

**STRATEGI PROMOSI DEPARTEMEN PRODUK GADAI DALAM
MENINGKATKAN *OUTSTANDING LOAN (OSL)* DIMASA PANDEMI
COVID-19 PADA PT. PEGADAIAN AREA PALU**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)*

Oleh :

SASGIA WARDANI

NIM : 183150061

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU
PERIODE 2023/ 2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan dibawah ini, masyarakat bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Departemen Produk Gadai Dalam Meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* Dimasa Pandemi Covid-19 Pada PT. Pegadaian Area Palu” benar adalah hasil karya penyusun sendiri, jika dikemudian hari terbukti bahwa ia duplikat, tiruan atau dibuat orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang di peroleh karenanya, batal demi hukum.

Palu, 14 Juni 2023 M
25 Dzulqa'dah 1444 H

Penulis



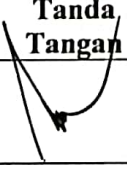



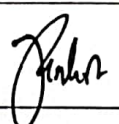
Sasgia Wardani
NIM. 18.3.15.0061

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudari Sasgia Wardani, NIM: 18.3.15.0061 dengan judul "Strategi Promosi Departemen Produk Gadai Dalam Meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* Dimasa Pandemi Covid-19 Pada PT. Pegadaian Area Palu". Yang telah diujikan di hadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 14 Juni 2023 M, bertepatan dengan tanggal 25 Dzulqa'dah 1444 H. dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 14 Juni 2023 M
25 Dzulqa'dah 1444 H

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I	
Munaqisy I	Dr. Ermawati, S. Ag., M. Ag	
Munaqisy II	Irham Pakkawaru, SE., MSA, Ak	
Pembimbing I	Dr. Malkan, M.Ag	
Pembimbing II	Rizki Amalia, S.Si., M.Ak	

Mengetahui:

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 1 002

Ketua Jurusan
Perbankan Syariah

Dr. Syaakir Sofya, S.E.I., M.E
NIP. 198602042014031002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Departemen Produk Gadai Dalam Meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* Dimasa Pandemi Covid-19 Pada PT. Pegadaian Area Palu ” oleh Sasgia Wardani, NIM:18.3.15.0061, mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk diujikan.

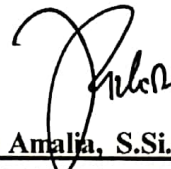
Palu, 14 Juni 2023 M
25 Dzulq'adah 1444 H

Pembimbing I



Dr. Malkan, M.Ag
NIP. 196812311997031010

Pembimbing II



Rizki Amalia, S.Si., M.Ak
NIP. 19910901 201903 2 019

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Hilal Malarangan, M. HI.
NIP. 196505051999031002

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan rahmat dan hidayah-Nyalah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Shalawat serta salam penulis persembahkan kepada junjungan kita, Nabi yang telah berhasil meletakkan nilai-nilai dasar di muka bumi ini, yakni Nabi besar Muhammad SAW. Beserta keluarga dan para sahabatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapat bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada

1. Kedua orang tua tercinta yaitu **Bapak Ruslan.** dan **Ibu Viva** yang telah mengasuh, membimbing, mendidik dan menyekolahkan penulis mulai dari jenjang pendidikan dasar sampai keperguruan tinggi.
2. **Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi., Mpd.** selaku Rektor UIN Datokarama Palu, **Bapak Dr. H. Abidin M.Ag** selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, **Dr. H. Kamaruddin M.Ag** dan **Drs. H. Iskandar M.Sos.I,** selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah mendorong dan memberikan kebijakan kepada penulis dalam berbagai hal yang berhubungan dengan studi di UIN Datokarama Palu.
3. **Bapak Dr. H. Hilal Malarangan., MHI** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, **Ibu Dr. Ermawati, S.Ag, M.Ag** selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, **Bapak Drs. Saprudin, M.H.I** selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, **Bapak**

Dr. Malkan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Alumni dan Kerjasama yang telah banyak mengarahkan penulis dalam proses belajar.

4. Bapak **Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E** selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Bapak **Abdul Jalil, S.E. M.M** selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, yang telah banyak mengorbankan waktu dan pikiran dalam mengarahkan dan memudahkan perencanaan awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Bapak **Malkan, M.Ag** selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu **Rizki Amalia, S.Si., M.Ak**, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah mencurahkan ilmu, metodologi, penjelasan, pengarahan, memberikan tips dan bimbingan yang luar biasa sehingga penulisan karya ilmiah ini dapat rampung dan selesai.
6. Ibu **Suplani S.Ag** selaku kepala perpustakaan UIN Datokarama Palu yang telah memberikan banyak referensi bagi penulis sejauh ini dan terimakasih kepada seluruh staf perpustakaan yang telah melayani mahasiswa dengan baik.
7. Bapak **Maksum** selaku Kepala Deputy Bisnis PT. Pegadaian Area Palu yang telah memberikan izin peneliti untuk meneliti di kantor PT. Pegadaian Area Palu
8. Responden dari PT. Pegadian Area Palu yaitu **Moh. Wirasto Tune, Nurmubin Husin, Firdaus Tondok Salassa** telah meluangkan waktu untuk wawancara peneliti agar dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Seluruh staf pengajar dalam lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama palu khususnya Bapak dan Ibu Dosen, dengan tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat selama kuliah Semoga Allah membalas kebaikan Bapak dan Ibu, aamin.

10. Seluruh staf dan pegawai akademik yang telah memberikan kemudahan pelayanan kepada penulis selama kuliah sampai selesai kuliah.
11. Kepada suami tercinta dengan NIM. 182170012, atas dukungan, pengertian dan kasih sayang yang tiada hentiya, hingga meluangkan waktu dan kesempatan untuk menemani penulis dari masa kuliah sampai penulis menyusun skripsi ini
12. Kepada sahabat penulis tersayang calon orang sukses Nur Isra, Rita Oktaviana, dan Enjela yang telah memberikan candaan, keceriaan, persaudaraan, semangat, motivasi dan terimakasih selalu ada menemani penulis selama ini.
13. Kepada Lembaga IPNU-IPPNU Sulawesi Tengah terimakasih telah menjadi rumah pertama tempat bernaung.
14. Teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah angkatan 2018 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan dukungan pada penulis.
15. Dan terakhir kepada seluruh nama-nama yang ikut andil dalam perjalanan hidup penyusun terutama dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak tertulis di sini, namun sama sekali tidak mengurangi rasa hormat dan terimakasih atas kebaikan dan keikhlasan kalian. Akhirnya kepada Allah juga kita memohon taufik dan hidayah-Nya serta pahala berganda untuk kita semua. Aamin.

Palu, 14 Juni 2023

Penulis



Sasgia Wardani
NIM. 18.3.15.0061

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Masalah.....	5
E. Manfaat Penelitian	7
F. Garis- garis Besar Isi.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Kajian Teori	12
C. Kerangka pemikiran.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Data dan Sumber Data	37
D. Teknik Pengumpulan Data.....	38
E. Teknik Analisis Data.....	39
F. Pengecekan Keabsahan Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN	43
A. Gambaran Umum PT. Pegadaian Area Palu.....	43
B. Gambaran Umum Departemen Produk Gadai Area Palu	47

C. Pencapaian <i>Outstanding Loan (OSL)</i> Pada PT. Pegadaian Area Palu.....	52
D. Strategi Promosi Departemen Produk Gadai Dalam Meningkatkan <i>Outstanding Loan (OSL)</i> Dimasa Pandemi Covid- 19 Pada PT. Pegadaian Area Palu	53
E. Kendala Serta Solusi Untuk Strategi Promosi Dalam Meningkatkan <i>Outstanding Loan (OSL)</i> Pada PT. Pegadaian Area Palu Dimasa Pandemi Covid-19	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN- LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Grafik Pencapaian <i>Outstanding Loan</i> (OSL)	2
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 3.1 : Struktur Organisasi Kantor PT. Pegadaian (Persero) Area Palu	46
Gambar 4.1 : Grafik Pencapaian Outstanding Loan (OSL) di setiap Cabang.....	53

DAFTAR TABEL

Table 1.2 Penelitian Terdahulu	9
--------------------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Pengajuan Judul Skripsi
3. Surat Keterangan Pembimbing
4. Surat Persetujuan Penelitian
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian
6. Daftar Informan
7. Dokumentasi Penelitian
8. Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama : Sasgia Wardani
Nim : 18.3.15.0061
Judul Skripsi : **Strategi Promosi Departemen Produk Gadai Dalam Meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* Dimasa Pandemi Covid- 19 Pada PT. Pegadaian Area Palu**

Secara umum, Covid-19 juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia, di mana yang semula sebesar 5,3%, oleh sebagian kalangan memprediksi pertumbuhan ekonomi di Indonesia kini mencapai 2%. Pada situasi seperti ini fungsi pembiayaan sangat menunjang perekonomian masyarakat, yang dimana salah satunya di Pegadaian. Dalam perkembangan Pegadaian sendiripun pastinya banyak masyarakat yang menggunakan produk pembiayaan gadai di pegadaian. Pegadaian merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yang bergerak dalam bidang jasa pemberian kredit berdasarkan hukum gadai, artinya pemberian pinjaman kepada nasabah berdasarkan penyerahan barang agunan atau barang jaminan

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, cara pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap objek penelitian.

Bentuk- bentuk strategi yang PT. Pegadaian Area Palu seperti Melakukan Bazar Emas, Melakukan Kanvasing, Membuat program Diskon Gadai, Membuat program reward Cabang Terbaik, Membuat program pemasar terbaik. Dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* ini terdapat beberapa kendala-kendala, tetapi PT. Pegadaian Area Palu selalu melakukan solusi atas kendala yang ada.

Hasil penelitian ini mengatakan bahwa dengan menggunakan strategi yang sudah diterapkan selama pandemi covid-19 oleh pegadaian area Palu lebih efektif dan dapat meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* di pegadaian dibandingkan sebelum pandemi covid-19.

BAB I

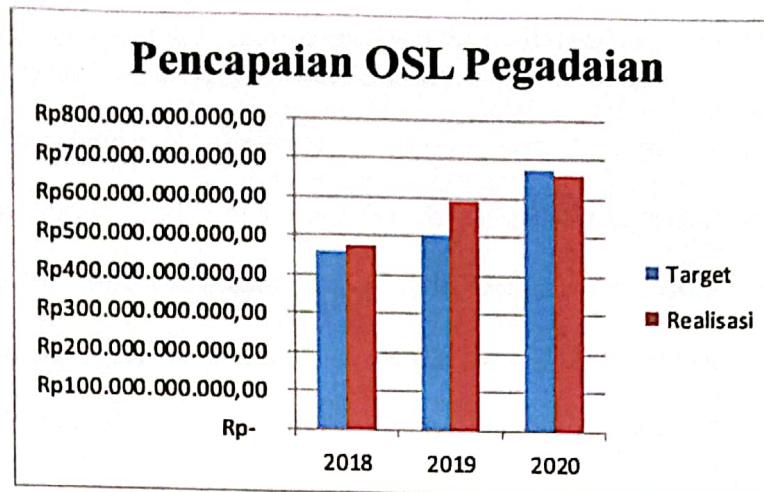
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi virus corona (covid 19) masih menghantui khususnya Indonesia. Sejak kasus pertama diumumkan, lonjakan pasien positif terus terjadi dan makin meningkat angka penyebarannya. Kehadiran wabah ini telah membuat situasi ekonomi di seluruh dunia memburuk. Bahkan lembaga keuangan dunia yaitu *International Monetary Fund (IMF)* telah memprediksi bahwa ekonomi global minus di angka 3%, hal tersebut berdampak pada perekonomian di Indonesia.

Dalam masa pandemi saat ini, ada beberapa kebijakan yang ditetapkan oleh Pemerintah yang memberikan dampak pada beberapa sektor di Indonesia, salah satunya yaitu pada sektor ekonomi. Di sisi lain, ekonomi merupakan salah satu faktor penting dalam kehidupan, sebagaimana diketahui bahwa seseorang akan bersinggungan secara langsung dengan kebutuhan ekonomi dalam menjalankan kehidupan. Secara umum, Covid-19 juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia, di mana yang semula sebesar 5,3%, oleh sebagian kalangan memprediksi pertumbuhan ekonomi di Indonesia kini mencapai 2%.¹ Pada situasi seperti ini fungsi pembiayaan sangat menunjang perekonomian masyarakat, yang dimana salah satunya di Pegadaian. Dalam perkembangan Pegadaian sendiripun pastinya banyak masyarakat yang menggunakan produk pembiayaan gadai di pegadaian. Dapat dilihat dari grafik pencapaian *Outstanding Loan (OSL)* di PT. Pegadaian Area Palu berikut :

¹ Siti Mujiatun, Sri Masyuli Manullang, *Strategi Promosi Pedagang UMKM untuk Meningkatkan Pendapatan di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus UMKM Lingkungan Universitas Muhammadiyah)*, *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2 (1), 2021



Gambar 1.1 : Grafik Pencapaian *Outstanding Loan*(OSL)

Pada gambar grafik diatas dapat dilihat bahwa realisasi *Outstanding Loan*(OSL) sebelum Pandemi Covid-19 yaitu ditahun 2018 melebihi target, sedangkan pada saat Pandemi Covid-19 awal masuk di kota Palu realisasi *Outstanding Loan*(OSL) ditahun 2020 kurang dari target tetapi tetap ada peningkatan *Outstanding Loan*(OSL) daripada ditahun sebelumnya.²

Pegadaian merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yang bergerak dalam bidang jasa pemberian kredit berdasarkan hukum gadai, artinya pemberian pinjaman kepada nasabah berdasarkan penyerahan barang agunan atau barang jaminan.³

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1150 menjelaskan Gadai dengan lebih rinci sebagai berikut:

“Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau seorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada si berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari pada orang-orang untuk melelang barang tersebut dan

² PT. Pegadaian Area Palu(Pegadaian Talise), “Data OSL Pegadaian Area Palu”, Palu-Sulawesi Tengah (2021)

³ Milsisi, “Aplikasi Marketing Syariah Di Pegadaian Syariah (Studi Di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Kota Jambi)”, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi 2020

biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana yang harus didahulukan.”⁴

Pegadaian di Indonesia terdapat dua macam yaitu, Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah. Pegadaian Syariah yaitu lembaga keuangan yang menerapkan sistem gadai dengan mengguakan prinsip syariah. Pegadaian Syariah dilaksanakan berdasarkan pada ketentuan Hukum Islam yaitu Al-Qur'an dan Hadist, serta fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Kegiatan gadai syariah merupakan ekonomi yang baru semenjak regulasi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Regulasi ini direspon Dewan syariah nasional dengan mengeluarkan fatwa Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn dan fatwa nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tetang Rahn Emas.⁵

Pegadaian merupakan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana terhadap nasabah atas dasar hukum gadai. Tugas pokoknya adalah memberi pinjaman dana kepada nasabah dengan menerima barang gadai sebagai jaminan atas hutangnya tersebut. Dan pegadaian sangat efektif untuk masyarakat golongan ekonomi lemah (kecil), yaitu menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam penyaluran pinjaman.

