

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI KREDIT UNTUK MENUNJANG  
PENINGKATAN OSL PADA PT. PEGADAIAN DALAM MENGHADAPI ERA  
COVID-19**



Oleh  
**Tifena Santi Putri Sitanggang**  
**1915713124**

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS**  
**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**  
**POLITEKNIK NEGERI BALI**  
**BADUNG**  
**2022**

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI KREDIT UNTUK MENUNJANG  
PENINGKATAN OSL PADA PT. PEGADAIAN DALAM MENGHADAPI ERA  
COVID-19**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Oleh**

**Tifena Santi Putri Sitanggang**

**1915713124**

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS**

**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**

**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**BADUNG**

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Trifena Santi Putri Sitanggang

NIM : 1915713124

Prodi/Jurusan : Administrasi Bisnis/Administrasi Niaga

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir saya dengan judul:

**“Penerapan Strategi Promosi Kredit Untuk Menunjang Peningkatan OSL  
(Out Standing Loan) Pada PT. Pegadaian Dalam Menghadapi Era Covid-19”**

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Tugas Akhir ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BANGALAYA

Badung, 15 September 2022

Yang menyatakan,



Trifena Santi Putri Sitanggang

NIM. 1915713124

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

1. Judul Tugas Akhir : "Penerapan Strategi Promosi Kredit Untuk Menunjang Peningkatan OSL (Out Standing Loan) Pada PT. Pegadaian Dalam Menghadapi Era Covid-19"

2. Penulis

a. Nama : Trifena Santi Putri Sitanggang

b. NIM : 1915713124

3. Jurusan : Administrasi Niaga

4. Program Studi : Administrasi Bisnis

Badung, 05 September 2022

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Dra. Ni Luh Putu Inten Rumini,  
M.Ag.  
NIP. 196210101989112001

  
Made Ayu Jayanti Prita Utami,  
S.S.T.Ak.,M.Si.  
NIP. 196312311989031023

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Penerapan Strategi Promosi Kredit Untuk Menunjang Peningkatan OSK  
Pada PT. Pegadaian Dalam Menghadapi Era Covid-19

Oleh:

Trifena Santi Putri Sitanggang

NIM. 1915713124

Disahkan Oleh:

Ketua Penguji



Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak.,M.Si.

NIP. 196312311989031023

Penguji I



Drs. I Ketut Pasek, M.AB  
NIP. 195912311989031012

Penguji II



Dr. I Ketut Santra, M.Si  
NIP. 196710211992031002

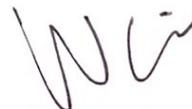
Mengetahui,  
Jurusan Administrasi Niaga

Ketua



Dr. I Ketut Santra, M.Si  
NIP. 196710211992031002

Badung, 05 September 2022  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Ketua,



I Made Widiantra, S.Psi.,M.Si.  
NIP. 197902182003121002

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Penerapan Strategi Promosi Kredit Untuk Menunjang Peningkatan OSL Pada PT. Pegadaian Dalam Menghadapi Era Covid-19”.

Adapun tujuandari pembuatan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu syarat guna memperoleh Ijazah Diploma III Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali. Dalam Penyusunan Tugas Akhir ini penulis dibantu oleh berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih atas dukungannya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan fasilitas dalam kegiatan belajar di Politeknik Negeri Bali.
2. Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang sudah mengizinkan penulis melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan.
3. Bapak I Made Widiantara, S.Psi, M.Si, selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis yang sudah memberikan support penulis dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan ini.
4. bu Dra. Ni Luh Putu Inten Rumini, M.Agb. selaku Dosen Pembimbing Praktek Kerja Lapangan dan sekaligus Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberi pengarahan dan bimbingan

selama penyusunan tugasakhir ini.

