

Strategi Pemasaran Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) daan Penerapan Sistem Pelayanan di PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung

Silvi Sopiah¹, Linda Novianti²

^{1,2} STIE Gema Widya Bangsa,

silvisofiah666@gmail.com, lindanovianti999@email.com

Article Info:

Article history:

Received Date: 29/08/2025

Accepted Date: 10/09/2025

Published Date: 25/09/2025

Keywords:

Community service,
Pegadaian Digital Service,
Marketing strategy,
Digital transformation,
Financial technology.

ABSTRACT

This community service program was conducted at PT Pegadaian Ciparay Branch, Maruyung Unit, with the primary objective of strengthening marketing strategies and improving service quality through the introduction and utilization of the Pegadaian Digital Service (PDS) application. The background of this activity arises from the growing demands of digital transformation in financial services, where efficiency, accessibility, and innovation have become essential factors in maintaining competitiveness and meeting customer expectations. Many customers still lack adequate knowledge about the advantages and practical use of the PDS application, which hinders optimal service delivery and limits the potential for broader market reach. The method applied in this program included mentoring sessions, structured socialization activities, and interactive discussions with both employees and service users. The mentoring approach provided technical guidance regarding the features and benefits of the PDS application, while the socialization activities aimed to raise awareness about the importance of adapting to digital-based financial services. Through these processes, participants were encouraged not only to use the application but also to actively promote it as a reliable and secure platform for transactions. The results of this community service show a significant increase in participants' knowledge and skills in operating the PDS application. Employees gained better insights into digital marketing strategies that emphasize customer engagement through online platforms, while service users demonstrated greater confidence in utilizing PDS as a practical solution for their financial transactions. Additionally, this program fostered innovative ideas for improving customer relations and strengthening Pegadaian's role as a trusted financial institution in the digital era. In conclusion, this community service activity has successfully contributed to supporting PT Pegadaian's digital transformation agenda by bridging the gap between technology and user adaptation. It not only enhanced service efficiency but also provided a foundation for more effective and sustainable digital marketing strategies in the future.

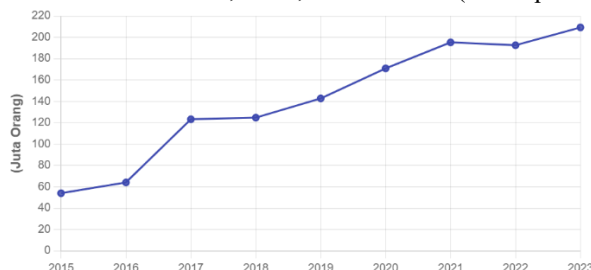
Corresponding Author:

Silvi Sopiah
STIE Gema Widya Bangsa,
silvisofiah666@gmail.com

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan teknologi di dunia ini semakin memudahkan semua umat manusia, tak terkecuali negara Indonesia. Sebagai masyarakat Indonesia sendiri, kita pun merasakan berbagai kemudahan, dimana semua informasi sudah dapat diakses dengan cepat, praktis, efektif dan efisien terutama dalam bertransaksi yang dilakukan hanya dengan satu produk elektronik yang biasa kita bawa kemana mana, yaitu *smartphone* (Hayati et al., 2024). Menurut data dari DataReportal, jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia telah meningkat secara konsisten setiap tahunnya. Pada tahun 2015, terdapat sekitar 54 juta pengguna aktif. Angka ini melonjak drastis menjadi 209,3 juta

pada tahun 2023 (Syafa Fadhilah Tegar Andalas, 2024). Peningkatan serupa terjadi pada jumlah pengguna internet di Indonesia, data tahun 2020 menunjukkan terdapat 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini. Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 64% penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya (Muhaqi & Nurbasari, 2024). Berdasarkan data yang diungkapkan di atas, sebagian besar mengakses internet dengan melakukan penggunaan *smartphone* sebagai media untuk mengakses internet. Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar. Pengguna *smartphone* Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset *digital marketing* Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika (Muhaqi & Nurbasari, 2024).



Gambar 1. 1 Pengguna Smartphone Aktif di Indonesia

Meskipun Indonesia termasuk salah satu negara dengan pertumbuhan digitalisasi tercepat di dunia, tantangan yang dihadapi tidaklah mudah. Salah satunya yaitu terjadi ketimpangan digital antara wilayah perkotaan dan pedesaan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan adanya disparitas persentase individu yang menggunakan internet antar masyarakat kota dan desa dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017, hanya sejumlah 19,87% masyarakat desa yang terkoneksi internet. Sementara, 43,36% dari masyarakat kota sudah menggunakan jasa internet di tahun tersebut. Peningkatan begitu pesat hingga mencapai 71,81% terjadi pada jumlah masyarakat kota yang terhubung internet di tahun 2021. Hal ini juga terjadi pada masyarakat desa hingga mencapai 49,30%. Sayangnya peningkatan ini tetap belum mendekati tingkat penetrasi internet di perkotaan (Natanegara, 2023). Berdasarkan laporan diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian masyarakat Indonesia mengalami keterbatasan internet terutama di daerah pedesaan, keterbatasan tersebut bisa di sebabkan oleh berbagai faktor mulai dari letak geografis, budaya, lingkungan dan lain-lain. Hal ini menjadi penghambat bagi adopsi teknologi digital yang akan dilakukan. Kondisi tersebut mencerminkan tentang pentingnya inovasi teknologi dan edukasi yang benar atau sesuai agar masyarakat dapat memahami serta memanfaatkan layanan digital dengan lebih baik.