Dalam situasi pandemi covid-19 ini banyak perusahaan-perusahaan yang mau tidak mau harus melakukan perubahan mengenai manajemen yang ada di dalam perusahaan itu sendiri untuk meningkatkan penjualan produk, seperti halnya dalam perubahan pada strategi promosi produk yang digunakan oleh

⁴ Ratih Tresnati, Nugroho Hardiyanto, dan Lufthia Sevriana, “Perkembangan Gadai Emas Syariah Di Pegadaian Syariah”, Jurnal Manajemen Bisnis

⁵ Iwan Setiawan, “ Penerapan Gadai Emas pada Bank Syariah”, (Jurnal, Al-Daulah: Vol.6 No.1, 2006), 157

perusahaan yang dinilai kurang efektif digunakan pada saat pandemi covid-19.⁶ Maka dari itu, departemen produk gadai sangat berperan penting dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* pada pegadaian. *Outstanding Loan (OSL)* merupakan jumlah penyaluran dana kepada masyarakat, adapun teknik yang dilakukan Departemen produk gadai dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* yaitu dengan mengadakan seminar guna untuk mempromosikan produk-produk yang ada pada PT. Pegadaian Area Palu, selain itu departemen produk gadai juga menjalankan program-program yang telah direncanakan seperti: discount prioritas, bazar emas, dan literasi. Strategi ini dilakukan guna untuk meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* dan upaya tindakan pemasaran dengan tujuan untuk mencapai target yang ditentukan oleh Pegadaian Syariah. Pada PT. Pegadaian Area Palu berperan penting dalam meningkatkan pendapatan, dan pengembangan usaha yang dijalankan oleh Pegadaian.⁷

Untuk itu penulis tertarik untuk menganalisis tentang strategi promosi dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* dalam situasi Covid- 19 yang bertempat di PT.Pegadaian Area Palu. Dan itu merupakan kantor pusat pegadaian di Sulawesi tengah. Penulis akan meneliti tentang strategi promosi departemen produk gadai dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* dimasa pandemi, serta peran departemen produk gadai dalam menangani atau meminimalisir kendala-kendala dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* di pegadaian dengan mengambil judul **“Strategi Promosi Departemen**

⁶ Putri Lestari, Muchammad Saifuddin, *Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19*, Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova) Vol. 3 No. 2,(Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020)

⁷ Rakhmat Saleh Minullah, karyawan pegadaian Talise (Palu, Sulawesi Tengah), *Wawancara* di PT. Pegadaian Area Palu (Pegadaian Talise), 15 Maret 2021

Produk Gadai Dalam Meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* Dimasa Pandemi Covid-19 Pada PT. Pegadaian Area Palu”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi promosi departemen produk gadai dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* dimasa pandemi covid-19 ?
2. Apa kendala serta solusi untuk strategi promosi dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* pada PT. Pegadaian Area Palu dimasa pandemi covid-19 ?

C. Tujuan Masalah

Tujuan penulis dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi promosi apa saja yang dilakukan Departemen Produk Gadai dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* dimasa pandemi covid-19
2. Untuk mengetahui kendala pada departemen produk gadai dalam pencapaian *Outstanding Loan (OSL)* setelah adanya pandemi covid-19.
3. Dapat mengetahui solusi untuk mengatasi kendala dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* pada PT. Pegadaian Area Palu dimasa pandemi covid-19.

D. Penegasan Istilah

Sebagai kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami penelitian ini. Maka perlu adanya uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dengan tujuan penelitian ini. Dengan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang

digunakan, disamping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas. Adapun penelitian ini berjudul “Strategi Promosi Departemen Produk Gadai Dalam Meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* Dimasa Pandemi Covid-19 Pada PT. Pegadaian Area Palu ”.

Untuk itu perlu diuraikan pengertian dari istilah-istilah judul tersebut sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategia* (*strategos*: melihat, *agic*: memimpin). Suatu siasat dalam menjalankan suatu tujuan tertentu atas prosedur yang mempunyai alternatif pada berbagai langkah. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁸

2. Promosi

Menurut Tjiptono promosi adalah mengingatkan, memberikan informasi, mempengaruhi, serta membujuk konsumen tentang bauran pemasaran dan perusahaannya.⁹ Kegiatan promosi ini merupakan suatu langkah pemasaran berupa komunikasi atau interaksi yang akan dijalankan oleh perusahaan terhadap pelanggan.

3. Produk

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik itu untuk

⁸ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Pusat Bahasa, Edisi Empat, (Jakarta: PT. Gramedia Pusat Utama, 2008), h.1340

⁹ Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Cetakan I (Yogyakarta, 2001).

kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.¹⁰

4. *Outstanding Loan (OSL)*

Dalam bidang akuntansi *Outstanding* memiliki arti Luar biasa atau membahas tidak dibayar jumlah utang kepada seseorang.¹¹ Sedangkan *Loan* adalah pinjaman dana yang diberikan dari kreditur (umumnya bank) kepada nasabahnya dengan status hutang.¹²

E. *Manfaat Penelitian*

Manfaat dan kegunaan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Dengan penelitian ini penulis mendapatkan ilmu baru yaitu, dapat mengetahui strategi promosi untuk meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* dimasa pandemi covid-19 dan mengetahui kendala serta solusi departemen produk gadai dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* pada PT. Pegadaian Area Palu dimasa pandemi covid-19.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan menjadikan perbandingan dengan penelitian yang lainnya.

3. Bagi Pegadaian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan. Terkait dengan perkembangan

¹⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2008), h. 123.

¹¹ Glosarium, "Outstanding - (Ekonomi / Bisnis)", 2 Desember 2021. <https://glosarium.org/arti-outstanding-di-ekonomi/>. (06 Juni 2022)

¹² Brigitta Winasis, "Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Jenisnya", 01 Oktober 2021, <https://www.modalrakyat.id/blog/loan.> (06 Juni 2022)

atau peningkatan nasabah serta strategi promosi departemen produk gadai dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)*.

F. Garis-garis Besar Isi

Untuk mempermudah pemahaman bagi pembaca tentang pembahasan skripsi ini, maka penulis menganalisa secara garis besar menurut ketentuan yang ada dalam komposisi proposal ini. Oleh karena itu, garis besar pembahasan ini berupaya menjelaskan seluruh hal ini yang diungkapkan dalam materi pembahasan tersebut antara lain sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan yang akan membahas terkait latar belakang masalah, selanjutnya rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan garis-garis besar isi.

Bab II adalah kajian pustaka yang akan menguraikan dan menjelaskan tentang tinjauan pustaka yakni: penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pemikiran.

Bab III adalah metode penelitian yang akan membahas pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan pencocokan keabsahan data.

Bab IV adalah hasil pembahasan, dalam bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang gambaran umum Departemen Produk Gadai di pegadaian. Di bab ini juga mendeskripsikan tentang bagaimana strategi promosi yang dilakukan Departemen Produk Gadai dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* dimasa pandemi covid-19.

Bab V penutup, dalam bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dan telah diuji hasil kebenarannya berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut dapat dijadikan referensi sebagai perbandingan antara penelitian yang sekarang dengan sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian saat ini.

Berikut merupakan beberapa skripsi dan jurnal tersebut yang membahas dan berkaitan dengan judul penelitian penulis:

Table 1.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian	Andreas ¹³
Judul Penelitian	Penerapan Strategi Promosi Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Dimasa Pandemi Covid-19
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang telah dilakukan oleh SMP Anak Terang Salatiga dimasa pandemi covid-19 melalui pemasaran digital platform media sosial dan cerita dari mulut ke mulut dapat telaksana dengan baik sesuai perencanaan yang terjadwal, sehingga kuota terpenuhi sesuai target yang ditetapkan.
Persamaan	a) Terdapat variabel mengenai strategi promosi b) Mengangkat penelitian pada masa pandemi covid- 19

¹³ Andreas, *Penerapan Strategi Promosi Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Dimasa Pandemi Covid-19*, In Prosiding Seminar Nasional IAHN-TP Palangka Raya (2021), 102-110

Perbedaan	a) Lokasi penelitian b) Objek penelitian
Peneliti	Ahmad Zaelani Adnan ¹⁴
Judul Penelitian	Penerapan strategi promosi pada pemasaran produk CV. Syntax Corporation Indonesia
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan menunjukkan perusahaan melakukan metode kerja yang efektif dan efisien dalam strategi promosi produk.
Persamaan	Terdapat variabel mengenai strategi promosi.
Perbedaan	a) Lokasi penelitian b) Objek penelitian c) Masa penelitian dilakukan sebelum pandemi covid-19
Peneliti	Dian Puspitasari ¹⁵
Judul Penelitian	Strategi Promosi UPT Perpustakaan UMM pada Masa Pandemi Covid-19
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan diwaktu normal, yang kebanyakan dilakukan secara langsung dan tatap muka. Namun dalam hal ini berbeda, pada masa pandemi Covid-19, strategi promosi UPT Perpustakaan UMM sebagian besar dilakukan secara online

¹⁴ Ahmad Zaelani Adnan, Penerapan Strategi Promosi Pada Pemasaran Produk CV. Syntax Corporation Indonesia. *Syntax Literate*, Jurnal Ilmiah Indonesia, .(2018).

¹⁵ Dian Puspitasari, "Strategi Promosi UPT Perpustakaan UMM pada Masa Pandemi Covid-19". *Daluang Journal of Library and Information Science*, (2021)

Persamaan	a) Terdapat variabel mengenai strategi promosi b) Mengangkat penelitian pada masa pandemi covid- 19
Perbedaan	a) Lokasi penelitian b) Objek penelitian
Peneliti	Reny Karlina ¹⁶
Judul Penelitian	Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Mikro di BRI Syariah KCP Mojoagung
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran pembiayaan KUR Mikro di BRI Syariah KCP Mojoagung meliputi <i>product</i> (produk), <i>price</i> (harga), <i>place</i> (tempat), <i>people</i> (orang), <i>physical evidence</i> (fasilitas fisik), dan <i>proses</i> (proses), dalam strategi tersebut terdapat penerapan yang belum maksimal pada strategi pendistribusian produk, dan Strategi promosi pembiayaan kredit usaha rakyat Mikro di BRI Syariah KCP Mojoagung
Persamaan	Terdapat variabel mengenai strategi promosi
Perbedaan	a) Lokasi penelitian b) Objek penelitian
Peneliti	Indri ¹⁷
Judul Penelitian	Strategi Promosi Warung Internet Dalam

¹⁶ Reny Karlina, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Mikro di BRI Syariah KCP Mojoagung*, IAIN Ponorogo (2020)

¹⁷ Indri, *Strategi Promosi Warung Internet Dalam Mempertahankan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Desa Loli Oge Kecamatan Banawa Kab. Donggala)*, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, (2021)

	Mempertahankan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Desa Loli Oge Kecamatan Banawa Kab. Donggala)
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan terdapat lima macam strategi promosi yang dilakukan oleh Adit.Net yaitu menggunakan bauran promosi (<i>promotion mix</i>) antara lain: periklanan, penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung.
Persamaan	a) Menggunakan jenis penelitian kualitatif b) Terdapat variabel mengenai strategi promosi
Perbedaan	a) Lokasi penelitian b) Objek penelitian

B. Kajian Teori

1. Manajemen Pemasaran

Grand Theory dalam penelitian ini ialah mengenai manajemen pemasaran. Menurut William J. Stanton pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.¹⁸

Menurut Kotler dan Abu bakar, pemasaran pada umumnya dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan, dan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen dan perusahaan.¹⁹ Sedangkan menurut Abdullah dan Tantri pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis

¹⁸ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, (Cet. 1, Yogyakarta, PT. Buku Seru, 2015), 190.

¹⁹ Rusydi Abubakar, *Manajemen Pemasaran*, (Cet. I, Bandung: Alfabeta, 2018), 2.

yang direncanakan untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun potensial.²⁰

Menurut Kotler dan Keller, manajemen pemasaran adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang tata cara pemilihan dan memperoleh target pasar, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan dan mengkomunikasikan keunggulan suatu nilai kepada pelanggan. Orang-orang pemasaran memasarkan 10 tipe entitas, barang, jasa, acara, pengalaman, orang, tempat, properti (hak kepemilikan), organisasi, informasi dan ide.²¹

Untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran diperlukan Bauran pemasaran. Bauran pemasaran meliputi 4P (*product, price, place promotion*). Produk bisa berupa barang atau jasa, yang memiliki karakteristik berbeda. Produk sangat dipengaruhi dari seberapa besar pengorbanan yang dibuat untuk memproduksi produk itu sendiri (harga). Saluran distribusi dapat membantu perusahaan dalam proses pemasaran terutama untuk menganalisis berbagai kendala yang terjadi di lapangan, dengan dukungan tempat usaha (tempat). Kegiatan promosi dilakukan dengan periklanan, penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Orang-orang berkaitan dengan hubungan terhadap pelanggan untuk membentuk loyalitas. Bukti fisik, terkait dengan kondisi lingkungan fisik perusahaan. Proses,

²⁰ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Cet. VII Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 2.

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid I, (Cet. XII, Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2009), 6.

menyangkut apa yang dialami dan dirasakan oleh pelanggan sampai setelah pembelian terjadi.²²

2. Strategi Promosi

a. Strategi

Strategi (*strategy*) berasal dari kata bahasa Yunani “*stratogos*” yang berarti jendral (*general*). Oleh sebab itu, strategi secara harfiah berarti “seni para jendral”(*the art of he general*). Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan.

Strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan bertahan. ²³

Dalam strategi yang baik terdapat kerjasama tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan rasional, efisien dalam pendanaan dan Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat. Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak

48. ²² Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Cet. I, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012),

²³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Cet. XIII, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2019), 186.

dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.²⁴

Strategi menurut Hamdun Hanafi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Ada beberapa definisi strategi yang dikenal 5P yang memiliki arti sama dengan strategi, yaitu :²⁵

- 1) Strategi adalah perencanaan (*plan*); Konsep pemasaran tidak terlepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dimasa depan.
- 2) Strategi adalah pola (*patern*); strategi yang belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan atau *intended strategy* dan disebut *realized strategy* karena dilakukan oleh perusahaan.
- 3) Strategi adalah posisi (*position*); Menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi ini cenderung melihat ke bawah, yaitu satu titik bidik dimana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat keluar, yaitu meninjau beberapa aspek lingkungan eksternal.
- 4) Strategi adalah perspektif (*perspektive*); Dalam strategi ini lebih ke dalam perspektif melihat ke dalam, yaitu ke organisasi tersebut.
- 5) Strategi adalah permainan (*play*); Strategi sebagai sumber suatu cara tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing.

²⁴ Crag Robert M. Dan Grant Jams C, *Strategic Management = Manajemen Strategi*, Alih Bahasa Sulamo Tjiptowardojo (Cet. III, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2002), 221.

²⁵ Suryawan, *Kewirausahaan*, (Cet. III, Jakarta : Salemba Empat Patria, 2006), 173-174.

b. Promosi

Promosi adalah suatu usaha dari penjual dalam menginformasikan barang kepada pembeli, agar pembeli atau konsumen itu tertarik untuk melakukan transaksi pembelian atau pertukaran atas produk atau jasa yang dijual atau ditawarkan. Maksud lain dari promosi adalah suatu teknik komunikasi yang dirancang untuk menstimulasi konsumen membeli.²⁶

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dimana aktivitas pemasarannya melakukan usaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.²⁷

Menurut Simora, promosi adalah usaha perusahaan untuk mempengaruhi calon pembeli melalui pemakaian segala unsur atau bauran pemasaran.²⁸ Sedangkan menurut Griffin dan Ebert, promosi adalah setiap teknik yang dirancang untuk menjual produk.²⁹

Secara lebih spesifik, promosi adalah salah satu elemen bauran pemasaran sebuah perusahaan. Promosi berperan menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*), konsumen agar menanggapi (*respond*) produk atau jasa yang

²⁶ Nurudin, Hida Alfathin Mila Ulwiya, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang)", Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah: Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Vol. 3 No. 2 2021. 145.

²⁷ Suryawan., 2011, 127

²⁸ Bilson Simamora, *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 614.

²⁹ Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert, *Bisnis* (Ed. 8 Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2007), 419

ditawarkan. Tanggapan yang diinginkan dapat berbagai bentuk, dari kesadaran (*awareness*) akan keberadaan produk atau jasa sampai pembelian yang sebenarnya.³⁰ Dapat dikatakan bahwa suatu promosi yang tepat, akan sangat membantu penjualan yang akhirnya membantu pada perkembangan perusahaan.³¹

Istilah promosi dapat diartikan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.³²

Untuk mengkomunikasikan tentang produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan, maka terdapat sebuah kegiatan yang saling menguntungkan bagi perusahaan yaitu dengan menggunakan bauran promosi (*promotional mix*).³³

Bauran promosi merupakan kombinasi komponen promosi yang mencakup iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan publikasi. Sebuah promosi yang efektif membutuhkan diferensiasi produk, segmentasi pasar, melakukan jual beli, dan member merek. Oleh karena itu, pembuatan bauran promosi yang efektif menyangkut pengambilan putusan-putusan strategis.³⁴

Agar acuan/bauran promosi yang optimal dapat dicapai, maka perlu dipertimbangkan beberapa faktor, antara lain :³⁵

³⁰ Ari setyaningrum, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (cet. I, Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 223.

