

ANALISIS PERILAKU NASABAH TERHADAP SISTEM BARU PENCAIRAN DI PT. PEGADAIAN MENGGUNAKAN LAYANAN BRI

Nadhilah khaerunisa¹ Ratna Mulyanti² Fitri Ayu Nofrida³

Program studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Riau *e-
mail: nadhilahkhaerunisa@gmail.com,

Abstrak

Perkembangan perekonomian yang semakin pesat biasanya diiringi dengan berbagai persoalan – persoalan ekonomi yang semakin kompleks. Pegadaian dan Bank BRI melakukan inovasi untuk meningkatkan pelayanan bagi nasabah. Terobosan terbaru, nasabah bisa membuka rekening Bank BRI di outlet-outlet yang dimiliki PT Pegadaian. Tentunya hal ini menjadi kemudahan bagi para nasabah, karena layanan BRI yang memiliki jangkauan yang luas hampir di seluruh daerah dan juga kalangan Masyarakat. Dari data penelitian yang peneliti peroleh, variabel prosedur pencairan pinjaman memiliki pengaruh paling dominan atau paling kuat. Nasabah pada umumnya menggunakan layanan pencairan melalui bank BRI pada karena prosedur pencairan pinjaman yang sederhana. Selanjutnya diikuti variabel lokasi karena nasabah yang menggunakan bank BRI pada pegadaian mempertimbangkan lokasi yang strategis. Selanjutnya variabel promosi karena promosi yang dilakukan oleh pegadaian syariah mampu meyakinkan nasabah untuk menggunakan produk pencairan melalui bank BRI pada pegadaian. Dengan demikian, implikasi dari hasil-hasil penelitian menganjurkan supaya Pegadaian dapat mempertimbangkan ketiga variabel tersebut sebagai tolak ukur dalam mengembangkan kebijakan yang tepat dan sesuai demi meningkatnya minat nasabah menggunakan layanan bank BRI.

Kata Kunci: Pencairan dana,Layanan,BRI

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari, uang selalu dibutuhkan untuk membeli maupun membayar berbagai kebutuhan yang diperlukan, namun terkadang kebutuhan yang diperlukan tidak dapat dipenuhi karena kendala uang yang dimiliki. Dengan demikian tak jarang masyarakat memilih untuk menjual suatu aset atau barang bernilai miliknya. Namun hal tersebut berisiko barang yang telah dijual akan hilang dan sulit untuk kembali. Untuk itu dalam mengatasi permasalahan di atas maka masyarakat dapat meminjamkan barang bernilai nya pada lembaga tertentu di mana kebutuhan dana dapat terpenuhi dengan tanpa kehilangan barang miliknya

Perkembangan perekonomian yang semakin pesat biasanya diiringi dengan berbagai persoalan – persoalan ekonomi yang semakin kompleks, sehingga menjadikan masyarakat untuk berfikir lebih jauh dalam upaya meningkatkan kesejahteraan hidupnya bagi

masyarakat kelas menengah ke atas yang memiliki kondisi sosial yang mapan baik dilihat dari segi pekerjaan tingkat pendapatan maupun pendidikan, masyarakat pada lapisan ini relatif mampu untuk memenuhi standar hidup yang layak dan biasanya masalah ekonomi yang mereka hadapi bukan lagi pada hal – hal bersifat mendasar melainkan adalah masalah dunia usaha yang mereka kelola. Sebaliknya bagi masyarakat kelas menengah ke bawah atau golongan ekonomi lemah yang kondisi ekonominya kurang baik atau belum memenuhi standar hidup yang layak, problem ekonomi yang di hadapi adalah kebutuhan yang sifatnya mendasar untuk kebutuhan hidup sehari – hari atau yang sifatnya konsumtif sehingga dua golongan masyarakat tadi mencari alternatif yang menguntungkan dalam memenuhi kemudahan untuk memperoleh kredit. Untuk lebih mengarahkan pada pembangunan pertumbuhan ekonomi dari bawah, pemberian kredit tidak hanya dilaksanakan bank, tetapi dapat dilakukan oleh siapapun yang mempunyai kemampuan untuk memberikan pinjaman atau piutang seperti lembaga keuangan bukan bank salah satunya adalah PT Pegadaian.

Menurut (Silaen *et al.*, 2021) Perusahaan umum pegadaian dalam menjalankan aktivitasnya adalah untuk memberikan jasa layanan kredit atas dasar hukum gadai dan berlaku untuk siapa saja dengan syarat jaminan berupa benda - benda seperti emas, intan permata, alat-alat elektronik, kendaraan bermotor, dan lain-lain. benda yang bergerak yang menjadi jaminan itu harus berada dalam kekuasaan kreditur pemegang gadai. Masyarakat yang membutuhkan dana diwajibkan menyerahkan benda bergerak sebagai jaminan kepada PT.pegadaian meskipun banyak lembaga keuangan menawarkan pinjaman atau kredit namun PT.pegadaian menjadi pilihan masyarakat yang membutuhkan dana karena lembaga ini mampu menyediakan dana secara cepat dengan prosedur yang mudah. hal ini sesuai dengan semboyan dari PT.pegadaian yaitu “Mengatasi masalah tanpa masalah “.

Kepuasan masyarakat untuk menjadi nasabah dapat dirasakan nasabah apabila produk yang tersedia mempunyai manfaat, kualitas yang baik dan kelengkapan produk. Produk diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perilaku konsumen merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat untuk mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa, termasuk dalam proses pengambilan keputusan yang memerlukan perencanaan terlebih dahulu. Untuk memahami perilaku konsumen perlu terlebih dahulu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk barang atau jasa. Maksud dari analisis perilaku konsumen ini adalah suatu proses dan aktivitas yang dilakukan seseorang sehubungan dengan pencarian, pemilihan, penggunaan, pembelian serta pengevaluasian produk.

Sebagai perusahaan pelayanan jasa, pelayanan (*service*) adalah salah satu ujung tombak untuk menarik nasabah. Sukses tidaknya sebuah perusahaan jasa tergantung dari keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan nasabah. Kepuasan konsumen terjadi ketika sebuah produk atau jasa yang diterima konsumen melebihi harapannya. Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari yang diharapkan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja produk atau jasa sesuai 10 harapan maka konsumen akan merasa puas (*satisfied*), dan jika kinerja produk atau jasa melebihi harapan maka konsumen akan merasa sangat puas (*delighted*). Perusahaan harus mampu merebut hati pasar sasarannya untuk mencapai volume penjualan tertentu. Kepuasan konsumen mempunyai peranan yang sangat penting bagi perusahaan. Karena secanggih atau

sebagus apapun produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, jika konsumen tidak menyukainya, maka produk atau jasa tersebut tidak ada artinya.

Sebagai salah layanan yang menjadi produk unggulan, Pegadaian dan Bank BRI melakukan inovasi untuk meningkatkan pelayanan bagi nasabah. Terobosan terbaru, nasabah bisa membuka rekening Bank BRI di outlet-outlet yang dimiliki PT Pegadaian. Tentunya hal ini menjadi kemudahan bagi para nasabah, karena layanan BRI yang memiliki jangkauan yang luas hampir diseluruh daerah dan juga kalangan Masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk menganalisis bagaimana perilaku nasabah yang melakukan pencairan di PT. Pegadaian dengan menggunakan sistem baru melalui layanan bank BRI.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut (Akbar *et al.*, 2021) Adapun salah satu contoh lembaga keuangan bukan bank adalah pegadaian, dimana merupakan badan yang bergerak dibidang pelayanan jasa peminjaman dana dengan cara menggadaikan barang sebagai jaminannya. PT. Pegadaian (Persero) adalah sebuah perusahaan milik pemerintah yaitu BUMN Indonesia yang usahanya adalah bidang jasa peminjaman uang kepada para nasabahnya yang berdasarkan hukum gadai.

Seiring perkembangan zaman banyak pesaing dalam bidang serupa yang muncul, sehingga kantor pusat dan cabang meluas ke beberapa daerah. Mekanisme pelayanan PT. Pegadaian (Persero) sendiri adalah pemberian pinjaman kepada nasabah dengan suatu jaminan tersebut kemudian akan dihitung nilainya oleh pihak pegadaian dan dana akan diberikan kepada nasabah sesuai dengan nilai yang terkandung di barang gadaian tersebut. Nasabah akan diberikan tenggang waktu yang dapat digunakan untuk menebus barang yang telah digadaikan tersebut, namun apabila tenggang waktu tersebut sudah terlewat maka barang akan dilelang oleh pihak pegadaian dan tidak dapat ditebus lagi oleh nasabah selaku peminjam. Selain pemberian layanan melalui gadai barang, pegadaian sendiri memberikan pilihan layanan lainnya seperti menawarkan jasa pinjaman uang secara online, tambahan tenor pelunasan uang gadai dan mengadakan lelang barang murah.

menurut (Silvani & Triwijayanti, 2023) PT Pegadaian dengan PT Bri Tbk. PT pegadaian adalah PT Pegadaian (Persero), pemilik brand (merk) Pegadaian adalah perusahaan BUMN yang dibuka pertama kali di Sukabumi pada tanggal 1 April 1901. Sampai dengan Agustus 2020 PT Pegadaian telah mempunyai outlet sebanyak 4.100 yang tersebar di seluruh Indonesia. Produk dan layanan Pegadaian juga dapat diakses di lebih 11.000 agen. Pegadaian juga telah mengembangkan layanan secara elektronik dengan aplikasi Pegadaian Digital yang dapat diunduh di Playstore atau App Store.

Selain jaringan pelayanan yang luas, keunggulan Pegadaian lainnya adalah kecepatan dalam pelayanan dengan menerapkan standar waktu layanan maksimal 15 menit serta keamanan optimal dengan sistem pengamanan fisik dan lokasi usaha (Sispamfilu). Untuk mengantisipasi berbagai risiko, Pegadaian juga bekerja sama dengan berbagai perusahaan asuransi, Produk-produk Pegadaian juga beraneka ragam. Bisnis utama Pegadaian adalah pemberian pinjaman dengan jaminan barang bergerak baik secara konvensional maupun syariah. Sedangkan bisnis pendukungnya meliputi pembiayaan usaha mikro, cicilan dan tabungan emas, cicilan kendaraan bermotor, pembiayaan haji dan

wisata syariah, serta beraneka jasa lain seperti pengiriman uang, multi pembayaran online, jasa taksiran, jasa titipan, sertifikasi batu permata, dan safe deposit box. Dalam mengelola bisnis, Pegadaian selalu mengimplementasikan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG) yang menjunjung tinggi nilai-nilai transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan keadilan (fairness). Salah satunya dalam pengelolaan lelang. Setiap barang jatuh tempo yang dilelang melebihi kewajiban pembayaran, nasabah berhak memperoleh uang kelebihan dari penjualan tersebut. Sedangkan BRI Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia.

Perilaku nasabah merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan, menggunakan barang-barang, atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan (Sangadji & Sopiah, 2012). Perilaku nasabah berpusat pada bagaimana nasabah secara individu membuat keputusan beli dengan menggunakan sumber-sumber yang tersedia, yaitu waktu, uang, dan upaya, untuk ditukar dengan barang untuk dikonsumsi (Nidiyah dan Aisyah, 2022).

Menurut Notoatmojdo (2014), perilaku adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan. Perilaku merupakan hasil dari segala macam pengalaman dan interaksi manusia dengan lingkungannya. Pengertian perilaku juga dapat dibatasi sebagai keadaan jiwa untuk berpendapat, berfikir, bersikap dan lain sebagainya yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek, baik fisik maupun non fisik. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen atau nasabah, yaitu:

1. Faktor Kebudayaan
2. Faktor Sosial
3. Faktor Pribadi
4. Faktor-faktor Psikologi

Bank BRI atau Bank Rakyat Indonesia adalah salah satu bank yang dapat dipilih oleh masyarakat untuk mendapatkan jasa perbankan yang diinginkan. Keunggulan-keunggulan yang ada pada Bank BRI Tbk mampu menjerat nasabah untuk menggunakan jasanya perbankan. Ada beberapa keunggulan Bank BRI Tbk diantaranya adalah Bank BRI Tbk sudah memiliki satelit sendiri yang akan membantu bank BRI agar lebih maksimal dalam memberikan pelayanannya hingga ke pelosok, memiliki jaringan yang luas sehingga memberikan kemudahan bertransaksi, jaringan yang tersebar luas sehingga mampu memberikan rasa aman dalam bertransaksi (Ilahi *et al.*, 2020).

METODE PENELITIAN Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Pegadaian dengan Kerjasama Bersama bank BRI di kota Pekanbaru.

Data dan Sampel/Populasi Penelitian

Sedangkan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kegiatan yang dilaksanakan di PT. Pegadaian dengan Kerjasama Bersama Bank BRI dan melakukan wawancara ke beberapa nasabah.

Metode Pengumpulan Data

Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah insidental sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu nasabah yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dan nasabah yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data

Metode Analisis Data

Metode penelitian data yang terdapat dalam penulisan ini ialah deskriptif kualitatif, yaitu metode yang diarahkan pada pemecahan masalah dengan cara menjelaskan atau mendeskripsikan hasil penelitian (Riduwan, 2015). Penelitian deskriptif ialah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang status suatu kejadian yang terjadi, yaitu keadaan kejadian itu apa adanya pada saat penelitian dilakukan tanpa ada maksud membuat kesimpulan umum atau generalisasi. (Hikmawati, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pinjam meminjam ini dilakukan oleh perseorangan atau badan hukum dengan suatu lembaga keuangan, baik lembaga informal maupun lembaga formal. Kecenderungan ini dilakukan karena mudahnya persyaratan yang harus dipenuhi, mudah diakses dan dapat dilakukan dengan waktu yang relatif singkat. Namun dibalik kemudahan tersebut, rentenir atau sejenisnya menekan masyarakat dengan bunga yang tinggi.

Jika masyarakat mau memilih keadaan lembaga formal yang dapat dipergunakan untuk melakukan pinjam meminjam, mungkin masyarakat akan cenderung memilih lembaga formal untuk memenuhi kebutuhannya. Lembaga formal dibagi dua yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Salah satu lembaga keuangan non bank ialah PT. Pegadaian (Persero) yang merupakan perusahaan BUMN di Indonesia yang usahanya adalah bidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat atas dasar hukum gadai.

Perilaku konsumen merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat untuk mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa, termasuk dalam proses pengambilan keputusan yang memerlukan perencanaan terlebih dahulu. Untuk memahami perilaku konsumen perlu terlebih dahulu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk barang atau jasa. Maksud dari analisis perilaku konsumen ini adalah suatu proses dan aktivitas yang dilakukan seseorang sehubungan dengan pencarian, pemilihan, penggunaan, pembelian serta pengevaluasian produk.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen saat mereka mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk/jasa dalam rangka pemenuhan keinginan dan kebutuhannya.

Kotler dan Armstrong (2012), menyatakan bahwa mempelajari perilaku konsumen bertujuan untuk menggunakan dan memahami berbagai aspek yang ada pada konsumen, yang akan digunakan dalam menyusun strategi pemasaran agar lebih sukses. Keputusan

pembelian konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu faktor internal, faktor eksternal dan faktor situasional.

Berikut ini akan dibahas pengaruh dari faktor terhadap keputusan pencairan atau peminjaman dana ke pegadaian:

a. Faktor Internal (faktor pribadi) 1)

Presepsi.

Presepsi adalah proses yang digunakan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasikan atau menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

2) Keluarga.

Keluarga merupakan organisasi konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi acuan primer yang paling berpengaruh. Perusahaan tertarik pada peran dan pengaruh relatif dari suami, istri, dan anak-anak dalam membeli beragam produk dan jasa yang dikonsumsinya.

3) Motivasi dan Keterlibatan.

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen, kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan (state of tension) antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan itu.

4) Pengetahuan.

Pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar disebut pengetahuan konsumen.

5) Sikap.

Sikap merupakan kecenderungan faktor motivasional yang belum menjadi tindakan. Sikap diartikan sebagai evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari konsumen terhadap suatu objek atau gagasan.

6) Pembelajaran.

Pembelajaran meliputi perubahan perilaku konsumen yang timbul dari pengalaman. Pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan antara pendorong, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan dan penguatan. Teori pembelajaran mengajarkan para pemasar bahwa mereka dapat membangun permintaan atas sebuah produk dengan mengaitkannya kepada dorongan atau motivasi dan memberikan penguatan yang positif.

b. Faktor Eksternal

- 1) Budaya. Budaya merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa yang ditawarkan.
- 2) Kelas sosial. Kelas sosial mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku berdasarkan posisi ekonomi mereka dalam pasar.

3) Keanggotaan dalam suatu kelompok. Suatu kelompok akan mempengaruhi perilaku anggotanya, termasuk dalam pengambilan keputusan pembelian produk.

c. Faktor Situasional

Situasi didefinisikan oleh seorang konsumen yang berperilaku di sebuah lingkungan untuk mencapai tujuan tertentu. Faktor situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat, waktu, penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian. Situasi dapat dipandang sebagai pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang lepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek. Faktor situasional meliputi lingkungan fisik dan waktu. Keadaan ekonomi yang dimiliki seseorang akan sangat berpengaruh terhadap pemilihan produk atau jasa karena pembelanjaan pendapatan yang diperoleh disesuaikan dengan kebutuhan. Semakin tinggi pendapatan yang mereka peroleh, semakin tinggi pula tingkat konsumen yang mereka lakukan. Hal ini berlaku sebaliknya pada orang yang mempunyai pendapatan lebih rendah.

Prosedur pencairan pinjaman yaitu proses atau langkah-langkah yang berkaitan dengan bagaimana masyarakat memperoleh pinjaman ketika menjadi nasabah dalam suatu lembaga keuangan. Ditambah dengan kemudahan yang telah diberikan Pegadaian dan Bank BRI melakukan inovasi untuk meningkatkan pelayanan bagi nasabah. Terobosan terbaru, nasabah bisa membuka rekening Bank BRI di outlet-outlet yang dimiliki PT Pegadaian. Tentunya hal ini menjadi kemudahan bagi para nasabah, karena layanan BRI yang memiliki jangkauan yang luas hampir diseluruh daerah dan juga kalangan Masyarakat. Terdapat 5 karakteristik dari situasi konsumen:

- 1) Lingkungan fisik. Lingkungan fisik merupakan situasi fisik yang menggambarkan situasi konsumen yang meliputi: lokasi, dekorasi, aroma, cahaya, cuaca, dan objek fisik lainnya yang ada di sekeliling konsumen.
- 2) Lingkungan sosial. Lingkungan fisik diartikan sebagai kehadiran dan ketidakhadiran orang lain pada situasi tersebut.
- 3) Waktu. Waktu atau saat perilaku muncul (jam, hari, musim libur, bulan puasa, natal tahun baru dan pandemi). Waktu mungkin diukur secara subjektif berdasarkan situasi konsumen.
- 4) Tujuan. Tujuan merupakan hal yang ingin dicapai pada suatu situasi.
- 5) Situasi hati. Suasana hati merupakan kondisi jiwa sesaat (misalnya perasaan khawatir, marah, tergesa-gesa, sedih, dan bahagia) yang dibawa pada suatu situasi.

Prosedur pencairan pinjaman yaitu proses atau langkah-langkah yang berkaitan dengan bagaimana masyarakat memperoleh pinjaman ketika menjadi nasabah dalam suatu lembaga keuangan. Indikator prosedur pencairan pinjaman menurut Khasanah (2014) :

- a. Fleksibilitas, kemampuan untuk bekerja dengan efektif dan beradaptasi dalam
- b. situasi yang berbeda, dengan berbagai individu maupun kelompok.
- c. Kemudahan, sesuatu yang diinginkan dan disukai oleh manusia karena tidak mempersulit dan tidak berbelit-belit.

- d. Kesederhanaan, suatu kondisi, properti, atau kualitas ketika segalanya dapat dipertimbangkan untuk dimiliki.

Dalam mengelola bisnis, Pegadaian selalu mengimplementasikan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG) yang menjunjung tinggi nilai-nilai transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan keadilan (fairness). Salah satunya dalam pengelolaan lelang. Sedangkan BRI Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja tanggal 16 Desember 1895.