5. Ibu Made Ayu Jayanti Prita Utami,S.S.T.Ak.,M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberi pengarahan dan bimbinganselama penyusunan tugas akhir ini selama penyusunan.
6. Seluruh Dosen Politeknik Negeri Bali, khususnya jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan dorongan selama penulis mengikuti perkuliahan di Politeknik Negeri Bali.
7. Bapak Achamd Suryawan, selaku Pimpinan dari PT. Pegadaian Cabang Tabanan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat melaksanakan Praktek Kerja Lapangandi PT. Pegadaian CabangTabanan.
8. Kedua orang tua, adik, suami, serta anak yang selalu mendukung dan memberi semangat penulis serta mendoakan penulis agar tetap semangat dan tidak putus asa dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Seluruh kariawan PT. Pegadaian Cabang Tabanan yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan senantiasa membantu keseharian penulis dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan serta kesediaanya dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan penyusunan Tugas Akhir ini.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari masihbanyak kekurangan dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis

harapkan demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Besar harapan penulis semoga Tugas Akhir ini bermanfaat dan memberikan sumbangan pikiran bagi semua pihak guna menambah pengetahuan. Akhir kata penulismengucapkan terima kasih.

Badung,19 Agustus 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pokok Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Metode Penelitian .....	7
1. Lokasi Penelitian.....	7
2. Objek Penelitian.....	7
3. Data Penelitian .....	7
4. Teknik Pengumpulan Data.....	10
BAB II LANDASAN TEORI .....	14
A. Pengertian Strategi .....	14
B. Pengertian Promosi .....	16
C. Pengertian OSL .....	19
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	20
A. Sejarah Perusahaan .....	20
B. Produk-Produk Pt Pegadaian (Persero) Cabang Tabanan..	23
C. Struktur Organisasi Dan Uraian Jabatan.....	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Kebijakan Perusahaan .....	35
B. Penerapan Dan Interpretasi Data.....	41
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	47
A. Simpulan.....	47
B. Saran .....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo PT. Pegadaian .....	22
Gambar 3.2 Formulir Kredit Cepat Aman (KCA) Bagian Depan.....	24
Gambar 3.3 Formulir Kredit Cepat Aman (KCA) Bagian Belakang.....	24
Gambar 3.4 Struktur Organisasi pada PT. Pegadaian Cabang .....	31
Gambar 4.1 Penerapan Strategi Promosi Kredit Gadai Peduli .....	41
Gambar 4.2 Penerapan Strategi Promosi Kredit Gebyar Merdeka .....	44
Gambar 4.3 Pendapatan Usaha PT. Pegadaian.....	46

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Gadai KCA.....	4
--------------------------------	---

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara .....	56
Lampiran 2 Tabel Pencairan PT. Pegadaian Tahun 2018 - 2022 .....	59

**PENERAPAN STRATEGI PROMOSI KREDIT UNTUK MENUNJANG  
PENINGKATAN OSL PADA PT. PEGADAIAN DALAM MENGHADAPI  
ERA COVID-19**

**ABSTRAK**

**Tifena Santi Putri Sitanggung**

PT. Pegadaian merupakan salah satu perusahaan BUMN bukan bank yang memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan ciri khusus yaitu, secara hukum gadai. Pada dasarnya transaksi pembiayaan yang dilakukan oleh pegadaian sama dengan prinsip pinjaman melalui Lembaga perbankan, namun membedakannya adalah dasar hukum yang digunakan yaitu hukum gadai. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber data melalui data primer yaitu data peningkatan OSL dan data sekunder yaitu data kenaikan omset. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program gadai peduli belum mencapai target ketetapan perusahaan, selanjutnya dalam program perpanjangan masa angsuran kredit masih banyak nasabah yang terlalu lalai dalam pembayaran sehingga menjadikan pembayaran menumpuk. Dalam program gebyar merdeka masih kurangnya promosi yang dilakukan sehingga nasabah kurang mengetahui program tersebut. Dan dalam pelaksanaan program CSR itu sudah sesuai aturan sebagaimana mestinya.

Keyword : Strategi Promosi, PT. Pegadaian

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

PT. Pegadaian merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa keuangan yang berfokus membantu masyarakat yang membutuhkan pendanaan dengan cara menggadaikan berbagai barang berharga dan surat- surat berharga lainnya.