³¹ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 95

³² Gita danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 44.

³³ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015), 329.

³⁴ Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (cet 1, Jakarta : Erlangga, 2008), 232.

³⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*, Cet. VIII (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 269.

- 1) Besarnya jumlah dana yang disediakan untuk kegiatan promosi.
- 2) Luas dari pasar dan konsentrasi pasar yang ada.
- 3) Jenis dan sifat dari produk yang dipasarkan.
- 4) Tingkat atau tahap dari siklus usaha atau daur hidup produk (*product life cycle*).
- 5) Tipe dan perilaku para pelanggan.

Fungsi dari diadakannya promosi, antara lain :³⁶

- 1) Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.
- 2) Untuk mendapatkan kenaikan penjual dan profit.
- 3) Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan.

Ada beberapa jenis kegiatan promosi, antara lain:³⁷

- 1) Periklanan (*Advertising*); Kegiatan promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon konsumennya menggunakan brosur, spanduk, iklan di media cetak, televisi maupun radio.
- 2) Promosi penjualan (*Sales promotion*); Agar konsumen tertarik membeli produk atau jasa yang ditawarkan maka perlu dilakukan promosi yang menarik seperti pemberian harga khusus atau *discount* untuk produk tertentu, memberikan undian kepada pembeli yang membeli dalam jumlah tertentu atau memberikan cinderamata kepada pembeli.

³⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Edisi XII, Jilid I, Jakarta, Erlangga, 2008), 97.

³⁷ *Ibid.*, 116.

- 3) *Publisitas (Publicity)*; Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memancing konsumen melalui kegiatan seperti pameran dan bakti sosial. Kegiatan publisitas bertujuan untuk membuat pamor perusahaan baik di mata konsumennya.
- 4) *Penjualan personal (Personal selling)*; Presentasi pribadi oleh *sales man* atau *sales girl* perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen.
- 5) *Pemasaran langsung (direct marketing)*; Hubungan langsung dengan konsumen individual yang secara cermat untuk memperoleh respon segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng. Bauran promosi ini digunakan untuk mengkomunikasikan kegiatan perusahaan kepada konsumen. Komunikasi yang efektif akan mengubah tingkah laku konsumen dan akan memperkuat tingkah laku yang telah diubah sebelumnya.

c. Strategi promosi

Menurut Moekijat dalam Kendri dan Ahmad Saputra Strategi promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli.³⁸

Dalam hal untuk lebih meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* di Pegadaian tentunya pihak Departemen Produk Gadai lebih memfokuskan untuk menarik minat masyarakat dalam menggunakan produk pembiayaan di pegadaian.

³⁸ Kendri, Ahmad Saputra, "Pengaruh Strategi Promosi Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Manajemen Bisnis: Stie Ibbi*, Vol. 30 No.1 (2018). 45.

Pada situasi pandemi covid-19 pada saat ini pastinya banyak minat masyarakat teralih dalam peminjaman dana di Lembaga Keuangan Bank Dan Non Bank Seperti Koperasi dan Pegadaian. Tentunya dalam hal ini Departemen Produk Gadai sangat berperan penting dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan di pegadaian agar dapat lebih meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* di Pegadaian. Dengan keadaan seperti ini Departemen Produk Gadai harus lebih mempertimbangkan strategi promosi yang akan dilakukan agar masyarakat lebih bnyak berminat di pegadaian daripada lembaga-lembaga keuangan lainnya entah dengan memperbarui program promosi seperti memberikan diskon pada target pinjaman, memberikan plafon yang dapat di jangkau masyarakat, Penyaluran dana yang mudah, semua itu dapat dilihat entah dari segi *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Trheats* (Ancaman).

Kemampuan perencanaan yang baik dan matang adalah bagian dari anjuran Allah. Manajemen strategi dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*).³⁹ Maka dari itu untuk menganalisis strategi

³⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*, (Cet. XVIII, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018), 20.

pemasaran produk-produk syariah menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui faktor internal dan eksternalnya.⁴⁰

3. Pegadaian

a. Pengertian Pegadaian

Pegadaian adalah satu bentuk lembaga keuangan bukan bank yang diperuntukkan bagi masyarakat luas berpenghasilan menengah ke bawah yang membutuhkan dana dalam waktu segera. Dana ini digunakan untuk membiayai kebutuhan tertentu terutama yang sangat mendesak, misalnya biaya pendidikan anak pada awal tahun pelajaran, biaya pulang mengunjungi keluarga yang terkena musibah, biaya pengobatan anggota keluarga yang sakit, dan biaya menghadapi lebaran Idul Fitri.⁴¹

Istilah pegadaian dalam fikih Islam disebut dengan ar-rahn. Secara etimologis ar-rahn berarti tsubut (tetap) dan dawam (kekal, terusmenerus). Adapun secara terminologis, ar-rahn adalah menjadikan harta benda sebagai jaminan utang agar utangnya itu dilunasi (dikembalikan) atau dibayarkan harganya jika tidak dapat mengembalikannya. Dalam pengertian lain, ar-rahn adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang.

⁴⁰ Nelly Rahmatilla, Uswatun Hasanah (2020). "Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Ditinjau Dari Perspektif Islam". *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, Vol. 1, 17-18.

⁴¹ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, (Cet. II, Jakarta: Kencana, 2015), 171.

Gadai atau ar-Rahn merupakan kegiatan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atau agunan atas pinjaman yang diterimanya.⁴²

Menurut kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150, gadai adalah hak yang diperoleh seorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak. Barang bergerak tersebut diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh seorang yang mempunyai utang atau oleh seorang lain atas nama orang yang mempunyai utang. Seorang yang berutang tersebut memberikan kekuasaan kepada orang berpiutang untuk menggunakan barang bergerak yang telah diserahkan untuk melunasi utang apabila pihak yang berutang tidak dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo.⁴³

Pegadaian juga didirikan agar ada pinjaman yang masih dapat dijangkau dengan mudah oleh segala lapisan masyarakat. Orang yang meminjam uang di pegadaian bisa disebut sebagai "pegada". Awal didirikannya PT. Pegadaian ini sendiri adalah pada tahun 1746 ketika VOC mendirikan Bank Van Leening, lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Di tahun 1811, pemerintah Inggris mengambil alih dan membubarkan Bank Van Leening. Akhirnya, masyarakat diberi kebebasan untuk mendirikan usaha pegadaian sendiri.

⁴² Sofyan Bachmid, dkk, "Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Menurut Perspektif Ekonomi Islam" *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah: Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*, Vol. 2 No. 1 2020. 73

⁴³ Budisantoso, T dan Triandaru, S., *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. (Salemba empat: Jakarta). 2006

Menurut Keputusan Menteri Keuangan Nomor 39 Tahun 1971, tugas pokok Pegadaian yaitu:⁴⁴

- a. Membina perekonomian masyarakat golongan ekonomi menengah ke bawah dengan menyalurkan kredit atas dasar hukum gadai. Masyarakat ekonomi menengah ke bawah yang difokuskan adalah, para petani, nelayan, pedagang kecil, dan industri kecil lainnya yang bersifat produktif. Industri kecil itu seperti, kaum buruh atau pegawai negeri dengan ekonomi lemah dan bersifat konsumtif.
 - b. Berkontribusi dalam pencegahan pemberian pinjaman yang tidak wajar. Pinjaman yang tidak wajar itu seperti ijon, pegadaian gelap, dan praktik riba lainnya.
 - c. Menyalurkan kredit maupun usaha-usaha lainnya yang bermanfaat terutama bagi pemerintah, dan masyarakat.
 - d. Membina pola perkreditan agar terorganisir, dan bermanfaat. Bila perlu pegadaian memperluas daerah operasinya.
- b. Gadai Dalam Perspektif Islam

Pada dasarnya hukum pegadaian dalam Islam adalah boleh dan para ulama telah bersepakat bahwasanya Ar-Rahn diperbolehkan apabila dalam keadaan safar (perjalanan) dan tidak safar (tidak melakukan perjalanan), dan mayoritas ulama memandang rukun Ar-Rahn (gadai) ada empat, yaitu: Ar-Rahn atau Al Marhun (barang yang digadaikan), Al-Marhun bihi (hutang), Shighah, Dua pihak yang bertransaksi yaitu Rahin dan Murtahin dan Allah SWT mensyariatkan Ar-Rahn untuk

⁴⁴ Ega Krisnawati, "Apa Itu Pegadaian? ", Tirta.id. 15 Februari 2021. <https://tirta.id/apa-itu-pegadaian-berikut-tugas-dan-jenisnya-gagx>. (29 Maret 2022)

kemasklahatan orang yang menggadaikan (Rahin), pemberi hutang (Murtahin) dan masyarakat. Adanya dalil kebolehan gadai, seperti yang tercantum dalam Surat Alqur'an Surat Al Baqarah, ayat 282 yang berbunyi sebagai berikut : (QS. Al-Baqarah/2 : 282)

وَأِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانَ مِقْبُوضَةً فَإِنْ مِنْ بَعْضِكُمْ بَعْضًا فُلْيُودُ الَّذِي
أَوْثَقْتُمْ عَلَيْهِ آمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْفُرُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْفُرْهَا فَإِنَّهُ إِتْمَ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Terjemahan :

Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”⁴⁵

Pada dasarnya, gadai merupakan kegiatan utang piutang yang murni berfungsi sosial.⁴⁶ Namun, hal ini hanya berlaku pada masa Rasulullah SAW. Kini, kenyataannya banyak dari pegadaian sudah bersifat komersial. Artinya, pegadaian harus memperoleh pendapatan guna menggantikan biaya-biaya yang telah dikeluarkan, sehingga pegadaian mewajibkan menambahkan sejumlah uang tertentu kepada nasab sebagai imbalan jasa. Gadai yang ada saat ini, dalam praktiknya menunjukkan adanya beberapa hal yang dipandang memberatkan dan mengarahkan kepada suatu persoalan riba, yang dilarag oleh syara’.

Riba terjadi apabila dalam akad gadai ditemukan bahwa peminjam harus memberi tambahan sejumlah uang atau persentase tertentu dari

⁴⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta : (Yayasan Penyelenggaraan Panterjemah Al-Qur'an).

⁴⁶ Fadlan, "Perspektif Fikih Muamalah dan Aplikasinya dalam Perbankan", *Iqtishadia Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* (2014).

pokok utang, pada waktu membayar utang atau pada waktu lain yang telah ditentukan penerima gadai.⁴⁷ Hal ini lebih sering disebut "bunga gadai" yang pembayarannya dilakukan setiap lima belas hari sekali dan apabila pembayarannya terlambat sehari saja, maka nasabah harus membayar dua kali lipat dari kewajibannya, karena perhitungannya sehari sama dengan lima belas hari. Hal ini tentu memberatkan dan merugikan pihak nasabah.

Oleh karena itu, aktivitas akad gadai dalam islam, tidak dibenarkan adanya praktik pemungutan bunga karena dilarang syara'dan pihak yang terbebani merasa dianiaya dan tertekan, karena selain harus bersusah payah mengembalikan hutangnya, penggadai juga masih berkewajiban untuk membayar bunganya.⁴⁸ Praktik gadai diperbolehkan dalam islam apabila dilakukan dengan cara-cara dan tujuan yang tidak merugikan orang lain. Gadai di bolehkan dengan syarat rukun yang bebas dari unsur yang dilarang dan merusak perjanjian gadai.

c. Landasan Hukum Bunga

Bunga adalah tanggungan pada pinjaman uang, yang biasanya dinyatakan dengan presentase dari uang yang dipinjamkan. Pendapat lain mengatakan *interest* yaitu sejumlah uang yang dibayar atau dikalkulasi untuk penggunaan modal. Jumlah tersebut misalnya dinyatakan dengan

⁴⁷ Muhammad Umar Kelibia, "Studi Komparasi Konsep Biaya Pemeliharaan Barang Jaminan Dan Konsep Bunga Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syariah (Pegadaian Syariah Dan Pegadaian Convensional Di Ambon)", *Journal Of Islamic Economic And Business (Jieb)* Vol. 03, No. 01, Institut Agama Islam Negeri Ambon.

⁴⁸ Intan Titik Mentari, dkk., "Pelajari Hukum Gadai Secara Islam Agar Terhindar Dari Riba", 15 November 2018, <https://metrojambi.com/read/2018/11/18/37336/pelajari-hukum-gadai-secara-islam-agar-terhindar-dari-riba>. (25 Mei 2022)

satu tingkat atau presentase modal yang bersangkutan dengan itu yang sekarang sering dikenal dengan suku bunga modal.

Ada yang membedakan antara riba dan rente (bunga) seperti Mohammad Hatta. Mantan Wakil Presiden RI, sebagaimana dikutip oleh Masjfuk Zuhdi, menerangkan bahwa riba adalah untuk pinjaman yang bersifat konsumtif, sedangkan rente adalah untuk pinjaman yang bersifat produktif, demikian pula istilah *usury* dan interest, bahwa *usury* ialah bunga pinjaman yang sangat tinggi, sehingga melampaui suku bunga yang diperbolehkan oleh hukum. Sedangkan interest ialah bunga pinjaman yang relatif rendah. Tetapi dalam realitas atau praktek menurut Maulana Muhammad Ali adalah sukar untuk membedahkan antara *usury* dan interest, sebab pada hakekatnya kedua-keduanya memberatkan bagi para peminjam.

Didalam al-qur'an dan as- Sunnah terdapat beberapa ayat yang membicarakan riba secara eksplisit diantaranya adalah:

Firman Allah SWT dalam QS. Ali- Imran (30): 130⁴⁹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahnya :

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”

Riba dalam ayat ini dimaksudkan sebagai utang-piutang yang ketika tidak bisa dibayar pada waktu jatuh tempo, pengutang diberi tambahan waktu, tetapi dengan ganti berupa penambahan jumlah yang harus dilunasinya. Menurut para ulama, riba nasiah ini haram, walaupun

⁴⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Diponegoro, 2010)

jumlah penambahannya tidak berlipat ganda. Tetapi ada beberapa juga pendapat dari para ulama tentang ayat di atas, dijelaskan riba nas'iah dilarang karena ayat tersebut diturunkan karenanya (kejadian di masa jahiliyah). Dengan kata lain, turunnya ayat itu karena adanya riba nas'iah, menurut Ibnu Qayim dalam kitab 'ilami al-muwaq'iqin, sebagaimana dikutip Sulaiman Rasjid, mengatakan bahwa riba nas'iah adalah riba yang dilakukan oleh kaum jahili di masa jahiliyah. Mereka menta-khirkkan utang dari waktu yang semestinya dengan menambah jumlah nilainya.⁵⁰

Imam Ibnu Jarir at-Thabari juga mendasarkan penafsirannya pada riwayat yang dinukil dari Muhammad bin Amru, dari Ashim, dari Isa, dari Ibnu Abi Najih, dari Mujahid, beliau berkata bahwa yang dimaksud dengan riba yang disinggung dalam ayat *يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا*, adalah riba jahiliyah.

