

**SOSIALISASI APLIKASI AGEN
PEGADAIAN DALAM
MENUMBUHKAN MINAT
NASABAH UNTUK BERTRANSAKSI**

**Ni Putu Diah Pradnyasari¹, Ni Luh
Putu Sariyani^{2*}, Ni Nengah Rupadi
Kertiriasih³**

^{1,2,3}Program Studi Manajemen,
Universitas Pendidikan Nasional

Article history

Received : 22 Agustus 2023

Revised : 3 Februari 2023

Accepted : 03 Agustus 2024

Published : 04 Agustus 2024

*Corresponding author

Email : putusariyani@undiknas.ac.id

No. doi:

<https://doi.org/10.24198/sawala.v5i2.49512>

ABSTRAK

PT Pegadaian mendirikan aplikasi agen pegadaian sebagai perpanjangan tangan mereka guna menjawab pertumbuhan aplikasi digital saat ini dan untuk meningkatkan jangkauan Pegadaian kepada nasabah. Melalui ide pembagian biaya, pegadaian bekerjasama dengan masyarakat sebagai agen untuk menangani transaksi produk gadai dan menawarkan aplikasi agen pegadaian. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan agen dalam menggunakan aplikasi agen pegadaian dan meningkatkan pengetahuan agen mengenai fungsi fitur yang terdapat dalam aplikasi untuk menumbuhkan minat nasabah bertansaksi. Metode kegiatan yang digunakan adalah observasi, wawancara, sosialisasi, dan evaluasi. Unit Pegadaian Cabang Pedungan dapat merasakan manfaat dari hasil kegiatan. Hal ini dibuktikan dengan seluruh peserta mengalami peningkatan kemampuan dalam menggunakan aplikasi agen pegadaian dan peningkatan pengetahuan mengenai fungsi fitur yang terdapat dalam aplikasi agen pegadaian. Saran bagi pihak Pegadaian Unit Pembantu Cabang Pedungan agar mengadakan sosialisasi secara rutin terkait aplikasi agen pegadaian.

Kata kunci: Aplikasi, Agen Pegadaian, Perusahaan, Nasabah, Sosialisasi

ABSTRACT

PT Pegadaian established the Pawnshop Agent application as an extension of their hand to answer the current growth of digital applications and to increase the reach of Pegadaian to customers. Through cost sharing, pawnshops collaborate with the community as agents to handle pawn product transactions and offer pawnshop agent applications. This activity aims to improve the ability of agents to use the pawnshop agent application and increase agent knowledge about the function of the features contained in the application to foster customer interest in transactions. The activity methods used are observation, interviews, socialization, and evaluation. The Pedungan Branch Pawnshop Unit can benefit from the results of the activity. This is evidenced by the fact that all participants have improved their ability to use the pawnshop agent application and increased knowledge about the function of the features contained in the pawnshop agent application. Suggestions for the Pedungan Branch Auxiliary Unit to hold regular socialization related to the pawnshop agent application.

Key word: Application, Pawn Agent, Company, Customer, Socialization

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, aplikasi mobile sangat penting untuk membantu pengguna dalam menjalankan pekerjaannya, khususnya di bidang informasi. Perangkat lunak yang dirancang untuk melakukan tugas-tugas yang selaras dengan kebutuhan pengguna, kegunaan, dan kategori aplikasi disebut aplikasi. Kemajuan teknologi saat ini memiliki kekuatan untuk mengubah norma dan perilaku masyarakat. Preferensi masyarakat modern adalah melakukan semua bisnis dan aktivitas secara online (Putri & Supriadi, 2022). Karena mereka menganggap ini sangat sederhana dan berguna. Misalnya, menyelesaikan pembayaran, berkomunikasi, membeli, dan tugas lainnya secara online. Ketika perilaku konsumen berubah, bisnis harus siap untuk beradaptasi dan menyesuaikan pendekatan daya tarik pelanggan mereka (Sukmawati & Negara, 2023).

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, bisnis dapat menggunakan teknologi digital untuk menghemat biaya saat membuka cabang baru. Menggunakan teknologi digital di dalam organisasi dapat menghemat biaya karena dapat mengurangi kebutuhan fisik untuk operasi (Adha & Kusuma, 2020). sehingga dapat meningkatkan pendapatan usaha. Namun, tidak semua klien sekarang mengetahui penawaran digital perusahaan. Ini dapat terjadi sebagai akibat dari bisnis yang tidak mempromosikan dan berinteraksi dengan konsumen tentang penawaran digital mereka dengan benar. Karena perubahan yang dibawa oleh kemajuan teknologi ini, banyak ritel sekarang dilakukan secara online (Republika, 2018).

