

Pemanfaatan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) dalam Strategi Pemasaran Produk Gadai di Pegadaian Unit Pembantu Cabang Gelogor Carik

¹⁾Diah Putri Arimbi, ²⁾Ni Luh Putu Sariani*

^{1),2)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia
Email Corresponding: putusariani@undiknas.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p>KataKunci: Strategi Pemasaran Pegadaian Pendampingan Sosialisasi Aplikasi Pegadaian <i>Digital Service</i></p>	<p>Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Salah satunya yaitu bauran pemasaran yang memiliki beberapa komponen yang biasa disebut 4P, yaitu <i>Product</i> (Produk), <i>Price</i> (Harga), <i>Promotion</i> (Promosi), dan <i>Place</i> (Tempat). Pegadaian merupakan badan usaha milik negara (BUMN) yang berusaha membantu masyarakat memberi fasilitas pinjaman kredit salah satunya Kredit Cepat dan Aman (KCA). Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi <i>outlet</i> Pegadaian UPC Gelogor Carik, masalah internal atau eksternal yang dihadapi, evaluasi potensi yang dapat berkembang. Terdapat 3 (tiga) metode yang digunakan dalam kegiatan ini, yaitu observasi, sosialisasi dan, serta evaluasi. <i>Place</i> (tempat) merupakan komponen yang kurang maksimal dalam strategi pemasaran pada UPC Gelogor Carik, lokasi <i>outlet</i> yang menjorok kedalam, jumlah kursi pada ruang tunggu yang terbatas serta lahan parkir yang sempit. Solusi yang paling efektif untuk meminimalisir masalah tersebut adalah pemanfaatan Aplikasi Pegadaian <i>Digital Service</i> (PDS). Pendampingan pendaftaran serta penggunaan aplikasi ini hingga dapat digunakan nasabah dalam bertransaksi agar lebih efisien karena dapat bertransaksi dimana saja. Saran yang dapat penulis sampaikan kepada Pegadaian UPC Gelogor Carik adalah terkhusus petugas satpam adalah terus mensosialisasikan penggunaan serta manfaat bertransaksi melalui Aplikasi Pegadaian <i>Digital Service</i> (PDS), sehingga meminimalisir terjadinya penumpukan nasabah.</p>
<p>Keywords: Marketing Strategy Pawnshop Mentoring Socialization Pegadaian Digital Service Application</p>	<p>ABSTRACT</p> <p>Marketing strategy is very important in a company. One of them is the marketing mix which has several components commonly called the 4P, namely Product, Price, Promotion, and Place. Pegadaian is a state-owned enterprise (BUMN) that tries to help the community provide credit loan facilities, one of which is Fast and Safe Credit (KCA). This activity aims to find out the condition of the Pegadaian UPC Gelogor Carik outlet, internal or external problems faced, evaluate the potential that can be developed. There are 3 (three) methods used in this activity, namely observation, socialization and evaluation. Place is a component that is less than optimal in the marketing strategy at UPC Gelogor Carik, the location of the outlet juts in, the number of seats in the waiting room is limited and the parking lot is narrow. The most effective solution to minimize these problems is the use of the Pegadaian Digital Service (PDS) Application. Registration assistance and the use of this application so that customers can use it in transactions to make it more efficient because they can transact anywhere. The suggestion that the author can convey to Pegadaian UPC Gelogor Carik is that especially the security guard is to continue to socialize the use and benefits of transacting through the Pegadaian Digital Service (PDS) Application, so as to minimize the accumulation of customers.</p> <p style="text-align: right;">This is an open access article under the CC-BY-SA license.</p> 

I. PENDAHULUAN

Kredit memegang peranan utama dalam perekonomian di negara Indonesia, yang merupakan negara berkembang. Dalam rangka mewujudkan pemerataan kesejahteraan masyarakat, pemerintah telah membentuk lembaga kredit perbankan dan non perbankan yang diharapkan dapat memberikan kredit kepada masyarakat luas dengan syarat yang tidak memberatkan. sehingga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan baik kebutuhan konsumtif maupun produktif. Pemberian kredit didasarkan pada harapan bahwa penerima kredit akan mengembalikan pinjaman dalam ketentuan syarat dan jangka waktu yang telah disepakati.