Perubahan yang terjadi secara cepat ini memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor, termasuk sektor dunia bisnis. Saat ini perkembangan teknologi informasi semakin pesat. Baik swasta maupun BUMN di Indonesia harus mampu memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dalam bentuk digital. Hal ini juga berimplikasi pada lembaga keuangan yang berperan penting dalam meningkatkan kualitas layanannya agar dapat mengikuti perkembangan teknologi yang pesat (Amelia & Aravik, 2024). Oleh karena itu, perusahaan harus terus berinovasi dan mengikuti tren yang berkembang agar tidak tertinggal. Hal ini juga berlaku bagi PT Pegadaian, PT Pegadaian (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan dan jasa lainnya yang memiliki produk utama pembiayaan gadai dan pembiayaan mikro fidusia. Atau dengan kata lain, kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai. Pegadaian merupakan perusahaan yang dimiliki oleh Negara 100% melalui Kementerian Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia. Memiliki dasar hukum Peraturan Pemerintah No. 51 Tahun 2011 tentang perubahan bentuk badan hukum Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian menjadi Perusahaan Persero (Permatasari, n.d.) sebagai bagian dari industri keuangan, harus mampu menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dari perkembangan tersebut. Dengan menerapkan teknologi digital, meningkatkan kualitas layanan, serta memahami kebutuhan masyarakat yang terus berubah.

PT Pegadaian sebagai salah satu perusahaan BUMN yang bergerak di bidang jasa keuangan menghadapi tantangan yang serupa. Salah satu upaya yang dilakukan PT Pegadaian untuk menjawab tantangan era digital yaitu

dengan meluncurkan aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS). Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) merupakan aplikasi terbaru dari PT. Pegadaian (Persero) yang mulai diluncurkan pada tahun 2018. Aplikasi ini layaknya *mobile banking* yang membantu pelayanan masyarakat atau nasabah pegadaian dalam melayani transaksi gadai dan non-gadai. (Permatasari, n.d.) Pegadaian *digital* memiliki beberapa fitur yang memberikan informasi mengenai barang Pegadaian, antara lain dapat melihat jumlah pinjaman yang nantinya diterima seseorang jika ingin menggadaikan suatu barang (Amelia & Aravik, 2024). Pemanfaatan aplikasi PDS memungkinkan perusahaan untuk memberikan layanan yang lebih cepat, mudah, dan efisien bagi nasabah. Namun, penerapan strategi pemasaran digital ini memerlukan pendekatan yang tepat agar aplikasi dapat dikenal dan digunakan secara luas oleh masyarakat. Di samping itu, kualitas sistem pelayanan juga harus terus ditingkatkan untuk memberikan pengalaman terbaik bagi nasabah. Pelayanan yang cepat, ramah, dan efisien menjadi kunci utama dalam membangun loyalitas nasabah serta meningkatkan citra positif perusahaan. Pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan suatu individu atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam bentuk usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya (Nabila Annisa Rahmadhani Siregar & Muhammad Irwan Padli Nasution, 2023).

PT Pegadaian memiliki 4.092 unit kantor cabang salah satunya yaitu cabang Ciparay unit Maruyung yang beroperasi di wilayah kecamatan Pacet kabupaten Bandung. Sebagai bagian dari jaringan yang lebih luas, unit ini memegang peran penting dalam menjangkau masyarakat lokal, khususnya pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang membutuhkan akses pembiayaan yang fleksibel. Seiring dengan meningkatnya persaingan dari lembaga keuangan lain, baik konvensional seperti bank maupun non-konvensional, sehingga menjadi tantangan bagi unit ini dalam mempertahankan eksistensi dan daya tarik layanannya. Namun, tantangan yang dihadapi tidak hanya berasal dari eksternal tetapi juga dari internal, Salah satu kendala utama yang ditemukan di PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung adalah tidak adanya sistem nomor antrean yang menyebabkan proses layanan menjadi kurang terorganisir. Hal ini berdampak pada lamanya waktu pelayanan, khususnya dalam proses penggadaian atau pengambilan barang, sehingga sering menimbulkan keluhan dari nasabah. Banyak nasabah merasa kesal karena harus menunggu lama untuk menyelesaikan transaksi mereka. Sehingga, untuk menjawab tantangan tersebut, PT Pegadaian telah menyediakan solusi berupa aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS), yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi secara online tanpa perlu datang langsung ke kantor. Namun, aplikasi ini masih kurang dikenal dan digunakan oleh nasabah, khususnya di Unit Maruyung. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk mengenalkan aplikasi PDS kepada nasabah agar mereka dapat memanfaatkan fitur digital ini.

Selama pelaksanaan magang di PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung, berbagai aktivitas operasional yang berkaitan dengan pemasaran aplikasi PDS dan sistem pelayanan menjadi fokus utama pengamatan. Salah satu solusi yang diusulkan adalah dengan mengedukasi nasabah mengenai penggunaan aplikasi PDS agar transaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien tanpa harus datang langsung ke kantor. Langkah ini diharapkan dapat mengurangi antrean, mempercepat proses layanan, dan meningkatkan kepuasan nasabah. Melalui pengabdian ini, akan dilakukan analisis mendalam terhadap strategi pemasaran aplikasi PDS yang diterapkan, sistem pelayanan yang ada, serta tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil dari pengabdian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi PT Pegadaian cabang Ciparay unit Maruyung untuk meningkatkan strategi pemasaran digital dan kualitas pelayanan mereka di masa depan, sehingga mampu bersaing secara berkelanjutan di pasar jasa keuangan.

METODE

Metode pengabdian dalam program “*Strategi Pemasaran Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) dan Penerapan Sistem Pelayanan di PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung*” disusun berdasarkan hasil observasi dan analisis yang dilakukan selama kegiatan pengabdian berlangsung. Tahap awal pengabdian dimulai dengan identifikasi masalah yang muncul di lapangan, seperti strategi pemasaran aplikasi PDS yang masih terbatas pada pendekatan langsung kepada nasabah, rendahnya literasi digital masyarakat, sistem pelayanan yang belum sepenuhnya terstruktur, serta minimnya fasilitas edukasi yang mendukung sosialisasi layanan Pegadaian. Sebagai tindak lanjut dari temuan tersebut, pengabdian difokuskan pada perumusan strategi pemasaran berbasis digital yang lebih terarah dan berkelanjutan. Para pengabdian berperan aktif dalam memberikan pelatihan dan pendampingan kepada staf Pegadaian mengenai pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business sebagai sarana promosi aplikasi PDS. Selain itu, pengabdian juga membantu dalam pembuatan konten promosi edukatif yang bersifat informatif dan menarik sehingga dapat menjangkau segmen generasi muda yang akrab dengan

teknologi digital. Upaya pengabdian ini tidak hanya berhenti pada strategi pemasaran, melainkan juga pada aspek edukasi dan pendampingan penggunaan aplikasi PDS kepada nasabah. Edukasi dilakukan secara langsung di kantor cabang dengan memberikan bimbingan praktis, menyusun panduan tertulis maupun video tutorial, serta mendampingi secara personal bagi nasabah yang belum terbiasa menggunakan layanan digital, khususnya kalangan lanjut usia. Melalui cara ini, hambatan literasi digital diharapkan dapat diminimalisasi secara bertahap. Dalam aspek pelayanan, pengabdian diarahkan untuk memberikan rekomendasi perbaikan sistem, terutama terkait alur antrean yang belum tertata. Pengabdian bersama staf merancang simulasi penerapan sistem antrean yang lebih efisien serta mendorong penguatan prinsip 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun) agar pelayanan tetap berkualitas meskipun jumlah nasabah meningkat. Selain itu, pengabdian turut membantu staf dalam proses administrasi, pengolahan data, serta pelayanan langsung ketika terjadi lonjakan nasabah sehingga keterbatasan jumlah pegawai dapat teratasi.

Adapun untuk mendukung peningkatan kualitas edukasi nasabah, pengabdian juga merekomendasikan penyediaan media informasi interaktif, seperti digital signage atau layar edukatif, yang menampilkan informasi layanan, produk, dan tata cara penggunaan aplikasi PDS. Fasilitas ini diharapkan dapat memperkaya pengalaman nasabah sekaligus memperkuat efektivitas promosi layanan digital Pegadaian. Pelaksanaan pengabdian ini bersifat partisipatif dengan melibatkan pengabdian, staf, dan nasabah secara langsung. Evaluasi dilaksanakan secara berkesinambungan melalui pengukuran peningkatan pemahaman nasabah terhadap aplikasi PDS, jumlah pengguna aktif aplikasi, efektivitas sistem pelayanan setelah dilakukan perbaikan, serta tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan. Hasil evaluasi kemudian menjadi dasar rekomendasi strategis bagi PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung untuk mengembangkan strategi pemasaran digital dan memperbaiki sistem pelayanan di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung

Pelaksanaan program pengabdian yang berfokus pada strategi pemasaran Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) serta penerapan sistem pelayanan di PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung dirancang sebagai bentuk kontribusi nyata pengabdian dalam mendukung transformasi digital lembaga keuangan berbasis layanan gadai. Pengabdian ini berangkat dari kesadaran bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah pola interaksi masyarakat dengan lembaga keuangan, sehingga PT Pegadaian dituntut untuk tidak hanya menawarkan produk yang relevan, tetapi juga menghadirkan sistem pelayanan yang lebih efektif, efisien, dan mudah diakses melalui perangkat digital. Dalam implementasinya, pengabdian tidak sekadar memosisikan diri sebagai fasilitator, melainkan juga mitra strategis bagi PT Pegadaian. Proses pengabdian dilakukan melalui tahapan observasi mendalam terhadap operasional unit Maruyung, identifikasi tantangan yang dihadapi dalam pemasaran aplikasi PDS, serta analisis pola perilaku konsumen yang masih cenderung tradisional dalam menggunakan layanan pegadaian. Hasil observasi tersebut menjadi dasar bagi pengabdian untuk merancang strategi pemasaran berbasis pendekatan edukatif, yakni memberikan pemahaman kepada nasabah tentang manfaat, kemudahan, serta keamanan penggunaan aplikasi digital sebagai alternatif layanan.

Penerapan sistem pelayanan juga menjadi bagian penting dalam kegiatan ini. Pengabdian mendorong penguatan sistem pelayanan yang berorientasi pada kepuasan nasabah, dengan menekankan integrasi teknologi digital dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia di lingkungan Pegadaian. Melalui kegiatan sosialisasi, simulasi penggunaan aplikasi, serta pendampingan teknis, pengabdian berupaya memastikan bahwa layanan digital dapat diakses dengan mudah oleh seluruh lapisan masyarakat, termasuk mereka yang sebelumnya kurang akrab dengan teknologi. Dengan pendekatan tersebut, pengabdian ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan literasi digital masyarakat, tetapi juga memperkuat daya saing PT Pegadaian dalam menghadapi dinamika pasar keuangan modern. Implementasi strategi pemasaran PDS dan sistem pelayanan berbasis teknologi diharapkan mampu mendorong akselerasi transformasi digital di sektor gadai, serta menjadi model kolaborasi yang sinergis antara lembaga keuangan dan pengabdian dalam konteks pemberdayaan masyarakat berbasis inovasi digital.

Strategi Pemasaran Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS)

Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) merupakan sebuah inovasi layanan digital berbasis web dan mobile yang dirancang untuk memudahkan nasabah dalam mengakses seluruh produk dan layanan Pegadaian melalui perangkat handphone. Melalui aplikasi ini, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi mulai dari gadai online, pembelian tabungan emas, pembuatan rekening tabungan emas, pengajuan pembiayaan usaha mikro secara online,

gadai tabungan emas, hingga fitur jual, transfer, dan cetak emas. Selain itu, aplikasi ini juga menyediakan layanan pembayaran transaksi gadai seperti tebus, cicil, dan perpanjangan gadai, pembayaran transaksi mikro seperti Kreasi, Krasida, Mulia, dan Emasku, serta fitur pembayaran lain yang menunjang kebutuhan nasabah.

Pada PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung, fokus utama pemanfaatan aplikasi PDS terletak pada fitur pembayaran, khususnya bayar tebus, memperpanjang, dan bayar cicilan gadai. Aplikasi ini dapat dengan mudah diunduh melalui Google Playstore dan proses pendaftaran cukup sederhana, hanya memerlukan data nama sesuai KTP, nomor handphone, serta alamat email. Setelah proses registrasi selesai, nasabah diwajibkan untuk meningkatkan status aplikasi menjadi premium agar dapat mengakses seluruh fitur transaksi, baik melalui bantuan petugas Pegadaian maupun secara mandiri. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur unggulan, salah satunya adalah Tabungan Emas, yang memungkinkan nasabah menabung emas mulai dari nominal kecil sebesar 0,01 gram. Harga beli dan jual emas ditampilkan secara real-time, sehingga memberikan transparansi dan kemudahan bagi nasabah untuk berinvestasi emas tanpa harus menyimpan emas fisik. Saldo emas yang terkumpul dapat dicetak menjadi emas fisik maupun dijual kembali kapan saja sesuai kebutuhan. Selain itu, fitur gadai memberikan kemudahan bagi nasabah untuk menggadaikan barang seperti emas, kendaraan, atau sertifikat secara online.