Pegadaian merupakan badan usaha milik negara yang bergerak sebagai lembaga keuangan bukan bank. Tiga area bisnisnya meliputi pinjaman, emas, dan layanan lainnya. PT Pegadaian mendirikan aplikasi agen pegadaian sebagai perpanjangan tangan mereka guna menjawab pertumbuhan aplikasi digital saat ini dan untuk meningkatkan jangkauan Pegadaian kepada nasabah. Melalui ide pembagian biaya, pegadaian bekerjasama dengan masyarakat sebagai agen untuk menangani transaksi produk

gadai dan menawarkan aplikasi agen pegadaian. Salah satu layanan yang ditawarkan pegadaian kepada nasabahnya adalah Agen Pegadaian yang berfungsi sebagai uluran tangan pegadaian kepada nasabah untuk membantu dalam bertransaksi (Sahabat.pegadaian.co.id, 2022).

Pihak Pegadaian tidak banyak memaksakan kriteria yang memberatkan bagi para pelanggannya yang ingin mendaftar. Nasabah diwajibkan untuk mengunduh aplikasi agen pegadaian sebagai syarat untuk mendaftar sebagai agen pegadaian (Sahabat.pegadaian.co.id, 2022). Agen pegadaian menawarkan beberapa keuntungan, termasuk kemampuan untuk membagi biaya, membangun kepercayaan publik, menarik lebih banyak klien, dan menyederhanakan promosi produk (Pegadaian.co.id, 2023). Agen pegadaian dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori: agen pemasaran, agen pembayaran, dan agen gadai (Sriyani, 2019). Masing-masing dari ketiga agen tersebut memiliki serangkaian manfaat yang unik. Keuntungan yang dinikmati agen pemasaran antara lain pendapatan administrasi, *success fee*, uang dari memulai rekening tabungan emas, *top-up* tabungan emas, dan biaya dari transaksi *payment point*. Agen pembayaran adalah agen yang mendapatkan keuntungan dari pendapatan administrasi, *success fee*, *fee* pembukaan rekening tabungan emas, pendapatan *top up*, dan transaksi *payment point*. Agen gadai memperoleh keuntungan dari beberapa hal, antara lain pembagian sewa modal, pendapatan dari transaksi *payment point*, tunjangan administrasi, serta biaya isi ulang tabungan emas (Fallahnda, 2020).

Pegadaian Cabang Sesean I menugaskan Unit Pembantu Pegadaian Cabang Pedungan untuk mencapai 15 agen pegadaian setiap tahun. Namun, data yang dikumpulkan selama praktik kerja lapangan menunjukkan bahwa dari bulan April hingga Juni 2023, terdapat 12 agen pegadaian yang terdaftar, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 1 di bawah ini.

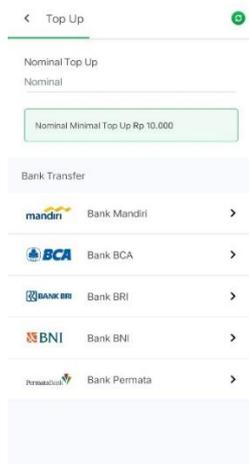
Tabel 1 Jumlah Agen Pegadaian yang terdaftar pada aplikasi agen pegadaian di Pegadaian Unit Pembantu Cabang Pedungan

TAHUN	BULAN	JUMLAH
2023	APRIL	3 orang
2023	MEI	7 orang
2023	JUNI	2 orang

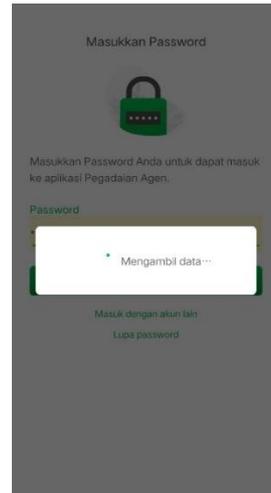
Sumber : Pegadaian Unit Pembantu Cabang Pedungan

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah agen pegadaian yang terdaftar pada aplikasi agen pegadaian setiap bulan jumlahnya berbeda-beda. Pada bulan April 3 orang, bulan Mei 7 orang, dan bulan Juni 2 orang.

