

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dibutuhkan untuk mempermudah dan menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi umat manusia secara cepat. Adanya perubahan pola hidup masyarakat yang lebih dinamis, kita dituntut untuk selalu mengikuti perubahan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Pemerintah juga turut serta mengikuti perkembangan teknologi informasi komunikasi, karena mampu mengatasi masalah pemerintahan, demi tercapainya efektivitas dan efisiensi pelayanannya. Salah satu cara agar hal tersebut terwujud dengan membuat kebijakan baru melalui adanya inovasi pelayanan khususnya dalam hal percepatan dan kemudahan layanan yang berguna bagi masyarakat maupun instansi itu sendiri (Sukidin, 2019).

Di Indonesia ekonomi digital terus berkembang ditandai dengan penggunaan internet yang terus meningkat. Pada dasarnya online *service* seperti aplikasi *mobile* digunakan untuk memudahkan proses pelayanan. Tetapi tidak semua pengguna yang mengoperasikan suatu aplikasi *mobile* memperoleh kemudahan. Hal yang mempengaruhi dalam aplikasi *mobile* adalah aspek *userfriendly*. Pengguna akan merasakan kemudahan dan kepuasan ketika aspek tersebut ada dalam sebuah layanan. Permasalahan yang sering terjadi dirasakan oleh pengguna adalah informasi yang diberikan pada aplikasi, kesulitan dalam menggunakan aplikasi dan sebagainya. *Usability* merupakan aspek penting

dalam pembuatan aplikasi. Secara umum, *usability* adalah sejauh mana sebuah produk atau layanan dapat digunakan pengguna untuk mencapai tujuannya dan seberapa mudah penggunaan dari antarmuka aplikasi tersebut yang dapat menghasilkan nilai kepuasan pengguna dalam menggunakan produk tersebut (Nielsen, 2012). Promosi dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.

Promosi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Promosi merupakan bagian terpenting yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan informasi tentang produk, harga, dan tempat dalam mempengaruhi dan membujuk konsumen atau pihak lain karena promosi sering disebut sebagai proses lanjutan sehingga menjadi berbagai macam kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Promosi yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk membujuk konsumen melakukan pembelian atau pertukaran produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan untuk meningkatkan penjualan perusahaan. Promosi termasuk dalam salah satu bagian bauran pemasaran. Di dalam promosi juga terdapat beberapa unsur untuk mendukung kegiatan promosi yang disebut bauran promosi.

Menurut Kotler dan Keller (2016) bauran promosi adalah selengkap alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya kepada konsumen. Bauran promosi merupakan salah satu hal yang paling penting untuk meningkatkan penjualan suatu perusahaan. Maka dari itu, upaya yang dapat dilakukan dalam memasarkan suatu produk adalah dengan melaksanakan kegiatan

promosi yang meliputi, periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, supaya bakal konsumen lebih mengetahui, memahami dan mengerti atas produk yang ditawarkan.

Pegadaian mulai melakukan transformasi perusahaan dalam upaya menjadi *financial company* melalui strategi G-5Star Generation. Langkah perubahan ini ditandai dengan peluncuran Pegadaian Digital Service (PDS) dan Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) untuk memperbesar target pasar hingga ke generasi milenial. Pegadaian Syariah Digital Service adalah layanan digital dari pegadaian dalam bentuk aplikasi, web dan mobile. PSDS akan melayani nasabah untuk memudahkan nasabah atau calon nasabah dalam mendapatkan informasi dan melakukan transaksi secara online pada produk pegadaian dimanapun dan kapanpun. Dengan Aplikasi ini, nasabah bisa melakukan dari mulai membuka rekening tabungan emas, cetak emas, menemukan agen pegadaian terdekat, membeli emas batangan, mengecek saldo tabungan emas dan banyak lainnya. Kehadiran PSDS diharapkan semakin menguatkan minat generasi milenial untuk bisa lebih dekat dengan produk-produk pegadaian.

Pegadaian terus melakukan pembenahan dan perbaikan agar dapat menyesuaikan dengan tantangan zaman dengan mengembangkan sejumlah produk dan layanan digital untuk memberikan kemudahan dan nilai tambah kepada nasabah dan calon nasabah. Aplikasi PSDS ini akan memberikan pelayanan terbaik dengan fitur-fitur yang lengkap selayaknya nasabah bertransaksi di outlet secara langsung.

