AL-DYAS
Jurnal Inovasi dan Pengabdian kepada Masyarakat

p-ISSN : 2964-4992
e-ISSN : 2964-4984

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/aldyas.v3i3.3302

PERAN APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL SERVICE (PDS) DALAM MEMPERMUDAH TRANSAKSI DAN LAYANAN MILENIAL DI PT PEGADAIAN SUMBAWA

The Role of the Pegadaian Digital Service (PDS) Application in Facilitating Transactions and Services for Millennials at PT Pegadaian Sumbawa

Ari Pratama & Vivin Nila Rakhmatullah
Universitas Teknologi Sumbawa
Aripratama1uts@gmail.com; vivin.nila.rakhmatullah@uts.ac.id

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Jun 24, 2024	Jun 27, 2024	Jun 30, 2024	Jul 3, 2024

Abstract

Pegadaian is a state-owned company that has been established since 1905 and is currently 123 years old. This company is one of the most developed companies in Indonesia, including in the city of Sumbawa, West Nusa Tenggara Province. This is indicated by the increasing number of branch offices and UPCs on the island of Sumbawa which are very easy to find. PT. Pegadaian continues to innovate pawn products to attract consumers and increase company profits. In line with this, the number of consumers has also increased drastically because of the various conveniences offered by PT. Pegadaian with the slogan "Solving problems without problems". This research aims to find out the role of the Pegadaian Digital Service (PDS) application in facilitating millennial transactions and services at Pt Pegadaian Sumbawa. This research uses a qualitative descriptive method based on primary and secondary data and uses data collection techniques: observation, interviews, and documentation. Data was analyzed interactively using steps, namely data reduction and data validity. The results of the research show that the role of the Pegadaian Digital Service (PDS) application in

Jurnal Al-DYAS is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

facilitating millennial transactions and services at PT Pegadaian Sumbawa is without effectiveness, weak effectiveness, hidden effectiveness, and premium effectiveness.

Keywords: Pegadaian, Sumbawa, Application, Effectiveness, Digital, Service

Abstrak : PT. Pegadaian merupakan salah satu BUMN yang sudah berdiri sejak tahun 1905 yang saat ini sudah berumur 123 tahun. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan paling berkembang di Indonesia termasuk di kota Sumbawa Provinsi Nusa Tenggara Barat. Hal itu di tandai oleh semakin banyaknya kantor cabang dan UPC di pulau Sumbawa sangat mudah ditemukan. PT. Pegadaian terus melakukan inovasi produk-produk gadai untuk menarik konsumen dan meningkatkan laba perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut jumlah konsumen juga meningkat secara drastis karena berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian dengan slogan "Mengatasi masalah tanpa masalah". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Peran Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Dalam Mempermudah Transaksi Dan Layanan Milenial di PT Pegadaian Sumbawa.. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif berdasarkan data primer dan sekunder serta menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis secara interaktif dengan menggunakan langkah-langkah yaitu reduksi data dan keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peran Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) dalam Mempermudah Transaksi dan Layanan Milenial di PT Pegadaian Sumbawa yaitu Tanpa Efektifitas, Efektifitas Lemah, Efektifitas Tersembunyi dan Efektifitas Premium

Kata Kunci : Pegadaian, Sumbawa, Aplikasi, Efektivitas, Digital , Service

PENDAHULUAN

Pada era digitalisasi, perkembangan teknologi informasi semakin berkembang. Teknologi informasi dapat memberikan berbagai sarana bagi manajemen dalam mengelola bisnis yang ada. Dari waktu kewaktu teknologi informasi mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat pesat dimana manusia di era modern ini dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih. Pada zaman yang semakin modern ini, tidak menutup kemungkinan untuk perubahan kehidupan masa depan manusia yang lebih baik, lebih mudah, lebih cepat dan aman. Kemajuan di bidang teknologi dapat memberikan dampak yang cukup luas. Misalnya dalam berbagai macam aplikasi yang di gunakan disetiap perusahaan. Salah satu dari kemajuan teknologi juga telah merambah ke dalam dunia bisnis suatu perusahaan, instansi maupun organisasi. Saat ini banyak bermunculan berbagai program aplikasi yang menyediakan fitur dalam penyaluran pinjaman kepada masyarakat. Hal ini juga dirasakan dalam dunia bisnis lembaga keuangan non bank yang sangat berperan penting dalam meningkatkan kualitas dan pelayanannya agar tidak tergerus oleh perkembangan zaman yang semakin pesat. Salah satunya adalah lembaga keuangan non bank yaitu PT. Pegadaian.