Pegadaian adalah suatu lembaga keuangan bukan bank yang memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan ciri

khusus, yaitu secara hukum gadai. Pegadaian merupakan lembaga yang menjalankan usaha gadai. Usaha gadai adalah aktivitas menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak pegadaian, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang sudah dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga pegadaian (Bustari, dkk, 2016)

Secara umum, ciri-ciri usaha gadai adalah terdapat barang- barang berharga yang digadaikan, nilai jumlah pinjaman tergantung nilai barang yang digadaikan, serta barang yang digadaikan dapat ditebus kembali. Sementara itu, tujuan utama lembaga pegadaian adalah membantu masyarakat yang membutuhkan uang dengan cara menyediakan prosedur peminjaman uang yang mudah dan cepat sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku.

Pegadaian memiliki berbagai macam produk yang disediakan seperti Kredit Cepat Aman (KCA), Krasida (Kredit Angsuran Sistem Gadai), Kreasi (Kredit Angsuran Sistem Fidusial), Mulia, Tabungan Emas, MPO (Multi Payment Online), Jasa Titipan, Galeri 24 (Toko Emas Pegadaian). Dalam buku Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya (2018) karya Kasmir, dijelaskan beberapa usaha lain yang dilakukan oleh Pegadaian yaitu, melayani jasa taksiran, melayani jasa titip barang, memberikan kredit untuk kariawannya, ikut serta dalam usaha tertentu bekerja sama dengan pihak ketiga.

Salah satu produk utama pegadaian yang banyak diminati

oleh masyarakat yaitu Gadai KCA (Kredit Cepat Aman). KCA ini merupakan pinjaman dana yang disalurkan ke masyarakat dengan cara membawa agunan berupa perhiasan emas, emas batangan, mobil, sepeda motor, laptop, handphone, dan barang elektronik lainnya. Melalui produk gadai KCA ini masyarakat bisa mendapatkan pinjaman dari Rp. 50.000,- hingga Rp. 500.000.000,- dengan tarif bunga yang bervariasi per 15 hari dilakukan secara angsurandalam jangka waktu maksimal 4 bulan dan dapat diperpanjang. Tarif bunga/sewa modal yang ditetapkan berbeda-beda tergantung barang yang dijaminkan. Kepentingan ekonomi tersebut biasanya digunakan untuk kebutuhan yang mendesak, atau modal usaha.

Kondisi ketidakpastian ekonomi yang melanda beberapa tahun ini yang disebabkan oleh virus Covid-19 menyebabkan meningkatnya jumlah penyaluran kredit atau omzet. Omzet dapat diartikan sebagai ukuran keberhasilan perusahaan yang bersangkutan, apakah semakin maju atau berkembang, jika semakin menurun omzetnya, maka cabang atau perusahaan tersebut tidak akan mencapai sasaran atau misinya. Dalam hal ini, pegadaian berkesempatan mengambil peluang - peluang yang ada, guna meningkatkan jumlah penyaluran kredit (omzet). Upaya - upaya yang dilakukan adalah menggarap potensi pangsa pasar baru dan menaikkan standar taksiran.

Dalam menyalurkan kreditnya PT. Pegadaian tidak lepas dari

keterkaitannya pada OSL (Out Standing Loan).OSL adalah saldo uang pinjaman pegadaian KCA per tanggal laporan tertentu. Nilai OSL cenderung stabil, karena jumlahnya akan naik ketika penyaluran kredit terlaksana, dan akan berkurang seiring pelunasan pinjaman oleh nasabah. Semakin banyak Perusahaan ini mengeluarkan kredit maka semakin besar peningkatan OSL nya. Apabila masyarakat atau konsumen yang menggunakan produk gadai KCA ini tidak bisa melunasi atau membayar bunga dari barang gadainya selama 4 bulan, maka akan masuk ke dalam daftar BarangJaminan Dalam Proses Lelang (BJDPL).

Tabel 1.1 Tabel Gadai KCA

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b>Produk</b>	<b>Realisasi (Dalam Rupiah)</b>
1	2018	KCA	17.604.720.000
2	2019	KCA	18.529.620.000
3	2020	KCA	24.511.720.000
4	2021	KCA	25.337.550.000

Sumber : Annual report PT. Pegadaian tahun 2018 - 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat peningkatan OSL secara signifikan dari tahun ke tahun. Pinjaman kredit yang disalurkan PT. Pegadaian dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 dalam skala nasional, selalu mengalami peningkatan, hal ini menunjukkan bahwa peranan pegadaian cukup dominan dan sangat diperlukan masyarakat sebagai salah satu sumber pendanaan

. Tingginya tingkat persaingan antar instansi pemberi pinjaman kredit menuntut perusahaan untuk menyikapi pola preferensi konsumen yang cenderung berubah. Marketing berperan untuk membentuk, mengembangkan, mengarahkan pertukaran yang saling menguntungkan dalam jangka panjang antara produsen dan konsumen atau pemakai. Salah satu bidang dari strategi bisnis, marketing merupakan tindakan penyesuaian suatu organisasi yang berorientasi pasar, baik dalam lingkungan internal maupun lingkungan eksternal yang terus berkembang. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat harus dirancang dan dilaksanakan, untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam mencapai tujuan perusahaan, serta untuk dapat tetap bertahan. Mengingat masih adanya peluang bagi PT. Pegadaian untuk bersaing dengan instansi pinjaman lain, maka penting bagi perusahaan PT. Pegadaian untuk melakukan promosi untuk menarik nasabah agar terus menerus menggunakan produk dan jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dengan menggunakan promosi, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah dan jumlah kredit yang diberikan.

## **B. Pokok Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pokok permasalahan penelitian ini adalah :

Bagaimana penerapan strategi promosi kredit untuk

menunjang peningkatan OSL pada PT. Pegadaian dalam menghadapi tantangan era Covid-19 ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui penerapan promosi kredit untuk menunjang peningkatan OSL pada PT. Pegadaian dalam menghadapi era Covid-19

### **D. Manfaat Penulisan Tugas Akhir**

#### **1. Bagi Mahasiswa**

Untuk memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar Diploma III Jurusan Administrasi Niaga Program Studi D3 Administrasi Bisnis. Menerapkan ilmu yang sudah diperoleh di bangku kuliah. Kemudian mempraktekannya di dunia industri. Menambah wawasan serta pengalaman agar nanti nyasiap terjun ke dunia industri secara nyata dan bagaimana menggunakan strategi yang baik dan benar.

#### **2. Bagi Politeknik Negeri Bali**

Meningkatkan proses belajar mengajar dan juga sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan.

#### **3. Bagi Perusahaan**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan

masukan-masukan pemikiran sebagai pertimbangan oleh perusahaan dalam mengambil keputusan untuk perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan dalam menghadapi berbagai macam masalah dimasa mendatang, sehingga perusahaan mampu meminimalkan permasalahan yang mungkin timbul dan bahkan menyempurnakan sistem manajemen yang ada.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian terletak di Kantor Pegadaian Cabang Tabanan, di Jln. P. Seribu No.18, Dauh Peken, Kec. Tabanan, Kabupaten Tabanan, Bali 82111

### **2. Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah bagaimana penerapan promosi yang digunakan oleh PT. Pegadaian dalam menghadapi tantangan era Covid-19

### **3. Data Penelitian**

#### **a. Jenis Data**

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. (Denzin, 2013)

Sedangkan menurut Afrizal (2016: 13) menyatakan bahwa

penelitian kualitatif adalah metode penelitian Ilmu-ilmu Sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta penelitian tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengumpulkan dan menganalisis data dengan latar ilmiah serta tidak berusaha menghitung data atau tidak menganalisis angka. Pengumpulan data yang penulis gunakan untuk penerapan strategi promosi kredit untuk menunjang peningkatan OSL pada PT. Pegadaian dalam menghadapi tantangan era Covid-19 yang menggunakan data kualitatif.

b. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh (Suharsimi, 2013) Sedangkan menurut Nur (2013) sumber data merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data disamping jenis data yang telah dibuat dimuka.