Besarnya manfaat aplikasi PSDS ini pegadaian melakukan kegiatan promosi untuk memperkenalkan aplikasi PSDS kepada nasabah. Salah satu kegiatan promosi yaitu melakukan *advertising*. Menurut Kotler dan Keller (2016) *advertising* adalah periklanan yang meliputi alat-alat promosi seperti: koran dan majalah, telepon, radio dan televisi, rekaman dan halaman web. *Advertising* ini bisa menarik minat nasabah karena memberikan penawaran insentif agar nasabah mau membeli dan dapat menggunakan produk sehingga penjualan perusahaan bisa meningkat. Selain itu pegadaian melakukan kegiatan *sales promotion* yang dilakukan diluar outlet dengan membagikan brosur aplikasi PSDS dan melakukan promosi *personal selling*. Menurut Kotler dan Keller (2009) penjualan tatap muka adalah interaksi tatap muka dengan satu atau lebih calon pembeli yang tujuannya adalah untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan pengadaan pesan. Adanya interaksi langsung ini diharapkan akan terjadi interaksi positif antara perusahaan dengan calon nasabah.

Dengan adanya kegiatan promosi dapat memberikan manfaat terhadap aplikasi baru yang diterapkan oleh PT Pegadaian. Calon nasabah dapat mengenal aplikasi PSDS, mendapatkan informasi, mendapatkan layanan digital sehingga memberikan kemudahan dan nilai tambah pada nasabah, dapat melakukan transaksi secara online pada produk pegadaian dimanapun dan kapanpun. Perusahaan yang merupakan badan usaha milik negara (BUMN) yang memperhatikan kegiatan promosi aplikasi PSDS yang efektif dan mempromosikan produknya pada layanan transaksi secara online yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul yaitu “ Promosi Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) di PT. Pegadaian Syariah Solok”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana promosi aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) di PT. Pegadaian Syariah Solok?
2. Apakah kendala-kendala dalam kegiatan promosi aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) di PT. Pegadaian Syariah Solok?
3. Bagaimana solusi untuk mengatasi kendala-kendala dalam kegiatan promosi aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) di PT. Pegadaian Syariah Solok?

## **1.3 Tujuan Magang**

Adapun tujuan dari magang ini adalah :

1. Untuk mengetahui promosi aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service di PT. Pegadaian Syariah Solok.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala dalam kegiatan promosi aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service di PT. Pegadaian Syariah Solok.
3. Untuk mengetahui solusi mengatasi kendala-kendala dalam kegiatan promosi aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service di PT. Pegadaian Syariah Solok.

## 1.4 Manfaat Magang

1. Untuk menambah pengetahuan penulis mengenai sejauh mana teori dan langkah-langkah yang diterapkan pada PT Pegadaian Syariah dalam menerapkan promosi aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service yang diterapkan oleh PT.Pegadaian Syariah Solok.
2. Dapat memberikan pengetahuan bagi perusahaan hasil dari kegiatan magang ini nantinya diharapkan dapat memberikan masukan sebagai bahan evaluasi untuk menyelesaikan suatu masalah dan penerapan promosi aplikasi yang diterapkan suatu perusahaan dalam memperlancar proses penjualannya.

## 1.5 Metode Magang

Untuk memperoleh data dan bahan yang dibutuhkan dalam rangka magang ini, maka penulis menggunakan metode sebagai berikut :

### a. Metode Wawancara

Wawancara merupakan pengumpulan data dan informasi dengan cara tanya jawab kepada pihak perusahaan dan perwakilannya, untuk mengetahui informasi struktur, sistem yang diterapkan, manfaatpromosi aplikasi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Solok.

### b. Metode Observasi

Metode observasi merupakan metode mengumpulkan data dengan mengamati langsung di lapangan. Proses ini berlangsung dengan pengamatan yang meliputi melihat, menghitung, mengukur, dan mencatat



kejadian. Penelitian dilakukan dengan berkunjung ke perusahaan untuk memperoleh data tentang promosi aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service pada PT. Pegadaian Syariah Solok.

## **1.6 Tempat dan Waktu Magang**

Pada magang ini penulis melakukan magang selama 40 hari pada tanggal 08 Maret 2021 s.d 22 April 2021 yang dilakukan di PT. Pegadaian Syariah Solok.

## **1.7 Ruang Lingkup Pembahasan**

Dalam hal ini, penulisan tugas akhir ini dibatasi dalam hal melakukan pengambilan data untuk mengetahui tentang bagaimana promosi aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) di PT. Pegadaian Syariah Solok.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Agar dapat memperoleh gambaran yang dalam penulisan tugas akhir ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan dengan perincian sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode magang, ruang lingkup magang, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini merupakan landasan teori penelitian yang berisikan teori-teori terkait dengan pembahasan tugas akhir ini yaitu Manajemen Pemasaran, Bauran Pemasaran, Bauran Promosi

### BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisikan tentang profil perusahaan, sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, dan division of labor.

### BAB VI : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan pembahasan mengenai bagaimana promosi aplikasi Pegadaian Syariah Digital *Service* (PSDS) di PT. Pegadaian Syariah Solok, apakah kendala-kendala dalam kegiatan promosi aplikasi Pegadaian Syariah Digital *Service*, dan bagaimana solusi untuk mengatasi kendala-kendala dalam kegiatan promosi aplikasi Pegadaian Syariah Digital *Service*

### BAB V : PENUTUP

Menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran-saran.