PT. Pegadaian merupakan salah satu BUMN yang sudah berdiri sejak tahun 1905 yang saat ini sudah berumur 123 tahun. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan paling berkembang di Indonesia termasuk di kota Sumbawa Provinsi Nusa Tenggara Barat. Hal itu di tandai oleh semakin banyaknya kantor cabang dan UPC di pulau Sumbawa sangat mudah ditemukan. PT. Pegadaian terus melakukan inovasi produk-produk gadai untuk menarik konsumen dan meningkatkan laba perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut jumlah konsumen juga meningkat secara drastis karena berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian dengan slogan "Mengatasi masalah tanpa masalah". Sebelum menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS), PT. Pegadaian melakukan pelayanan secara manual dibantu dengan berbagai peralatan seperti komputer. Pelayanan manual seperti ini menyebabkan konsumen menjadi tidak merasa puas terhadap pelayanan manual dikarenakan dari pelayanan manual tersebut mempersulit dalam proses percepatan pelayanan dalam bertransaksi di Pegadaian sehingga tidak efisien dalam percepatan penanganannya..

Pelayanan secara manual membutuhkan banyak waktu, tenaga pegawai dan dokumen tertulis dan membutuhkan banyak proses dan tahapan pemeriksaan validitas data nasabah. Selain itu juga nasabah tidak mengetahui penurunan harga atau kenaikan harga emas setiap harinya. Setiap dokumen harus di periksa secara manual dan juga membutuhkan perbaikan akan membutuhkan waktu yang lebih banyak dan pengulangan proses untuk sebuah kesalahan sederhana dari konsumen. Setelah terbentuknya aplikasi PDS dapat memenuhi kebutuhan dengan cepat dalam menggadaikan barang elektronik, emas maupun barang rumah tangga. Terbentuknya aplikasi PDS proses pengajuan yang mudah. Adapun proses pengajuannya cukup dengan mendownload aplikasi pegadaian digital service melalui aplikasi playstore atau appstore yang kemudian tinggal mengisi data sesuai yang dibutuhkan. Untuk mendapatkan akun premium tinggal mengunjungi dan mengaktifkan ke pegadaian terdekat sehinnga penggunaan transaksi dapat dilakukan hanya menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service

Peìgadaian Digital Service (PDS), memiliki tujuan seperti, memberikan pelayanan kepada nasabah lebih cepat dalam proses bayar dan membayar tanpa harus keoutlet, serta tersedia beberapa macam fitur pembayaran sesuai kebutuhan. Pengadaian digital service terus berkembang dan semakin banyak yang menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service. Hal ini dapat dilihat dari tahun ketahun seperti dibawah ini.

Tahun	Jumlah Keseluruhan Nasabah	Jumlah Nasabah Penggunaan Aplikasi PDS
2021	19.746	4.002
2022	20.910	6.834
2023	22.098	9.544

Sumber: Data MIS Pegeadaian co.id

Dengan aplikasi PDS Pegadaian bertransformasi kearah pelayanan digital yang lebih baik. Dengan jumlah outlet atau unit Pegadaian yang semakin banyak di Kota Sumbawa diharapkan penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) dapat meningkatkan kinerja PT. Pegadaian. Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS), dirancang untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi antara lain: menambah saldo tabungan emas atau top up, menjual atau menggadaikan emasnya.

Pegadaian Digital Serviceì (PDS) makin meningkatkan layanan PT. Pegadaian ini di antaranya adalah nasabah mendapatkan pelayanan lebih cepat yang sejì ajar dengan yang diberikan oleh pelayanan outlet Pegadaian. Aplikasi PDS bermanfaat untuk memperm udah nasabah maupun calon nasabah dalam melakukan cek tagihan pembayaran atau cek tagihan lainnya. Dengan aplikasi PDS, nasabah tidak perlu datang keoutlet untuk melakukan pembayaran, cukup hanya lewat aplikasi saja kemudian dibayarkan sesuai Bank yang sudah ditentukan oleh Pegadaian atau melalui ATM

Kehadiran aplikasi pegadaian digital service yang semakin menguat dikalangan para generasi milenial ataupun zenial dalam penggunaan transaksi. Sehingga proses yang dilakukan sangat mudah karena bisa lebih efektif dan tentunya semakin dekat dengan produk-produk Pegadaian. Dengan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) ini, nasabah tidak perlu datang ke oudan top up. tlet seperti produk tabungan emas, cicil emas serta pembayaran