Adapun sebagian kekurangan dari aplikasi agen pegadaian adalah aplikasi agen pegadaian hanya dapat diunduh pada device android, terbatasnya metode pembayaran yang tersedia, dan beberapa nasabah melakukan login sering kali complain karena aplikasi berjalan sangat lambat.



Gambar 1. Metode pembayaran yang tersedia pada aplikasi agen pegadaian
Sumber : Aplikasi Agen Pegadaian



Gambar 2. Aplikasi berjalan lambat saat agen melakukan login
Sumber : Aplikasi Agen Pegadaian

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran seluler adalah cabang pemasaran yang relatif baru, mengacu pada komunikasi pemasaran dua arah antara perusahaan dan pelanggan yang berlangsung melalui perangkat seluler. Contohnya seperti Situs web, aplikasi, dan konten disesuaikan untuk perangkat seluler (Bala & Verma, 2018). Pemasaran yang dilakukan dalam media daring sejalan dengan semakin populernya penggunaan internet (Buchari & Darmawan, 2020). Kapasitas digitalisasi untuk meningkatkan akses informasi dan mengurangi biaya pemeliharaan dan ruang penyimpanan menjadi alasan daya tariknya (Cendikia et al., 2023).

Menurut Pane, et al (2020) Aplikasi adalah program atau perangkat lunak komputer yang berjalan pada platform tertentu dan dirancang untuk menjalankan instruksi tertentu. Kata "aplikasi" sendiri berasal dari kata bahasa Inggris "application", yang berarti "menggunakan" Aplikasi, secara literal, adalah program yang dirancang untuk menjalankan fungsi tertentu.

Gagasan layanan online dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, gagasan E-Service merupakan aplikasi perintis yang dapat diperluas ke bidang lain (Mala, 2021). Jejaring sosial adalah alat yang berguna untuk layanan pelanggan dalam menemukan dan

menangani masalah dan keluhan dari pelanggan (Dewi et al., 2022). Menurut Fitriani (2018), Penyampaian informasi melalui perantara teknologi informasi dikenal dengan istilah e-service. Layanan pembelian e-Tailing eceran, bantuan pelanggan, dan layanan lainnya membentuk Layanan elektronik ini.

Menurut Chesanti & Setyorini (2018), Karena layanan elektronik sering dikaitkan dengan sektor bisnis, mereka adalah masalah rumit yang dapat dipahami sebagai perdagangan elektronik berbasis bisnis elektronik melalui jaringan publik dan swasta, seperti belanja *online*, perbankan *online*, atau jurnalisme *online*.

METODE

Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat berupa Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini dilakukan di Pegadaian Unit Pembantu Cabang Pedungan. Target peserta dari kegiatan ini adalah 5 orang nasabah. Kegiatan sosialisasi dilakukan secara bertahap selama 3 hari. Metode yang digunakan dalam program kerja pada kegiatan PKL ini adalah observasi, wawancara, sosialisasi, dan evaluasi seperti yang ditunjukkan pada diagram alur di bawah ini, disusun menjadi tiga langkah untuk dieksekusi.



Gambar 3. Diagram Alur Kegiatan

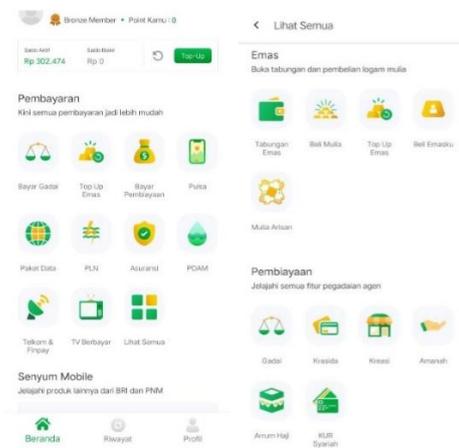
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan ini adalah terciptanya peningkatan kemampuan dan pengetahuan terhadap penggunaan aplikasi agen pegadaian kepada nasabah. Ada tiga langkah yang terlibat dalam mencapai hasil kegiatan, dan mereka adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pendahuluan

(1) Melakukan Observasi

Sebelum memutuskan agenda yang akan dilaksanakan di Pegadaian Cabang Pedungan, penulis melakukan observasi secara langsung pada aplikasi agen pegadaian. Kegiatan ini berlangsung pada tanggal 12 Juni 2023. Untuk menyelesaikan tugas ini dilakukan kunjungan ke tempat pkl guna mengetahui potensi perusahaan sekaligus tantangannya. Pengamatan ini sangat penting dilakukan agar program kerja yang dibuat memperhatikan permasalahan yang dihadapi UPT Pegadaian Cabang Pedungan.



