

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pandemi COVID-19 memberikan pengaruh yang signifikan bagi Indonesia, tidak hanya dari segi kesehatan dan kemanusiaan, tetapi juga dari segi sosial dan ekonomi. Pada Maret 2020, COVID-19 mulai berkembang di Indonesia, setelah Presiden mengungkap kasus pertama. COVID-19 telah menginfeksi hampir 10.000 orang di Indonesia hanya dalam waktu tiga (tiga) bulan sejak kasus pertama dilaporkan, dan jumlahnya terus meningkat. Untuk menangkal penyebaran COVID-19, pemerintah segera menerapkan program pembatasan sosial berskala besar (PSBB).

Beberapa tindakan pemerintah yang dilakukan selama wabah COVID-19 dinilai merugikan perekonomian Indonesia. Penerapan undang-undang ini secara drastis membatasi kegiatan di luar rumah, menyebabkan banyak sektor ekonomi mengurangi atau bahkan berhenti beroperasi tanpa batas waktu. Meski langkah pemerintah dapat memutus mata rantai penularan virus, namun jarak sosial berpengaruh bagi masyarakat menengah ke bawah, seperti pedagang pasar, pedagang asongan, dan pengemudi angkot. Akibatnya, sebagian masyarakat yang terdampak wabah COVID-19 beralih ke pegadaian untuk meminjam uang dengan menggadaikan barang-barang berharga mereka seperti emas, mobil, sertifikat, dan barang elektronik.. Namun, pada masa pandemi sekarang transaksi secara langsung antara perusahaan dan nasabah harus di kurangi untuk membantu pemerintah guna menurunkan penyebaran covid-19. Sehingga PT Pegadaian lebih memfokuskan kegiatan pemasaran dan penjualan dalam media sosial dan aplikasi yang mendukung dalam setiap transaksi dengan nasabah. Meskipun, kegiatan transaksi langsung di outlet pegadaian masih terbilang cukup ramai oleh nasabah yang ingin melakukan transaksi. Sehingga hal ini menjadi masalah apakah ada hal lain yang menjadi penghambat dalam penerapan aplikasi ini. Aplikasi tersebut bernama Pegadaian *Digital* yang merupakan aplikasi penunjang dari perusahaan dalam berinteraksi dengan nasabah. Meskipun aplikasi bukan inovasi baru dalam

menghadapi pandemi covid-19, namun hal ini menjadi pendukung utama karena harus mengurangi tatap muka dengan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dapat mengambil judul **“Penerapan Aplikasi Pegadaian Digital (PDS) Dalam Pelayanan PT Pegadaian UPC Plasa Millenium Sebelum Dan Pada Masa Covid-19”**

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah berikut dapat dikembangkan berdasarkan latar belakang masalah:

1. Bagaimana penerapan aplikasi pegadaian digital (PDS) dalam pelayanan PT Pegadaian UPC Plasa Millenium?
2. Bagaimana pengetahuan nasabah terhadap transaksi online menggunakan aplikasi Pegadaian Digital?

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang penulis paparkan maka penelitian ini hanya fokus pada penerapan aplikasi pegadaian digital (PDS) dalam pelayanan PT Pegadaian UPC Plasa Millenium dan pengetahuan nasabah terhadap aplikasi Pegadaian Digital pada periode 2019 s/d 2020.

## **D. Tujuan Penelitian**

Berikut ini adalah tujuan laporan dari penelitian, sebagai berikut:

1. Untuk menilai bagaimana pengetahuan nasabah pada aplikasi Pegadaian Digital
2. Untuk mengetahui penerapan aplikasi pegadaian digital (PDS) dalam pelayanan PT Pegadaian UPC Plasa Millenium

## **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis
  - a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan
  - b. Mampu mempraktikkan apa yang telah dipelajari di bangku kuliah.

- c. Salah satu cara untuk membangun dan mendidik cara berpikir ilmiah untuk mendapatkan pemahaman yang luas tentang tantangan masa depan

## 2. Bagi PT Pegadaian

- a. Dapat diidentifikasi oleh bagi pihak perusahaan untuk menghadapi pandemi covid-19
- b. Dapat dijadikan sebagai referensi dalam “Penerapan Aplikasi Pegadaian Digital (PDS) Dalam Pelayanan PT Pegadaian UPC Plasa Millenium”
- c. Dapat digunakan sebagai acuan untuk menghasilkan perbaikan sistem layanan berbasis *digital* baru.