4. Produk gadai

Dalam pegadaian terdapat beberapa produk yang dapat menunjang perkembangan pegadaian ini sendiri. Produk gadai pun sangat dapat menunjang perkembangan PT. Pegadaian Area Palu. Adapun produk gadai yang di maksud antara lain :

a. Krasida (Kredit Angsuran Sistem Gadai)

Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA) adalah bentuk layanan pemberian pinjaman kepada masyarakat menengah kebawah yang mempunyai usaha mikro dan kecil, untuk pembiayaan usahanya atas dasar

⁵⁰ Ahmad Abdullah, "Pinjaman Kredit Dalam Perspektif Pendidikan Islam", Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Vol. 3, No. 1, (Unismuh Makassar). 44

hukum gadai dan pembayarannya diangsur setiap bulan sesuai waktu yang telah ditentukan. Sistem gadai merupakan sistem pinjaman dengan menyerahkan barang baik bergerak maupun tidak yang digunakan sebagai jaminan. Sistem gadai saat ini sangat mudah dan sudah resmi.

Sasaran KRASIDA adalah pengusaha yang beroperasi dengan skala mikro dan kecil perorangan, kelompok usaha, baik yang sudah berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum. Dengan hanya memberikan agunan berupa perhiasan atau emas lantakan. Jangka waktu yang ditetapkan mulai dari 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan. Dengan uang pinjaman minimal Rp1.000.000 sampai dengan Rp250.000.000.⁵¹

b. KCA (Kredit Cepat Aman)

Kredit Cepat Aman adalah kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif ataupun kebutuhan produktif. Pinjaman berdasarkan hukum gadai dengan prosedur pelayanan yang mudah, aman dan cepat tersebut diharapkan dapat membantu dan melindungi rakyat kecil yang tidak memiliki akses ke dalam perbankan. Kredit yang diberikan mulai dari 50.000 dengan bunga 1,15% per hari atau 9,50% per 4 bulan.⁵²

c. Kreasi (Kredit Angsuran Sistem Fidusia)

KREASI adalah kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem fidusia. Sistem Fidusia Digital Repository berarti agunan untuk

⁵¹ Dewi Famila Cahyaningsih, "Pelaksanaan Administrasi Kredit Usaha Mikro Krasida Pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Jember." (2021).

⁵² Andi Ayu Pratiwi, "Pengaruh Kredit Cepat Aman Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Antang di Kota Makassar. Diss. UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR, 2021.

pinjaman cukup dengan BPKB sehingga kendaraan masih bisa digunakan untuk usaha. KREASI merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah dan murah.⁵³ Uang pinjaman Rp 1.000.000 sampai Rp 200.000.000 per nasabah. Tarif sewa modal 1.00% perbulan, jangka waktu pinjaman fleksibel dengan pilihan jangka waktu 12,18,24 dan 36 bulan. Dan pelunasannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon untuk sewa modal.

d. Gadai Efek

Gadai Efek adalah produk dari Pegadaian yang menggunakan saham dan/atau obligasi sebagai jaminannya. Untuk Gadai Efek, jangka waktu pinjamannya adalah 90 hari dengan nilai pinjaman mulai dari Rp5.000.000,- sampai Rp20.000.000.000,- Saham dan obligasi yang dijadikan agunan adalah *scripless* (tanpa warkat) yang telah tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia.⁵⁴

e. Gadai Tabungan Emas

Tabungan Emas Pegadaian adalah layanan penitipan emas yang memungkinkan nasabah melakukan investasi emas secara mudah, aman, dan terpercaya. Produk Tabungan Emas juga terdapat beberapa keunggulan diantaranya:

- a. Jaminan emas 24 karat.
- b. Biaya pengelolaan rekening ringan.
- c. Pembelian mulai dari 0,01 gr.
- d. Dapat dicetak fisik.

⁵³ Khotibul Umam Septian, "Sistem Pemasaran Produk Mikro Kreasi Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng Banyuwangi" (2018)

⁵⁴ Puang, Andhika Valentino, and Ni Putu Eka Widiastuti. "Sistem Informasi Akuntansi Gadai Efek pada PT Pegadaian (Persero)." *TINJAUAN PRAKTIK PAJAK DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI 1* (2022)

- e. Dapat ditransfer ke sesama pemilik Tabungan Emas.
 - f. Mudah dicairkan (buyback dan gadai).
 - g. Dapat dilakukan secara online melalui Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS)⁵⁵
- f. MULIA

Mulia (Murabahah Logam Mulia untuk investasi abadi) memberikan penjualan Logam Mulia oleh Pegadaian kepada seluruh masyarakat dengan diangsur ataupun dengan melalui tunai dalam jangka waktu yang fleksibel.²⁸ Produk MULIA di Pegadaian adalah investasi pada emas yang transaksi pembayarannya bisa secara tunai dan angsuran. Investasi emas batangan ini memberi kemudahan kepada masyarakat yang tertarik untuk berinvestasi emas batangan untuk memperoleh portofolio asset masyarakat tetapi memiliki dana terbatas.⁵⁶

5. *Outstanding Loan (OSL)*

a. Pengertian *Outstanding Loan (OSL)*⁵⁷

Outstanding loan merupakan dana saldo yang dipinjamkan ke nasabah. *Outstanding Loan (OSL)* adalah saldo uang pinjaman pegadaian KCA per tanggal laporan tertentu. Nilai *Outstanding Loan (OSL)* cenderung stabil, karena jumlahnya akan naik ketika penyaluran kredit terlaksana, dan akan berkurang seiring pelunasan pinjaman oleh nasabah.

Outstanding Loan (OSL) Pegadaian merupakan jumlah kredit nasabah pegadaian berstatus aktif. Seluruh cabang pegadaian memiliki target

⁵⁵ Hasni, Fikria, Ikhwan Hamdani, and Suyudi Arif. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Bogor Baru". *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3.2 (2022)

⁵⁶ Abdul Rahman, "Strategi Pemasaran Produk Mulia Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Telanaipura Kota Jambi" (2021)

⁵⁷ Maudy Putri Rachmawati, "Mekanisme Produk Kredit Cepat dan Aman (KCA) Untuk Memaksimalkan Outstanding Loan (OSL) Pada Pt. Pegadaian Cabang Tlogomas", Universitas Muhammadiyah Malang (2021), 15

Outstanding Loan (OSL) yang serupa, sehingga nilai *Outstanding Loan (OSL)* yang didapatkan setiap hari nya berbeda sesuai dengan nasabah datang untuk gadai barang berharga.⁵⁸

Penyaluran kredit pada pelaksanaan sistem gadai mempunyai prinsip bahwa nasabah hanya dibebani oleh biaya administrasi dan jasa simpan harta benda sebagai barang jaminan. Oleh karena itu, nasabah yang meminjam uang ke Kantor Cabang Pegadaian, hanya wajib membayar sewa simpan barang.

Dalam rangka memperoleh keuntungan, perusahaan harus menjualkan hasil produksinya. Pada perusahaan yang menghasilkan barang, sudah tentu penjualan barang merupakan upaya pencapaiannya. Sedangkan pada perusahaan jasa, mereka harus menyerahkan jasa. Aktivitas perusahaan barang atau penyerahan jasa akan dibarengi dengan penerimaan aktiva, baik berupa barang atau aktiva lainnya. Penerimaan uang atau aktiva lainnya sebagai kontraprestasi atas aktivitas penjualan barang atau penyerahan jasa disebut pendapatan.⁵⁹

b. Sumber Dana *Outstanding Loan (OSL)*

Dalam menjalankan aktivitasnya, perum pegadaian harus memiliki sumber dana terlebih dahulu. Kemudian setelah terhimpun, dana itu harus disalurkan ke aktiva produktif tertentu agar dapat memberikan

⁵⁸ *Ibid.*, 15

⁵⁹ M. Yusuf, "Penyaluran Kredit Pada Perum Pegadaian Di Jl. T. Tambusai Pekanbaru", Laporan Akhir (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2009)

keuntungan bagi perum pegadaian. Sumber dana pada perum pegadaian berasal dari:⁶⁰

- 1) Modal sendiri, modal sendiri yang dimiliki oleh perum pegadaian berasal dari modal awal, penyertaan dari pemerintah, dan laba ditahan yang berasal dari akumulasi laba sejak masa pemerintahan hindia belanda.
- 2) Pinjaman jangka pendek, pinjaman jangka pendek berasal dari perbankan dan pihak lainnya. Pinjaman dari perbankan merupakan sumber dana yang paling dominan dibandingkan dengan sumber dana lainnya. Adapun pinjaman dari pihak lainnya berasal dari pendapatan diterima dimuka, biaya yang masih harus dibayar, dan lainnya.
- 3) Penerbitan obligasi, obligasi atau instrumen surat hutang diterbitkan dengan tujuan menghimpun dana dari masyarakat. Atas obligasi yang dibelinya, masyarakat memperoleh imbalan berupa bunga.⁶¹

c. Penggunaan Dana *Outstanding Loan (OSL)*

Penggunaan dana pada perum pegadaian adalah untuk hal-hal sebagai berikut:

- 1) Uang kas, merupakan dana likuid yang harus selalu tersedia untuk memenuhi kewajiban yang harus segera dibayar. Kewajiban ini berupa pengeluaran untuk jasa pembiayaan, biaya pajak, biaya operasional, dan biaya-biaya lainnya.
- 2) Jasa pembiayaan, merupakan aktivitas utama perum pegadaian yang akan memberikan pendapatan yang paling dominan.

⁶⁰ Choirunnisak, Disfa Lidian Handayani, "Gadai Dalam Islam", Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah Volume 6 Nomor 1 Edisi Agustus 2020 (Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang 2020),. 65

⁶¹ Ibid, 65

Penggunaan dana terbesar diperum pegadaian adalah untuk aktivitas ini. Pendapatan yang diterima adalah berupa bunga dan biaya administratif lainnya.

- 3) Operasional perusahaan, kegiatan operasional perusahaan pada perum pegadaian adalah berupa pembayaran upah pegawai, perawatan barang bergerak, dan lainnya.
- 4) Pembelian aktiva tetap, pembelian aktiva tetap ditunjukkan untuk menunjang aktivitas usaha dari perum pegadaian. Aktiva tetap umumnya berupa kantor, gudang penyimpanan barang, peralatan, kendaraan, dan lainnya.
- 5) Investasi, investasi dilakukan pada dana-dana yang tidak dapat tersalurkan kemasyarakat. Kelebihan dana ini belum diperlukan oleh masyarakat dalam jangka pendek, sehingga perum pegadaian memanfaatkannya untuk pembelian instrumen investasi jangka pendek yang diharapkan dapat memberikan keuntungan.⁶²

6. Pandemi Covid-19

Pada bulan Maret pemerintah menyatakan bahwa pandemi Covid-19 di Indonesia dan pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan baru untuk mengatasi pandemi Covid-19, adapun beberapa kebijakan pemerintah seperti pembatasan aktivitas di luar rumah, meliburkan sekolah, pengurangan waktu kerja karyawan perusahaan, menghentikan akses ekspor impor, menghentikan jasa angkutan umum, jaga jarak, mencuci tangan menggunakan sabun, menggunakan masker, tidak diperbolehkan berkumpul-kerumuk, menutup tempat-tempat wisata. Peningkatan yang terus

⁶² *Ibid.*, 41

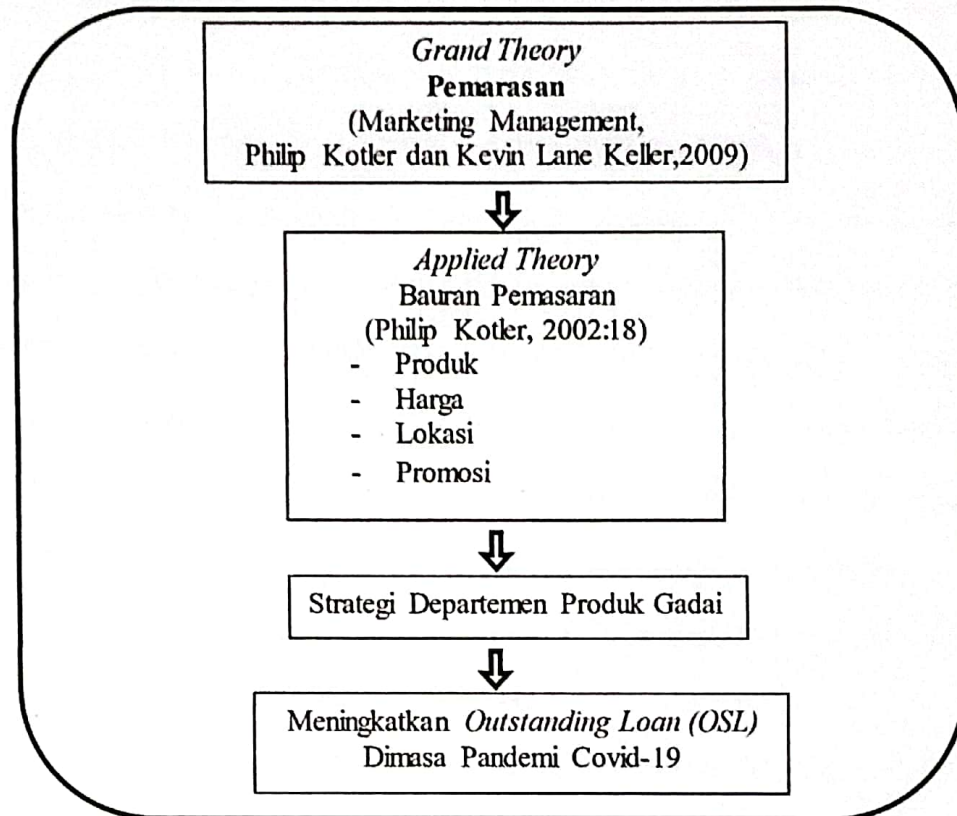
menerus masyarakat yang terdeteksi positif covid19, masyarakat yang menjadi PDP (pasien dalam pengawasan), masyarakat yang menjadi ODP (orang dalam pemantauan).⁶³ Pandemi ini dirasa sangat meresahkan warga dikarenakan penyebarannya yang sangat cepat dan mudah, ditambah lagi dengan berita-berita yang beredar membuat masyarakat menjadi semakin takut dengan pandemi Covid-19, pemerintah melakukan pemberian bantuan kepada masyarakat agar perekonomiannya tetap stabil, hal ini membuat masyarakat yang melakukan transaksi di PT. Pegadaian Area Palu mengalami penurunan, walaupun pada PT. Pegadaian (Persero) pusat mengalami peningkatan dari 11 juta menjadi 11,46 juta pada masa pandemi Covid-19. Hal ini dikarenakan perhitungan jumlah nasabah secara keseluruhan di Indonesia PT. Pegadaian (Persero), peningkatan paling tinggi terdapat pada bulan Maret- April.⁶⁴

⁶³ Fandi Adi Setyawan, "Analisis Pengaruh Pendapatan, Jumlah Nasabah, Dan Pandemi Covid-19 Terhadap Penyaluran Kredit Kca Pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Secang", Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Volume 21 Nomor 1, (Universitas Tidar 2020)

⁶⁴ *Ibid.*, 51

C. Kerangka pemikiran

Dalam melakukan penelitian ini penulis telah membuat alur berpikir untuk mencari jawaban atas permasalahan yang dikemukakan. Berikut ini adalah kerangka pemikiran dari penelitian yang akan dilakukan:



Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah di mana peneliti sebagai instrumen kunci dan juga menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dialami. Peneliti dalam penelitian kualitatif ini akan mencoba mengerti makna suatu kejadian atau peristiwa dengan mencoba berinteraksi dengan orang-orang dalam situasi/fenomena tersebut.⁶⁵ Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan cara mencari data secara langsung di PT. Pegadaian Area Palu.⁶⁶

Dalam hal ini peneliti sebagai narasumber secara langsung di PT. Pegadaian Area Palu untuk melakukan wawancara langsung kepada pihak departemen produk gadai sehingga dapat menghasilkan data-data yang peneliti inginkan baik berupa data lisan atau tertulis. Dan mendapatkan informasi mengenai strategi promosi dari departemen produk gadai dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* di masa pandemi covid-19 pada PT. Pegadaian Area Palu secara mendalam dan komprehensif. Selain itu, dengan pendekatan kualitatif diharapkan dapat diungkapkan situasi dan permasalahan yang

⁶⁵ Hilal Malarangan, Mohammad Salim, Ahmad Haekal, "Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu" *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam: Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*, Vol. 2 No. 1 2020. 82

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Cet. XXIII, (Bandung: Alfabeta CV, 2016), 205.

dihadapi dalam kegiatan pencapaian *Outstanding Loan (OSL)* dimasa pandemic covid-19.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada kantor PT. Pegadaian Area Palu, yang berlatarkan di Jalan Samratulangi No. 36, Talise, Palu Timur Sulawesi Tengah.