Gambar 4. Melakukan observasi pada aplikasi agen pegadaian

(2) Melakukan Wawancara

Pelanggan diwawancarai untuk tujuan ini. Kegiatan ini berlangsung pada tanggal 15 Juni 2023. Tujuan dilakukannya kegiatan wawancara ini adalah untuk mengetahui lebih jauh tentang permasalahan yang dihadapi perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan manajemen pemasaran. Wawancara dilakukan kepada nasabah mengenai penggunaan aplikasi agen pegadaian dan

fitur-fitur yang ada pada aplikasi pegadaian.



Gambar 5. Melakukan wawancara kepada nasabah

2. Tahap Pelaksanaan

(1) Memberikan sosialisasi

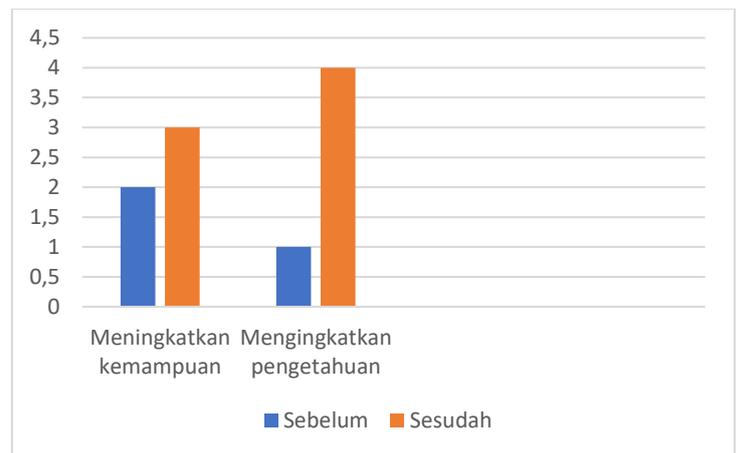
Aufa & Surur (2020) mengungkapkan bahwa sosialisasi sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi bagaimana proses di masyarakat berlangsung baik itu dari teman sebaya, teman kerja kerabat maupun media massa. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan pada tanggal 26 Juli, 28 Juli dan 31 Juli 2023. Adapun materi yang diberikan yaitu mengenai penggunaan aplikasi agen pegadaian, fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi agen pegadaian, kelebihan dan manfaat menggunakan aplikasi agen pegadaian.



Gambar 6. Melakukan sosialisasi kepada nasabah

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi pada 17 Agustus 2023. Pelanggan yang mengikuti acara sosialisasi diberikan kuesioner pre dan post test selama tahap penilaian, seperti grafik yang disajikan berikut ini.



Gambar 7. Grafik hasil kuesioner sebelum dan setelah disebarkan kepada nasabah

Berdasarkan gambar grafik diatas terlihat perubahan sebelum dan sesudah dilaksanakan kegiatan sosialisasi. Sebelum melakukan sosialisasi terdapat 2 orang agen yang memiliki kemampuan dalam menggunakan aplikasi agen pegadaian dan 1 orang agen memiliki pengetahuan mengenai aplikasi agen pegadaian. Setelah sosialisasi terdapat 3 orang agen yang memiliki peningkatan kemampuan dalam menggunakan aplikasi agen pegadaian dan 4 orang agen memiliki peningkatan pengetahuan mengenai aplikasi agen pegadaian.

Hasil dari pembahasan diatas menunjukkan peningkatan terhadap kemampuan dalam menggunakan aplikasi agen pegadaian seperti melakukan proses transaksi, administrasi, input data dan update data nasabah serta mengecek histori transaksi. Selain itu, hasil juga menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta mengenai fungsi fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi agen pegadaian dalam menumbuhkan minat nasabah untuk bertransaksi.