Dari penjelasan yang telah dikemukakan di atas, maka untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait Peran Aplikasi Pegadaian Digital Service (Pds) Dalam Mempermudah Transaksi Dan Layanan Milenial Di Pt Pegadaian Sumbawa. Tujuan dari penelitin ini adalah adalah untuk mengetahui bagaimana Peran Aplikasi Pegadaian Digital Service (Pds) Dalam Mempermudah Transaksi Dan Layanan Milenial Di Pt Pegadaian Sumbawa.

Kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka penulis menggunakan model SOR (Stimulus, Organism, Respon).

Objek matìrialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen -komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi (Mc.Quail, 2010:466) yaitu:

Menurut model ini, organism meìnghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Asumsi dasar dari model ini adalah: media massa menimbulkan efek yang ter arah, segera dan langsung terhadap komunikan. Stimulus Respon Theory atau SR Theory. Model komunikasi merupakan proses aksi komel ini menunjukan bahwa unikasi. Artinya model ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Teori ini merupakan prinsip yang sederhana dimana efek merupakan reksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian, seorang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audience.

Menurut McQuail, (2010:467) Teori yang melandasi penelitian ini adalah teori SOR (Stimulus, Organism, Respon) yang bereyakinan bahwa penyebab sikap yang dapat berubah tergantung pada kualitas rangsangan yang berkomunikasi dengan organisme. Inti dari teori ini adalah bahwa setiap proses efek media terhadap individu, harus diawali dengan perhatian atau terpaan oleh beberapa pesan media. Hasilnya menjangkau waktu dan membuat suatu perbedaan, seringnya pada orang dalam jumlah banyak. Hal ini menunjukan masyarakat dan para orang tua mendapatkan stimulus yaitu terpaan pesan dari berita-berita penculikan anak, dan kemudian pada jangka waktu tertentu menciptakan suatu perbedaan (pengaruh) terhadap mereka.

METODE

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif (Moloeng, 2007: 4) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif beìrupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Lebih lanjut (Moleong, 2007: 11) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Disini peneliti akan menliti langsung di lokasi penelitiannya. Metode ini digunakan peneliti dengan tujuan agar peneliti lebih mengenal lingkungan penelitian, dan dapat terjun langsung kelapangan untuk menemukan hasil penelitian. Jenis penelitian

kualitatif ini lebih menekankan makna dari para hasil suatu aktifitas, karena dalam melakukan penelitian ini peneliti bukan sebagai orang ahli tetapi orang yang belajar mengenai sesuatu dari subyek penelitian.

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif penelitian ini bertujuan untuk mendskripsikan mengenai peran dari penggunaan aplikasi PDS terhadap efektivitas transaksi dan pelayanan di PT. Pegadaian CP Sumbawa.

Penelitian ini dilakukan dilingkungan Pegadaian CP Sumbawa yang beralamat di Jl. Mangga, No31 Uma Sima, Kec. Sumbawa Kabupaten Sumbawa, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Dalam penelitian ini nasabah yang bertransaksi di PT. Pegadaian CP Sumbawa yang berjumlah 200 orang. Penelitian ini menggunakan teknik purposiv sampling (Sugiyono, 2015) yang dimana menjelaskan bahwasannya pemilihan sampel tidak dilakukan secara random, namun mengambil sampel pemilihan didasari dengan pertimbangan dan tujuan tertentu sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria partisipan dari penelitian ini adalah:

1. Nasabah yang sudah meìmiliki KTP.
2. Bersedia untuk melakukan wawancara.
3. Pengguna aktif aplikasi pegadaian digital service. erasi Milenial mulai dari umur 17 tahun sampai 34 tahun

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dan observasi penulis dengan guru SMA Negeri 1 Alas Barat yang melakukan komunikasi persuasif dan dengan siswa yang menjadi sasaran persuasif. Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari internet, data-data, arsip dan dokumen yang didapatkan dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan dalam menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis Miller dan Huberman. Pada model, reduksi data dan penyajian data memperhatikan hasil data yang dikumpulkan, kemudian proses penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam pengumpulan data peneliti mulai mencari arti benda-benda, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi.