C. Data dan Sumber Data

Data kualitatif adalah data informasi yang berbentuk kalimat verbal bukan berupa simbol angka atau bilangan. Data kualitatif didapat melalui suatu proses menggunakan teknik analisis mendalam dan tidak bisa diperoleh secara langsung, melakukan wawancara, observasi, diskusi atau pengamatan. Sumber data merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Adapun data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli yang dalam hal ini diperoleh atau dikumpulkan dari lapangan yang didapat dari penelitian atau yang bersangkutan. Data diperoleh langsung dari informan atau narasumber yang dianggap mengetahui serta dapat dipercaya untuk menjadi sumber data melalui wawancara. Dalam hal ini yaitu Kepala Departemen Produk Gadai PT. Pegadaian Area Palu.

2. Sumber Data Skunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada. Sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkap data yang diharapkan. Sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan atau data pelengkap sebagai bahan pembanding.⁶⁷ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku laporan tahunan, dokumen-dokumen berupa catatan, gambar atau foto.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi (pengamatan)

Pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.⁶⁸ Menurut Nasution, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.⁶⁹

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁷⁰ Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.

⁶⁷ Ibid., 123

⁶⁸ Cholid Narbuko Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Cet. XIV, Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 70

⁶⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 108.

⁷⁰ Ibid, 231

Pada penelitian ini, peneliti sebagai pewawancara mengajukan beberapa pertanyaan langsung kepada informan yaitu Kepala Departemen (Kadep) Produk Gadai dan dua Pimpinan Cabang (Pinca) Pegadaian Area Palu yang dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen ini bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain.⁷¹

E. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam melakukan penelitian yaitu menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan menguraikan data yang diperoleh dari wawancara yang telah dilakukan dan kemudian mudah dipahami kemudian ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dalam hal analisis data kualitatif, dalam bukunya Sugiyono menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari

⁷¹ Ibid, 240.

hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁷²

Teknik analisis data dalam penelitian ini akan lebih banyak dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data. Tahapan- tahapan analisis data dilakukan sebagai berikut:

1. Reduksi data yaitu langkah atau proses mengurangi atau membuang yang tidak perlu, penyederhanaan, memfokuskan, menyeleksi untuk menajamkan data yang diperoleh tentang strategi promosi departemen produk gadai di PT. Pegadaian Area Palu.
2. Display data, adalah suatu proses pengelompokkan data sehingga mudah untuk dianalisis dan disimpulkan. Data yang diperoleh setelah direduksi kemudian dikelompokkan sesuai dengan rumusan masalah.
3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi, Peneliti membuat rumusan proposisi yang terkait dengan strategi promosi, mengangkatriya sebagai temuan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengkaji secara berulang-ulang terhadap data yang ada, pengelompokan data yang telah terbentuk, dan proposisi yang telah dirumuskan. Langkah selanjutnya yaitu melaporkan hasil penelitian lengkap, dengan temuan baru yang berbeda dari temuan yang sudah ada.⁷³

F. Pengecekan Keabsahan Data

Guna mendapatkan validitas data, dalam pengecekan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan salah satu pendekatan yang dilakukan peneliti untuk menggali dan melakukan teknik pengolahan data

⁷² Ibid, 241.

⁷³ Ibid., 247-249

kualitatif. Teknik triangulasi bisa diibaratkan sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian.

Sebagai salah satu teknik pengolahan data kualitatif, triangulasi menurut Sugiyono (2011) diartikan sebagai teknik yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.⁷⁴ Kegunaan triangulasi adalah untuk mentracking ketidaksamaan antara data yang diperoleh dari satu informan (sang pemberi informasi) dengan informan lainnya. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu teknik yang dapat menyatukan perbedaan data agar ditarik kesimpulan yang akurat dan tepat. Penggunaan teknik triangulasi meliputi tiga hal yaitu triangulasi metode, triangulasi sumber data, dan triangulasi teori.

1. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dilakukan dengan mengumpulkan data dengan metode lain. Sebagaimana diketahui, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang tepat dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan dari metode-metode tersebut. Peneliti dapat menggabungkan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Peneliti dapat juga menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya.

⁷⁴ Reyvan Maulid Pradistya, "Teknik Triangulasi dalam Pengolahan Data Kualitatif" DQLAB. (2021). <https://www.dqlab.id/teknik-triangulasi-dalam-pengolahan-data-kualitatif>. (10 April 2022)

2. Triangulasi Teori

Triangulasi teori adalah dimana hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau thesis statement. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan.

3. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

Hal ini merupakan salah satu pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Dalam pencocokkan keabsahan data ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data. Dengan triangulasi sumber data maka peneliti akan menjadikan Kepala Departemen (Kadep) Produk Gadai dan dua Pimpinan Cabang (Pinca) Pegadaian Area Palu sebagai sumber pengumpulan data sebagai tolak ukur keabsahan data yang akan diolah menggunakan teknik triangulasi.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Pegadaian Area Palu

1. Sejarah Kantor Pegadaian Area Palu

Sejarah berdirinya pegadaian dimulai pada zaman Pemerintah Penjajahan Belanda (VOC) yang mendirikan Bank Van Leening yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai, lembaga ini pertama kali didirikan di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746. Ketika Inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari tangan Belanda (1811-1816) Bank Van Leening milik pemerintah dibubarkan, dan masyarakat diberi keleluasaan untuk mendirikan usaha pegadaian asal mendapat lisensi dari Pemerintah Daerah setempat (*licentie stelsel*). Namun metode *licentie stelsel* diganti menjadi *pacth stelsel* yaitu pendirian pegadaian diberikan kepada umum yang mampu membayarkan pajak yang tinggi kepada pemerintah karena dengan metode tersebut (*licentie stelsel*) pemegang lisensi menjalankan praktek *rentenir* atau *lintah darat* yang dirasakan kurang menguntungkan pemerintah berkuasa (Inggris).

Pada saat Belanda berkuasa kembali, pola atau metode *pacth stelsel* tetap dipertahankan dan menimbulkan dampak yang sama dimana pemegang hak ternyata banyak melakukan penyelewengan dalam menjalankan bisnisnya. Selanjutnya pemerintah Hindia Belanda menerapkan apa yang disebut dengan *cultur stelsel* dimana dalam kajian tentang pegadaian, saran yang dikemukakan adalah sebaiknya kegiatan pegadaian ditangani sendiri oleh pemerintah agar dapat memberikan perlindungan dan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat. Berdasarkan

hasil penelitian tersebut, pemerintah Hindia Belanda mengeluarkan peraturan No. 131 tanggal 12 Maret 1901 yang mengatur bahwa usaha Pegadaian merupakan monopoli pemerintah dan tanggal 1 April 1901 didirikan Pegadaian Negara pertama di Sukabumi (Jawa Barat), selanjutnya setiap tanggal 1 April diperingati sebagai hari ulang tahun Pegadaian.⁷⁵

Pegadaian adalah lembaga non bank yang bergerak di bidang pembiayaan dan dapat dikatakan ini adalah salah satu tantangan bagi lembaga bank yang ada. Pegadaian hadir di kota Palu pada tahun 2012 yang dipimpin pertama oleh Hijro Puranto SE. Pimpinan kedua oleh Agus Tokhid, SE., MM. ditahun 2013 sampai 2019. Pimpinan ketiga dipimpin oleh Yuslianto SE. dari tahun 2019 sampai 2020. Pimpinan keempat dipimpin oleh Dul Trisno SE. dari tahun 2020 sampai 2021. Dan ditahun 2021 sampai dengan sekarang dipimpin oleh Maksum SE.

Hadirnya Pegadaian di tengah masyarakat kota Palu memerlukan usaha yang sangat giat untuk memperkenalkan dan merebut hati masyarakat. Sehingga pimpinan dan para staf melakukan berbagai langkah pemasaran dalam memperkenalkan, merebut hati melalui pemasaran produk dan peningkatan kualitas layanannya. Setiap Cabang Pegadaian di kota Palu dituntut untuk mempunyai strategi pertahanan untuk merebut dan mempertahankan nasabah melalui kualitas produk dan jasa, yaitu waktu penyerahan lebih cepat, pelayanan yang lebih baik dibandingkan

⁷⁵ Mile, Ramli, Peggy A. Mekel, and Merlyn Karuntu. "Analisis Terhadap Pelatihan Dan Pengembangan Karyawan Bagi Peningkatan Kinerja Di Pt. Pegadaian Gorontalo Utara." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2.4 (2014).

pesaingnya, dan empati yang tinggi kepada nasabah agar ikut dalam persaingan.

Bisnis utama Pegadaian adalah pemberian pinjaman dengan jaminan barang bergerak baik secara konvensional maupun syariah. Sedangkan bisnis pendukungnya meliputi pembiayaan usaha mikro, cicilan dan tabungan emas, cicilan kendaraan bermotor, pembiayaan haji dan wisata syariah, serta beraneka jasa lain seperti pengiriman uang, multi pembayaran *online*, jasa taksiran, jasa titipan, sertifikasi batu permata, dan *safe deposit box*.⁷⁶

2. Visi Dan Misi Kantor Pegadaian Area Palu yaitu :

a.) Visi

“ Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat “

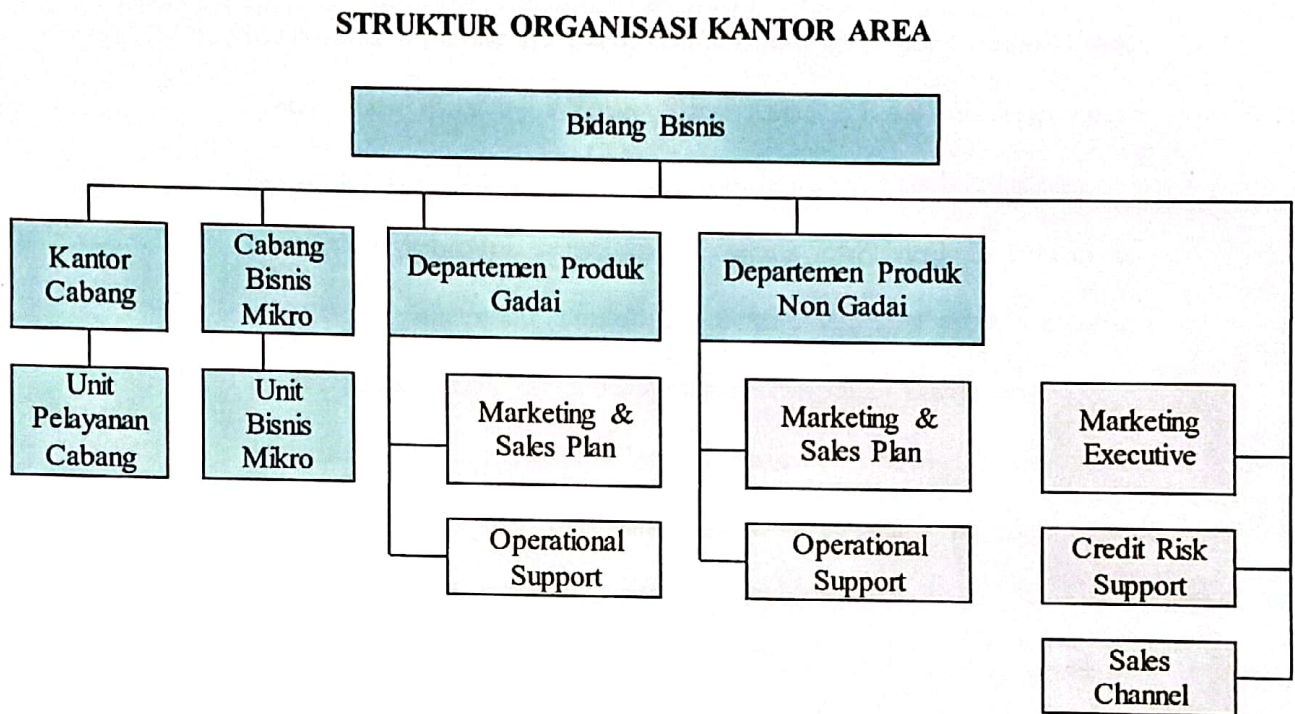
b.) Misi

- 1.) Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh stakeholder dengan mengembangkan bisnis inti
- 2.) Memperluas jangkauan layanan UMKM melalui sinergi Ultra Mikro untuk meningkatkan proposisi nilai ke nasabah dan stakeholder.
- 3.) Memberikan keunggulan layana atau *service excellence* dengan fokus nasabah melalui :
 - Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital.
 - Teknologi informasi yang handal dan mutakhir.
 - Praktek manajemen risiko yang kokoh.
 - SDM yang profesional berbudaya kinerja baik.⁷⁷

⁷⁶ PT. Pegadaian, <https://www.pegadaian.co.id/> “Penjelasan Tentang Pegadaian, Usaha Gadai dan Pergadaian”.(2022)

⁷⁷ PT. Pegadaian, <https://www.pegadaian.co.id/profil/visi-dan-misi> , di akses pada 29 oktober 2022

3. Struktur Organisasi



Gambar 3.1 : Struktur Organisasi Kantor PT. Pegadaian (Persero) Area Palu

Keterangan :

- : Jabatan Struktural
- : Jabatan Fungsional

B. Gambaran Umum Departemen Produk Gadai Area Palu

Departemen produk gadai ialah bagian terpenting dalam penerapan gadai di pegadaian. Adapun tugas utama dari departemen produk gadai ini sendiri yaitu :⁷⁸

- 1) Mengarahkan pelaksanaan kebijakan/program kerja yang terkait Produk Gadai dari Kantor Wilayah dan Kantor Pusat sehingga dapat terimplementasi dengan baik di Area dan Cabang di bawah koordinasi.
- 2) Memastikan kebutuhan sarana dan prasarana operasional, SDM dan hal-hal lainnya yang terkait Produk Gadai telah terpenuhi untuk mendukung kelancaran pelayanan nasabah serta tercapainya target kinerja.
- 3) Mengarahkan penyelesaian Barang Jaminan Dalam Proses Lelang (BJDPL) produk gadai dan barang gadai bermasalah yang tidak bisa di selesaikan oleh Kantor Cabang.
- 4) Mengarahkan implementasi manajemen risiko yang terkait operasional bisnis gadai di lingkup Kantor Area.
- 5) Melakukan kegiatan coaching dan mentoring terkait operasional bisnis gadai di lingkup Kantor Area untuk meningkatkan kinerja produk gadai.
- 6) Melakukan koordinasi dengan unit terkait di Kantor Wilayah dan Kantor Pusat untuk mempercepat penyelesaian permasalahan-permasalahan yang dihadapi Kantor Cabang terkait operasional bisnis gadai.
- 7) Mengarahkan penyusunan laporan kinerja dan laporan pelaksanaan program-program kerja yang terkait bisnis gadai di lingkup Kantor Area.