Perbedaan antara BRI (Lembaga Keuangan Perbankan) dengan Pegadaian (Lembaga Keuangan Non Perbankan) bukanlah suatu masalah yang dapat menghambat tujuan utama dari rencana holding company yaitu untuk mendukung para pelaku UMKM di Indonesia, karena pada dasarnya ketiga perusahaan tersebut sama-sama memiliki target usaha untuk pemberian pinjaman dana terhadap para pelaku UMKM.

PT Bank Rakyat Indonesia Tbk akan menjadi induk dari PT Pegadaian dan PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) untuk membentuk Holding Ultra Mikro. Sehingga tidak ada perbedaan diantara perusahaan induk dengan perusahaan anak antara pt pegadaian dengan pt bri Tbk. Dalam hal ini perusahaan saling bekerja sama dalam memasarkan program yang ditawarkan. Kerja sama yang dilakukan untuk menguntungkan masing-masing perusahaan, dengan pelaksanaan holding tersebut maka akan tercipta ekosistem baru, yakni keterkaitan antara ekosistem ultra mikro, kecil, menengah, hingga kegiatan usaha berkapasitas besar. Dengan demikian, muncul harapan besar agar ekosistem yang berjenjang tersebut dapat menciptakan fase upgrade dimana nasabah UMi yang telah berkembang secara bisnis akan siap diakomodasi untuk naik kelas (*scaling up*).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di PT. Pegadaian dalam perilaku nasabah pada proses pencairan melalui layanan Bank BRI didapatkan rangkuman kepuasan nasabah terhadap sistem baru yang diterapkan oleh PT. Pegadaian melalui layanan bank BRI. Diantaranya adalah:

1. Akses, lokasi mudah dilalui dan mudah dijangkau transportasi umum.
2. Visibilitas, lokasi dapat dilihat dengan mudah di tepi jalan.
3. Strategis, lokasi ditengah-tengah kota sehingga dekat dengan keramaian, dan pertokoan.

PENUTUP

Dari data penelitian yang peneliti peroleh, variabel prosedur pencairan pinjaman memiliki pengaruh paling dominan atau paling kuat. Nasabah pada umumnya menggunakan layanan pencairan melalui bank BRI pada karena prosedur pencairan pinjaman yang sederhana. Selanjutnya diikuti variabel lokasi karena nasabah yang menggunakan bank BRI pada pegadaian mempertimbangkan lokasi yang strategis. Selanjutnya variabel promosi karena promosi yang dilakukan oleh pegadaian syariah mampu meyakinkan nasabah untuk menggunakan produk pencairan melalui bank BRI pada pegadaian. Dengan demikian,

implikasi dari hasil-hasil penelitian menganjurkan supaya Pegadaian dapat mempertimbangkan ketiga variabel tersebut sebagai tolak ukur dalam mengembangkan kebijakan yang tepat dan sesuai demi meningkatnya minat nasabah menggunakan layanan bank BRI.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, H. S., Azizia, F. N., Dzikri, M., Rohman, T., & Rilando, Y. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (persero) Area Surabaya 2. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(1), 35–46. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i1.385>
- Ilahi, R., Tanjung, A. R., & Basri, Y. (2020). Analisis Strategi PT Bank BRI TBK dalam Menghadapi Financial Teknologi. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 90–102.
- Silaen, U., Triana, E., & Hernusa, H. L. (2021). Pelaksanaan Pemberian Kredit Angsuran Sistem Gadai Pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Mall Merdeka Bogor. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 1(1), 91–98. <https://doi.org/10.37641/jabkes.v1i1.789>
- Silvani, R., & Triwijayanti, D. (2023). Tidak Ada Unsur Pembeda Antara Perusahaan Induk Dengan Perusahaan Anak (Studi Kasus akuisisi PT Pegadaian dengan PT BRI Tbk). *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik*, 1(2).
- Nidiyah,Zahrotun S., & Nur Aisyah, E. (2022). Analisis Perilaku Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Kota Malang. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 398–411. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).10872](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).10872)