PENUTUP

PT Pegadaian telah meluncurkan aplikasi Agen Pegadaian sebagai perluasan layanannya untuk menjawab pertumbuhan aplikasi digital saat ini dan untuk meningkatkan akses ke konsumen. Aplikasi Agen Pegadaian berperan sebagai mitra bagi Pegadaian, di mana mereka bekerja sama dengan masyarakat sebagai agen yang memfasilitasi transaksi gadai untuk masyarakat dengan konsep pembagian keuntungan. Namun, Kurangnya pengetahuan nasabah mengenai aplikasi agen pegadaian, sangat penting bagi pihak pegadaian untuk melakukan sosialisasi kepada nasabah. Sosialisasi memainkan peran penting karena memengaruhi dinamika dalam masyarakat, baik di antara teman sebaya, rekan kerja, anggota keluarga, maupun media massa.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, L. H., Asyhadie, Z., & Kusuma, R. (2020). Digitalisasi Industri Dan Pengaruhnya Terhadap Ketenagakerjaan Dan Hubungan Kerja Di Indonesia. *Journal Kompilasi Hukum*, 5(2), 268–298. <https://doi.org/10.29303/jkh.v5i2.49>
- Aufa, A., & Surur, A. M. (2020). Efektivitas Sosialisasi Sebagai Penarik Minat nasabah Perbankan Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi PROGRESSIO*, 1(2), 82–88.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321–339.
- Buchari, Rd. A., & Darmawan, I. (2020). Peningkatan Potensi Kewirausahaan Produk Lokal Melalui Pemasaran Digital Desa Cikeruh Jatinangor. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 51–58. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26592>
- Cendikia, F., Qolby, W., Larasinta, D., Lesmana, A. C., & Nugraha, A. M. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Digitalisasi Informasi dan Branding Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Bayum. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 4(1), 24–32. <https://doi.org/10.24198/sawala.v4i1.44514>
- Chesanti, P. C., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(1), 10–17. <https://doi.org/10.17509/jpp.v18i1.11064>
- Dewi, N. K. I. M., Sariyani, N. L. P., & Sukarnasih, D. M. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi Sebagai Penunjang Kegiatan Pemasaran PT Sacco Indonesia atau Massimo Restaurant Sanur dalam PPKM di Wilayah Bali. *JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian Dan Penerapan IPTEK)*, 6(1), 35–42. <https://doi.org/10.31284/j.jpp-iptek.2022.v6i1.1968>
- Fallahnda, B. (2020). *Cara, Syarat dan Prosedur Menjadi Agen Pegadaian*. TirtolId. <https://tirtol.id/cara-syarat-dan-prosedur-menjadi-agen-pegadaian-fPaV>
- Fitriani, A. (2018). *Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna E-Commerce C2C Shopee)*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Mala, I. K. (2021). E-Government: Efektivitas Pelayanan Aplikasi Pegadaian Digital Service Syariah Di Pegadaian Cabang Malang. *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 154–166. <https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1459>
- Pane, S.F., Zamzam, M., & Fadillah, M. D. (2020). *Membangun Aplikasi Peminjaman Jurnal Menggunakan*

- Aplikasi Oracle Apex Online*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
Pegadaian.co.id. (2023). *Sejarah Pegadaian*.
<https://www.pegadaian.co.id/profile/sejarah-pegadaian>
- Putri P, P. S., & Supriadi, Y. (2022). Penerapan Sistem Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Memudahkan Nasabah Bertransaksi Pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Pagelaran. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 29–34.
<https://doi.org/10.37641/jikes.v2i1.1378>
- Republika. (2018). *Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Bisnis Ritel*.
<https://republika.co.id/berita/phh2ve216/pemanfaatan-teknologi-digital-dalam-bisnis-ritel>
- Sahabat.pegadaian.co.id. (2022). *Sahabat Pegadaian*.
<https://sahabat.pegadaian.co.id/agen-pegadaian>
- Sriyani, F. (2019). *Mekanisme Aplikasi Agen Pegadaian Syariah Pada Cabang Pegadaian Syariah Banda Aceh*. Universitas Islam Negeri AR-RANIRY.
<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15643/>
- Sukmawati, M. D., & Negara, G. N. J. A. (2023). Analisis Pengaruh Aplikasi Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, Dan Sosial Humaniora (SINTESA)*, 5, 267–272.