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

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

HASIL

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Pegadaian CP Sumbawa untuk mengetahui tentang Peran Aplikasi Pegadaian Digital Service terhadap Efektifitas Kumudahan Transaksi pada Generasi Milenial di PT. Pegadaian CP Sumbawa. Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan terdapat beberapa jenis yang mempengaruhi efektifitas pada aplikasi PDS, yaitu Tanpa Efektifitas, Efektifitas Lemah, Efeìktifitas Tersembunyi dan Efektifitas Premium.

1. Tanpa Efektifitas

Tanpa efektifitas disini artinya bahwa nasabah milenial PDS yang cenderung tidak ingin menggunakan PDS pada saat melakukan transasksi, mereka justru malah melakukan transaksi dengan cash.

2. Efektifitas Lemah

Pada efektifitas lemah disini, nasabah cenderung melakukan transaksi pembayaran menggunakan PDS karena sudah terbiasa dan mereka merasakan tingkat kepuasan tertentu pada saat melakukan transaksi menggunakan PDS daripada harus datang keoutlet dan membayar dengan cash.

3. Efektifitas Tersembunyi

Dalam efektifitas tersembunyi disini biasanya nasabah melakukan transaksi pembayaran melalui PDS karena pengaruh situasi dan bukan pengaruh sifat yang menentukan pada saat transaksi yang dilakukan berulang kali.

4. Efektifitas Premium

Efektifitas premium ini merupakan salah satu jenis efektifitas yang paling dapat ditingkatkan penggunaannya, karena jenis efektifitas ini paling disukai. Karena pada tingkat prefekuensi paling tinggi. Dan nasabah cenderung meìrasa bangga karena telah menggunakan aplikasi

PDS dalam melakukan transaksi pembayaran. Dan tidak jarang apabila mereka sering berbagi informasi mengenai layanan PDS yang disediakan pada aplikasi Pegadaian kepada teman lainnya. Dalam hal ini dapat kita liat bahwa setiap efektifitas sangat mempengaruhi berjalannya sebuah aplikasi, karena dengan adanya aplikasi maka terciptalah sebuah efektifitas. Adanya aplikasi PDS disini bertujuan untuk mempermudah setiap orang dalam melakukan transaksi, tidak hanya itu aplikasi PDS juga menyediakan pembayaran digital atau emoney dengan menggunakan M-Banking, hal ini dilakukan untuk tidak mempersulit mereka yang menggunakan aplikasi PDS

Dengan demikian mereka dapat memanfaatkan dengan baik aplikasi yang telah disediakan oleh PDS dalam mode pembayaran menggunakan M-Banking. Sehingga dengan begitu maka tercapailah visi dan misi yang diinginkan dan diharapkan.

PEMBAHASAN

Berhubungan dengan rumusan masalah, dalam hal ini peneliti mencari jawaban dari pertanyaan bagaimana Peran Aplikasi Pegadaian Digital Service (Pds) Dalam Mempermudah Transaksi Dan Layanan Milenial Di Pt Pegadaian Sumbawa maka peneliti melakukan wawancara kepada guna mengetahui bagaimana Peran Aplikasi Pegadaian Digital Service (Pds) Dalam Mempermudah Transaksi Dan Layanan Milenial Di Pt Pegadaian Sumbawa

Efektifitas merupakan seseorang dalam menunjang hidup merupakan salah satu hal yang sudah umum diseluruh dunia, karena adanya ini perkembangan zaman menuntut kita dalam menggunakan layanan digital di PT Peìgadaian seìndiri layanan PDS meìnjadi salah satu yang digandrungi dan banyak diminati oìleìh Nasabah mileìnial dalam meìlakukan peìmbayaran saat menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service. Pegadian Digital Service disini banyak digunakan oleh nasabah untuk mempermudah aktifitas yang mereka lakukan dalam melakukan transaksi pembayaran ataupun layanan fitur lainnya yang ada pada aplikasi PDS. Hal ini dapat dilihat dari wawancara yang telah peneliti lakukan kepada informan terkait dengan peran aplikasi PDS Pada nasabah PT Pegadiaan sebagai pengguna Aplikasi Pembayaran Digital.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada nasabah terkait dengan Peran Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) terhadap Efektifitas Kemudahan Transaski Pada Generasi Milenial pada PT. Pegadaian CP Sumbawa, ada beberapa jenis Efektifitas yang telah peneliti ambil dari teori Griffin (2005: 22-24) ialah sebagai berikut:

1. Tanpa Efektifitas

Efektivitas dapat diartikan sebagai tingkat pencapaian tujuan (jangka pendek) maupun metode yang digunakan (jangka panjang) dalam sebuah organisasi. Keputusan tersebut mencerminkan konstituen strategis, keinginan untuk keluar, dan keadaan organisasi. Efektifitas nasabah Milenial dalam menggunkan aplikasi PDS dengan pembayaran secara non tunai itu sendiri merupakan salah satu hal yang sudah sangat popular, karena aplikasi PDS saat ini memiliki perkembangan yang pesat, hal ini tidak hanya dilihat dari nasabah saja, akan tetapi banyak masyarakat luas juga yang menggunakan aplikasi PDS ini. Namun tidak semua juga yang menggunakan aplikasi PDS dalam transaksi menggunakan aplikasi PDS dalam pembanyarannya.

2. Efektivitas Lemah

Efeiktifitas lemah merupakan salah satu bentuk keterikatan yang rendah digabung dengan penggunaan berulang yang tinggi kemudian menghasilkan efektifitas yang lemah. Pada efektifitas ini dapat dilihat bahwa nasabah merasakan tingkat kepuasan tertentu dari penggunaan aplikasi PDS dalam melakukan pembayaran melalui pembayaran non tunai.

Pada kriteria efektifitas lemah ini biasanya pengguna sudah merasa puas dengan brand yang digunakan PDS atau bahkan tidak mengalami kekecewaan selama menggunakannya. Tidak ada factor yang membuat konsumen atau informan tersebut tidak puas pada layanan dari PDS khususnya pada sistem pembayaran digitalnya, walaupun harus berpindah akan membutuhkan hal yang dirasa kurang fleksibel. Pada kriteria ini biasanya mereka melakukan dengan kebiasaan yang sudah sering dilakukan (habitual buyer).

3. Efektivitas Tersembunyi

Efektifitas tersembunyi umumnya dilakukan oleh nasabah yang biasanya menggunakan aplikasi PDS pada saat tertentu dan bersifat pribadi. Nasabah milenial diatas bahwa mereka cenderung menggunakan aplikasi PDS untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan tidak melibatkan orang lain. Jadi kedua nasabah tersebut termasuk kedalam jenis efektifitas tersembunyi. Karena dapat dilihat dari tingkat efektifitas yang digunakannya. Secara tidak langsung efektifitas mereka pada PDS ini terbentuk karena faktor kebiasaan dan pengalaman nasabah. Sebagian nasabah milenial menyukai penggunaan PDS tentunya setelah menggunakan mereka bersangkutan berulang kali. Situasi ini bisa terjadi karena konsumen menjadi familiar dengan Aplikasi (PDS) yang

pernah digunakan berulang kali, kemudian merasa nyaman dan cocok dengannya, serta ingin menghindari situasi tidak familiar dengan alternatif produk atau Aplikasi lain.

4. Efektivitas Premium

Efektifitas premium merupakan jenis efektifitas yang paling dapat ditingkatkan. Efektifitas ini terjadi bila ada tingkat keterikatan yang tinggi dan tingkat pembelian yang juga tinggi. Ini merupakan jenis efektifitas yang paling disukai untuk semua orang. Karena pada tingkat preferensi paling tinggi tersebut, orang bangga karena menemukan dan menggunakan Aplikasi tertentu dan senang membagi pengetahuan mereka dengan orang lain, dan sering menggunakannya.

Kriteria ini membentuk efektifitas transaksi paling tinggi karena pengguna menyukai efektifitas (Likes the apps) PDS sehingga berada di tahap mampu mengkomunikasikan kepada nasabah atau orang lain untuk menggunakan transaksi Digital pembayaran PDS dalam bertransaksi. Pengguna komit (Committed buyer) dan memiliki suatu kebanggaan untuk selalu menggunakan PDS. Jadi dari empat efektifitas tersebut memiliki jenis yang berbeda-beda, yang mana pada efektifitas pertama nasabah tidak memiliki.