Kapasitas untuk mendistribusikan atau menjual barang-barang saat ini untuk memenuhi tujuan perusahaan dikenal sebagai strategi pemasaran. Secara akurat menentukan keinginan konsumen dan mendapatkan keunggulan kompetitif adalah dua tujuan utama perusahaan (Pangaila et al., 2020). Perusahaan harus mempertahankan unsur bauran pemasaran (*marketing mix*). Adapun bauran pemasaran terdiri dari 4P, yaitu : produk (*product*), harga (*price*), distribusi atau tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) (Hidayah et al., 2021).

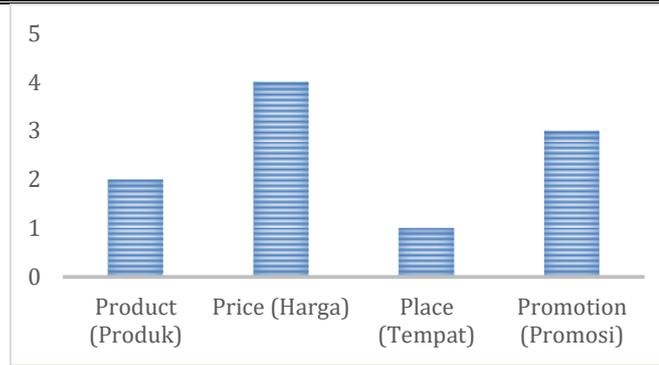
Pegadaian adalah lembaga keuangan bukan bank yang diberi wewenang oleh undang-undang untuk melakukan kegiatan usaha lembaga keuangan, seperti pembiayaan dengan memberikan kredit uang kepada masyarakat umum sesuai dengan peraturan perundang-undangan gadai (Putri P. & Supriadi, 2022). Bagi nasabah yang membutuhkan agunan, PT Pegadaian (Persero) menawarkan pinjaman modal yang dijamin dengan aset tertentu yang nilainya ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman. Barang elektronik, perhiasan emas, dan gadget semuanya tercakup dalam jaminan yang dapat diterima.

Pegadaian berusaha untuk membantu masyarakat dengan memberi fasilitas pinjaman kredit salah satunya yakni Kredit Cepat dan Aman (KCA) yang menggunakan emas sebagai jaminan pinjamannya. Gadai KCA merupakan produk yang diminati nasabah dikarenakan sistem gadai yang mudah, nasabah hanya perlu mengisi formulir gadai, membawa KTP dan barang jaminan emas yang dapat berupa kalung, gelang, cincin, liontin, maupun logam mulia. Pembayaran angsurannya pun dapat dilakukan di *outlet* pegadaian seluruh Indonesia. Penyaluran dana pinjaman dilakukan secara sederhana, cepat, dan aman untuk meminimalisir gangguan terhadap masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini dapat memfasilitasi kegiatan masyarakat dengan memungkinkan pengiriman publik yang cepat dan dengan meningkatkan kinerja pegadaian. Salah satu inisiatif untuk mendukung dan melayani pelanggan, nasabah dapat menggunakan *smartphone* untuk menyelesaikan transaksi gadai dan transaksi lainnya dengan bantuan aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS). Konsumen dapat bertransaksi secara instan melalui aplikasi di *smartphone* mereka tanpa harus mengunjungi lokasi pegadaian, ini dapat diselesaikan di mana saja dan dapat mempercepat transaksi. Menurut persepsi kemudahan yang dirasakan, pengguna aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) akan merasa mudah untuk dinavigasi dan digunakan, artinya mereka tidak akan mengalami masalah. Selain itu, persepsi pengguna terhadap nilai aplikasi PDS menunjukkan bahwa penggunaannya dapat meningkatkan efektivitas, produktivitas, dan kinerja pengguna (Fatmadiansyah, 2018).