Maka dapat disimpulkan bahwa sumber data adalah faktor yang paling penting dalam penentuan metode pengumpulan

data untuk mengetahui darimana subjek data tersebut diperoleh.

Sumber data itu sendiri terdiri dari :

#### 1) Data Primer

Menurut Husein (2013:42) “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”. Sedangkan menurut Nur (2013:142) “Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara)”.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah OSL pada PT. Pegadaian pada tahun 2018-2021 dan data pendapatan usaha tahun 2018-2021.

#### 2) Data Sekunder

Menurut Husein (2013:42) “Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram- diagram”. Sedangkan menurut Nur (2013:143) “Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang

diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain)”.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah tabel kenaikan aset dan omset pada tahun 2019 dan 2021.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1) Observasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut (Sugiyono, 2018:487). Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui apasaja penerapan strategi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Cabang Tabanan untuk meningkatkan OSL pada era Covid-19.

##### **2) Wawancara**

Wawancara bebas terpimpin adalah wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas

namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat. Pertanyaan akan berkembang pada saat melakukan wawancara. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian (Arikunto, 2016:199). Dalam wawancara ini penulis dibantu oleh Pemimpin PT. Pegadaian Cabang Tabanan, serta beberapa staf, seperti penafsir dan kasir.

### 3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi atau wawancara akan lebih dapat dipercaya atau mempunyai kredibilitas yang tinggi jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis (Sugiyono, 2018:476).

Dokumen yang penulis gunakan dalam penelitian ini seperti data OSL, pencairan logam mulia dan krasida. Karena hasil penelitian observasi dan wawancara akan lebih dapat dipercaya bila didukung oleh adanya suatu dokumen.

## 2. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara,

gadai tanpa bunga untuk pinjaman dibawah Rp. 1.000.000 dan yang lainnya, yang akan dibahas pada pembahasan nanti.

b) Penyajian Data

Setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, flowchart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2018:249). Pada penelitian ini dapat dilihat bahwa penyajian data terhadap kenaikan OSL dalam bentuk table dilampirkan. Seperti tabel data OSL, tabel pencairan Logam Mulia, tabel pencairan krasida, dan table pencairan amanah.

c) Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang

dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Penarikan kesimpulan nantinya akan menjawab bagaimana penerapan strategi promosi kredit untuk peningkatan OSK pada PT. Pegadaian di era Covid-19 ini

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan pembahasan pada Bab IV, maka penerapan strategi promosi kredit untuk menunjang peningkatan OSL pada PT. Pegadaian dalam menghadapi era Covid-19 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gadai peduli adalah gadai tanpa bunga yang berlaku untuk pinjaman di bawah Rp. 1.000.000,- yang berlaku selama tiga bulan sejak 1 Mei 2020 hingga Desember 2020. Kemudian PT. Pegadaian melakukan perpanjangan hingga 30 Juni 2021. Perpanjangan program ini dilakukan untuk membantu meringankan beban masyarakat yang mengalami kesulitan di

2. tengah pandemi, juga penundaan lelang selama 30 hari.

Persyaratan program 0% bunga ini adalah dalam satu KK (Kartu Keluarga) dan tidak boleh lebih dari satu nasabah penerima. Program ini dapat diakses di seluruh outlet Pegadaian dengan cara menggadaikan barang, dan melampirkan fotokopi KTP, Kartu Keluarga serta mengisi formulir yang sudah disiapkan.

3. Relaksasi perpanjangan masa angsuran kredit

Pegadaian memberikan relaksasi berupa perpanjangan masa angsuran kredit mikro UMKM dan pembebasan denda angsuran. Program ini diterapkan kepada semua nasabah tanpa kecuali, dimaksudkan memberikan kesempatan mengumpulkan dana kepada nasabah untuk bisa melunasi, batas akhir waktu program akan ditetapkan kemudian. Program ini dilaksanakan PT. Pegadaian demi menunjang kesejahteraan nasabah yang terdampak akibat dari Era Covid-19, dimana pendapatan para nasabah yang mungkin tidak sesuai dengan jumlah tanggungan kewajiban mereka, sehingga tidak dapat membayar angsuran tepat waktu.

