan harga emas setiap harinya.

Setiap dokumen harus di periksa secara manual dan juga membutuhkan perbaikan akan membutuhkan waktu yang lebih banyak dan pengulangan proses untuk sebuah kesalahan sederhana dari konsumen.

Secara manual nasabah dalam menggadaikan emas prosedurnya adalah sebagai berikut:

1. Kunjungi outlet di Pegadaian terdekat
2. Menyiapkan identitas diri berupa KTP dan barang jaminan (emas)
3. Isi formulir pengajuan dengan data diri lengkap sesuai dengan KTP
4. Menyerahkan barang gadai (emas) kepada petugas penaksir Pegadaian

5. Penaksir akan menginfokan uang pinjaman maksimal yang bisa didapatkan
6. Petugas kasir akan memberikan Surat Bukti Gadai (SBG)
7. Uang akan diberikan kepada nasabah berupa tunai atau transfer ke rekening

Setelah terbentuknya aplikasi PDS dapat memenuhi kebutuhan dengan cepat dalam menggadaikan barang elektronik, emas maupun barang rumah tangga. Terbentuknya aplikasi PDS proses pengajuan yang mudah.

Pegadaian *Digital Service* (PDS), memiliki tujuan seperti, memberi pelayanan kepada nasabah lebih cepat dalam proses bayar dan membayar, serta tersedia beberapa macam fitur pembayaran sesuai kebutuhan.

Dengan aplikasi PDS Pegadaian bertransformasi kearah pelayanan digital yang lebih baik. Dengan jumlah outlet atau unit Pegadaian yang semakin banyak di Kota Medan diharapkan penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) dapat meningkatkan kinerja PT. Pegadaian.

Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS), dirancang untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi antara lain: menambah saldo tabungan atau *top up*, menjual atau menggadaikan emasnya. Pegadaian dapat merespon keluhan atau pertanyaan nasabah dengan lebih cepat.

Secara teknis PDS akan meningkatkan kualitas dan kuantitas dari pelayanannya agar berguna menarik nasabah baru dan menjaga loyalitas nasabah lama dan nasabah mendapatkan berbagai informasi seperti hal nya harga emas yang sedang naik atau sedang turun.

Aplikasi berbasis online mempermudah bertransaksi dengan lebih cepat dan tidak melakukan waktu yang lama dalam melakukan peminjaman.

Adanya pelayanan secara digital yang mumpuni diharapkan menjadikan nasabah/konsumen merasa puas terhadap layanan suatu perusahaan, hal ini akan sendirinya membuat nasabah menjadi loyal dengan perusahaan.

Pegadaian *Digital Service* (PDS) dapat digunakan melalui web/ mobile yang akan memudahkan layanan kepada nasabah dan menjadikan pegadaian pilihan terbaiknya dalam bertransaksi dan memberi pelayanannya. Manfaat peningkatan aplikasi secara umum adalah untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi melalui menu-menu yang ada di aplikasi tersebut.

Dengan Pegadaian *Digital Service* (PDS) menghasilkan kemudahan bagi nasabah mulai dari melakukan pembukaan buku tabungan emas atau titip emas serta membayar cicilan emas dan membayar gadai pada PT. Pegadaian tersebut.

Pegadaian *Digital Service* (PDS) makin meningkatkan layanan PT. Pegadaian ini di antaranya adalah nasabah mendapatkan pelayanan lebih cepat yang sejajar dengan yang diberikan oleh pelayanan *outlet* Pegadaian. Aplikasi PDS bermanfaat untuk mempermudah nasabah maupun calon nasabah dalam melakukan cek tagihan pembayaran atau cek tagihan lainnya.

Dengan aplikasi PDS, nasabah tidak perlu datang ke *outlet* untuk melakukan pembayaran, cukup hanya lewat aplikasi saja kemudian dibayarkan sesuai bank yang sudah ditentukan oleh Pegadaian atau melalui ATM.

Keunggulan dari Pegadaian *Digital Service* (PDS) juga terlihat dari segi kecepatannya. Nasabah mendapatkan pelayanan setara dengan yang diberikan oleh pelayanan di *outlet* Pegadaian.

Kehadiran PDS diharapkan semakin menguatkan minat generasi milenial untuk bisa lebih efektif dekat dengan produk-produk Pegadaian. Dengan aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) ini, nasabah tidak perlu datang ke *outlet* seperti produk tabungan emas, cicil emas serta pembayaran dan Top up.

Dari penjelasan yang telah dikemukakan di atas, maka untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian seberapa efektif penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) terhadap efisiensi dalam melayani transaksi produk gadai dan non gadai, maupun mempertahankan loyalitas nasabah dalam menabung dan berinvestasi emas di Pegadaian Cabang pelayanan Mandala.

Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Dampak Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Terhadap Efektivitas Transaksi Dan Pelayanan Di PT. Pegadaian Cabang Mandala Medan.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang uraian diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan aplikasi PDS dapat meningkatkan efektifitas layanan di PT. Pegadaian Cabang Mandal Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang ada maka diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui keefektifan dari dampak pengguna aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) dalam melayani transaksi di Cabang Pegadaian Mandala Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap dalam penulisan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Untuk Peneliti

Dapat mengaplikasi ilmu pengetahuan yang dimiliki, yang telah diperoleh dari bangku perkuliahan serta menambah wawasan dalam penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) dalam bertransaksi yang secara efisiensi.

b. Untuk Instansi

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan perusahaan dalam menentukan langkah - langkah selanjutnya dalam mengembangkan layanan *digital service*.

c. Untuk Akademik

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, dan secara praktis hasil penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai sistem informasi aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) dalam mempermudah nasabah bertransaksi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran Servis

2.1.1 Pengertian Servis

Servis adalah pelayanan dan layanan. Pelayanan/ melayani menurut Kamus Bahasa Indonesia (KBBI) yang berarti membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang.

Kegiatan melayani ini biasa dilakukan untuk menyambut, memuaskan, dan memberi kenyamanan terhadap seseorang yang kehadirannya dianggap penting dan bernilai.

Servis adalah tindakan, jasa, maupun kerja yang ditawarkan kepada orang lain tidak memiliki wujud apapun serta tidak menimbulkan kepemilikan”.

Servis adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan dan ditujukan untuk memberi kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan dan kebutuhan dapat terpenuhi dari pelayanan. Servis yang berefisien memiliki pemberian pelayanan yang lebih cepat dan terjangkau untuk kedepannya.

Setiap bentuk usaha yang bergerak di bidang produksi maupun jasa, servis adalah suatu layanan yang harus dilakukan secara maksimal. Hal ini berkaitan dengan menjaga hubungan yang baik dengan para pelanggan/ nasabah agar mereka tetap loyal dengan produk atau jasa dari perusahaan di Pegadaian tersebut.

Service Marketing merupakan suatu proses penciptaan dan penyampaian barang dan jasa yang diinginkan pelanggan, yang meliputi kegiatan yang berkaitan dengan menarik dan mempertahankan pelanggan dan memberikan layanan, guna untuk memenuhi keinginan, memuaskan dan kebutuhan organisasi/ perusahaan tersebut.

Setiap memberikan pelayanan, perusahaan atau suatu bisnis harus memberikan pelayanan yang terbaik, terkhususnya di Pegadaian, agar bukan hanya memunculkan pelanggan/ nasabah yang setia, tetapi juga menjadikan arti pelayanan, jasa atau tugas, dan begitu servis memiliki upaya dalam memberikan layanan terbaik kepada nasabah/ pelanggan, agar mampu menciptakan kepuasan yang optimal bagi para nasabah.

Selain itu, servis adalah sebuah pelayanan prima yang bisa diterapkan dalam semua jenis usaha, baik itu yang menjual produk maupun jasa, juga untuk diterapkan di lingkungan sekitar.

Menurut Davidoff (1994) di kutip dari Jurnal Thio Sienny (2018:65) Membangun Service Quality untuk Mencapai Kepuasan Konsumen di Industri Hospitality, mengkategorikan service menjadi 2 yaitu :

1. *Visible Service*

Yaitu service yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh konsumen. Service ini disediakan oleh karyawan yang langsung bertatap muka dengan konsumen.

Contohnya : Karyawan dibagian front office, pelayan yang melayani di restoran, dan lain-lain.

2. *Invisible Service*

Yaitu service yang tidak dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh konsumen. Service ini menunjang visible sistem.

Contohnya : Karyawan di bagian akuntansi, personalia, dan lain-lain.

Aspek- aspek penerapan servis tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kepastian Hukum, dalam pelayanan prima yang diberikan, pelanggan, nasabah harus mendapatkan kepastian hukum agar mereka merasa lebih aman dan terpercaya.
2. Keterbukaan, aspek keterbukaan juga diperlukan pihak pelanggan/ nasabah, agar informasi yang didapatkan lebih jelas dan sesuai dengan apa yang diinginkan serta dibutuhkan oleh pelanggan/ nasabah.
3. Efisiensi, adanya efektivitas dan efisiensi juga akan menjadikan servis yang terbaik bagi pelanggan/ nasabah.
4. Kejujuran serta Kepercayaan, untuk menciptakan servis, perusahaan atau bisnis juga perlu memiliki aspek kepercayaan dan kejujuran yang seimbang, baik dalam aturan, pembiayaan hingga dalam penyelesaian pelayanan yang tepat.
5. Penampilan, merupakan aspek yang harus diterapkan kepada bagian pelayanan, dimana penampilan harus rapi, dan nyaman ketika berhadapan dengan pelanggan.
6. Aspek Kesopanan dan Keramahan, para karyawan yang menerapkan servis harus memiliki sopan- santun, tidak egois dan sabar ketika bertugas menghadapi pelanggan yang berbeda status sosial maupun tingkat ekonominya.
7. Pengetahuan dan Keahlian, memberikan pelayanan prima juga harus dibarengi dengan pengetahuan dan keahlian tentang barang dan jasa yang ditawarkan.

8. Kesiediaan dalam Melayani, profesionalitas karyawan di bagian pelayanan harus baik, harus ada keinginan untuk selalu siap melayani, seperti seharusnya.
9. Tepat Waktu dan Menepati Janji, dalam hal pelayanan yang prima dan efisien, juga harus selalu tepat waktu agar pelanggan tidak merasa membuang banyak waktu.

Servis adalah sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu kelompok ke kelompok lainnya dalam rupa sesuatu yang bersifat *intangible*.”

Sifat *intangible* ini tidak hanya merujuk pada produk jasa, tapi lebih tepat pada proses penyampaian. Servis sebagai perusahaan untuk menciptakan sebuah nilai bagi pelanggan melalui produk barang maupun jasa tersebut.

Menurut Philip Kotler dalam buku Danang Sunyoto (2014:12), pendekatan penjualan tidak memberikan jawaban jangka panjang terhadap minat pembeli yang selalu berubah-ubah terhadap produk-produk sebuah perusahaan yang sedang beredar.

Secara umum, sebuah layanan yang baik tentu akan memberikan dampak positif bagi pelanggan dan akan cepat, tepat sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.

Menurut Putri Tanama dalam buku Budi Rahayu (2017:1) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai.

Pelanggan yang merasa mendapatkan layanan yang baik merupakan keuntungan tersendiri bagi perusahaan. Berikut adalah dua manfaat servis dari perusahaan untuk perusahaan itu sendiri :

1. Servis mampu menciptakan pelanggan yang loyal.

Servis yang baik dan prima akan berpotensi menumbuhkan pelanggan yang loyal. Dengan pengalaman akan servis yang baik, pelanggan itu berpotensi untuk menggunakan produk atau layanan dari perusahaan itu kembali. Tidak hanya itu, pelanggan akan mempromosikan secara cuma-cuma pengalaman tentang servis dari perusahaan tersebut. Dengan begitu, perusahaan bisa mendapatkan pelanggan - pelanggan baru.

2. Servis memberi efisiensi pada perusahaan

Kompetisi membuat layanan perusahaan kepada pelanggan menjadi seragam, perusahaan satu bisa dengan cepat meniru perusahaan lainnya, perusahaan perlu melakukan inovasi khususnya, inovasi yang berkarakter yang tidak bisa ditiru oleh pesaing.

Membangun diferensiasi dalam servis dalam hal ini dimengerti pada konteks *how to offer* menjadi penting agar perusahaan memiliki layanan yang unik. Sempelnya, *what to offer* (apa yang ditawarkan) bisa saja sama, tapi *how to offer* (cara menawarkannya) yang bisa berbeda.

Menurut Philip Kotler dalam buku Danang Sunyoto (2014:18), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan seseorang atau kelompok memperoleh yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.

Servis yang prima akan meningkatkan loyalitas pelanggan loyalitas ini tentunya akan berbuah pada efisiensi perusahaan, perusahaan tidak lagi berupaya lebih untuk merengkuh mereka. Bahkan, servis prima ini bisa menciptakan *brand enthusiast* di kalangan pelanggan sendiri, perusahaan tidak perlu merogoh koceknya untuk promosi karena pelanggan sendiri mempromosikan ke calon pelanggan/ nasabah lainnya. Di era yang serba terhubung dengan masyarakat konsumen yang makin cerdas, servis harus bisa bertransformasi menjadi *care* (peduli).

Menurut William Stanton dalam buku Danang Sunyoto (2014:18) pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli maupun pembeli potensial.

Pemasaran servis merupakan suatu proses penciptaan dan penyampaian barang dan jasa yang diinginkan pelanggan, yang meliputi kegiatan yang berkaitan dengan menarik dan mempertahankan pelanggan untuk memenuhi perusahaan.

Menurut Basu Swasta dalam buku Danang Sunyoto (2014:18) pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.

2.1.2 Karakteristik Pemasaran Jasa (Service Marketing)

Menurut Kotler dalam buku Tony Wijaya (2018:14) memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasarannya, yaitu :

1. *Intangibility* (Tidak Berwujud)
Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud, jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar ataupun dicium sebelum jasa tersebut diterima.
2. *Inseparability* (Produksi dan Konsumsi)
Umunya jasa yang tidak bias lepas dari penyedia jasa, baik manusia maupun mesin. Jika pekerja layanan jasa memberikan sebuah layanan baik aktivitas kebutuhan maupun manfaat lainnya. Maka pekerja tersebut menjadi bagian dari jasa itu sendiri. Pelanggan tidak hanya membeli dan menggunakan layanan, tetapi mereka juga berperan aktif dalam proses penyampaian jasa tersebut.
3. *Variability* (Tidak Dapat Distantisasi)
Karena tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan dan dimanajasa itu diberikan, serta bagaimana penyediaannya, maka jasa sangat bervariasi.
4. *Persihability* (Tidak Dapat Disimpan)
Jasa tidak dapat disimpan, sifat jasa itu mudah lenyap, tidak jadi masalah jika permintaan tetap.

2.2 Pegadaian Digital Service (PDS)

2.2.1 Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS)

Aplikasi Digital merupakan sebuah teknologi informasi yang dianjurkan dibidang berupa *website* yang dapat di *upload* dan dikirim sesuai *website* yang sudah ditentukan. Adanya aplikasi digital ini untuk mempermudah perusahaan dalam menjalankan suatu bisnisnya dan bisa menghemat waktu dalam bekerja, dan aplikasi di PT. Pegadaian ini untuk mendorong pertumbuhan dari itu sendiri,

supaya masyarakat mudah memahami bagaimana melakukan pinjaman tersebut. Layanan baru ini menawarkan kemudahan bagi nasabah mulai dari melakukan pengajuan gadai atau pengajuan kredit mikro.

Aplikasi Pegadaian Digital Service ini baru dipromosikan atau menawarkan secara jelas kepada nasabah oleh PT. Pegadaian semenjak bulan Januari 2019. Aplikasi bisa digunakan untuk melihat berapa biaya angsuran pinjaman nasabah yang harus dibayar di bulan tersebut disana akan terlihat rincian pembayaran menggadaikan emas dan pinjaman para nasabah. Perkembangan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS), ini setelah diluncurkan ini cukup baik dipandang bagi nasabah dalam bertransaksi dan pelayanan yang mudah diakses.

Aplikasi juga mempermudah nasabah dalam melakukan peminjaman atau cek peminjaman, karena aplikasi ini baru diluncurkan semenjak bulan Januari 2019 yang lalu, masyarakat atau nasabah belum terlalu banyak mengetahui, dan sekarang perkembangan dalam melakukan peminjaman masih banyak dilakukan secara manual oleh nasabah.

Keunggulan dari Pegadaian Digital Service (PDS), ini adalah nasabah atau calon nasabah hanya perlu menjalankan aplikasi pada smartphone miliknya kemudian dapat bertransaksi secara cepat dan nyaman. Selain itu, nasabah bisa mendapatkan pelayanan setara dengan yang diberikan oleh pelayanan di Outlet Pegadaian, bahkan bisa lebih cepat dari pelayanan di outlet karena tidak perlu antri. Dengan aplikasi Pegadaian, nasabah tidak perlu datang ke outlet untuk melakukan pembayaran cukup hanya lewat aplikasi saja kemudian dibayarkan sesuai bank yang ditentukan oleh Pegadaian atau melalui ATM.

Aplikasi PDS memberikan kemudahan dengan menyediakan kebutuhan para pegawai seperti menyediakan informasi harga emas, pembelian, penjualan, *top up* saldo, gadai online, pembayaran tagihan bulanan, pembayaran gadai bahkan pembukuan tabungan emas. Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS), merupakan aplikasi layanan digital yang dirilis oleh PT. Pegadaian (Persero) yang bertujuan mengikuti perkembangan era digital yang semakin hari semakin meningkat. Tabungan emas merupakan produk baru di PT. Pegadaian (Persero) tidak heran jika dikalangan masyarakat masih minim informasi, banyak dari mereka kurangnya pemahaman mengenai tabungan emas, kemudahan yang ditawarkan, dan keuntungan yang diperoleh pegawai dari menabung emas.

Kini investasi emas menjadi lebih mudah dengan hadirnya teknologi digital yang dikembangkan oleh PT. Pegadaian (Persero) dimana fitur layanan ini memberikan kemudahan kepada pegawai serta masyarakat yang menggunakannya untuk berinvestasi emas. Perkembangan teknologi saat ini mengharuskan perusahaan harus mengembangkan bisnisnya dengan berbagai macam saluran pembelian atau belanja. Perusahaan tidak bisa hanya mengembangkan bisnis dengan beroperasi pada satu saluran saja, misalnya saluran *offline* atau saluran *online*, akan tetapi perusahaan harus menggunakan kedua saluran tersebut (terintegrasi) agar dapat bertahap dalam persaingan.

Pegadaian Digital Service merupakan salah satu layanan Pegadaian berbasis aplikasi yang membantu mempermudah nasabah melakukan transaksi Pegadaian karena nasabah dapat melakukan berbagai transaksi dengan fitur layanan yang terlebih disediakan di Aplikasi melalui smartphone.

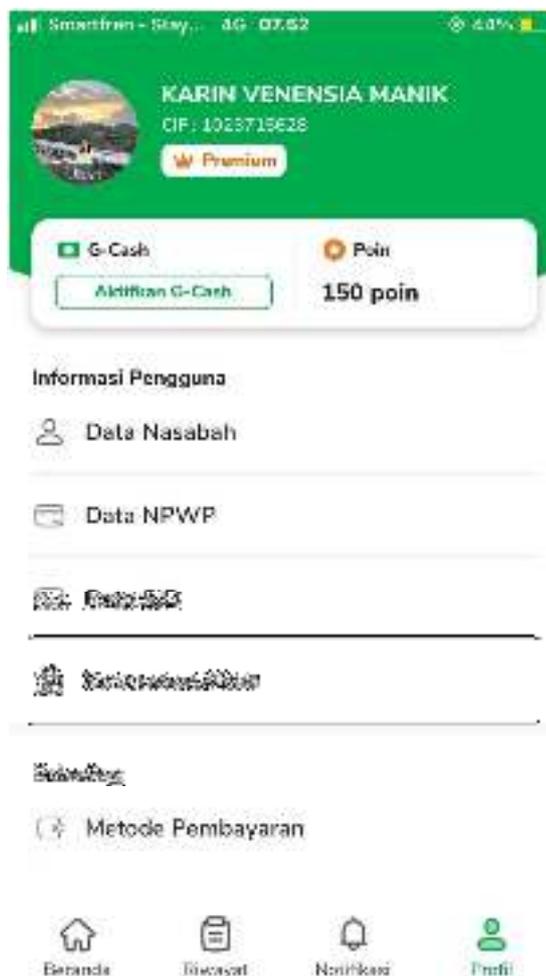
G-Cash merupakan akun virtual untuk melakukan transaksi secara digital tanpa perlu memiliki rekening bank dan memanfaatkan fasilitas layanan kepada nasabah yang dapat digunakan sebagai transaksi non tunai. Selain menggunakan G-Cash, nasabah dapat menggunakan rekening bank lain untuk melakukan transaksi. Nasabah merasa bahwa menabung emas lewat aplikasi PDS sangat praktis, nasabah tidak perlu antri dan keluar biaya transportasi untuk bisa menabung emas. Pegadaian Digital memiliki beberapa fitur, antara lain :

1. Emas
 - a. Beli Emas
 - b. Jual Emas
 - c. Cetak Emas
 - d. Daftar Rekening
 - e. Info Harga Emas
 - f. Gadai Tabungan Emas
2. Gadai
 - a. Booking Service
 - b. Gadai Tabungan Emas
 - c. Gadai Efek
3. Pembiayaan
 - a. Pembiayaan Multiguna
 - b. Pembiayaan Ibadah Haji

Gambar 2.1
Aplikasi *Pegadaian Digital Service (PDS)*



Sumber : Aplikasi *Pegadaian Digital Service (PDS)*, Agustus 2022



Sumber : Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS), Agustus 2022

Aplikasi ini diterbitkan untuk mempermudah nasabah dalam melakukan cek pembayaran atau melakukan peminjaman lewat aplikasi, setelah nasabah melakukan pembayaran lewat aplikasi ini, nasabah tinggal melihatkan kode booking di aplikasi kepada karyawan jika nasabah menyetorkan uangnya di outlet Pegadaian.

2.2.2 Fungsi Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS)

Pegadaian *Digital* merupakan layanan digital dalam bentuk aplikasi berbentuk mobile (smartphone) yang dapat memberikan pelayanan produk Pegadaian kepada masyarakat.

Dalam penggunaan aplikasi PDS, adanya beberapa fungsi dari aplikasi PDS antara lain : dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi, mempercepat transaksi pembayaran dan peminjaman, serta Aplikasi PDS dapat memberikan pelayanan kepada nasabah untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dari produk-produk yang di dalam aplikasi tersebut.

2.2.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service Pada Pegadaian Cabang Mandala Kota Medan

Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) ini, aplikasi yang bertujuan untuk memudahkan dan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam pelaksanaan transaksi berbagai produk Pegadaian.

Dalam penggunaan Aplikasi Pegadaia *Digital Service* (PDS) ini, bahwa ada 3 (tiga) faktor utama yang mempengaruhi pegawai/ karyawan dalam menggunakan sebuah aplikasi yaitu kegiatan pemasaran oleh produsen dan lembaga lainnya, faktor lingkungan konsumen seperti lingkungan keluarga dan rumah tangga, dan yang terakhir faktor perbedaan individu konsumen seperti faktor budaya dan faktor sosial. Selain itu juga bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi pegawai/ karyawan dalam memutuskan untuk menggunakan sebuah aplikasi yaitu

dari segi faktor lokasi, faktor kualitas pelayanan, dan faktor promosi juga mempengaruhi pegawai dalam memutuskan.

Dalam penelitian ini, menemukan 4 faktor yang dapat mempengaruhi pegawai dalam memutuskan untuk menggunakan sebuah aplikasi, yaitu :

a. Faktor Lingkungan Pemasaran / Promosi

Menurut Hermawan dalam buku Onny Fitriana dkk, (2017:4) promosi adalah “salah satu komponen prioritas dari ketiga kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian”.

Lingkungan pemasaran adalah kekuatan-kekuatan yang membentuk lingkungan sistem pemasaran baik kekuatan intern (dapat dikendalikan perusahaan) maupun kekuatan ekstren (tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan).

Berdasarkan hasil temuan penelitian ditemukan sebagai berikut yaitu, bahwa dengan promosi yang menarik seperti melalui media cetak, media sosial dan tatap muka sangat mempengaruhi pegawai/ karyawan dalam keputusannya menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* dalam melakukan segala macam transaksi secara terus menerus atau berulang. Sehingga faktor promosi ini sangat berpengaruh. Dalam promosi aplikasi Pegadaian *Digital Service* Pegadaian cabang Mandala menarik karyawan agar memakai aplikasi Pegadaian *Digital Service* ini dengan mempromosikan dan memberitahukannya kepada karyawan/ pegawai melalui iklan di berbagai media sosial, promosi penjualan, *personal selling*, informasi dari mulut ke mulut.

Merujuk pada teori dan kategori tersebut diketahui bahwa salah satu faktor yang dapat menarik perhatian pegawai/ karyawan Pegadaian adalah faktor promosi yang menurut data wawancara penelitian Pegadaian cabang Mandala telah melakukan promosi yang menarik dan selalu aktif memberikan informasi mengenai Aplikasi Pegadaian *Digital Service* ini di berbagai Platform baik melalui sosial media ataupun media cetak.

b. Faktor Kualitas Layanan

Menurut Fandy Tjiptono dalam buku Krishna Anugrah (2020:17) kualitas suatu layanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan barang dan jasa yang memiliki pengaruh pada kemampuan untuk pemenuhan kebutuhan yang nyata ataupun tersembunyi. Faktor kualitas layanan ini saling berkaitan dengan faktor promosi, karena dengan pengetahuan penawaran yang ditawarkan dan fakta yang dirasakan dengan adanya kualitas layanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap keputusan pegawai/ karyawan menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*.

Menurut Supranto dalam buku Tony Wijaya (2018:25) kualitas dan layanan pelanggan dapat memengaruhi bauran pemasaran dalam beberapa cara. (bauran pemasaran disingkat dari 4P yaitu *Product, Price, Place, dan Promotion*).

Menurut Wijaya dalam buku Wiwik Sulistiyowati (2018:14) kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan, hal ini berarti bahwa kualitas didasarkan pada pengalaman aktual, pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan.

Berdasarkan hasil temuan penelitian ditemukan sebagai berikut yaitu, dengan adanya kualitas pelayanan yang baik yang diterapkan dan dilakukan Pegadaian cabang Mandala ini dapat melengkapi harapan dan kepentingan dari pegawai/ karyawan itu sendiri agar terlaksananya harapan dan kepuasan pada

pegawai itu sendiri. Kualitas layanan juga sangat mempengaruhi keputusan pegawai untuk menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*, pelayanan yang baik akan membuat pegawai menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* secara berkala, sedangkan layanan yang tidak baik akan menjadikan pegawai malas atau enggan untuk menggunakannya.

Merujuk pada teori dan kategori tersebut diketahui bahwa kualitas pelayanan/ layanan yang baik diterapkan akan memenuhi standar dengan memberikan layanan yang mudah, aman, nyaman, dan dapat dipercaya, sehingga pegawai akan secara otomatis menggunakan kembali secara terus menerus dalam bertransaksi produk Pegadaian.

c. Faktor Lingkungan Konsumen

Faktor lingkungan konsumen terdiri dari beberapa faktor yaitu faktor budaya , faktor sosial ekonomi , faktor keluarga dan rumah tangga, dan faktor situasi konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian telah diperoleh data bahwa faktor lingkungan konsumen merupakan faktor pendukung yang mempengaruhi pegawai/ karyawan dalam menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service*. Dalam hal ini terlihat bahwa faktor keluarga dan faktor sosial lingkungan teman jika banyak yang telah menggunakan produk Pegadaian tersebut, akan membuat pegawai lainnya yang melihat dan menyaksikan tertarik juga untuk menggunakannya.

Merujuk pada teori dan kategori tersebut diketahui bahwa , dengan adanya keluarga atau teman yang telah menggunakan aplikasi ini dengan menjelaskan manfaat-manfaatnya yang recommended kepada pegawai yang belum menggunakan, adalah sebagai suatu bentuk faktor yang membuat pegawai

memilih menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* yang ada di Pegadaian cabang Mandala. Karena secara otomatis menganggap bahwa yang telah digunakan keluarga atau teman tersebut merupakan aplikasi yang baik.

c. Faktor Lokasi

Lokasi merupakan aspek penting dalam kegiatan distribusi yang dapat menarik sebagian besar pegawai, karena lokasi yang tepat dapat menjadi jaminan adanya akses yang cepat dalam pelaksanaan layanan.

Berdasarkan hasil penelitian telah diperoleh data bahwa pertimbangan pegawai dalam memilih atau menggunakan sebuah aplikasi Pegadaian *Digital Service* adalah lokasi yang strategis, berada di tengah kota, dan akses transportasi yang mudah.

Merujuk pada teori dan kategori tersebut diketahui bahwa, lokasi yang baik dapat menarik pegawai untuk menggunakan layanan Digital di Pegadaian cabang Mandala Kota Medan.

2.3 Nasabah

2.3.1 Definisi dan Konsep Nasabah

Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank. Nasabah prioritas merupakan seseorang yang memiliki rekening dan volume transaksi dalam jumlah yang cukup besar di sebuah bank. Dalam istilah Pegadaian, nasabah adalah orang atau badan usaha yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman.

i. Tujuan dan Manfaat Nasabah yaitu :

Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk menjelaskan peluang-peluang yang dapat dilakukan oleh nasabah dalam berkontribusi untuk mengembangkan nasabah perbankan di Indonesia.

ii. Manfaat yang ingin dicapai adalah:

- 1) Memperkaya referensi tentang kajian perbankan di Indonesia
- 2) Secara praktis, memberikan masukan atau ide pemikiran kepada praktisi di lingkungan perbankan dan akademis serta para nasabah perbankan.

Menurut undang- undang No.10 tahun 1998 tentang perbankan diatur tentang perihal nasabah yang terdiri dari dua pengertian, yaitu :

- a. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip atau dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk-produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.

Nasabah adalah orang yang mempercayakan pengurusan uangnya kepada bank untuk digunakan dalam operasional bisnis perbankan yang dengan hal tersebut mengharap imbalan berupa uang atas simpanan tersebut.

Nasabah adalah pelanggan (*customer*), yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa.

Nasabah menurut Pasal 1 ayat (17) UU No. 10 tahun 1998 adalah “Pihak yang menggunakan jasa bank”.

Nasabah mempunyai peran penting dalam industry perbankan, dimana dana yang disimpan nasabah di bank merupakan dana yang terpenting dalam operasional bank untuk menjalankan usahanya.

Berikut sejumlah keuntungan yang bisa diperoleh dengan menjadi pelanggan bank:

1. Keamanan dana yang terjamin karena bank diawasi berbagai lembaga pemerintah, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).
2. Mendapatkan keuntungan berupa bunga.
3. Kemudahan dalam bertransaksi, seperti Tarik tunai, transfer dan, berinvestasi, dan sebagainya.
4. Ikut membantu pemerintah dalam upaya meningkatkan inklusi keuangan.

Nasabah penyimpanan ialah seorang nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan yang mana biasanya disebut juga sebagai tabungan, dengan melewati proses perjanjian antara bank dengan nasabah sebelumnya. Nasabah adalah konsumen yang membeli atau menggunakan produk

yang dijual atau ditawarkan bank. Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).

2.3.2 Karakteristik Nasabah

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7/POJK.03/2016, structured products adalah produk bank yang merupakan penggabungan antara dua atau lebih instrument keuangan berupa instrument keuangan nonderivatif dan derivative akan structured products ada beberapa karakteristik macam nasabah bank, antar lain:

1. Nasabah Retail

Nasabah retail merupakan nasabah yang tidak termasuk dalam nasabah professional serta eligible. Structured Products merupakan suatu bentuk produk Bank yang adalah suatu penggabungan anatar 2 (dua) atau lebih instrument keuangan dalam bentuk instrument keuangan non derivatif dengan derivatif.

2. Nasabah Eligible

Nasabah eligible merupakan nasabah yang dapat digolongkan sebagai nasabah professional jika nasabah tersebut memiliki pemahaman terhadap karakteristik, fitur, dan risiko dari structured product.

3. Nasabah Profesional

Nasabah professional merupakan pelanggan bank yang dianggap telah mampu memahami karakteristik, fitur, dan resiko dari structured products.

Beberapa pihak termasuk ke dalam nasabah, antara lain :

1. Nasabah Badan Hukum

Bagi para nasabah berupa badan, perlu diperhatikan aspek legalitas dari badan tersebut juga kewenangan bertindak dari pihak- pihak yang berhubungan dengan bank. Hal ini sendiri berkaitan dengan aspek hukum perseorangan.

Berkaitan juga dengan kewenangan bertindak bagi nasabah yang bersangkutan, khususnya pada “badan”, termasuk apakah untuk perbuatan hukum tersebut perlu mendapatkan suatu persetujuan dari komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) agar kemudian diperhatikan anggaran dasar dari badan yang bersangkutan.

2. Nasabah Orang/ Individu

Nasabah ini terdiri dari orang yang telah dewasa dan orang-orang yang belum dewasa. Nasabah orang dewasa sendiri hanya diperbolehkan untuk nasabah kredit dan nasabah giro.

Sementara itu, nasabah simpanan atau jasa-jasa lainnya dimungkinkan untuk orang yang belum dewasa. Misalnya, nasabah tabungan nasabah lepas (working customer) untuk transfer dan lain sebagainya.

Dalam melayani nasabah sebaiknya perusahaan mampu memahami dan mengerti akan sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini disebabkan masing-masing nasabah memiliki sifat yang berbeda, secara umum setiap nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu keinginan dan kebutuhan yang selalu ingin memperoleh perhatian.

2.3.3 Dasar-Dasar Pelayanan Nasabah

Menurut Sunyoto dalam buku Kasmir (2012:252) memiliki lima dasar-dasar pelayanan nasabah yang harus dipahami, yaitu :

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
Artinya harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik, juga harus berpakaian necis tidak kumal dan baju lengan panjang.
2. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum
Dalam melayani nasabah tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah harus juga murah senyum dengan raut muka yang menarik hati serta tidak dibuat-dibuat.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal
Pada saat nasabah datang harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya.
4. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
Pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati tamu serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.
5. Berbicara dengan bahas yang baik dan benar
Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula.

2.4. Produk Pegadaian

2.4.1 Produk Gadai

Menurut Philip Kotler dalam buku Kasmir (2012:216) produk adalah sebagai suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Produk adalah semua yang dapat ditawarkan ke pasar untuk pemakaian, penggunaan, perolehan atau konsumsi yang mungkin dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Menurut Susilo dalam buku Andrian Sutedi (2011:1) gadai adalah suatu hak yang diperoleh oleh yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak yang diserahkan oleh yang berpiutang sebagai jaminan utangnya dan barang dapat dijual oleh berpiutang.

Produk utama Pegadaian adalah layanan gadai. Layanan ini bisa bersifat konvensional maupun syariah, objek yang bisa digadai di Pegadaian adalah emas, kendaraan, efek, angsuran, tabungan emas, sertifikat, atau objek non emas seperti gawai, elektronik atau barang rumah tangga lainnya.

Berikut ini produk – produk gadai yaitu :

1. KCA (Kredit Cepat Aman)

KCA atau disebut juga dengan Kredit Cepat Aman adalah salah satu produk utama dari Pegadaian KCA merupakan kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif.

KCA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman. Agunan yang bisa digunakan untuk produk ini adalah emas, emas batangan, kendaraan (mobil dan motor), laptop, hp, dan barang lainnya.

Keunggulan produk KCA Pegadaian, yaitu :

- a. Proses pengajuan sangat mudah
- b. Proses pinjaman sangat cepat, hanya 15 menit
- c. Pinjaman mulai dari Rp. 50.000 s.d Rp. 500.000.000 atau lebih.
- d. Pelunasan dapat dilakukan sewaktu- waktu

- e. Tanpa perlu buka rekening. Dengan perhitungan sewa modal selama masa pinjaman
- f. Jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan atau 120 hari dan dapat diperpanjang dengan membayar sewa modal atau mengangsur sebagian uang pinjaman.

2. Kreasi (Kredit Angsuran Fidusia)

Kreasi adalah kredit yang ditunjukkan kepada para usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk pengembangan usaha, yang menggunakan sistem fidusia, yang berarti jaminan yang harus diberikan adalah BPKB kendaraan.

Keunggulan dari produk Kreasi yaitu sebagai berikut :

- a) Prosedur pengajuan kredit sangat cepat dan mudah
- b) Sewa modal relative murah dengan angsuran tetap setiap bulannya
- c) Dilayani di seluruh outlet Pegadaian dan aplikasi Pegadaian digital
- d) Pinjaman mulai dari Rp. 1.000.000
- e) Jangka waktu pinjaman flrksibel. Dengan pilihan jangka waktu 12, 18, 24, 36 dan 48 bulan

3. Krasida (Kredit Angsuran Sistem Gadai)

Krasida adalah kredit dengan angsuran bulanan, ditujukan untuk kebutuhan konsumtif dan produktif. Agunan atau jaminan yang digunakan untuk produk kresida adalah gadai emas dan jumlah pinjaman yang diberikan bisa 95 % dari nilai jaminan yang diberikan.

Keunggulan dari produk Krasida adalah sebagai berikut :

- a. Prosedur pengajuan sangat mudah
- b. Pinjaman bisa mencapai 95% dari taksiran agunan
- c. Pelunasan dapat dilakukan kapan saja
- d. Pelunasan dapat dilakukan sewaktu- waktu dengan pemberian diskon untuk sewa modal
- e. Pinjaman mulai dari Rp. 1.000.000 s.d Rp. 250.000.000
- f. Sewa modal relative murah dengan angsuran tetap tiap bulan

4. Gadai Efek

Gadai efek adalah pinjaman (kredit) atas dasar hukum gadai dalam jangka waktu tertentu yang diberikan oleh PT. Pegadaian (Persero) kepada nasabah dengan jaminan berbentuk saham atau obligasi tanpa warkat (scripless trading) yang tercatat dan diperdagangkan di bursa efek.

Keunggulan dari produk gadai efek Pegadaian yaitu :

- a. Aman diawasi oleh OJK
- b. Sewa modal terjangkau dan jangka waktu fleksibel
- c. Pinjaman mulai dari Rp. 5.000.000 sampai dengan Rp. 20.000.000.000
- d. Proses pengajuan mudah dan dapat dilakukan dengan secara online di aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS).

5. Tabungan Emas

Tabungan emas Pegadaian adalah layanan penitipan saldo emas yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi emas. Produk tabungan

emas memungkinkan nasabah melakukan investasi emas secara mudah, murah, aman dan terpercaya.

Keunggulan dari produk tabungan emas ini sebagai berikut :

- a) Order cetak emas dapat dilakukan mulai dari kepingan 5 gram
- b) Harga jual dan buyback dan pengelolaan ringan
- c) Dijamin karatase 24 karat
- d) Biaya admnistrasi dan pengelolaan ringan
- e) Nasabah dapat melakukan transfer ke rekening tabungan emas mulai dari 0,1 gram
- f) Dikelola secara professional dan transparan.

1. Pembayaran MPO (Multi Pembayaran Online)

Pembayaran (Multi Pembayaran Online) menggunakan aplikasi PDS memberikan solusi kemudahan untuk berbagai macam pembayaran tagihan yang nasabah nya miliki seperti : pembayaran listrik, top up pulsa, PDAM, Telkom, dll.

Keunggulan/ kelebihan pembayaran multi pembayaran online, yaitu:

- a. Pembayaran secara realtime untuk kemudahan dan kenyamanan nasabah.
- b. Metode pembayaran yang fleksibel. Dapat disinergikan dengan gadai emas.

2. Mulia

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau dengan cicilan. Dengan proses mudah dan fleksibel.

Keunggulan dari mulia atau cicil emas adalah :

- a. Emas batangan dapat dimiliki secara cicilan
- b. Proses mudah dengan layanan professional
- c. Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio asset
- d. Sebagai asset, emas batangan sangat likuid untk memenuhi kebutuhan dan mendesak
- e. Tersedia pilihan emas batangan dengan berat mulai dari 0,5 gram s.d 1 kilogram
- f. Jangka waktu angsuran mulai dari 3 bulan s.d 36 bulan
- g. Cicilan emas tetap setiap bulannya hingga lunas.

3. Arrum Haji

Arrum haji adalah produk pembiayaan porsi haji yang dimiliki oleh Pegadaian.

Pembiayaan haji adalah layanan pembiayaan untuk mendapatkan porsi haji secara syariah dengan barang jaminan emas atau tabungan emas dan prosesnya yang mudah dan aman.

Keunggulan dari produk Arrum Haji adalah :

- a. Memperoleh tabungan haji yang langsung bisa digunakan untuk memperoleh nomor porsi haji
- b. Kepastian nomor porsi

- c. Emas dan dokumen haji aman tersimpan di Pegadaian
- d. Biaya pemeliharaan barang jaminan terjangkau
- e. Jaminan emas dapat dipergunakan untuk pelunasan biaya haji pada saat lunas.

2.4.2 Produk Non-gadai

Menurut Piharto dalam buku Fitria Halim dkk, (2021:3-6) produk adalah barang yang dibangun atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu.

Gadai non emas adalah pemberian kredit dengan sistem gadai yang diberikan keseluruh golongan nasabah untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif dengan jaminan barang bergerak non emas seperti gawai, elektronik atau barang rumah tangga lainnya.

Produk Non - Gadai meliputi, produk fidusia seperti cicilan kendaraan bermotor (Amanah), gadai BPKB, gadai sertifikat tanah, elektronik dan lain-lainnya .

Keunggulan dari Gadai Non Emas, yaitu :

1. Barang jaminan bervariasi seperti : gadget (smartphone, laptop, kamera), barang elektronik (tv, dan lainnya), serta barang rumah tangga lainnya.
2. Proses yang cepat, mudah, dan aman
3. Barang jaminan aman disimpan di Pegadaian
4. Biaya administrasi yang ringan
5. Uang pinjaman dapat diterima secara tunai atau transfer
6. Tersedia beberapa macam fitur pembayaran sesuai kebutuhan
7. Dapat dicicil dan dilunasi sewaktu- waktu, serta bisa diperpanjang berkali- kali.

Cara Transaksi Gadai Non Emas :

1. Datang ke cabang Pegadaian terdekat
2. Mengisi form pengajuan gadai
3. Melampirkan fotocopy kartu identitas (KTP)
4. Menyerahkan barang jaminan non emas beserta kelengkapan
5. Barang jaminan ditaksir oleh petugas penaksir
6. Konfirmasi uang pinjaman
7. Mendatangi Surat Bukti Gadai (SBG)
8. Uang pinjaman diterima secara tunai atau transfer

Jasa non-gadai adalah jasa pembayaran yang bisa digunakan melalui aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS), jasa pembayaran tersebut seperti pembelian pulsa, pembayaran listrik, PDAM, dan indihome.

Pembayaran tersebut bisa melalui rekening bank yang sudah bekerjasama dengan Pegadaian dan telah disambungkan aplikasi PDS.

2.5 Efektifitas Layanan

2.5.1 Defenisi Efektifitas Layanan

Efektifitas layanan adalah memiliki arti adanya suatu efek, akibat, pengaruh dan kesan terhadap layanan.

Efektifitas layanan adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target berupa kualitas, kuantitas, dan waktu telah tercapai dengan prinsip semakin besar presentase target yang dicapai maka semakin tinggi efektifitas dalam layanan tersebut.

Efektifitas Layanan merupakan keterangan yang artinya ukuran hasil tugas atau keberhasilan dalam mencapai tujuan pada pelayanan tersebut. Efektifitas layanan tidak hanya sekedar memberi pengaruh atau pesan akan tetapi berkaitan juga dengan keberhasilan tujuan, penetapan standar, profesionalitas, penetapan sasaran, keberadaan program, materi, berkaitan dengan metode atau cara layanan.

Ciri- ciri pelayanan yang efektif menurut Kasmir (2008) :

- 1) Selalu bertanggung jawab kepada semua pelanggan atau pengunjung sejak awal hingga selesai.
- 2) Mampu melayani secara cepat dan tepat
- 3) Mampu berkomunikasi dengan baik
- 4) Mampu memberikan jaminan kerahasiaan di setiap transaksi
- 5) Berusaha memahami kebutuhan pelanggan dengan baik
- 6) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
- 7) Memberikan kepercayaan kepada pelanggan atau pengunjung

2.5.2 Ukuran Efektifitas

Ukuran efektifitas bermacam-macam, antara lain menyebutkan indikator efektifitas sebagai berikut :

1) Jumlah hasil yang dapat dikeluarkan

Hasil tersebut berupa bentuk fisik dari organisasi, program atau kegiatan. Hasil dimaksud dapat dilihat dari perbandingan (ratio) antara masukan (input) dengan keluaran (output), usaha dengan hasil, persentase pencapaian program kerja dan sebagainya.

2) Tingkat kepuasan yang diperoleh

Ukuran dalam efektifitas ini dapat (berdasarkan pada jumlah atau banyaknya) dan dapat kualitatif (berdasarkan pada mutu).

3) Produktif Kreatif

Penciptaan hubungan kondisi yang kondusif dengan dunia kerja, yang nantinya dapat menumbuhkan kreatifitas dan kemampuan.

4) Intensitas yang akan dicapai

Mempunyai ikatan yang tinggi dalam sebuah tingkatan intens, dimana adanya rasa yang saling memiliki dengan batas yang tinggi.

2.5.3 Indikator Efektifitas

Indikator efektifitas dilihat dari beberapa segi kriteria efektifitas, sebagai berikut :

1. Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu adalah sesuatu yang bisa menentukan berhasilnya suatu kegiatan yang dilaksanakan tapi juga bisa berakibat terhadap

sebuah kegagalan dari aktivitas. Penggunaan waktu secara tepat akan melahirkan efektifitas pencapaian tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya.

2. Ketepatan Perhitungan Biaya

Berhubungan ketepatan dari sebuah pemanfaatan biaya, dalam artian tidak mengalami kekurangan jika tidak mengalami kelebihan dalam pembiayaan sampai sebuah kegiatan dapat dilaksanakan dan diselesaikan dengan baik. Ketepatan dalam menetapkan satuan biaya ialah bagian dari pada efektifitas.

3. Ketepatan Pengukuran

Dengan ketepatan ukuran yang telah ditentukan sebelumnya sebenarnya merupakan gambaran daripada efektifitas kegiatan yang menjadi tanggung jawab dari suatu organisasi.

4. Ketepatan Berpikir

Ketepatan berpikir akan menciptakan keefektifitan sehingga sebuah kesuksesanlah yang akan senantiasa diinginkan itu dapat memberikan hasil secara maksimal.

5. Ketepatan Pada Sasaran

Penetapan sasaran yang tepat baik yang diciptakan secara perorang maupun secara kelompok sangat menentukan keberhasilan dari suatu efektifitas.

6. Ketepatan Dalam Menentukan Tujuan

Ketepatan dalam menetapkan suatu arah dan tujuan merupakan aktivitas dalam rangka mencapai suatu tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya. Tujuan yang ditetapkan secara tepat dan jelas akan sangat menunjang efektifitas pelaksanaan dari kegiatan terutama yang berorientasi pada jangka panjang.

2.6 Penelitian Terdahulu

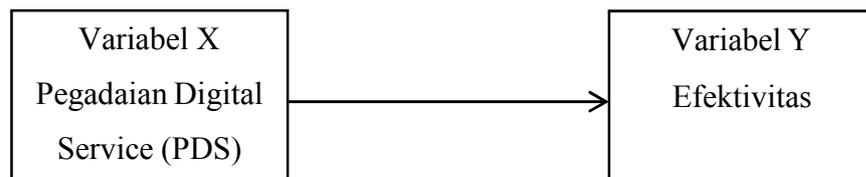
Tabel 2.1
Daftar Penelitian Terdahulu

NO.	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Pradhita Salsabila, dan Yoyon Supriadi. Jurnal Vol. 2 No. 1 Januari 2022	Penerapan Sistem Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Memudahkan Nasabah Bertransaksi	Kualitatif	Penerapan aplikasi Pegadaian Digital di Pegadaian sesuai dengan tujuan dibuatnya Aplikasi Pegadaian Digital yaitu mampu memberi nilai tambah berupa persepsi nasabah terhadap aplikasi Pegadaian Digital yang didasari dengan: (1) Kualitas layanandigital, (2) Kemudahan bertransaksi (3) Kepuasan nasabah yang menggunakan aplikasi Pegadaian Syariah Digital sudah sesuai apa yang diharapkan.	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang aplikasi PDS. Perbedaannya yaitu dari objek yang diteliti.

2.	Wastina Sari Siregar dan Dani Habra Jurnal Volume 3. No. 1 Edisi Desember 2022	Peran Layanan Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Pegadaian Cabang Helvetia	Kualitatif	Layanan PDS merupakan layanan pegadaian digital berupa aplikasi berbasis web atau mobile yang dapat memberikan layanan produk pegadaian untuk membantu nasabah melakukan transaksi gadai melalui transaksi gadai melalui gadget.	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti efektivitas pelayanan. Perbedaannya yaitu aspek yang diteliti. Peneliti meneliti tentang efektivitas layanan aplikasi Pegadaian <i>Digital Service</i> (PDS) pada produk gadai non gadai
3.	Feni Hariyati dan Mellya Embun Jurnal Volume 5 No. 1 Juni 2020	Efektifitas Aplikasi PSDS (Pegadaian Syariah Digital Service) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah	Kualitatif	Faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas aplikasi PSDS dan pelayanan pemberian kredit gadai, sudah efisien / baik yaitu prosedur pelayanan dari segi alur pelayanan dan kecepatan pelayanan dinilai sudah efektif. Seperti cepatnya nasabah mendapatkan pelayanan dari loket, dari segi biaya pelayanan yang ada maka dinilai sudah sangat bagus.	Persamaannya yaitu, sama-sama meneliti efektivitas pelayanan. Perbedaannya yaitu aspek yang diteliti. Peneliti meneliti tentang efektivitas layanan aplikasi PSDS pada produk gadai dan non gadai.