Layanan gadai online, pengajuan pembiayaan usaha mikro, pembukaan rekening tabungan emas, pembelian (isi ulang) dan gadai, fitur jual, transfer, dan cetak emas, pembayaran transaksi gadai (tebus, cicil, perpanjangan), pembayaran *micro transaction* (Kreasi, Krasida, Mulia, Emasku, dll), dan fitur pembayaran lainnya adalah beberapa layanan yang ditawarkan kepada pelanggan oleh Pegadaian *Digital Service* (Oktavia et al., 2023).

Sebagai unit pembantu Cabang (UPC) Gelogor Carik membantu Pegadaian Cabang Sesetan untuk mencapai target-target operasional. Dengan hal ini, UPC Gelogor Carik memiliki strategi guna menarik minat nasabah demi tercapainya target perusahaan yang harus terpenuhi. Adanya strategi pemasaran yang baik, berpengaruh terhadap tercapainya suatu target perusahaan. Berikut adalah hasil *pra survey* melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah terkait unsur bauran pemasaran 4P dalam strategi pemasaran UPC Gelogor Carik.



Gambar 2. Diagram Hasil kuisisioner sebelum kegiatan Mengenai 4P Terhadap Nasabah

Berdasarkan hasil kuisisioner diketahui bahwa lokasi merupakan komponen strategi pemasaran yang kurang efektif pada UPC Gelogor Carik. Lokasi dari Pegadaian UPC Gelogor Carik cukup strategis, Dekat dengan pasar desa setempat yaitu Pasar Kangkung yang memungkinkan calon nasabah melihat banner promosi yang ada, sehingga dapat menarik perhatian hingga minat nasabah untuk menggadai di pegadaian UPC Gelogor Carik. Namun ada beberapa kekurangan dari lokasi UPC Gelogor Carik yaitu, gedung *outlet* Pegadaian UPC Gelogor Carik ini terletak sedikit menikung dari jalan dan menjorok kedalam, dengan lahan untuk parkir yang tidak terlalu luas, serta ruang tunggu dan tempat duduk yang terbatas hanya dapat diisi oleh 7 orang, jika nasabah sedang ramai terkadang ada beberapa nasabah yang berdiri, bahkan beberapa kali ada nasabah yang tidak jadi bertransaksi dikarenakan *outlet* sedang ramai. Solusi yang dapat diberikan adalah dengan memaksimalkan penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Aplikasi ini digunakan untuk melakukan transaksi tebus gadai dengan menggunakan nomor *virtual account* yang kemudian ditransfer melalui aplikasi *mobile banking* nasabah. Perlu adanya kerjasama dan bantuan petugas satpam dalam memberikan petunjuk kepada klien tentang cara menggunakan Aplikasi tersebut, sehingga hal ini dapat mengurangi penumpukan nasabah pada *outlet* Pegadaian UPC Gelogor Carik.

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi *outlet* Pegadaian UPC Gelogor Carik, masalah internal atau eksternal yang dihadapi, evaluasi potensi yang dapat berkembang. Sebagai kontribusi penulis dalam kegiatan ini, maka penulis memberikan sosialisasi dan pendampingan Pemanfaatan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) dalam pengoptimalan strategi pemasaran produk gadai di Pegadaian UPC Gelogor Carik.

II. MASALAH

Pegadaian Cabang Sesetan 1 memiliki beberapa UPC (Unit Pembantu Cabang) yang salah satunya merupakan Unit Pembantu Cabang Gelogor Carik. Berikut ini merupakan gambar *outlet* Unit Pembantu Cabang Gelogor Carik yang merupakan tempat kegiatan praktek kerja lapangan berlangsung.



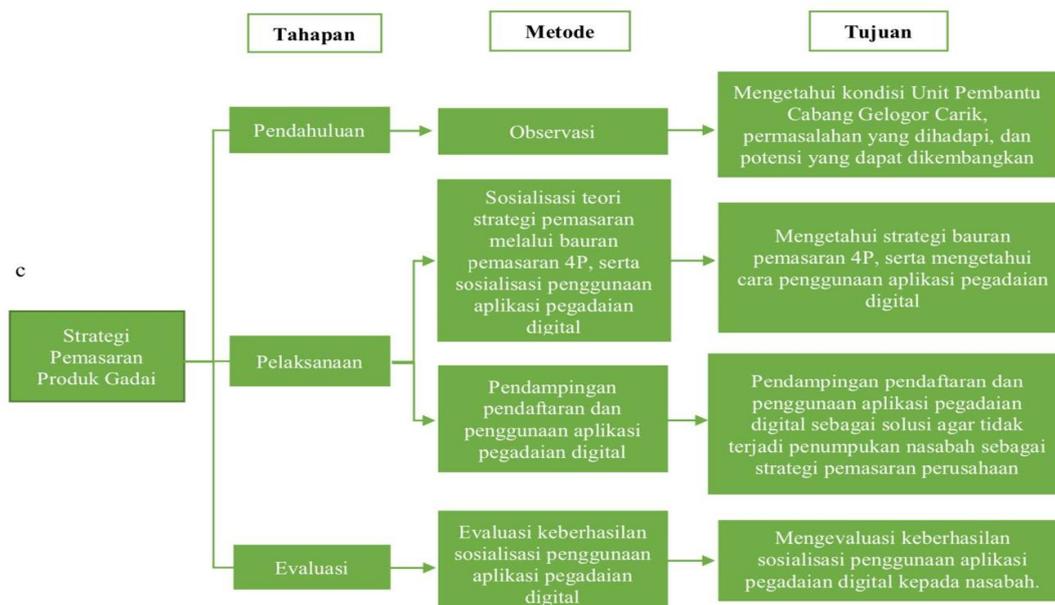
Gambar 1 Lokasi Tempat Pengabdian

Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian (2023)

Permasalahan yang terjadi pada UPC Gelogor Carik ini adalah sering terjadinya penumpukan nasabah jika *outlet* Pegadaian sedang ramai, nasabah yang tidak dapat parkir dikarenakan lahan parkir yang sempit, nasabah seringkali berdiri menunggu antrean dikarenakan minimnya tempat duduk yang tersedia di *outlet*, serta seringkali nasabah tidak jadi melakukan transaksi dikarenakan malas menunggu antrean jika dilihat *outlet* sedang ramai.

III. METODE

UPC Gelogor Carik Denpasar menjadi lokasi kegiatan Praktek Kerja Lapang (PKL) ini. Kegiatan ini diselesaikan dalam waktu dua bulan, sejak 12 Juni 2023 hingga 14 Agustus 2023. Kegiatan ini diikuti oleh 3 karyawan Pegadaian Unit Pembantu Cabang Gelogor Carik, serta beberapa nasabah yang sedang bertransaksi gadai sebagai peserta. Metode yang digunakan yaitu observasi, sosialisasi, dan evaluasi, seperti yang ditunjukkan pada diagram alur di bawah ini, disusun menjadi tiga langkah untuk dieksekusi.



Gambar 3. Diagram Alur Kegiatan

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan ini berdasarkan permasalahan yang ditemukan, untuk meningkatkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS). Ada tiga langkah dalam mencapai hasil kegiatan sebagai berikut:

1. Tahap Pendahuluan

Pada tahap ini penulis melaksanakan observasi di *outlet* Pegadaian UPC Gelogor Carik, Pemogan, Denpasar. Melalui diskusi dengan pengelola dan karyawan yang bertugas di *outlet* pegadaian UPC Gelogor Carik, kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi *outlet* Pegadaian UPC Gelogor Carik, masalah internal atau eksternal yang dihadapi, evaluasi potensi yang dapat berkembang. Hasil observasi tersebut menyimpulkan bahwa program kerja PKL yang dilaksanakan merupakan sosialisasi mengenai strategi pemasaran melalui bauran pemasaran 4P yaitu, *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat) dan *Promotion* (promosi). Selain itu, sosialisasi penggunaan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) dalam efektivitas strategi pemasaran.

a. Product (Produk)

Produk adalah hal-hal yang disediakan untuk memenuhi permintaan konsumen; persyaratan ini mungkin termasuk yang terkait dengan kualitas, fitur, merek, pengemasan, layanan, garansi, dan lainnya (Ningsih & Maika, 2020). Emas adalah investasi yang sangat likuid yang siap dijual kembali atau digadaikan (Habibah, 2017). Nasabah dapat menjadikan emas tersebut sebagai jaminan kredit. Tafsiran emas yang akurat sesuai dengan kadar emas dan berat emas sehingga menguntungkan bagi nasabah. Persyaratan untuk gadai emas relatif sederhana dan waktu relatif singkat untuk pencairan

uang. Pelunasan dapat dilakukan setiap saat dengan jangka waktu maksimal 120 hari, ada toleransi masa jatuh tempo dan pemberitahuan masa jatuh tempo sehingga nasabah tidak perlu khawatir barang dilelang tanpa pemberitahuan.

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan faktor penentu dalam membeli dan merupakan faktor yang paling signifikan dalam menentukan pangsa pasar dan tingkat keuntungan perusahaan. Tujuan penetapan harga diikuti dengan pencapaian laba, peningkatan penjualan, pangsa pasar yang lebih besar, kelangsungan hidup dan pengembangan perusahaan (Jain, 2013). Harga emas yang cenderung meningkat akan memperbesar jumlah kredit yang didapat oleh nasabah. Pegadaian menawarkan bunga rendah bagi nasabahnya yaitu sebesar 1,2%, bunga ini akan dikenakan kepada nasabah dalam jangka waktu 15 hari penggunaan kredit tersebut.

c. *Place* (Tempat)

Tempat menjadi keputusan pihak manajerial yang dimana pelanggan harus diberikan layanan dan itu mungkin termasuk saluran distribusi elektronik atau fisik Lokasi dari Pegadaian UPC Gelogor Carik cukup strategis, Dekat dengan pasar desa setempat yaitu Pasar Kangkung yang memungkinkan calon nasabah melihat banner promosi yang ada, sehingga dapat menarik perhatian hingga minat nasabah untuk menggadai di pegadaian UPC Gelogor Carik. Diketahui bahwa komponen *Place* (Tempat) kurang efektif dikarenakan jumlah tempat duduk untuk menunggu antrian yang terbatas hanya bisa diisi oleh 7 orang serta gedung *outlet* yang menjorok kedalam dengan lahan parkir yang sempit. Berikut merupakan gambar dokumentasi hasil observasi.



Gambar 4. Ruang tunggu UPC Gelogor Carik

Pada gambar diatas terlihat terbatasnya jumlah tempat duduk, sehingga jika sedang ramai nasabah dan terjadi penumpukan nasabah, ada beberapa nasabah yang berdiri atau bahkan tidak jadi melakukan transaksi di UPC Gelogor Carik. Maka dari itu penulis melaksanakan kegiatan pengabdian dengan melakukan sosialisasi serta pelatihan penggunaan aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) untuk meningkatkan efisiensi proses transaksi.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini menggunakan 2 metode, yaitu:

1. Sosialisasi kepada nasabah mengenai Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) yang dilaksanakan pada bulan Juli 2023 di Pegadaian UPC Gelogor Carik, Kelurahan Pemogan, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar. Kegiatan ini bertujuan agar nasabah memahami cara penggunaan serta manfaat dari penggunaan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) dalam melakukan transaksi. Sehingga dengan hal ini, transaksi yang berlangsung lebih efisien serta membantu mengurangi penumpukan nasabah yang terjadi di *outlet*. Berikut ini merupakan gambar sosialisasi mengenai Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) bersama dengan satpam yang bertugas.