Fitur pembiayaan juga menjadi daya tarik tersendiri, karena nasabah dapat mengajukan pembiayaan untuk berbagai kebutuhan, seperti modal usaha mikro, pembiayaan porsi haji, hingga pembelian kendaraan. Aplikasi ini bahkan menyediakan simulasi pembiayaan yang memudahkan nasabah dalam menyesuaikan kemampuan pembayaran cicilan. Tidak hanya itu, fitur pembayaran dan top-up juga tersedia, memungkinkan nasabah untuk melakukan pembayaran cicilan, penebusan, atau memperpanjang gadai secara praktis, serta menambah saldo tabungan emas dengan cepat. Adapun untuk mendukung investasi emas yang lebih terjangkau, aplikasi PDS juga menghadirkan fitur cicil emas yang memberikan kesempatan kepada nasabah untuk membeli emas melalui sistem cicilan. Selain itu, terdapat fitur Rencana Emas yang membantu nasabah merencanakan pembelian emas secara bertahap dengan tujuan tertentu, baik sebagai investasi jangka panjang maupun kebutuhan perhiasan.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung dalam mengenalkan aplikasi PDS masih mengandalkan pendekatan langsung terhadap nasabah yang datang ke kantor. Ketika seorang nasabah melakukan transaksi, petugas Pegadaian akan menanyakan apakah yang bersangkutan sudah memiliki aplikasi PDS. Jika belum, petugas kemudian menjelaskan mengenai manfaat dan kemudahan aplikasi tersebut serta memberikan arahan dengan cara yang komunikatif agar nasabah tertarik untuk menggunakannya. Apabila nasabah menunjukkan minat, petugas akan mendampingi secara langsung mulai dari proses pendaftaran hingga penggunaan aplikasi dalam transaksi pertama. Tidak hanya itu, petugas juga memberikan bimbingan secara berkelanjutan agar nasabah dapat memahami fitur-fitur aplikasi dengan baik dan menggunakannya secara mandiri di kemudian hari. Melalui strategi pemasaran berbasis edukasi langsung seperti ini, Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung berupaya memperluas adopsi aplikasi PDS, meskipun penyebaran informasi melalui media sosial dan platform digital lainnya masih sangat terbatas. Pendekatan personal ini dianggap efektif dalam membangun kepercayaan nasabah, khususnya mereka yang sebelumnya terbiasa menggunakan layanan Pegadaian secara konvensional.

Sistem Pelayanan di PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung

Sistem pelayanan di PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung dirancang dengan tujuan utama memberikan pengalaman terbaik bagi setiap nasabah yang datang, baik melalui layanan langsung di kantor maupun melalui aplikasi digital. Unit ini berupaya mengintegrasikan standar pelayanan yang berorientasi pada prinsip ketepatan waktu, akurasi, keramahan, kemudahan akses, serta kenyamanan nasabah, sehingga kehadirannya tidak hanya memenuhi kebutuhan transaksi keuangan masyarakat, tetapi juga membangun kepercayaan jangka panjang. Berdasarkan aspek ketepatan waktu, Pegadaian Unit Maruyung berusaha menetapkan standar waktu tunggu maksimal bagi setiap transaksi agar nasabah tidak merasa terbebani. Meskipun unit ini belum memiliki sistem antrian berbasis nomor secara resmi, staf di lapangan mengoptimalkan pengaturan layanan dengan menyusun berkas nasabah berdasarkan urutan kedatangan. Dengan sistem sederhana ini, alur pelayanan tetap terjaga meskipun jumlah nasabah meningkat. Selain itu, pemanfaatan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) juga menjadi salah satu upaya percepatan pelayanan, di mana proses gadai, pembiayaan, maupun pembayaran dapat dilakukan secara lebih cepat dan efisien tanpa harus sepenuhnya mengandalkan layanan manual di kantor. Mengenai hal akurasi pelayanan, Pegadaian Unit Maruyung menyadari bahwa ketelitian merupakan faktor penting yang memengaruhi kepercayaan nasabah. Oleh karena itu, staf diberikan pelatihan rutin untuk meminimalkan kesalahan dalam input data maupun pelaksanaan transaksi. Evaluasi kinerja juga dilakukan secara berkala untuk memastikan standar pelayanan tetap konsisten. Penerapan sistem komputerisasi modern yang terintegrasi dengan aplikasi turut memperkuat validitas

data, sementara prosedur pengecekan ganda (double-check) diterapkan pada transaksi gadai, penaksiran barang, maupun pembayaran. Setiap transaksi dilengkapi dengan struk atau bukti yang detail dan transparan, sehingga nasabah merasa aman serta terlindungi. Sisi lain yang juga mendapat perhatian serius adalah aspek keramahan dalam memberikan pelayanan. Seluruh staf diwajibkan untuk menyapa dan melayani nasabah dengan sikap ramah serta penuh kesopanan sejak mereka tiba hingga meninggalkan kantor. Pelatihan komunikasi profesional diberikan secara berkala agar interaksi antara staf dan nasabah tidak hanya fungsional, tetapi juga membangun ikatan emosional yang positif. Dalam praktiknya, ucapan terima kasih, penawaran promosi, serta sikap sabar dalam menghadapi nasabah yang mengalami kesulitan menjadi wujud nyata dari budaya pelayanan humanis yang diterapkan di unit ini.

Kemudahan dalam mengakses pelayanan juga menjadi prioritas. PT Pegadaian Unit Maruyung berupaya memastikan bahwa jumlah staf yang tersedia dapat mencukupi kebutuhan pelayanan, khususnya pada jam-jam sibuk. Di samping itu, layanan digital seperti aplikasi PDS terus diperkenalkan dan didampingi agar nasabah mampu memahami penggunaannya secara mandiri. Hal ini dilakukan untuk mengurangi ketergantungan nasabah pada pelayanan tatap muka, sekaligus mendorong adopsi digital sebagai bagian dari transformasi layanan Pegadaian.

Tidak kalah penting, aspek kenyamanan nasabah turut diperhatikan dengan menyediakan fasilitas pendukung di lingkungan kantor. Lokasi Pegadaian yang mudah dijangkau serta memiliki area parkir memadai menjadi nilai tambah bagi nasabah. Di dalam ruang tunggu, kebersihan selalu dijaga dengan menghadirkan kursi yang nyaman, pendingin ruangan, serta suasana yang tertata rapi. Fasilitas keamanan pun diperkuat melalui keberadaan petugas keamanan dan pemasangan CCTV yang aktif mengawasi lingkungan sekitar. Untuk mendukung pengalaman nasabah selama menunggu, unit ini juga menyediakan akses Wi-Fi gratis serta materi informasi layanan dalam bentuk brosur maupun papan pengumuman. Melalui penerapan sistem pelayanan yang mengedepankan kecepatan, ketelitian, keramahan, kemudahan, serta kenyamanan, PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung berupaya menghadirkan layanan yang bukan hanya transaksional, melainkan juga memberikan nilai tambah bagi nasabah. Pendekatan ini menjadi bagian penting dalam menjaga loyalitas nasabah serta mendukung visi Pegadaian sebagai lembaga keuangan berbasis sosial yang mampu beradaptasi dengan tuntutan era digital.

Partisipasi Pengabdian dalam Program Pengabdian

Partisipasi pengabdian dalam kegiatan pengabdian di PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung berlangsung secara sistematis selama dua belas minggu. Kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada pembelajaran praktis, tetapi juga diarahkan untuk memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kualitas pelayanan dan pemasaran aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS).

1. Pada minggu pertama, kegiatan diawali dengan pengenalan lingkungan kerja melalui pengarahan dan bimbingan dari pihak pembimbing di kantor cabang Ciparay. Pengabdian diperkenalkan kepada staf dan karyawan yang bertugas di unit, serta diberikan penjelasan mendalam mengenai produk-produk Pegadaian, mulai dari gadai emas hingga pembiayaan. Pada tahap ini pula dilakukan pembagian tugas pengabdian untuk ditempatkan di Unit Maruyung agar dapat langsung terjun dalam mendukung operasional pelayanan.
2. Memasuki minggu kedua hingga minggu keempat, pengabdian mulai berperan aktif dalam membantu proses pelayanan nasabah, khususnya pada kegiatan pengisian formulir dan data diri dalam transaksi gadai. Selain itu, pengabdian juga melakukan pendekatan personal kepada nasabah untuk mengenalkan aplikasi PDS. Pengenalan ini tidak hanya dilakukan secara informatif, tetapi juga melalui pendampingan langsung dalam proses pendaftaran akun serta simulasi transaksi digital. Pada tahap ini, pengabdian juga dilibatkan dalam komunikasi dengan nasabah menggunakan perangkat kantor, baik melalui telepon maupun aplikasi WhatsApp, guna menjawab pertanyaan atau memberikan informasi terkait layanan.
3. Pada minggu kelima hingga minggu kedelapan, partisipasi pengabdian semakin meluas dengan keterlibatan dalam proses pencairan BPKB kendaraan bermotor, baik sepeda motor maupun mobil. Aktivitas ini memberikan pengalaman langsung terkait mekanisme verifikasi dokumen hingga pencairan dana yang membutuhkan ketelitian tinggi. Selain itu, pengabdian tetap menjalankan peran sebelumnya, yakni membantu proses gadai, mendampingi nasabah dalam penggunaan aplikasi PDS, dan melakukan komunikasi layanan melalui media digital.
4. Pada minggu kesembilan hingga minggu kedua belas, pengabdian tidak hanya fokus pada pelayanan langsung, tetapi juga terlibat dalam aktivitas monitoring dan tindak lanjut terhadap nasabah. Hal ini diwujudkan dengan menghubungi nasabah yang sudah jatuh tempo melalui telepon dan pesan WhatsApp, guna mengingatkan kewajiban pembayaran sekaligus menawarkan solusi perpanjangan gadai. Aktivitas ini

memperlihatkan peran pengabdian dalam mendukung aspek retensi nasabah, yakni menjaga agar hubungan antara nasabah dan perusahaan tetap terjalin baik. Pada periode ini pula, pengabdian semakin terbiasa dalam mendampingi nasabah melakukan transaksi secara digital, sehingga proses adopsi aplikasi PDS dapat berjalan lebih efektif.

Secara keseluruhan, partisipasi pengabdian selama dua belas minggu tidak hanya berkontribusi pada kelancaran operasional layanan di Unit Maruyung, tetapi juga berfungsi sebagai agen sosialisasi dalam memperkenalkan dan mengedukasi masyarakat terkait pemanfaatan aplikasi PDS. Melalui kombinasi peran dalam pelayanan konvensional dan digital, pengabdian mampu menjadi bagian integral dari upaya PT Pegadaian dalam memperkuat transformasi digital sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Pelaksanaan pengabdian ini memberikan kontribusi strategis dalam dua aspek utama. Pertama, meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengakses layanan keuangan berbasis digital, sehingga mereka mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang semakin dinamis. Kedua, memperkuat peran PT Pegadaian sebagai lembaga keuangan yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat, sekaligus mendukung agenda transformasi digital nasional. Dengan demikian, pengabdian ini diharapkan tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas pelayanan di Unit Maruyung, tetapi juga menjadi model implementasi strategi pemasaran digital yang dapat direplikasi di cabang Pegadaian lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi pemasaran aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) di PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung masih terbatas pada pendekatan langsung kepada nasabah yang datang ke kantor. Cara ini cukup efektif menjangkau nasabah konvensional, tetapi belum mampu merangkul segmen yang lebih luas, terutama generasi muda yang terbiasa dengan teknologi digital. Pemanfaatan media sosial pun masih minim, hanya mengandalkan WhatsApp dan sosialisasi langsung, tanpa memanfaatkan platform digital yang lebih luas seperti Instagram atau Facebook. Adapun keunggulan aplikasi PDS terletak pada kemudahan akses layanan, mulai dari pembayaran cicilan, tebus gadai, hingga pembelian tabungan emas. Meski demikian, penerapan aplikasi masih menghadapi tantangan, seperti minimnya edukasi kepada nasabah, rendahnya adopsi teknologi pada kelompok lansia, keterbatasan fitur yang belum mencakup seluruh layanan Pegadaian, serta kendala teknis berupa lambatnya sistem aplikasi. Sementara itu, dari sisi pelayanan, Pegadaian Ciparay Unit Maruyung telah menerapkan prinsip 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun) dalam melayani nasabah. Namun, keterbatasan jumlah staf yang hanya tiga orang dan ketiadaan sistem antrian menyebabkan pelayanan sering terkendala, terutama saat jumlah nasabah meningkat. Fasilitas pendukung sudah cukup memadai dengan adanya Wi-Fi, AC, dan area parkir, meskipun masih diperlukan inovasi tambahan seperti TV digital atau layar informasi untuk edukasi layanan Pegadaian dan penggunaan aplikasi PDS. Kemudian, partisipasi pengabdian dalam program pengabdian memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pelayanan dan pemasaran aplikasi PDS. Pengabdian berperan dalam mengenalkan dan membimbing nasabah menggunakan aplikasi, membantu proses administrasi dan transaksi, mendampingi staf saat terjadi lonjakan nasabah, serta menghubungi nasabah terkait jatuh tempo melalui WhatsApp atau telepon. Kegiatan ini tidak hanya meringankan beban staf Pegadaian, tetapi juga memperkuat strategi pemasaran digital Pegadaian melalui edukasi langsung kepada masyarakat.

Saran

Pada jangka waktu mendatang, Pegadaian diharapkan dapat memperluas sosialisasi aplikasi digital secara berkelanjutan melalui pelatihan rutin, integrasi dengan layanan keuangan lain, serta peningkatan fitur aplikasi yang lebih ramah pengguna. Selain itu, keterlibatan aktif nasabah dalam memberikan umpan balik perlu ditingkatkan sebagai dasar evaluasi agar inovasi layanan digital semakin relevan dengan kebutuhan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta kerjasama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu terselenggaranya program, baik dari unsur manajemen maupun staf yang terlibat secara aktif dalam mendukung kelancaran kegiatan. Tidak lupa, tim pengabdian juga berterima kasih kepada masyarakat dan nasabah yang turut berpartisipasi dalam memberikan masukan serta pengalaman nyata yang memperkaya hasil pengabdian. Semoga kegiatan ini dapat

memberikan manfaat nyata bagi pengembangan strategi pemasaran Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) serta peningkatan kualitas pelayanan di PT Pegadaian Cabang Ciparay Unit Maruyung