⁷⁸PT. Pegadaian, <https://startup.jobs/kepala-departemen-produk-gadai-area-palu-kantor-wilayah-v-manado-pt-pegadaian-persero-2004723> "Kepala Departemen Produk Gadai Area Palu - Kantor Wilayah V Manado" 2022

- 8) Monitoring dan evaluasi kinerja produk gadai di Kantor Cabang serta mengusulkan rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan efektifitas operasional Produk Gadai.
- 9) Memonitor implementasi kegiatan pemasaran dan penjualan di lingkup Kantor Area untuk meningkatkan awereness dan engagement masyarakat terhadap Produk Gadai.
- 10) Memonitor implementasi standar desain pemasaran (*branding, marketing design, dan image*) produk gadai sehingga selalu *up to date* sesuai dengan tema pemasaran dan penjualan yang sedang berlangsung.
- 11) Membina hubungan dan kerjasama dengan berbagai pihak baik internal maupun eksternal terkait kegiatan pemasaran dan penjualan produk gadai di lingkup Kantor Area.
- 12) Memastikan setiap program yang berkaitan dengan pemasaran dan penjualan produk gadai telah dieksekusi di Kantor Cabang di bawah area kelolaannya.
- 13) Memonitor dan mengevaluasi kegiatan pemasaran dan penjualan berdasarkan laporan aktivitas mingguan di lingkup Kantor Area serta merekomendasi perbaikan program untuk meningkatkan efektifitas pemasaran dan penjualan produk gadai
- 14) Mengimplementasikan pengelolaan manajemen risiko pada unit kerjanya.

Dalam pegadaian terdapat beberapa produk yang dapat menunjang perkembangan pegadaian ini sendiri. Adapun produk tersebut yaitu :

a. Krasida (Kredit Angsuran Sistem Gada)

Kredit Angsuran Sistem Gada (KRASIDA) adalah bentuk layanan pemberian pinjaman kepada masyarakat menengah kebawah yang mempunyai usaha mikro dan kecil, untuk pembiayaan usahanya atas dasar hukum gadai dan pembayarannya diangsur setiap bulan sesuai waktu yang telah ditentukan. Sistem gadai merupakan sistem pinjaman dengan menyerahkan barang baik bergerak maupun tidak yang digunakan sebagai jaminan. Sistem gadai saat ini sangat mudah dan sudah resmi.

Sasaran KRASIDA adalah pengusaha yang beroperasi dengan skala mikro dan kecil perorangan, kelompok usaha, baik yang sudah berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum. Dengan hanya memberikan agunan berupa perhiasan atau emas lantakan. Jangka waktu yang ditetapkan mulai dari 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan. Dengan uang pinjaman minimal Rp1.000.000 sampai dengan Rp250.000.000.⁷⁹

b. KCA (Kredit Cepat Aman)

Kredit Cepat Aman adalah kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif ataupun kebutuhan produktif. Pinjaman berdasarkan hukum gadai dengan prosedur pelayanan yang mudah, aman dan cepat tersebut diharapkan dapat membantu dan melindungi rakyat kecil yang tidak memiliki akses kedalam

⁷⁹ Dewi Farnila Cahyaningsih, "Pelaksanaan Administrasi Kredit Usaha Mikro Krasida Pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Jember." (2021).

perbankan. Kredit yang diberikan mulai dari 50.000 dengan bunga 1,15% per hari atau 9,50% per 4 bulan.⁸⁰

c. Kreasi (Kredit Angsuran Sistem Fidusia)

KREASI adalah kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem fidusia. Sistem Fidusia Digital Repository berarti agunan untuk pinjaman cukup dengan BPKB sehingga kendaraan masih bisa digunakan untuk usaha. KREASI merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah dan murah.⁸¹ Uang pinjaman Rp 1.000.000 sampai Rp 200.000.000 per nasabah. Tarif sewa modal 1.00% perbulan, jangka waktu pinjaman fleksibel dengan pilihan jangka waktu 12,18,24 dan 36 bulan. Dan pelunasannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon untuk sewa modal.

d. Gadai Efek

Gadai Efek adalah produk dari Pegadaian yang menggunakan saham dan/atau obligasi sebagai jaminannya. Untuk Gadai Efek, jangka waktu pinjamannya adalah 90 hari dengan nilai pinjaman mulai dari Rp5.000.000,- sampai Rp20.000.000.000,- Saham dan obligasi yang dijadikan agunan adalah *scripless* (tanpa warkat) yang telah tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia.⁸²

⁸⁰ Andi Ayu Pratiwi, *Pengaruh Kredit Cepat Aman Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Antang di Kota Makassar*. Diss. UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR, 2021.

⁸¹ Khotibul Umam Septian, "Sistem Pemasaran Produk Mikro Kreasi Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng Banyuwangi" (2018)

⁸² Puang, Andhika Valentino, and Ni Putu Eka Widiastuti. "Sistem Informasi Akuntansi Gadai Efek pada PT Pegadaian (Persero)." *TINJAUAN PRAKTIK PAJAK DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI 1* (2022)

e. Gadai Tabungan Emas

Tabungan Emas Pegadaian adalah layanan penitipan emas yang memungkinkan nasabah melakukan investasi emas secara mudah, aman, dan terpercaya. Produk Tabungan Emas juga terdapat beberapa keunggulan diantaranya:

- 1) Jaminan emas 24 karat.
- 2) Biaya pengelolaan rekening ringan.
- 3) Pembelian mulai dari 0,01 gr.
- 4) Dapat dicetak fisik.
- 5) Dapat ditransfer ke sesama pemilik Tabungan Emas.
- 6) Mudah dicairkan (buyback dan gadai).
- 7) Dapat dilakukan secara online melalui Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS)⁸³

f. MULIA

Mulia (Murabahah Logam Mulia untuk investasi abadi) memberikan penjualan Logam Mulia oleh Pegadaian kepada seluruh masyarakat dengan diangsur ataupun dengan melalui tunai dalam jangka waktu yang fleksibel. Produk MULIA di Pegadaian adalah investasi pada emas yang transaksi pembayarannya bisa secara tunai dan angsuran. Investasi emas batangan ini memberi kemudahan kepada masyarakat yang tertarik untuk berinvestasi emas batangan untuk memperoleh portofolio asset masyarakat tetapi memiliki dana terbatas.⁸⁴

⁸³ Hasni, Fikria, Ikhwan Hamdani, and Suyudi Arif. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Bogor Baru". *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3.2 (2022)

⁸⁴ Abdul Rahman, "Strategi Pemasaran Produk Mulia Pada PT.. Pegadaian Syariah Unit Telanaipura Kota Jambi"(2021)

Dalam memastikan penerapan gadai di pegadaian, kepala departemen produk gadai dapat mengevaluasi setiap program dari penjualan dan pemasaran produk gadai telah di setiap kantor cabangnya. Adapun kantor cabang pegadaian yang ada di Kota Palu yaitu CP Palu Barat, CP Palu Selatan, CP Palu Timur, CP Talise, CP Toli- toli, CP Poso, CP Parigi dan CPS Palu Plasa.

C. Pencapaian Outstanding Loan (OSL) Pada PT. Pegadaian Area Palu

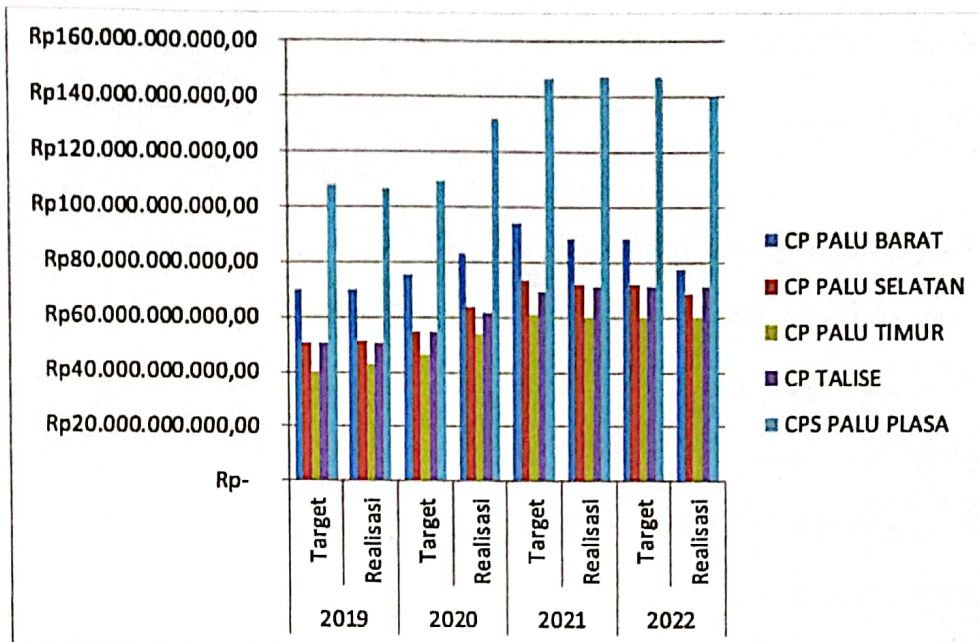
Pada situasi pandemi covid-19 banyak perusahaan-perusahaan yang mau tidak mau harus melakukan perubahan mengenai manajemen yang ada di dalam perusahaan itu sendiri untuk meningkatkan penjualan produk, seperti halnya dalam perubahan pada strategi promosi produk yang digunakan oleh perusahaan yang dinilai kurang efektif digunakan pada saat pandemi covid'19. Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak Wirasto selaku kepala departemen produk gadai beliau mengatakan bahwa:

“Di PT. Pegadaian Area Palu juga melakukan strategi promosi dengan cara mengevaluasi pada pendapatan Outstanding Loan (OSL) yang tidak tercapai disetiap cabangnya”.⁸⁵

Menurut saya ini adalah strategi yang baik bagi PT. Pegadaian Area Palu untuk meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* bagi setiap cabang pegadaian yang ada di Kota Palu.

Dapat dilihat dari grafik pencapaian *Outstanding Loan (OSL)* disetiap cabang pegadaian yang ada di PT. Pegadaian Area Palu, yaitu sebagai berikut:

⁸⁵ Moh. Wirasto Tune, Kepala Dep. Produk Gadai, Deputy Bisnis Area Palu, Sumber : PT. Pegadaian Area Palu “*Wawancara*” di kantor pada tanggal 16 Agustus 2022.



Gambar 4.1
Grafik Pencapaian Outstanding Loan (OSL) disetiap Cabang

Dalam grafik di atas dapat dilihat bahwa dalam penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh Departemen Produk Gadai dimasa Pandemi Covid-19 pencapaian *Outstanding Loan(OSL)* ditahun 2019 realisasinya melebihi target, sedangkan pada saat Pandemi Covid-19 awal masuk di kota Palu realisasi *Outstanding Loan(OSL)* ditahun 2022 kurang dari target tetapi tetap ada peningkatan *Outstanding Loan(OSL)* daripada ditahun sebelumnya.⁸⁶

D. Strategi Promosi Departemen Produk Gadai Dalam Meningkatkan Outstanding Loan (OSL) Dimasa Pandemi Covid-19 Pada PT. Pegadaian Area Palu

Dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* di masa pandemi covid-19, PT. Pegadaian Area Palu Melakukan strategi promosi dengan cara mengevaluasi pada produk Gadai yang tidak tercapai untuk dianalisis

⁸⁶ PT. Pegadaian Area Palu(Pegadaian Talise), "*Data OSL Pegadaian Area Palu*", Palu-Sulawesi Tengah (2022)

kelebihan dan kelemahan kinerja Cabang . Ada beberapa bentuk strategi yang dilakukan di PT. Pegadaian Area Palu, yaitu:

a. Melakukan Bazar Emas

Dalam strategi bazar emas ini sendiri dapat dilakukan dengan cara pekelangan emas yang dimana barang tersebut memang tersedia sehingga nasabah bisa lebih mudah untuk mendapatkan barang yang sudah dibeli baik secara tunai maupun angsuran. penjualan lelang emas untuk barang jaminan gadai milik nasabah yang tidak ditebus. Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak Wirasto selaku kepala departemen produk gadai beliau mengatakan bahwa:

“Pada Pegadaian Area Palu ini juga sering mengadakan kegiatan bazar emas di kantor- kantor cabang pegadaian di Kota Palu, adapun emas yang ditawarkan adalah barang lelang seperti emas batangan (logam mulia) dan emas perhiasan”.⁸⁷

Menurut saya ini adalah strategi pasar yang cukup efektif untuk meningkatkan konsumen atau nasabah di seluruh pegadaian cabang Kota Palu.

b. Melakukan *Canvassing*

Canvassing menurut Komarudin dan Syahida Nurul Haq adalah aktivitas terencana yang dilakukan oleh seseorang untuk menawarkan, mendistribusikan, mencari pesanan penjualan atas produk dan jasa, termasuk penyampaian dan mengumpulkan informasi tertentu dari pengecer atau konsumen.⁸⁸ Menurut Rahmad Fajar dan Noermijati, *canvassing* merupakan kegiatan atau aktifitas kunjungan yang dilakukan

⁸⁷ Moh. Wirasto Tune, Kepala Dep. Produk Gadai, Deputy Bisnis Area Palu, Sumber : PT. Pegadaian Area Palu “*Wawancara*” di kantor pada tanggal 16 Agustus 2022.

⁸⁸ Komaruddin dan Syahida Nurul Haq. “Metode *Canvassing* dalam Bidang Pemasaran Pada Industri Bisnis Telekomunikasi?”. *Bina Teknika*, Volume 9 No.1 (Juni 2013), 51

perusahaan.⁸⁹ Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak Wirasto selaku kepala departemen produk gadai beliau mengatakan bahwa:

“Dalam hal di pegadaian, *canvassing* sangat berperan terhadap produk Pegadaian, yang dimana dengan adanya *canvassing* dapat mengoptimalkan pemasaran produk- produk yang ada di pegadaian”.⁹⁰

Menurut saya ini salah satu strategi pemasaran untuk menambah nasabah baru dan dapat mempertahankan nasabah lama agar tetap mempercayakan pegadaian sebagai sarana dalam menggadai dan menabung yang terpercaya.

c. Membuat Program Diskon Gadai

Program diskon gadai atau potongan harga ialah pengurangan dari apa yang tercantum dalam daftar harga dan diberikan kepada seseorang yang bersedia melakukan suatu pembelian produk yang sudah disepakati oleh penjual. Pemberian potongan harga (diskon) bisa berwujud uang ataupun tambahan barang.⁹¹ Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak Firdaus selaku Pimpinan Cabang Pegadaian Palu Timur beliau mengatakan bahwa:

“Dengan adanya program diskon dapat berpengaruh pada peningkatan *Outstanding Loan (OSL)* di pegadaian”.⁹²

Menurut saya ini juga salah satu strategi pemasaran yang kondusif bagi pegadaian dalam menarik minat nasabah.

⁸⁹ Rahmad Fajar dan Noermijati, “Model sales territory management “cluster war” sebagai bentuk strategi pemasaran pada PT. telkomsel sub branch Malang”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol.1, No.1, 9.

⁹⁰ Moh. Wirasto Tune, Kepala Dep. Produk Gadai, Deputy Bisnis Area Palu, Sumber : PT. Pegadaian Area Palu “*Wawancara*” di kantor pada tanggal 16 Agustus 2022..

⁹¹ Ilmu Ekonomi ID, “14 Jenis Potongan Harga”, www.ilmu-ekonomi-id.com/2017/07/14-jenis-potongan-harga.html?m=1. Diakses pada tanggal 25 November 2022

⁹² Firdaus Tondok Salassa, Pimpinan Cabang Pegadaian Palu Timur, Sumber : PT. Pegadaian Area Palu “*Wawancara*” di kantor pada tanggal 25 Agustus 2022

d. Membuat Program *Reward* Cabang Terbaik

Dalam adanya program *reward* untu cabang terbaik, ini bertujuan untuk memperkuat motivasi untuk memacu diri agar mencapai prestasi, memberikan tanda bagi karyawan di cabang masing-masing yang memiliki kemampuan lebih. Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak Wirasto selaku kepala departemen produk gadai beliau mengatakan bahwa:

“Dalam Peningkatan *Outstansing Loan (OSL)* di PT. Pegadaian Area Palu, salah satu strategi yang di lakukan adalah dengan membuat program *reward* cabang terbaik, agar Pegadaian Area Palu dapat mengevaluasi dan dapat memaksimalkan *Outstansing Loan (OSL)* di pegadaian dengan meningkatkan kinerja setiap cabang yang ada di Kota Palu”⁹³

Menurut saya ini merupakan salah satu teknik/ strategi yang baik yang dimiliki oleh pegadaian area, karena untuk meningkatkan kinerja cabang agar selalu mendapatkan hasil yang maksimal sesuai yang diharapkan oleh pegadaian area.

Dalam penerapan strategi promosi yang dilakukan setiap cabang pegadaian ini dapat dikatakan berpengaruh pada peningkatan *Outstanding Loan (OSL)* pada cabang- cabang pegadaian yang ada di Kota Palu. Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak Mubin selaku pimpinan cabang pegadaian talise beliau mengatakan bahwa :

“Strategi promosi yang sudah kami terapkan di pegadaian ini dapat berpengaruh pada peningkatan *outstanding loan (OSL)* di masa

⁹³ Moh. Wirasto Tune, Kepala Dep. Produk Gadai, Deputy Bisnis Area Palu, Sumber : PT. Pegadaian Area Palu “*Wawancara*” di kantor pada tanggal 16 Agustus 2022.

pandemi, dan Alhamdulillah dimasa pandemi ini outstanding loan lebih meningkat di banding tahun kemarin”⁹⁴

Dapat dikatakan strategi yang dilakukan dan diterapkan oleh pegadaian area palu dimasa pandemi covid-19 berhasil meningkatkan *Outstanding Loan(OSL)* serta kinerja cabang pegadaian yang ada di Kota Palu.

E. Kendala Serta Solusi Untuk Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Outstanding Loan (OSL) Pada PT. Pegadaian Area Palu Dimasa Pandemi Covid-19

1. Kendala strategi promosi dalam meningkatkan Outstanding Loan (OSL) pada PT. Pegadaian Area Palu dimasa pandemi covid-19

a. Menjamurnya Pinjaman Online

Dengan adanya pengaruh globalisasi dan kemajuan teknologi, pegadaian menghadirkan produk dan jasa layanan pinjaman online, di situasi pandemi covid-19 pada saat ini sangat berpengaruh besar bagi pegadaian untuk dapat membuat masyarakat lebih mudah dalam melakukan transaksi pinjam meminjam di pegadaian. Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak Firdaus selaku pimpinan cabang pegadaian Palu Timur, beliau mengatakan bahwa:

“Bagi pegadaian situasi pandemi covid saat ini memang dapat menambah bnyak nasabah, namun dapat juga menyulitkan bagi pegadaian sendiri dikarenakan banyaknya nasabah yang menunggak pembayaran atas pinjamannya”⁹⁵

Seperti yang kita ketahui Covid1-19 yang mewabah di Indonesia pada itu tahun 2019 itu mengakibatkan kurangnya mata pencaharian yang

⁹⁴ Nummubin Husin, Pimpinan Cabang Pegadaian Talise, Sumber : PT. Pegadaian Area Palu “*Wawancara*” di kantor pada tanggal 20 Agustus 2022.

⁹⁵ Firdaus Tondok Salassa, Pimpinan Cabang Pegadaian Palu Timur, Sumber : PT. Pegadaian Area Palu “*Wawancara*” di kantor pada tanggal 25 Agustus 2022

berdampak pada penghasilan masyarakat sehingga banyak nasabah yang menunggak pembayaran pinjamannya.

b. Sektor Bisnis UMKM tidak berkembang

Dalam situasi pandemi covid-19 pada saat ini salah satu sektor yang paling merasakan dampak dari wabah Virus Corona(Covid-19) adalah bisnis UMKM entah itu dari sisi operasional maupun dari sisi keuangannya. Maka dari itu ini salah satu kendala pegadaian dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak Firdaus selaku pimpinan cabang pegadaian Palu Timur, beliau mengatakan bahwa:

“Saat covid-19 sekarang ini, banyak UMKM yang bisnisnya tidak berkembang. Dan itu menjadi salah satu kendala dari kami dalam mempromosikan produk- produk dari pegadaian”⁹⁶

Menurut saya hal yang paling tepat dilakukan pegadaian adalah memasarkan pegadaian digital sehingga dapat meningkatkan keinginan nasabah dalam memasarkan UMKM mereka secara *online*.

c. Hadirnya Pegadaian Swasta

Salah satu kendala bagi PT. Pegadaian dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* adalah dengan hadirnya pegadaian swasta. Jika melihat dari sisi prosedur, PT. Pegadaian cukup memiliki prosedur yang sangat detail hal ini menghindari adanya ketidak mampuan membayar dari seorang nasabah. Berbeda halnya dengan Pegadaian Swasta yang memiliki prosedur yang dapat dikatakan cukup mudah. Hal ini dipilih agar Pegadaian tersebut mudah dalam menarik nasabah. Jika dilihat dari objek

⁹⁶ Firdaus Tondok Salassa, Pimpinan Cabang Pegadaian Palu Timur, Sumber : PT. Pegadaian Area Palu “Wawancara” di kantor pada tanggal 25 Agustus 2022

yang digadaikan juga berbeda, dalam PT. Pegadaian biasanya yang dijadikan jaminan berupa perhiasan. Sedangkan dalam Pegadaian Swasta yang dijadikan jaminan sebagian besar berupa barang-barang elektronik. Selain itu aspek yang terakhir adalah dalam pelayanan fidusia. Tentunya PT. Pegadaian melayani Fidusia untuk nasabahnya yang dikenal dengan KREASI (Kredit Sistem Angsuran Fidusia) merupakan pinjaman atau kredit dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan konstruksi pinjaman kredit secara jaminan fidusia yang diberikan oleh PT. Pegadaian kepada pengusaha mikro dan pengusaha kecil yang membutuhkan dana untuk keperluan pengembangan usahanya. Dalam hal ini barang jaminan tetap dalam penguasaan debitur, sedangkan kreditur hanya memegang hak kepemilikannya saja. Sedangkan dalam Pegadaian Swasta hanya beberapa saja yang bersedia melayani Fidusia.

2. *Solusi untuk kendala strategi promosi dalam meningkatkan Outstanding Loan (OSL) pada PT. Pegadaian Area Palu dimasa pandemi covid-19*

a. *Membuat inovasi dengan hadirnya Pegadaian Digital Service(PDS)*

Dengan menghadirkan *Pegadaian Digital Service (PDS)* dapat memudahkan akses seluruh nasabah pegadaian dalam bertransaksi. Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak wirasto selaku kepala departemen produk gadai, beliau mengatakan bahwa:

“Hadirnya pegadaian digital ini adalah salah satu cara memberikan solusi terbaik terhadap kebutuhan nasabah, yang sesuai dengan misinya yaitu memberikan layanan prima dengan fokus terhadap nasabah (customer centric),”⁹⁷

⁹⁷ Moh. Wirasto Tune, Kepala Dep. Produk Gadai, Deputy Bisnis Area Palu, Sumber : PT. Pegadaian Area Palu “Wawancara” di kantor pada tanggal Agustus 2022.

Seperti yang kita ketahui pada masa pandemi covid-19 pemerintah menerapkan protokol kesehatan salah satunya menjaga jarak. Salah satu solusi yang paling tepat dilakukan adalah memaksimalkan teknologi untuk meningkatkan promosi dalam memasarkan produk pegadaian yang akan dipromosikan ke masyarakat Kota Pahu.

b. Memperbaiki sistem Pelayanan.

Kepercayaan dan kepuasan nasabah/pelanggan/konsumen merupakan kunci penting bagi Pegadaian agar usahanya terus bertahan. Untuk itu, Perusahaan berkomitmen untuk terus meningkatkan layanan dan melakukan inovasi produk agar sesuai dengan perkembangan zaman, sekaligus sejalan dengan keinginan nasabah. Komitmen Pegadaian untuk memberikan layanan yang terbaik dan bermanfaat bagi setiap pelanggan diwujudkan melalui sikap dan respons yang profesionalisme dari Perusahaan dan segenap jajaran dalam melayani pelanggan. Pegadaian juga menjamin kualitas pelayanan kepada setiap pelanggan dengan sigap, responsif dan terpercaya. Melalui berbagai layanan ini, Pegadaian membantu konsumen menjamin kualitas dan keamanan produknya serta mengurangi risiko dan memenuhi harapan konsumen.

c. Mengevaluasi kinerja *TimWork* secara rutin dan berjenjang

Evaluasi kerja merupakan bentuk penilaian dan peninjauan yang dilakukan secara berkala terhadap karyawan di tempat kerja. umumnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak wirasto selaku kepala departemen produk gadai, beliau mengatakan bahwa:

“Evaluasi kerja juga dapat mengidentifikasi kemajuan kinerja karyawan, pencapaian, kolaborasi, dan bahkan hambatan yang sedang mereka hadapi.”⁹⁸

Salah satu manfaat penilaian kinerja bagi perusahaan adalah untuk mengukur keberhasilan karyawan dalam bekerja. Informasi yang didapatkan dari evaluasi kerja ini nantinya dapat membantu dalam pengambilan keputusan terkait kenaikan gaji, promosi, dan pemutusan hubungan kerja. Dan juga sangat penting untuk mengetahui berapa banyak target yang diselesaikan dalam satu hari kerja.

⁹⁸ Moh. Wirasto Tune, Kepala Dep. Produk Gadai, Deputy Bisnis Area Palu, Sumber : PT. Pegadaian Area Palu “*Wawancara*” di kantor pada tanggal Agustus 2022.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian Pada PT. Pegadaian Area Palu, Peneliti dapat menarik kesimpulan diantaranya:

1. Dengan meningkatkan *OutStanding Loan (OSL)* di masa pandemi covid- 19, PT. Pegadaian Area Palu Melakukan strategi promosi dengan cara mengevaluasi pada produk Gadai yang tidak tercapai untuk dianalisis kelebihan dan kelemahan kinerja Cabang dengan bentuk- bentuk strateginya seperti Melakukan Bazar Emas, Melakukan Kanvasing, Membuat program Diskon Gadai, Membuat program reward Cabang Terbaik, Membuat program pemasar terbaik.
2. Dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)* ini terdapat beberapa kendala- kendala yang dihadapi, menurut beberapa pimpinan cabang- cabang pegadaian yg di kota Palu diantaranya pimpinan cabang talise dan cabang palu timur dalam mempromosikan produk- produk yang ada di pegadaian adalah terletak pada keadaan nasabah disituasi *Pandemi Covid-19*. Namun, menurut penulis kendala yang dihadapi tersebut terletak pada strategi promosi pihak pegadaian tersebut. Bagaimana nasabah akan berminat menggunakan produk- produk yang ada di pegadaian tersebut sedangkan mereka kurang paham dengan produk- produk itu sendiri. Adapun solusi yang bisa dilakukan oleh pegadaian adalah dengan memaksimalkan teknologi *digital* untuk bisa digunakan dalam pemasran produk- produk pegadaian kepada

masyarakat Kota Palu, dan juga melakukan evaluasi kinerja setiap cabang pegadaian untuk mengetahui target yang diperoleh.

B. Saran

1. Para Karyawan/ Pegawai Pegadaian di Area Palu harus lebih sering mengadakan sosialisasi kepada masyarakat, dan mengajak nasabah yang sudah terlebih dahulu menggunakan produk- produk di pegadaian untuk memberikan motivasi kepada masyarakat lain agar berminat menggunakan produk- produk di pegadaian.
2. PT. Pegadaian Area Palu untuk kedepannya dapat lebih meningkatkan kualitas, salah satunya peningkatan pelayanan yang maksimum, sarana dan prasarana yang lebih lengkap, manajemen yang lebih mantap sehingga visi dan misi Pegadaian dapat tercapai.
3. Perlu menerapkan strategi yang lebih baik dan lebih giat lagi dalam memasarkan produk- produk pegadaian sehingga dapat menarik masyarakat dan hasil yang didapatkan sesuai dengan apa yang telah di targetkan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, (2015)
- Abdullah, Ahmad. "Pinjaman Kredit Dalam Perspektif Pendidikan Islam", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 3, No. 1, (Unismuh Makassar)
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Cet. VII Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, (2016)
- Abubakar, Rusydi. *Manajemen Pemasaran*, Cet. I, Bandung: Alfabeta, (2018)
- Adnan, Ahmad Zaekani. "Penerapan Strategi Promosi Pada Pemasaran Produk CV. Syntax Corporation Indonesia. Syntax Literate", *Jurnal Ilmiah Indonesia*, . (2018).
- Ahmadi, Cholid Narbuko Abu. *Metodologi Penelitian*, Cet. XIV, Jakarta: Bumi Aksara, (2003)
- Andreas, *Penerapan Strategi Promosi Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Dimasa Pandemi Covid-19*, In Prosiding Seminar Nasional IAHN-TP Palangka Raya (2021)
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep dan Strategi*, Cet. VIII, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, (2008)
- Bachmid, Sofyan. dkk, "Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Menurut Perspektif Ekonomi Islam" *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah: Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Pahu*, Vol. 2 No. 1 (2020)
- Budisantoso, T dan Triandaru, S., *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Salemba empat: Jakarta, (2006)
- Cahyaningsih, Dewi Farnila. "*Pelaksanaan Administrasi Kredit Usaha Mikro Krasida Pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Jember.*" (2021).
- Choirunnisak, Disfa Lidian Handayani, "*Gadai Dalam Islam*", *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Ekonomi Syariah* Volume 6 Nomor 1 Edisi Agustus 2020, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang (2020)
- Danupranata, Gita. *Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, (2013)
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Pusat Bahasa, Edisi Empat, Jakarta: PT. Gramedia Pusat Utama, (2008)
- Fadllan," *Perspektif Fikih Muamalah dan Aplikasinya dalam Perbankan*", *Iqtishadia Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* (2014).

- Fajar, Rahmad dan Noermijati, "Model sales territory management "cluster war" sebagai bentuk strategi pemasaran pada PT. telkomsel sub branch Malang", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol1, No.1, 9.
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*, Cet. XVIII, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, (2018)
- Glosarium, "Outstanding – (Ekonomi / Bisnis)", 2 Desember 2021. <https://glosarium.org/arti-outstanding-di-ekonomi/>. (2022)
- Griffin, Ricky W dan Ronak J. Ebert, *Bisnis*, Ed. 8 Jilid 1, Jakarta: Erlangga, (2007)
- Hasni, Fikria, Ikhwan Hamdani, and Suyudi Arif. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Bogor Baru". *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3.2 (2022)
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*, Cet. I, Jakarta: Penerbit Erlangga, (2012)
- Ilmu Ekonomi ID, "14 Jenis Potongan Harga", www.ilmu-ekonomi-id.com/2017/07/14-jenis-potongan-harga.html?m=1.
- Indri, *Strategi Promosi Warung Internet Dalam Mempertahankan Usaha Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Desa Loli Oge Kecamatan Banawa Kab. Donggala)*, Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, (2021)
- Iwan Setiawan, " Penerapan Gadai Emas pada Bank Syariah", *Jurnal, Al-Daulah*: Vol.6 No.1, (2006)
- Karlina, Reny. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Mikro di BRI Syariah KCP Mojoagung*, IAIN Ponorogo (2020)
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Cet. XIII, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, (2019)
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, (2008)
- Kelibia, Muhammad Umar. "Studi Komparasi Konsep Biaya Pemeliharaan Barang Jaminan Dan Konsep Bunga Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syariah (Pegadaian Syariah Dan Pegadaian Convensional Di Ambon)", *Journal Of Islamic Economic And Business (Jieb)* Vol. 03, No. 01, Institut Agama Islam Negeri Ambon.
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta : (Yayasan Penyelenggaraan Panterjemah Al-Qur'an).