Gambar 5. Dokumentasi sosialisasimengenai Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS)

2. Pendampingan pendaftaran serta penggunaan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) yang dilakukan setelah sosialisasi singkat tentang manfaat dari penggunaan aplikasi tersebut. Dalam metode ini, penulis melakukan pendampingan kepada nasabah mulai dari cara mengunduh Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) melalui *appstore* ataupun *playstore* yang ada di *handpone* pribadi nasabah. Berikut merupakan dokumentasi pendampingan nasabah.



Gambar 6. Dokumentasi Pendampingan Registrasi Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS)

Berikut tata cara registrasi Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS).

- a. Aplikasi dapat diunduh pada *appstore* maupun *playstore*. Ketik kata kunci “pegadaian digital” pada kolom pencarian aplikasi. Setelah itu, klik *download*.
- b. Setelah proses pengunduhan selesai kemudian *install* aplikasi tersebut. Setelah berhasil terinstal pada *smartphone*, kemudian buka aplikasi pegadaian *digital* tersebut sehingga terlihat tampilan halaman registrasi.
- c. Klik registrasi, lalu masukkan nama sesuai KTP, nomor hp aktif untuk menerima notifikasi kode OTP dan email aktif pada *smartphone* tersebut untuk verifikasi akun.
- d. Selanjutnya kita akan menerima kode OTP melalui pesan pada nomor hp yang telah kita masukkan sebelumnya, masukkan kode OTP tersebut kedalam kolom yang muncul.
- e. Setelah memasukkan kode OTP akan muncul tampilan halaman pengisian *password*. Masukkan *password* sesuai yang diinginkan, dan yang mudah diingat. Pasword tersebut akan digunakan pada saat akan login aplikasi pegadaian digital
- f. Klik "daftar" setelah kata sandi dimasukkan; prosedur pendaftaran telah berhasil diselesaikan.

- g. Setelah itu, konfirmasi email dengan mengklik pesan yang dikirim ke alamat email yang didaftarkan sebelumnya. lalu klik menu profil untuk mengisi data nasabah sesuai KTP dengan menggunakan huruf kapital.

Terakhir, lakukan link CIF pada menu profil, CIF merupakan nomor identitas khusus nasabah Pegadaian, nomor ini terdiri dari 10 digit angka. Nomor CIF bisa dilihat di surat gadai, surat pencairan pinjaman, dan buku Tabungan Emas. Link CIF yang telah berhasil ditandai dengan tertulisnya CIF kita pada halaman "profil".

3. Tahap Evaluasi

Tahapan evaluasi berupa analisa perbandingan hasil sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan. Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pendampingan penggunaan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) diharapkan dapat menjadi solusi dalam mengurangi masalah terjadinya penumpukan nasabah pada Pegadaian UPC Gelogor Carik, sehingga transaksi yang dilakukan pun dapat lebih efisien. Berikut merupakan beberapa dokumentasi dengan beberapa nasabah yang telah berhasil menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS).



Gambar 7 . Dokumentasi nasabah yang telah berhasil menggunakan Aplikasi Pegadaian *Digital*

Dengan adanya kegiatan sosialisasi hingga pendampingan kepada nasabah ini, masalah terkait lokasi dari Pegadaian UPC Gelogor Carik yang kurang efektif dapat teratasi, namun penulis juga membutuhkan bantuan petugas terkhusus satpam untuk terus mensosialisasikan penggunaan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) pada saat penulis telah selesai melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) untuk keefektivan yang berkelanjutan.

V. KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam memberikan kegiatan sosialisasi serta pendampingan pendaftaran dan penggunaan Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) kepada nasabah di Pegadaian UPC Gelogor Carik sudah berhasil untuk memberikan solusi atas kendala yang terjadi oleh Pegadaian UPC Gelogor Carik dalam memaksimalkan penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital. Nasabah menunjukkan ketertarikan dalam menggunakan aplikasi tersebut, dikarenakan penggunaannya yang mudah, sehingga waktu yang digunakan nasabah dalam bertransaksi lebih efisien. Maka dari itu, saran yang dapat penulis sampaikan kepada Pegadaian UPC Gelogor Carik terkhusus petugas satpam adalah terus mensosialisasikan penggunaan serta manfaat bertransaksi melalui Aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS), sehingga meminimalisir terjadinya penumpukan nasabah dikarenakan lamanya proses transaksi di kasir.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terima kasih penulis ucapkan kepada Pimpinan Pegadaian Cabang Sesetan I, Pengelola Pegadaian UPC Gelogor Carik, seluruh Karyawan yang bertugas di Pegadaian UPC Gelogor Carik dan

nasabah serta kepada Dosen Pembimbing yang sudah membantu memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis, sehingga kegiatan pengabdian masyarakat di Pegadaian UPC Gelogor Carik berjalan dengan baik dan lancar. Tidak lupa ucapan terima kasih penulis kepada pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) Universitas Pendidikan Nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- April, Y. (2017). Analisis Perbandingan Sewa Modal Pada Produk Pegadaian Kca (Emas) Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Bengkulu Dan Ijarah Pada Produk Pegadaian Rahn (Emas) Di Pt. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Semangka Kota Bengkulu. *Skripsi*. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/1217>
- Cindi, C. P., & Rajana, H. J. P. (2022). Analisis Mekanisme Akuntansi Produk Tabungan Emas Pada Pegadaian Konvensional. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi*, 02, 147–151. <https://journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien>
- Fatmadiansyah, A. (2018). Pengaruh Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Terhadap Minat Nasabah dalam Bertransaksi Pada PT. Pegadaian Cabang Bulukumba [Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai]. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Fitri Diana. (2017). Studi Komparasi Strategi Promosi Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Konvensional Dan Pegadaian Syariah. *Skripsi*.
- Habibah, N. U. (2017). Perkembangan Gadai Emas Ke Investasi Emas Pada. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 81–97. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.209581>
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., & Nugroho, D. W. P. S. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis di Kaliwungu). *Solusi : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1), 76–82. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Jain, M. K. (2013). An Analysis of Marketing Mix: 7Ps or More. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 1(4), 23–28. <https://core.ac.uk/display/229673197>
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 693–702. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>
- Oktavia, T., Karina, L. M., Zaki, H., & Hardilawati, W. L. (2023). Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Dalam Mempermudah Pelayanan Transaksi Nasabah di PT . Pegadaian (Persero) Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(2), 30–37.
- Pangaila, M. M., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2020). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(04), 399–407. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30839>
- Prabarini, A. M. (2023). Optimalisasi Kualitas Pelayanan Produk Gadai KCA di PT Pegadaian Cabang Tegal. *Skripsi*.
- Putri P., P. S., & Supriadi, Y. (2022). Penerapan Sistem Aplikasi Pegadaian Digital Service Dalam Memudahkan Nasabah Bertransaksi Pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Pagelaran. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1), 29–34. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i1.1378>
- Supriyanto, M., & Taali, M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di the Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2(2), 26–33. <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v2i2.458>
- Tumalun, T. L. H., & Pangerapan, S. (2019). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Di PT Nusantara Sakti Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 3019–3028.
- Yuliana, A. S., & Primandhana, W. P. (2023). Implementasi Digital Marketing UMKM Erni Cake and Cookies Desa Mojotengah , Kecamatan Bareng , Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 1902–1907. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1228>