REFERENSI

- Amelia, R., & Aravik, H. (2024). *Analisis Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Dalam Mempermudah Pelayanan Transaksi Nasabah Pada Pegadaian (Persero) Cabang Talang Kelapa*. 2(3).
- Dewi, C. P. (2023). *KUALITAS PELAYANAN JASA PADA USAHA CITRA LAUNDRY*.
- Hayati, F. A., Sularmi, L., Veritia, V., & Rahmadini, S. (2024). Pengaruh Digitalisasi Dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Operasional Pada Pt Bank Capital Indonesia. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(2), 480–488. <https://doi.org/10.37481/sjr.v7i2.844>
- Jalaludin, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Bina Sejahtera Bangun Persada Serang Banten. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 40–48. <https://doi.org/10.37481/jmeb.v1i2.212>
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Mohamad Retno. (2020). MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada PT Tampia Bandar Lampung). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. <http://repository.radenintan.ac.id/11782/>
- Muhaqi, J., & Nurbasari, A. (2024). The Effect Of Country Of Origin, Perceived Quality, And Brand Image On Purchase Intention (Case Study On Consumers Of Samsung Smartphone Users In Bandung City). *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 8(1), 61. <https://doi.org/10.31104/jsab.v8i1.310>
- Nabila Annisa Rahmadhani Siregar, & Muhammad Irwan Padli Nasution. (2023). Penerapan Layanan Aplikasi Pegadaian Digital Service terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian CP. Medan Utama. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(1), 198–205. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v2i1.1093>
- Nasution, R. U., & Aslami, N. (2022). Strategi Dalam Manajemen Pemasaran. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 21–35. <https://doi.org/10.47467/manageria.v2i1.859>
- Natanegara, A. H. (2023). *Mungkinkah Perdesaan Kejar Kesenjangan dengan Perkotaan?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/opini/20230706170708-14-452017/mungkinkah-perdesaan-kejar-kesenjangan-dengan-perkotaan>
- Oroh, G. J., Nelwan, O. S., Lumintang, G. G., Marketing, P., Pada, M. I. X., Indocipta, C. V., Gemilang, K., Oroh, G. J., Nelwan, O. S., Lumintang, G. G., Oroh, G. J., Nelwan, O. S., & Lumintang, G. G. (2023). *LEILEM MARKETING MIX 7P APPLICATION ON CV . INDOCIPT KARYA GEMILANG LEILEM Jurnal EMBA Vol . 11 , No . 1 Januari 2023 , Hal . 465-474*. 11(1), 465–474.
- Permatasari, I. I. (n.d.). (*Pds*) *Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Gadai Dan Non Gadai Pt . Pegadaian Cabang*. 66–88.
- Purnama, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pt.Pos Indonesia (Persero) *Parepare*. 9, 7787(8.5.2017), 2005–2003. www.aging-us.com
- Rachmad, setiawan, dkk. (2023). *Manajemen pemasaran (Teori dan studi kasus)* (Issue May).
- Rahayu, W., Novianti, L., & Istiqomah, Y. (2024). Kombinasi Digital Marketing, Marketing Konvensional Dalam Strategi Pemasaran Produk UMKM Di Kampung Cikandang. *Jurnal Inovasi Masyarakat*, 4(1), 11–20. <https://doi.org/10.33197/jim.v4i1.1959>
- Resmiatini, E., & Hapsari Imanika, I. A. (2020). Analisis Implementasi Bauran Pemasaran 7P Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Batu – Malang. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(1), 57–76. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v5i1.407>
- SoM, P. (2024). *Manajemen Pemasaran : Pengertian , Fungsi dan Konsep Pengertian Manajemen Pemasaran*. <https://ppmschool.ac.id/manajemen-pemasaran/>
- STIE GEMA WIDYA BANGSA. (2023). *Kuliah Kerja Mahasiswa*. 1–1.
- Sutriyani. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt . Kumala Celebes Motor (Mazda Makassar). *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar*, 1–129.

Syafa Fadhilah Tegar Andalas. (2024). *209,3 Juta Orang di Indonesia Menggunakan Smartphone pada Tahun 2023 - GoodStats Data*. Goodstat. <https://data.goodstats.id/statistic/2093-juta-orang-di-indonesia-menggunakan-smartphone-pada-tahun-2023-cbha0>

Winda sari. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Winda Sari. (2024). *Manajemen Pemasaran*. 15(1), 37–48., 15(1), 37–48.

www.pegadaian.co.id

DOKUMENTASI PENGABDIAN

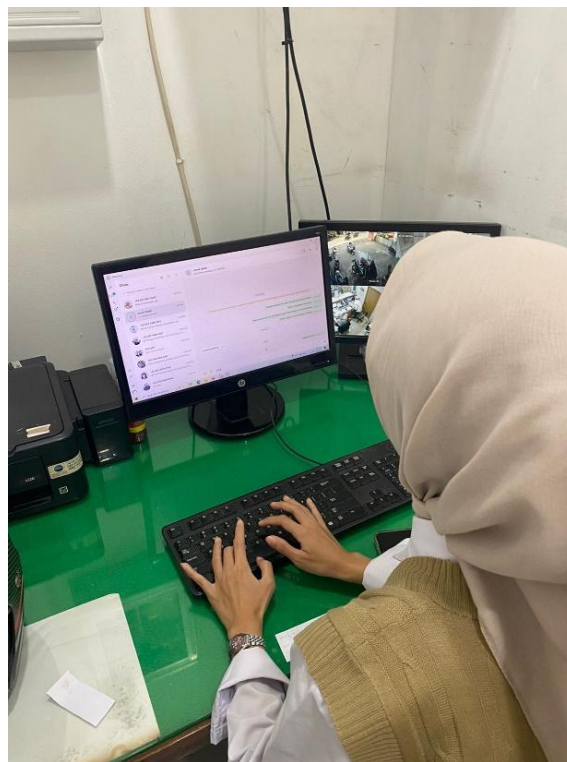
1. Melayani Nasabah



2. Mengenalkan Aplikasi PDS



3. Membalas WhatsApp Nasabah



4. Membantu Proses Pencairan BPKB