2.7. Kerangka Konseptual Penelitian

Gambar 2.2
Kerangka Berpikir



Keterangan :

X = Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS)

Y = Efektivitas

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif. Sugiyono (2019:9) mengemukakan bahwa :

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

Metode kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan fakta serta keterangan-keterangan yang ada di lapangan, sedangkan deskriptif ialah sifat data penelitian kualitatif yang wujud datanya berupa deskriptif obyek penelitian yaitu kata-kata, gambar, angka-angka yang tidak dihasilkan melalui pengolahan statistika.

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai dampak penggunaan aplikasi PDS terhadap efektivitas transaksi dan pelayanan di PT. Pegadaian Cabang Mandala Medan.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Cabang Pegadaian Mandala yang terletak di Jalan Pukat II No. 9 A, Bantan Timur, Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini dimulai dari penetapan judul hingga selesai, dimulai dari bulan Oktober 2022 dari pengajuan judul proposal sampai dengan bulan Agustus 2023.

Berikut ini rencana penelitian yang dapat dilihat pada tabel 3.1 :

3.3 Informan Penelitian

Informan adalah orang yang memahami informasi objek penelitian dan dapat memberikan informasi kepada peneliti untuk mendapatkan informasi.

Adapun informan penelitian ini adalah:

1. Informan Kunci

Informan kunci adalah mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi yang diperlukan dalam penelitian ini atau informan yang mengetahui secara mendalam permasalahan yang akan diteliti. Oleh karena itu informan kunci dalam penelitian ini adalah Bapak Reza Ahmad Afandi Harahap selaku Branch Head PT. Pegadaian (Persero) Cabang Mandala Medan.

2. Informan Utama

Informan utama adalah mereka yang mengetahui secara teknis dan detail masalah penelitian yang akan dipelajari. Dari pengertian informan utama diatas peneliti menarik kesimpulan bahwa informan utama dalam penelitian ini adalah Ibu Elfridawaty Manik selaku pengelola agunan dan Ibu Eka Handaiani Rumahhorbo selaku Marketing PT. Pegadaian (Persero) Cabang Mandala Medan.

3. Informan Pendukung

Informan pendukung merupakan orang yang dapat memberikan informasi pendukung sebagai pelengkap analisis dan pembahasan. Adapun informan pendukung dalam penelitian ini adalah Pegawai yang menggunakan

aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) sebagai transaksi dan pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Mandala Medan.

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil secara langsung oleh peneliti tanpa melalui perantara sehingga data yang didapatkan berupa data mentah.

Data primer ini dikumpulkan dengan Teknik:

a. Wawancara

Menurut Stewart dalam buku Indah Ria, dkk (2012:2) wawancara adalah sebagai proses komunikasi interaksional antara dua orang atau lebih dengan suatu tujuan dan biasanya berisi pertanyaan serta jawaban dari suatu pertanyaan.

Wawancara atau interview adalah suatu cara pengumpulan data yang dilakukan melalui komunikasi verbal untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada setiap informan yaitu Bapak Reza Ahmad Affandi selaku Branch Head, Ibu Elfridawaty Manik selaku Pengelola Agunan dan Ibu Eka Handayani Rumahhorbo selaku Marketing di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Mandala Medan, dan Pegawai yang menggunakan aplikasi

Pegadaian Digital Service (PDS) untuk bertransaksi dan pelayanan pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Mandala Medan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah ada dikumpulkan atau data yang sudah tersedia untuk peneliti yang diperoleh melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder adalah data olahan yang diperoleh melalui :

a. Dokumentasi

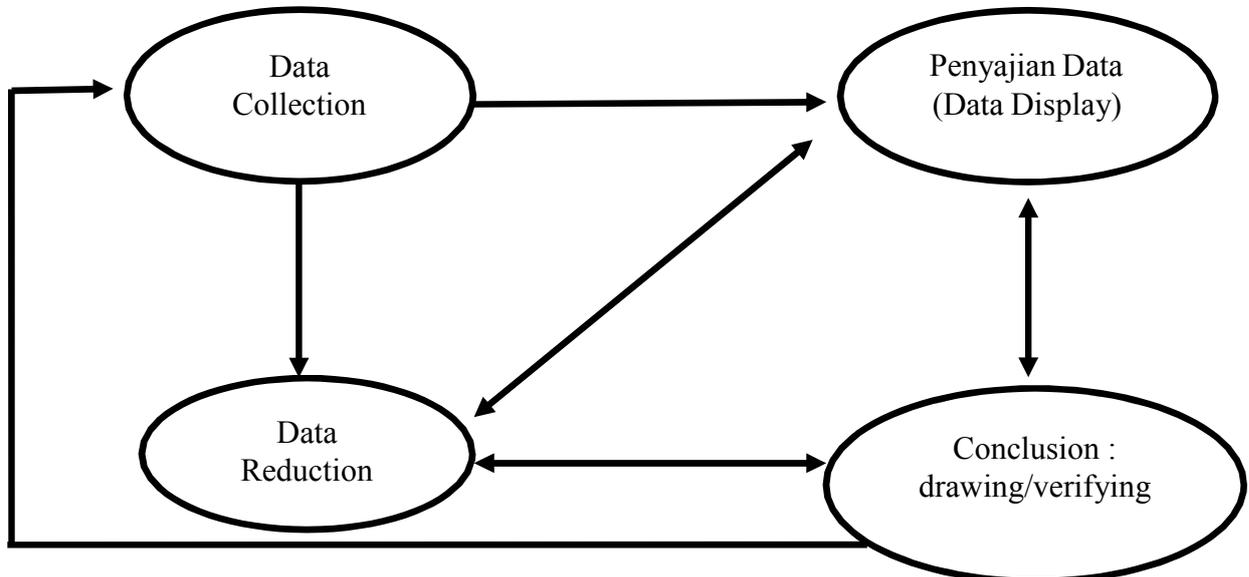
Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan catatan-catatan atau dokumen yang ada di lokasi penelitian serta sumber-sumber lain yang relevan dengan objek penelitian. Dokumen ini biasanya dapat berupa document public yang meliputi buku-buku yang relevan, laporan kegiatan, (misalnya gambar hidup, sketsa, koran, makalah, laporan kantor) ataupun document privat (misalnya buku harian, diary, surat, email).

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data berarti mengolah data, mengorganisasi data, dan memecahkannya dalam unit-unit yang lebih kecil, mencari pola dan tema-tema yang sama. Proses awal pengolahan data adalah mengkategorikan atau mengelompokkan data setiap yang terkumpul kemudian dilakukan analisis data setelah data primer dan data sekunder terkumpul dan diolah serta dijelaskan lebih detail dalam pembahasan penelitian.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono (2019:246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Teknik analisis data penelitian dengan model ini dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 3.5 Teknik Analisis Data



Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono (2019:246) , analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.

Aktivitas dalam analisis data yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification. Langkah-langkah teknik analisis data diatas adalah sebagai berikut :

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilah hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

c. *Conclusion Drawing/verification* (Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan.

Ketiga komponen tersebut aktivitasnya berbentuk interaksi dengan proses pengumpulan berbagai siklus. Dalam bentuk ini peneliti tetap bergerak diantara ketiga komponen dengan komponen pengumpulan data selama proses pengumpulan data berlangsung. Sesudah pengumpulan data, kemudian

bergerak antara *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing* dengan menggunakan waktu yang masih tersisa bagi penelitiannya. Proses analisa tersebut sering juga disebut model analisa interaktif.