- Kendri, Ahmad Saputra, "Pengaruh Strategi Promosi Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Manajemen Bisnis: Stie Ibbi*, Vol. 30 No.1 (2018)
- Komaruddin dan Syahida Nurul Haq. "Metode Canvassing dalam Bidang Pemasaran Pada Industri Bisnis Telekomunikasi". *Bina Teknika*, Volume 9 No.1 (2013)
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, cet 1, Jakarta : Erlangga, (2008)
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas Jilid I, Cet. XII, Jakarta: Gelora Aksara Pratama, (2009)
- Krisnawati, Ega. "Apa Itu Pegadaian? ", *Tirto.id*. 15 Februari 2021. <https://tirto.id/apa-itu-pegadaian-berikut-tugas-dan-jenisnya-gagx>. (2022)
- Lestari , Putri Muchammad Saifuddin, *Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19*, *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)* Vol. 3 No. 2,(Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020)
- M, Crag Robert. Dan Grant Jams C, *Strategic Management = Manajemen Strategi*, Alih Bahasa Sularno Tjiptowardojo, Cet. III, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, (2002)
- Malarangan, Hilal, Mohammad Salim, Ahmad Haekal, "Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu" *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam: Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*, Vol. 2 No. 1 (2020)
- Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia*, Cet. II, Jakarta: Kencana, (2015)
- Mentari, Intan Titik. dkk., "Pelajari Hukum Gadai Secara Islam Agar Terhindar Dari Riba", (2018)
- Mile, Ramli, Peggy A. Mekele, and Merlyn Karuntu. "Analisis Terhadap Pelatihan Dan Pengembangan Karyawan Bagi Peningkatan Kinerja Di Pt. Pegadaian Gorontalo Utara." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2.4 (2014).
- Milsisi, "Aplikasi Marketing Syariah Di Pegadaian Syariah (Studi Di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Kota Jambi)", Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi (2020)
- Mujiatun , Siti Sri Masyuli Manullang, *Strategi Promosi Pedagang UMKM untuk Meningkatkan Pendapatan di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus UMKM Lingkungan Universitas Muhammadiyah)* , *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, (2021)

- Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, (2008)
- Nurudin, Hida Alfathin Mila Ulwiya, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang)", *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah: Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*, Vol 3 No. 2 (2021)
- Pradistya, Reyvan Maulid. "Teknik Triangulasi dalam Pengolahan Data Kualitatif" *DQLAB*. (2021)
- Pratiwi, Andi Ayu. *Pengaruh Kredit Cepat Aman Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Antang di Kota Makassar*. Diss. UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR, (2021)
- PT. Pegadaian Area Palu (Pegadaian Talise), "Data OSL Pegadaian Area Palu", Palu- Sulawesi Tengah (2022)
- PT. Pegadaian, <https://www.pegadaian.co.id/>
- Puang, Andhika Valentino, and Ni Putu Eka Widiastuti. "Sistem Informasi Akuntansi Gadai Efek pada PT Pegadaian (Persero)." *TINJAUAN PRAKTIK PAJAK DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI 1* (2022)
- Puspitasari, Dian. "Strategi Promosi UPT Perpustakaan UMM pada Masa Pandemi Covid-19". *Daluang Journal of Library and Information Science*, (2021)
- Rachmawati, Maudy Putri " Mekanisme Produk Kredit Cepat dan Aman (KCA) Untuk Memaksimalkan Outstanding Loan (OSL) Pada Pt. Pegadaian Cabang Tlogomas", Universitas Muhammadiyah Makang (2021)
- Rahman, Abdul. "Strategi Pemasaran Produk Mulia Pada PT.. Pegadaian Syariah Unit Telanaipura Kota Jambi"(2021)
- Rahmatilla, Nelly dan Uswatun Hasanah. "Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Ditinjau Dari Perspektif Islam". *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, Vol. 1, (2020)
- Septian, Khotibul Umam. "Sistem Pemasaran Produk Mikro Kreasi Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng Banyuwangi" (2018)
- Setyaningrum, Ari. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, cet. I, Yogyakarta: Andi Offset, (2015)
- Setyawan, Fandi Adi. "Analisis Pengaruh Pendapatan, Jumlah Nasabah, Dan Pandemi Covid-19 Terhadap Penyaluran Kredit Kca Pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Secang", *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Volume 21 Nomor 1*, Universitas Tidar (2020)

- Simamora, Bilson. *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, (2002)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Cet. XXIII, Bandung: Alfabeta CV, (2016)
- Sunyoto, Danang. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, Cet. 1, Yogyakarta, PT. Buku Seru, (2015)
- Suryawan, *Kewirausahaan*, Cet. III, Jakarta : Salemba Empat Patria, (2006),
- Syamsudin, Muhammad. "Tafsir at-Thabari tentang Larangan Riba dalam Ali Imran 130-132", (2023)
- Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Cetakan I, Yogyakarta, (2001).
- Tresnati, Ratih. Nugroho Hardiyanto, dan Lufhia Sevriana, "Perkembangan Gadai Emas Syariah Di Pegadaian Syariah", *Jurnal Manajemen Bisnis*
- Winasis, Brigitta. "Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Jenisnya", 01 Oktober 2021, <https://www.modalrakyat.id/blog/loan>. (2022)
- Yusuf, M. "*Penyaluran Kredit Pada Perum Pegadaian Di Jl. T. Tambusai Pekanbaru*", Laporan Akhir, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, (2009)

PEDOMAN WAWANCARA

Tujuan Wawancara :

Peneliti ingin mengetahui tentang strategi promosi departemen produk gadai dalam peningkatan *Outstanding Loan (OSL)* dimasa pandemi covid-19 pada PT. Pegadaian Area Palu

Narasumber : Kepala Departemen Produk Gadai

Pertanyaan:

1. Apa saja strategi promosi yang dilakukan dalam peningkatan *Outstanding Loan (OSL)*?
2. Apakah ada perubahan peningkatan *Outstanding Loan (OSL)* di pegadaian pada saat pandemi covid-19 dan sebelum pandemi covid-19?
3. Apa tantangan Departemen Produk Gadai dalam menerapkan strategi promosi untuk peningkatan *Outstanding Loan (OSL)* dimasa pandemi covid-19?
4. Apa solusi yang dapat dilakukan Departemen Produk Gadai dalam menghadapi kendala dalam penerapan strategi promosi departemen produk gadai dimasa pandemi covid-19?

Narasumber : Karyawan Pegadaian (Pinca)

Pertanyaan:

1. Apakah strategi promosi yang di terapkan dari Departemen Produk Gadai berpengaruh dari segi peningkatan *Outstanding Loan (OSL)* pada cabang-cabang pegadaian yang ada di Kota Palu?
2. Apakah yang menjadi kelebihan dalam mempromosikan produk pembiayaan gadai yang ada di pegadaian?
3. Apakah situasi pandemi covid-19 pada saat ini berpengaruh pada penerapan strategi promosi departemen produk gadai dalam meningkatkan *Outstanding Loan (OSL)*?
4. Apa saja peluang yang di dapatkan oleh pegadaian dari penerapan strategi promosi yang di lakukan oleh Departemen Produk Gadai?
5. Apa saja kendala dalam menerapkan strategi promosi untuk peningkatan *Outstanding Loan (OSL)* dimasa pandemi covid-19?

Pengajuan Judul Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALU

الجامعة الإسلامية الحكومية لالو

STATE INSTITUTE FOR ISLAMIC STUDIES PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No 23 Palu Telp. 0451-460798, Fax 0451-460165
Website : www.iainpalu.ac.id email : humas@iainpalu.ac.id

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama	SASIA WARDANI	NIM	183150061
TTL	BULUAI, 31 MARET 2000	Jenis Kelamin	PEREMPUAN
Jurusan	PERBANKAN SYARIAH	Semester	VI (ENAM)
Alamat	JL ANGGREK	HP	0878-1902-6207

5/8/21

Sasia Wardani
PPT: Wardani

Judul

- Judul I
PERAN DEPARTEMEN PRODUK GADAI DALAM MENINGKATKAN
OUTSTANDING LOAN (OSL) DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA PT PEGADAIAN
AREA PALU
- Judul II
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENINGKATAN OUTSTANDING
LOAN (OSL) DIMASA PANDEMI COVID-19 PADA PT PEGADAIAN AREA
PALU
- Judul III
ANALISIS PERKEMBANGAN OUTSTANDING LOAN (OSL) DIMASA PANDEMI
COVID-19 PADA PT PEGADAIAN AREA PALU

Palu, 6 Agustus 2021
Mahasiswa,

Sasia Wardani
SASIA WARDANI
NIM. 183150061

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan

Pembimbing I *Dr. Melkan Mag*

Pembimbing II *Rizki Amalia FAK*

Wakil Dekan
Bidang Akademik
Dan Pengembangan Kelembagaan.

[Signature]
Nidhiyanti, Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D
NIP. 66903011999031005

Ketua Jurusan,

[Signature]
Dr. Melkan, Mag
NIP. 196812311997021010

SK. Pembimbing

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU
NOMOR : 704 TAHUN 2021**

TENTANG

**PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALU
TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

- Membaca** : Surat saudara : **Sasgia Wardani / NIM 18.3.15.0061** mahasiswa jurusan **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu, tentang pembimbingan penulisan skripsi pada program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu dengan judul skripsi : **Peran Departemen Produk Gadai Dalam Meningkatkan OUTSTANDING LOAN (OSL) di Masa Pandemi Covid-19 pada PT Pegadaian Area palu**
- Menimbang** :
- Bahwa untuk kelancaran pelaksanaan pembimbingan skripsi tersebut, dipandang perlu untuk menunjuk dosen pembimbing mahasiswa yang bersangkutan.
 - Bahwa mereka yang namanya tercantum dalam keputusan ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas pembimbingan tersebut.
 - Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana pada huruf a dan b tersebut, dipandang perlu menetapkan Keputusan Dekan dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu.
- Mengingat** :
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Standar Pendidikan Nasional
 - Peraturan Presiden Nomor 51 Tahun 2013 tentang Perubahan STAIN Palu menjadi IAIN Palu;
 - Peraturan Menteri Agama Nomor 92 Tahun 2013 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palu;
 - Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor In.18/R/KP/07.6/73/2014 tentang Pengangkatan Wakil Rektor dan Dekan di Lingkungan IAIN Palu.
 - Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 47 Tahun 2015 tentang Statuta Insitut Agama Islam Negeri Palu


MEMUTUSKAN

- Menetapkan :** KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU TENTANG
PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALU TAHUN
AKADEMIK 2020/2021
- Pertama :** 1. **Dr. Malkan, M.Ag.** (Pembimbing I)
2. **Rizki Amalia, S.Si., M.Ak** (Pembimbing II)
- Kedua :** Pembimbing I bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan substansi/isi skripsi.
Pembimbing II bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan metodologi penulisan skripsi.
- Ketiga :** Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya Keputusan ini, dibebankan pada anggaran DIPA IAIN Palu Tahun Anggaran 2021.
- Keempat :** Jangka waktu penyelesaian skripsi dimaksud selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal ditetapkannya Keputusan ini.
- Kelima :** Segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan Keputusan ini.

SALINAN : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palu
Pada Tanggal : 06 Agustus 2021

Dekan,


Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 1 002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Palu;
2. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu;
3. Dosen Pembimbing yang bersangkutan;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;



Pegadaian

23 Juli 2022

Nomor : e-747/00719.00/2022
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Urgensi : Segera

Kepada Yth.
Dekan Universitas Islam Negeri Datokarama Palu

Hal : **Persetujuan Izin Penelitian**

Memindaklanjuti Surat Kementerian Agama Republik Indonesia Universitas Islam Negeri Datokarama Palu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Nomor : 3256/Un.24/F.V/PP.00.9/072022 Tanggal 21 Juli 2022 Perihal Izin Penelitian. Untuk melaksanakan magang maka disampaikan hal - hal sebagai berikut :

1. Pada prinsipnya kami dapat menyetujui dan memberikan izin kepada Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu untuk melaksanakan penelitian di kantor kami.
2. Pelaksanaan Praktek Izin Penelitian dimulai pada tanggal 23 Juli 2022.
3. Setiap Peserta Peneliti Wajib menggunakan salah satu Produk dari PT. Pegadaian (Persero).
4. Dalam kegiatan di PT. Pegadaian Area Palu tidak boleh di publikasikan dimanapun kecuali hanya untuk kepentingan akademik.
5. Siswa tersebut dalam Pelaksanaan Praktek Izin Penelitian di PT. Pegadaian Area Palu daftar nama terlampir.
6. Diharapkan Mahasiswa magang dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan Covid - 19 untuk menjaga kesehatan badan guna mencegah penyebaran Covid - 19.

Demikian surat persetujuan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

PT Pegadaian



PT PEGADAIAN Kantor Pusat
Jl. Kramat Raya 162 T. +62-21-115 5763 *Hunting*
Jakarta Pusat 10470 F. +62-21-341 4221

www.pegadaian.co.id

SURAT KETERANGAN
275/00719.00/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Maksu
Jabatan : Deputy Bisnis Area Palu
Perusahaan : PT. Pegadaian (Persro)
Alamat : Jl Samratulangi No 61 Sulawesi Tengah – Palu

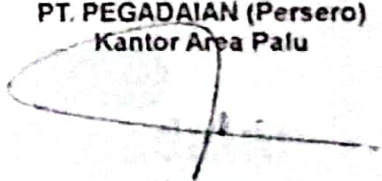
Dengan Ini Menyatakan Bahwa

Nama : Sasgia Wardani
NIM : 18.3.15.0061
TTL : Bulan, 31 Maret 2000
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Alamat : Jl Angrek Kel Buluri

Adalah benar telah selesai melaksanakan Penelitian pada Kantor PT. Pegadaian (Persero) Area dengan baik Palu yang dilaksanakan pada tanggal 21 Juli 2022 sampai dengan 05 Agustus 2022, sebagaimana surat kami Nomor : e-829/00719.00/2022 tanggal 04 Agustus 2022 penhal Persefujuan Izin Penelitian

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

PT. PEGADAIAN (Persero)
Kantor Area Palu



Maksu
Deputy Bisnis

Tembusan

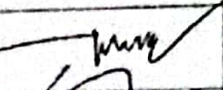

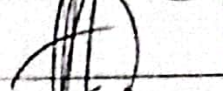
1. Yth Pimpian Wilayah Karwil V Manado di Manado
2. Yth Kepala Departemen OHC Karwil V Manado di Manado
3. Yth Pemimpin Cabang Talise Karwil V Manado di Palu
4. Yth Pemimpin Cabang Palu Timur Karwil V Manado di Palu

PT Pegadaian (Persero) – Kantor Area Palu
Jl. Dr Samratulangi No 61
Palu – Sulawesi Tengah .

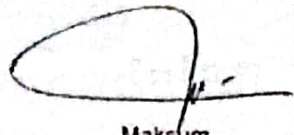
T +62 451 460370
F +62 451 460370

www.pegadaian.co.id

**NARASUMBER
PT. PEGADAIAN (PERSERO) AREA PALU
TAHUN 2022**

NO	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
01	MOH. WIRASTO TUNE	KEPALA DEPARTEMEN PRODUK GADAI	
02	NURMUBIN HUSIN	PEMIMPIN CABANG TALISE	
03	FIRDAUS TONDOK SALASSA	PEMIMPIN CABANG PALU TIMUR	

Palu, 09 November 2022
PT. Pegadaian (Persero)
Kantor Area Palu



Maksum
Deputy Bisnis

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara Bersama Bapak Nur Mubin
Selaku Kepala Pimpinan Cabang Pegadaian
Talise



Wawancara Bersama Bapak Wirasto Tune
Selaku Kepala Departemen Produk Gadai





Wawancara Bersama Bapak Firdaus Tondok

Salassa Selaku Kepala Pimpinan Cabang

Pegadaian Palu Timur



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Diri

Nama : Sasgia Wardani
Tempat Tanggal Lahir : Buluri, 31 Maret 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 23 Tahun
Alamat : Jl. Anggrek Kel. Buluri
Status : Menikah
No. Hp : 082393623906
Nama Ayah : Ruslan Hatjo Yalirante
Nama Ibu : Viva



B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan	Tahun
SD Negeri Buluri	2006- 2012
SMP Negeri 8 Palu	2012- 2015
SMK Alkhairaat Pusat Palu	2015-2018
UIN Datokarama Palu	2018-2023

Palu, 14 Juni 2023 M
25 Dzulqa'dah 1444 H

Penulis

Sasgia Wardani

NIM. 18.3.15.0061