## 3. Bagi Universitas Prima Indonesia

- a. Penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya.
- b. Aplikasi mobile dapat membantu masyarakat untuk belajar lebih banyak tentang pegadaian dan penawaran layanan terbaru.

## 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Dapat menjadi pedoman untuk mengkaji lebih dalam permasalahan mengenai transaksi online menggunakan aplikasi Pegadaian Digital
- b. Mampu mengembangkan dan menerapkan penelitian sejauh teori yang telah ditetapkan, memungkinkan untuk mengoreksi apa yang masih dianggap tidak tepat.

## F. Tinjauan Pustaka

### 1. Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah cara untuk mempromosikan produk dan layanan melalui penggunaan media digital untuk menjangkau pelanggan pada waktu dan tempat yang tepat. Manfaat utama pemasaran digital adalah memungkinkan anda untuk menarik lebih banyak pelanggan dengan biaya lebih rendah dan dengan metode yang terukur. Menurut Chaffey (2012), Pemasaran digital adalah penggunaan teknologi dalam bentuk saluran online

seperti situs web, email, database, televisi digital, dan menerapkan inovasi mutakhir lainnya seperti blog, feed, podcast, dan jejaring sosial untuk berkontribusi dalam pemasaran dengan tujuan laba dan retensi konsumen. Menyadari manfaat teknologi digital dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan kesadaran konsumen, kemudian berkomunikasi dengan pelanggan melalui aktivitas media yang terintegrasi dan layanan online yang disesuaikan dan ditargetkan untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka untuk meningkatkan pembelian multi-channel dan siklus hidup pelanggan.

## **2. Pegadaian Digital Service (PDS)**

Layanan Pegadaian digital berupa web atau aplikasi berbasis mobile yang dapat memberikan layanan produk Pegadaian kepada masyarakat umum dikenal dengan Pegadaian Digital. Terdapat beberapa fitur dalam aplikasi Pegadaian Digital yang meliputi informasi mengenai barang pegadaian, seperti kesempatan bagi yang ingin menggadaikan untuk mengecek nominal pinjaman yang akan diperoleh nantinya. Di aplikasi Pegadaian Digital juga terdapat fitur tabungan emas, pembiayaan, cicil emas, pembayaran dan top up.

**TABEL 2.1 PENGGUNAAN PDS 2019-2020**

Tahun	Jumlah nasabah corporate	Pengguna Pegadaian Digital (PDS)	Persentase pengguna Pegadaian Digital (PDS)
2019	2.294	788	34,35 %
2020	2.556	1.154	45,14 %

**Sumber : Data MIS Pegadaian**

Perbandingan antara nasabah yang menggunakan aplikasi Digital Pegadaian (PDS) setiap tahun mengalami pertumbuhan, seperti terlihat pada tabel di atas, dengan 34,35 % dari seluruh pelanggan yang menggunakan

PDS pada tahun 2019 di UPC Plasa Millenium dan pada tahun 2020 yaitu 45,14 % nasabah yang sudah memakai aplikasi Pegadaian Digital (PDS).

**TABEL 2.2 TRANSAKSI MELALUI PDS 2019 - 2020**

	Satuan	2019	2020
Jumlah Nasabah Corporate	Jumlah	2.294	2.556
Target Transaksi PDS	Jumlah	0	471
Realisasi Transaksi PDS	Jumlah	62	664
Persentase Target Transaksi PDS	%	140,97	108,67

**Sumber : PT Pegadaian Medan**

Aplikasi Pegadaian Digital (PDS) kini sebagai pengganti semua layanan di outlet Pegadaian menjadi digital. Meski demikian, nasabah masih ada yang tidak mengetahui adanya aplikasi tersebut. Untuk mengatasi hal tersebut, pihak Pegadaian tak henti mengedukasi masyarakat mengenai aplikasi tersebut untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi. Dari table diatas dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan transaksi melalui Pegadaian Digital, seperti yang terjadi pada tahun 2019 yaitu 140,97 % dan tahun 2020 yaitu 108,67 % transaksi memakai aplikasi Pegadaian Digital (PDS).