4. PT Pegadaian memberikan apresiasi kepada masyarakat Indonesia dengan menyelenggarakan Program Gebyar Merdeka pada tahun 2021. Nasabah akan memperoleh promo pengembalian tunai (cashback) sebesar 17% hingga 45% setiap kali bertransaksi. Nasabah cukup bertransaksi produk Pegadaian

seperti Gadai baik Konvensional maupun Syariah dan untuk nasabah yang ingin bertransaksi pembiayaan usaha atau kepemilikan kendaraan bermotor baik kendaraan baru maupun bekas pakai, akan mendapatkan promo pengembalian tunai (cashback) sebesar 1% dari nilai pembiayaan. Program ini dimulai pada tanggal 17 Agustus 2021 sampai 17 September 2021. Masyarakat yang bertransaksi produk gadai di outlet Pegadaian seluruh Indonesia, akan mendapatkan promo menarik. Dengan adanya Program Gebyar Merdeka pada tahun 2021 ini, perseroan berharap seluruh masyarakat Indonesia dapat mewujudkan kemerdekaan finansial dalam rangka pemulihan ekonomi nasional dengan biaya terjangkau dengan proses yang mudah.

#### 5. CSR (Corporate Social Responsibility)

PT. Pegadaian juga menggelar program seperti CSR (Corporate Social Responsibility) berupa penyerahan bantuan tunai, sembako, alat kesehatan, alat pelindung diri untuk petugas kesehatan, mobil ambulans, dan bantuan lain dalam rangka sebagai upaya perusahaan untuk membantu nasabah mereka yang mengalami dampak Covid-19. Dengan melakukan berbagai macam promosi ataupun bantuan seperti ini akan mempererat hubungan antara Perusahaan dengan nasabah atau konsumennya. Sehingga dapat menarik kepercayaan nasabah

dan secara tidak langsung berdampak dengan kenaikan OSLSelama pademi Covid-19.

## **B. Saran**

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang sudah dijelaskan pada Bab IV, maka penulis menyarankan perusahaan yaitu :

PT. Pegadaian Cabang Tabanan agar terus meningkatkan kinerjanya dengan cara melakukan berbagai macam promosi seperti potongan bunga dan perpanjangan kredit khusus bagi mereka yang memiliki usaha kecil atau industri rumahan, sebagai bentuk peduli terhadap para nasabah dalam memulihkan perekonomiannya. Serta ikut berpartisipasi dalam memulihkan ekonomi Bangsa untuk bangkit dari dampak Covid-19.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bustani, Rahmidani. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Dr. Nur Indriantoro, M. A. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Yogyakarta: Bpfe-Yogyakarta. 2016
- Freddy Rangkuti. 2017. *Customer Care Excellent*. Jakarta: GramediaPustakaUtama
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018.
- Keller, Kotler. *Manajemen Marketing*. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Nur, Indriantoro, dan Bambang, Supomo. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE, Yogyakarta.
- Philip, Kotler. *Manajemen Pemasaran, Analisis dan Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- PT Pegadaian*. n.d. <https://pegadaian.co.id/berita/detail/329/dua-tahun-pandemi-nasabah-pegadaian-bertambah-3-juta-orang> (accessed Juni 20, 2022).
- PT Pegadaian*. n.d. <https://sahabatpegadaian.com/artikel/inspirasi/gadai-peduli-pegadaian-solusi-di-tengah-pandemi> (accessed Juni 20, 2022).

*Republika.co.id*. n.d.

<https://www.republika.co.id/berita/r6dvgb457/pegadaian-dan-pemprov-bali-sinergi-bangkitkan-umkm> (accessed Juni 20, 2022).

Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.