Efektifitas, sedangkan yang kedua nasabah memiliki efektifitas namun efektifitas tersebut digunakan tidak maksimal, kemudian pada efektifitas ketiga nasabah cenderung menggunakan aplikasi PDS dengan secara tersembunyi yaitu bersifat pribadi dan hanya dia yang mengetahuinya. Dan pada efektifitas terakhir nasabah tersebut sangat aktif dalam menggunakan aplikasi PDS untuk membantu dan mempermudah dalam melakukan transaksi untuk bisnisnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa data yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Peran Aplikasi Pegadaian Digital Service terhadap Efektifitas Kumudahan Transaksi pada Generasi Milenial di PT. Pegadaian CP Sumbawa, disini peneliti menemukan bahwa ada beberapa jenis efektifitas yang sangat mempengaruhi nasabah milenial pada PT. Pegadaian dalam menggunakan PDS sebagai salah satu cara alternatif yang dijadikan media pembayaran saat melakukan transaksi pada penggunaan Aplikasi PDS.

Adapun jenis efektifitas ialah sebagai berikut :

1. Tanpa efektifitas

   Dalam hal ini tanpa efektifitas ini dapat lihat dari beberapa nasabah yang menggunakan aplikasi PDS cenderung hanya untuk kepentingan pribadi, dan mereka tidak memiliki efektifitas untuk berbagi pengalamannya dalam menggunakan aplikasi PDS kepada orang lain. Hal ini dapat dilihat dari nasabah milenial (Supriadi).

2. Efektifitas Lemah

   Pada efektifitas ini dapat dilihat dari nasabah milenial (Risawati) dan nasabah mileìnial (Supini) yang menggunakan aplikasi pembayaran melalui PDS jika tidak memiliki uang cash saat melakukan transaksi dan tidak perlu keoutlet Pegadaian, hanya mengajak orang lain menggunakan disaat kondisi yang mereka butuhkan saja.

3. Efektifitas Tersembunyi

   Pada efektifitas tersembunyi ini juga dapat dilihat dari nasabah milenial (Nadia Nuraini dan Ahmad Rizal) yang menggunakan aplikasi PDS pada saat keperluan pribadi dan mendesak saja, jadi tidak ada saling berbagi informasi dalam menggunakan aplikasi PDS dan memiliki banyak pengalaman menggunakan aplikasi PDS namun tidak membagikan pengalamannya menggunakan PDS kepada orang lain.

4. Efektifitas Premium

   Berdasarkan penelitian sebelumnya dapat kita lihat bahwa ada beberapa nasabah yang aktif dalam menggunakan aplikasi PDS untuk kepentingan bisnisnya yaitu nasabah (Idwin Saputra), dari hasil wawancara pada bab sebelumnya mengaku telah menggunakan aplikasi pembayaran PDS untuk melakukan transaksi bisnis online nya, dan tanpa sengaja dalam melakukan transaksi tersebut ia telah memasarkan brand aplikasi PDS kepada teman atau costumer nya.

Dari pernyataan diatas, dengan adanya pelayanan PDS saat ini sudah tidak dipungkiri lagi, apabila banyak diantara nasabah yang menjadikan aplikasi tersebut sebagai salah satu efektifitas terbaik untuk menunjang segala aktivitasnya. Apalagi pada aplikasi PDS banyak menawarkan system layanan dengan berbagai fitur yang tersedia. Sehingga mempermudah nasabah dalam meggunakan aplikasinya dan membuat efektifitas nasabah sangat terbantu dalam peìnggunaan PDS disini mempengaruhi tingkat penggunaan dan penjualan yang ditawarkan pada aplikasi PDS tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Alifahmi, Hifni. (2005). *Sinergi Komunikasi Pemasaran: Integrasi Iklan, Public Relations dan Promosi*. PT. Mizan Pustaka: Jakarta.

Alwasilah, A. Chaedar. (2006). *Pokoknya Kualitatif*. Pustaka Jaya: Jakarta.

Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Putra Grafika: Jakarta.

Giddens, Nancy. (2002). BrandLoyalty. *University of Missouri*: Missouri Value-added Development Center.

Griffin, Jill. (2005). Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. *Erlangga*, Jakarta.

Gulö, W. (2005). *Metodologi Penelitian*. PT Grasindo: Jakarta.

Gunawan, Adisapitro. (2014). *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama jilid 2. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN: Yogyakarta.

Hurriyati, Ratih. (2010). "Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen". Alfabeta: Bandung.

Kertajaya, Hermawan. (2010). *Brand Operation*. Esensi Erlangga Group: Jakarta.

Kotler, Ketler. (2006). *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Andi: Yogyakarta.

Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Pratis Riset Komunikasi*. Kencana Predana Media Group: Jakarta.

Lovelock & Lauren K Wright. (2007). Manajemen Pemasaran Jasa. *PT. Indeks*: Indonesia.

Mulyana, Deddy. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung