



## PERANAN PT PEGADAIAN AREA TANGERANG SELATAN DALAM PEMBIAYAAN PRODUK KREASI UNTUK PENANGANAN KREDIT NASABAH UMKM SERTA MENGEMBANGKAN USAHA NASABAH PELAKU UMKM KOTA TANGERANG SELATAN DI ERA PANDEMI COVID-19

<sup>1</sup>Fajar Yoga Pradana, <sup>2</sup>Novan Nurviyaddin, <sup>3</sup>Erni Nila Sari, <sup>4</sup>Sulastri, <sup>5</sup>\*Taswanda Taryo

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[\\*dosen02234@unpam.ac.id](mailto:dosen02234@unpam.ac.id)

### Abstrak

Jurnal ini mengulas tentang peranan PT Pegadaian Tangerang Selatan dalam pembiayaan produk kreasi untuk penanganan kredit nasabah UMKM serta mengembangkan usaha nasabah pelaku UMKM di era pandemi Covid 19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran dan fungsi PT Pegadaian sebagai lembaga perkreditan dalam upaya membantu dan mengembangkan usaha para nasabah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan mengambil lingkup penelitian pada peran pembiayaan produk kreasi dan dampak penyaluran kredit ditengah pandemi. Teknik pengambilan data yaitu teknik purposive dan triangulasi. PT Pegadaian sebagai salah satu BUMN memiliki peran dan fungsi antara lain berpartisipasi membantu program pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat kecil dan menengah khususnya pelaku UMKM melalui layanan produk pegadaian kreasi. Selain itu pegadaian Tangerang Selatan juga memberikan bantuan berupa penundaan kewajiban pembayaran selama 3 sampai 6 bulan. PT Pegadaian Tangerang Selatan juga aktif mengadakan pelatihan dan webinar untuk para nasabah dengan tujuan agar usaha mereka dapat terus maju dan berkembang).

**Kata Kunci:** Peran Pegadaian, UMKM, Progam Pegadaian, Kreatif Produk Pegadaian

### Abstract

*This journal reviews the role of PT Pegadaian Tangerang Selatan in financing creative products for handling UMKM customer credit and developing the business of UMKM customers in the Covid 19 pandemic era. This study aims to find out how the role and function of PT Pegadaian as a credit institution in an effort to help and develop business customers. This type of research is a qualitative research by taking the scope of research on the role of financing creations and the impact of lending in the midst of a pandemic. Data collection techniques are purposive and triangulation techniques. PT Pegadaian as one of the BUMN has roles and functions, including participating in assisting government programs in order to improve the welfare of small and medium-sized communities, especially UMKM actors through creative pawnshop product services. In addition, South Tangerang pawnshops also provide assistance in the form of delaying payment obligations for 3 to 6 months. PT Pegadaian Tangerang Selatan is also actively conducting training and webinars for customers with the aim that their businesses can continue to advance and develop.*

**Keywords:** Role of Pegadaian, UMKM, Pegadaian Program, Pegadaian Creative Product

### PENDAHULUAN

Perekonomian adalah suatu hal yang penting bagi suatu negara, pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu fokus pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan perkonomian dunia saat ini sedang mengalami krisis termasuk para pengusaha usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di negara Indonesia yang sebabkan oleh

pandemi covid-19. Penyerapan tenaga kerja oleh UMKM menggapai kisaran 97%. Di mana, jumlah pelaku UMKM sekitar 62 juta ataupun dekat 98 % dari total pengusaha di Indonesia. Tidak hanya itu, UMKM penyumbang 58 % dari total investasi, serta 14 % untuk ekspor.

Perekonomian Indonesia bersumber pada besaran Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga yang berlaku, pada triwulan

II- 2021 meraih Rp4. 175, 8 triliun serta atas dasar harga konstan 2020 meraih Rp2. 772, 8 triliun. Ekonomi Indonesia triwulan II- 2021 terhadap triwulan sebelumnya mengalami perkembangan sebesar 3, 31 % (q- to- q). Dari sisi produksi, Lapangan Usaha Pertanian, Kehutanan, serta perikanan hadapi pertumbuhan paling tinggi sebesar 12,93 %. Sedangkan dari sisi pengeluaran, Komponen Pengeluaran Konsumsi Pemerintah (PK- P) hadapi pertumbuhan paling tinggi sebesar 29, 07%.

Ekonomi Indonesia triwulan II- 2021 terhadap triwulan II- 2020 hadapi pertumbuhan sebesar 7, 07 % (y- on- y). Dari sisi penciptaan, Lapangan Usaha Transportasi serta Pergudangan hadapi perkembangan paling tinggi sebesar 25, 10 %. Dari sisi pengeluaran, Komponen Ekspor Barang serta Jasa hadapi pertumbuhan paling tinggi sebesar 31, 78 %. Ekonomi Indonesia semester I- 2021 terhadap semester I- 2020 hadapi pertumbuhan sebesar 3, 10 % (c- to- c). Dari sisi produksi, pertumbuhan terbanyak terjadi pada Lapangan Usaha Data serta Komunikasi sebesar 7, 78 %. Sedangkan dari sisi pengeluaran seluruh komponen tumbuh, pertumbuhan paling tinggi terjadi pada Komponen Ekspor Barang serta Jasa sebesar 18, 51 %.

Pertumbuhan (y- on- y) triwulan II- 2021 terjadi di seluruh kelompok pulau. Perihal ini paling utama terlihat pada kelompok provinsi di Pulau Jawa, dengan donasi sebesar 57, 92 %, serta pertumbuhan (y- on- y) sebesar 7, 88 %. (Badan Pusat Statistik 2021)

Covid-19 saat ini masih menjadi momok bagi masyarakat dunia khususnya Indonesia yang mengguncang semua sektor, baik sektor kesehatan, ekonomi, keuangan, politik dan sector-sector lainnya, dalam hal ini berimbas pada pelaku usaha UMKM yang memiliki modal usaha / asset usaha yang terbatas. Dalam pembangunan ekonomi, khususnya di kota Tangerang Selatan masih banyak hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pertumbuhan UMKM, salah satu faktor yang menghambat dalam mengembangkan UMKM menurut (Kara 2013), penyebabnya adalah kurangnya

modal yang dimiliki oleh pelaku usaha UMKM, ketersediaan barang jaminan tidak cukup untuk menutupi kebutuhan usaha, perusahaan pembiayaan yang saat ini masih banyak yang secara legalitas belum tentu ada dan maraknya rentenir dikalangan para pelaku UMKM ini yang memeberikan bunga yang begitu besar, sehingga para pelaku UMKM tidak hanya berat dalam melakukan angsuran namun merekapun berat untuk mengelola usahanya sendiri.

Selain dari pada itu hambatan lain yang terjadi adalah bagaimana melakukan pemasaran di masa pandemi covid-19, yang menyebabkan sektor UMKM sangat menurun hingga para usaha mengalami penurunan omset khususnya nasabah produk Kreasi Pegadaian.

PT Pegadaian menjadi salah satu pihak yang aktif membagikan dorongan pada pengusaha UMKM dengan produk Kreasi yang dimilikinya. Harapannya UMKM dapat terus bertumbuh sampai pandemi berakhir serta sesudahnya nanti. Direktur Utama Pegadaian Kuswiyoto mengatakan Pegadaian sudah menyusun strategi dengan menetapkan bermacam regulasi kepada nasabah sebagai bantuan keringanan, diharapkan dapat menopang Pegadaian mencapai sasaran bisnisnya. Selain dari itu pendampingan kepada nasabah saat ini sangat dibutuhkan terutama para nasabah mikro yang dimana masa pandemi seperti ini sedang memikirkan untuk kelangsungan usahanya.

Diharapkan dengan hadirnya PT Pegadaian di Kota Tangerang Selatan ini dapat memberikan manfaat kepada masyarakat khususnya para pelaku UMKM serta memberikan kontribusi kepada negara dalam meningkatkan perekonomian para pelaku UMKM yang handal dan berkembang sehingga dapat menjadi salah satu faktor pendukung dalam mencapai Indonesia adil dan makmur. Dalam studi ini, akan dibahas mengenai peran PT.Pegadaian Area Tangerang Selatan pada 3 (tiga) aspek, yakni bantuan permodalan, solusi perekonomian yang menurun terhadap pelaku UMKM, dan alternatif cara dalam mengembangkan usaha selain aspek modal

usaha bagi UMKM selaku nasabah PT.Pegadaian Area Tangerang Selatan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Kredit Pelaku Usaha

PT Pegadaian adalah perusahaan milik negara yang didirikan pada 01 April 1901 sampai dengan saat ini PT Pegadaian terfokus pada meningkatkan kesejahteraan masyarakat demi pembangunan bangsa dan negara. PT Pegadaian memiliki visi "Menjadi *The Most Valuble Financial Company* di Indonesia dan sebagai agen inklusi keuangan pilihan utama masyarakat" serta memiliki misi yakni (1) Memberikan manfaat dan keuntungan bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti. (2) Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan. (3) Memberikan *service excellence* dengan fokus nasabah melalui: bisnis proses yang lebih sederhana, teknologi informasi yang handal dan mutakhir, praktek manajemen risiko yang kokoh, SDM yang professional berbudaya kinerja baik.

Rivai dan Veithzal (2008:9) pembiayaan berarti *I Believe, I trush*, saya percaya, saya menaruh kepercayaan, atau dengan kata lain pembiayaan adalah suatu kepercayaan lembaga/institusi/organisasi yang diberikan kepada seseorang atas dasar kepercayaan. Uang/dana yang diberikan oleh lembaga harus dipergunakan dengan sebaik mungkin secara adil dan benar,diikat dengan syarat-syarat yang benar serta saling menguntungkan diantara kedua belah pihak.

Dalam buku Joko Subagio "Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek" Perusahaan Pegadaian merupakan suatu intitusi/lembaga keuangan bukan perbankan yang memberikan kredit kepada masyarakat/nasabahnya dengan menggunakan sisi unik yakni hukum

gadai.

Dalam buku Analisis Keuangan yang ditulis oleh Kasmir yang dikutip oleh Annisa Dwi Rezeky, kredit berasal dari bahasa Yunani "*Credere*" yang mengandung arti kepercayaan atau dari bahasa latin "*Creditum*" artinya kepercayaan akan kebenaran. Maksudnya adalah pemberi kredit memberikan kepercayaan kepada penerima kredit yang apabila digunakan dapat dikembalikan beserta bunganya sesuai perjanjian. Pengertian lain tentang kredit menurut sumber yang sama bahwa pembiayaan atau kredit adalah penyediaan uang atau tagihan atau yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan dan kesepakatan antara bank dan pihak yang diberikan pembiayaan yang mewajibkan untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut dengan jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. (Hamim et al. 2021)

Pegadaian saat ini memiliki produk yang sudah dikembangkan lebih dari 15 tahun yaitu produk pinjaman usaha yang dikenal sebagai produk kreasi. Produk ini diperuntukan bagi nasabah yang memiliki usaha (memiliki legalitas) yang tidak dilarang oleh undang-undang, norma, dan agama, serta memiliki kendaraan bermotor yang surat-suratnya (BPKB) dan kendaraan bermotor tersebut menjadi objek jaminan dari nasabah, namun pada produk kreasi ini nasabah masih dapat meggunakan kendaraannya tetapi BPKB nya di simpan di Pegadaian. Nasabah dapat memilih jangka waktu pinjaman yang sudah ditentukan oleh pihak pegadaian mulai dari 12, 18, 24, 36,48 bulan, uang pinjaman yang diberikan mulai dari Rp. 1.000.000 - Rp. 250.000.000. (Pegadaian n.d.)

Adapun persyaratan untuk mengajukan pembiayaan produk kreasi ini adalah sebagai berikut:

- a. Warga Negara Indonesia;
- b. Memiliki KTP yang terverifikasi dukcapil;

- c. KTP Suami Istri;
- d. Kartu Keluarga;
- e. Buku Nikah / Akta Cerai;
- f. PBB atau bukti pembayaran rekening listrik;
- g. Memiliki kendaraan yang akan dijadikan agunan (motor maksimal 15 tahun terakhir dan mobil maksimal 20 tahun terakhir);
- h. Legalitas kendaraan (STNK, BPKB, Faktur, Kwitansi) an Pemohon
- i. Memiliki legalitas usaha (SIUP, SKU, NIB, PIRT) an Pemohon;
- j. Usaha sudah berjalan minimal 1 tahun;
- k. Tempat tinggal tetap;

Tujuan dari pembiayaan kreasi ini adalah sebagai pembiayaan produktif yaitu pembiayaan yang diberikan guna memperlancar jalannya proses produksi sampai dengan penjualan barang-barang yang telah jadi. Atau dengan pengertian lain bahwa pembiayaan yang diberikan untuk membantu para usaha yang dijadikan sebagai modal kerja untuk meningkatkan produksi dan penjualannya sehingga usaha dapat berjalan dan meraih keuntungan.

## 2. Strategi Restrukturisasi Kredit

Restrukturisasi Kredit merupakan upaya perbaikan yang dilakukan dalam aktivitas perkreditan terhadap nasabah yang berpotensi mengalami kesulitan untuk memenuhi kewajiban kredit.

Pada tahun 2020 sampai dengan 2021 PT Pegadaian memberikan program restrukturisasi kredit kepada nasabah yang bergerak di bidang usaha, program ini memberikan keringan kepada nasabah dengan diberikan penangguhan pembayaran angsuran kredit kepada nasabah mikro selama 3 sampai dengan 6 bulan.

Kriteria nasabah yang dapat dilakukan restrukturisasi kredit yaitu nasabah yang sedang mengalami kesulitan pembayaran kewajiban namun masih memiliki itikad baik, masih mempunyai prospek usaha atau kondisi keuangan dan mampu memenuhi kewajibannya sesuai dengan

pembayaran setelah dilakukan restrukturisasi kredit. Adapun kriteria nasabah yang di maksud adalah sebagai berikut:

- a. Nasabah menggunakan produk Kreasi Pegadaian.
- b. Masih memiliki usaha atau masih memiliki sumber pendapatan meskipun terjadi penurunan kemampuan bayar.
- c. Nasabah sudah membayar angsuran kewajibannya sekurang-kurangnya 2 kali angsuran.
- d. Tidak sedang dalam proses perkara di pengadilan dan termasuk dalam kolektibilitas 1 sampai dengan Kolektibilitas 5 (L, DPK, KL, DR atau M).
- e. Barang jaminan masih dalam penguasaan nasabah, dengan kondisi baik dan memperhatikan aspek-aspek kualitas, aksesibilitas, dan marketabilitas.
- f. Telah dilakukan verifikasi oleh tim mikro secara on the spot.

Restrukturisasi sangat membantu nasabah Pegadaian sebagai upaya keringanan pembayaran angsuran di tengah-tengah dampak pandemi covid-19 (Sucahya Prabawa 2021). Berikut adalah bentuk restrukturisasi kredit:

- a. Perpanjangan jangka waktu/ penjadwalan kembali kredit.
- b. Penundaan pembayaran pokok selama 6 bulan.
- c. Pembayaran sejumlah kewajiban bunga pinjaman kemudian disesuaikan dengan *rate yield* minimal tertentu
- d. Diskon pelunasan

## 3. Pendampingan Nasabah

Manajemen Pemasaran adalah suatu aktivitas penyusunan dan penerapan terhadap perencanaan disuatu perusahaan. Keller dan Kotler (2012) memberikan pengertian tentang manajemen pemasaran yakni merupakan suatu ilmu dan seni didalam pasar untuk menarik, menjaga dan meningkatkan konsumen dengan menghasilkan, menkomunikasikan dan menghantarkan

kualitas pada konsumen.

Tjiptono (2011) manajemen pemasaran adalah teknik yang secara keseluruhan merupakan aktivitas usaha yang dipersiapkan untuk menyusun, menentukan harga, serta menyalurkan suatu produk, jasa dan ide yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

Dapat disimpulkan berdasar dari para ahli tentang pengertian manajemen pemasaran adalah suatu keterampilan atau seni untuk menentukan pasar sasarnya dengan cara menyusun, menentukan harga, dan menyalurkan suatu produk terhadap pasar untuk mencapai tujuan yang diinginkan. (Warnadi dan Aris Triyono n.d.)

Pendampingan yang dilakukan oleh PT Pegadaian Area Tangerang Selatan dalam membantu nasabah (pelaku UMKM) dalam mengembangkan usaha serta meningkatkan penjualan para nasabahnya.

Kegiatan yang dilakukan secara rutin oleh PT Pegadaian Area Tangerang Selatan yang dilakukan 1 bulan 2 kali adalah dengan mengundang para nasabah pelaku UMKM dalam kegiatan webinar dan pelatihan pemasaran, selain itu dilakukan pendampingan secara personal oleh pegawai PT Pegadaian Area Tangerang Selatan kepada nasabah pelaku UMKM, hal ini memiliki tujuan selain dari pada untuk mengembangkan dan meningkatkan usaha nasabah tetapi juga secara bisnis dengan meningkatnya usaha nasabah maka diharapkan kemampuan nasabah dalam mengangsur angsuran bisa lancar sehingga meningkatkan portofolio nasabah Pegadaian..

## METODE

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menurut Sugiyono (2018:8) penelitian kuantitatif adalah: "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data

menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi dan sampel dalam penelitian berjumlah 100 responden.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang digunakan adalah dengan metode penelitian kualitatif. Pendapat Straus dan Corbin dalam Sujarweni (2015 hal 211) pengertian penelitian kualitatif ialah penelitian yang memberikan hasil tentang penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai oleh dengan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kualitatif secara umum digunakan untuk meneliti tentang masyarakat, keidupan, tingkah laku, sejarah, organisasi, fungsionalisme aktivitas sosial lainnya.

Lingkup penelitian terbatas pada peran pembiayaan produk Kreasi dan bagaimana dampak penyaluran kredit tersebut di tengah-tengah pandemi covid-19 di kota Tangerang Selatan. Objek dari penelitian ini adalah nasabah UMKM PT Pegadaian Area Tangerang Selatan.

Dalam penelitian kualitatif pengambilan data dibagi menjadi 2 (dua) yakni data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang didapat dan diakomodir dari sumber pertama atau didapatkan secara langsung dari sumber asli. Sedangkan data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dan merupakan data tidak langsung yang diberikan pada pengumpul data.

Teknik yang digunakan adalah teknik *purposive* dimana teknik ini digunakan untuk menentukan informan bagi penelitian. Adapun alasan menggunakan teknik ini adalah dalam melakukan pengambilan informasi peneliti memilih tiga orang yang memahami tentang topik yang sedang diteliti.

Yin (2009) memaparkan tentang enam sumber bukti yang harus ada untuk studi kasus, yakni: dokumen, wawancara, rekaman, observasi, arsip dan perangkat fisik. Selain dari pada teknik *purposive*

yang digunakan, peneliti juga menggunakan teknik triangulasi yaitu dengan cara mengkroscek data yang telah didapat melalui berbagai sumber. Teknik ini untuk menguji seberapa validnya data tentang peran produk Kreasi. Oleh karena itu pengumpulan data dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan kepada nasabah yang menjadi pengguna produk Kreasi (Novriansyah 2019).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian yang pertama dilakukan kepada 3 (tiga) orang nasabah yang telah menerima pembiayaan produk Kreasi Pegadaian di Area Tangerang Selatan yang dipilih secara acak guna mengetahui perkembangan UMKM dari aspek fasilitas dan asset terkait dengan usaha nasabah, baik sebelum atau sesudah menerima pembiayaan. Berikut disampaikan hasil wawancara dengan nasabah (informan).

Tabel 1. Hasil Wawancara Berkaitan dengan Aspek Fasilitas dan Asset Usaha

No	Nasabah (Informan)	Sebelum Mendapatkan Pembiayaan	Setelah Mendapatkan Pembiayaan
1	Informan ke satu	1. Modal awal 5 juta 2. Tempat usaha diteras rumah 3. Usaha Galon dan gas berjumlah 20 @10	1. Modal tambahan 10 juta 2. Tempat usaha di kios 3. Galon dan gas menjadi 50 @ 25
2	Informan ke dua	1. Modal awal 2 juta 2. tempat usaha lapak dipinggir jalan 3. usaha jual mainan anak sedikit variatif	1. Modal tambahan 7 juta 2. Tempat usaha di kios 3. usaha maianan anak banyak variatif
3	Informan ke tiga	1. Modal usaha 10 juta 2. tempat usaha di 1 kios 3. usaha jualan sayur	1. Modal tambahan 15 juta 2. tempat usaha menjadi 2 kios 3. penambahan usaha kelontongan

Penelitian yang ke dua kami lakukan kepada 3 (tiga) orang nasabah yang merupakan penerima kredit Kreasi Pegadaian Area Tangerang Selatan untuk mengetahui perkembangan UMKM dari sisi

kemauan dan wawasan dalam mengembangkan usahanya yang dimiliki oleh nasabah sebelum dan sesudah mendapatkan pembiayaan.

Tabel 2. Hasil Wawancara Berkaitan dengan Kemauan dan Wawasan dalam Mengembangkan Usaha

Indikator	Ukuran	Informan ke 1	Informan ke 2	Informan ke 3
1. Pembinaan dalam bentuk pendampingan usaha dalam pemasaran	Sebelum	Tidak pernah mendapatkan pembinaan mengenai usaha	Tidak pernah mendapatkan pembinaan mengenai usaha	Tidak pernah mendapatkan pembinaan mengenai usaha
	Sesudah	Menerima pendampingan dalam usaha dengan cara digital	Menerima pendampingan usaha dengan cara penanganan masalah dalam menangani hambatan usaha	Menerima pendampingan usaha dengan menggunakan metode referral nasabah
2. kemampuan manajemen keuangan	Sebelum	Tidak mengetahui bagaimana manajemen keuangan yang baik	Tidak mengetahui bagaimana manajemen keuangan yang baik	Tidak mengetahui bagaimana manajemen keuangan yang baik
	Sesudah	Mampu mengaplikasikan kedalam buku	Mampu dan melaksanakan manajemen keuangan dengan	Mampu menggunakan aplikasi di play

Indikator	Ukuran	Informan ke 1	Informan ke 2	Informan ke 3
		yang dituliskan sehari hari	berbasis komputer	store tentang pembukuan kas
3. Kemampuan pelayanan kepada pelanggan dalam melakukan penjualan	Sebelum	Tidak memahami bagaimana pelayanan yang baik kepada nasabah	Tidak memahami bagaimana pelayanan yang baik kepada nasabah	Tidak memahami bagaimana pelayanan yang baik kepada nasabah
	Sesudah	Mampu menjadikan pelanggan sebagai mitra kerja	Mampu meperlakukan nasabah seperti saudara	Mampu memberikan kebutuhan atau alternatif kebutuhan yang diperlukan oleh pelanggan

Penelitian yang ketiga dilakukan terhadap 3 (tiga) orang nasabah penerima restrukturisasi kredit pembiayaan produk Kreasi Pegadaian Area Tangerang Selatan

untuk mengetahui bagaimana perkembangan UMKM sebelum dan setelah menerima program restrukturisasi

Tabel 3. Hasil Wawancara Berkaitan dengan Program Restrukturisasi dalam mengembangkan UMKM

No	Nasabah (Informan)	Sebelum	Sesudah
1	Informan ke 1	Jenis usaha jual plastik mengalami penurunan penjualan per hari sekitar 60 %, mengakibatkan ketidak mampuan untuk membayar angsuran kredit	Walupun dengan jangka waktu yang di tambahkan dan mendapatkan pengguhan pembayaran selama 3 bulan, angsuran menjadi lebih kecil dan sesuai dengan pendapatan saat ini sehingga pembayaran angsuran kredit dapat lancar kembali
2.	Informan ke 2	Jenis usaha kelontongan, penurunan omset berkisar di 30 % setiap hari, tidak mampu membayar angsuran	Mampu membayar angsuran dengan janga waktu yang ditambah dan ditangguhkan selama 3 bulan.
3.	Informan ke 3	Jenis usaha bubur ayam omset menurun sekitar 40 % per hari, tidak mampu membayar angsuran	Mampu membayar angsuran dengan janga waktu yang ditambah dan ditangguhkan selama 3 bulan.

Penelitian yang ke empat, kami melakukan penelitian kepada 3 (tiga) orang nasabah yang telah mendapatkan pelatihan

dan pendampingan tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Pegadaian terhadap para nasabahnya.

Tabel 4. Hasil Wawancara Berkaitan dengan Efek Kegiatan Pendampingan dalam Strategi Pemasaran.

Indikator	Ukuran	Informan ke 1	Informan ke 2	Informan ke 3
1. Pelatihan / Webinar pemasaran digital	Sebelum	Tidak mengetahui cara untuk memasarkan secara digital	Tidak mengetahui cara untuk memasarkan secara digital	Tidak mengetahui cara untuk memasarkan secara digital
	Sesudah	Mengetahui cara untuk melakukan	Mampu dan mengimplementasikan pemasara	Mampu dan mengimplementasikan pesaran

Indikator	Ukuran	Informan ke 1	Informan ke 2	Informan ke 3
		pemasaran di platform digital	usaha di Go Food	produknya melalui Shoope Food
2. Pelatihan / Webinar Referral Nasabah	Sebelum	Tidak megetahui jika pelanggan adalah peluang bisnis	Tidak megetahui jika pelanggan adalah peluang bisnis	Tidak megetahui jika pelanggan adalah peluang bisnis
	Sesudah	Mampu menjadikan pelanggannya sebagai mitra usahanya	Mampu menjadikan pelanggannya sebagai cabang baru untuk mengembangkan usahanya	Mampu berkolaborasi dengan pelanggannya, karena penggannya dijadikan <i>dropshiper</i>
3. Pelatihan / Webinar Enterpreneurship	Sebelum	Tidak memahami teknik-teknik penjualan	Tidak memahami tentang persiapan diri sebelum penjualan	Tidak memahami bagaimana komunikasi dalam penjualan
	Sesudah	Mampu memahami teknik-teknik dalam penjualan	Mampu memahami persiapan apa saja sebelum melakukan penjualan	Mampu mengetahui komunikasi marketing dalam cara melakukan penjualan

## PENUTUP

### Kesimpulan

Peranan PT Pegadaian Area Tangerang Selatan dalam melakukan penanganan dan mengembangkan nasabah khususnya para pelaku UMKM dengan memberikan layanan produk Pegadaian Kreasi. Produk ini diperuntukan bagi nasabah yang memiliki usaha (memiliki legalitas) yang tidak dilarang oleh undang-undang, norma, dan agama, serta memiliki kendaraan bermotor yang surat-suratnya (BPKB) dan kendaraan bermotor tersebut menjadi objek jaminan dari nasabah, namun pada produk kreasi ini nasabah masih dapat menggunakan kendaraannya tetapi BPKB nya di simpan di Pegadaian. Nasabah dapat memilih jangka waktu pinjaman yang sudah ditentukan oleh pihak pegadaian mulai dari 12, 18, 24, 36,48 bulan, uang pinjaman yang diberikan mulai dari Rp. 1.000.000 - Rp. 250.000.000.

Dalam membantu nasabah (pelaku UMKM) PT Pegadaian Area Tangerang Selatan serta untuk menunjang bisnis nya

Pegadaian memberikan bantuan berupa strategi restrukturisasi kredit, dalam hal ini Pegadaian memberikan bantuan berupa penundaan kewajiban pembayaran selama 3 sampai dengan 6 bulan.

PT Pegadaian Area Tangerang Selatan dalam mengembangkan dan meningkatkan usaha nasabahnya (pelaku UMKM) dengan di adakan pelatihan/webinar tentang pemasaran yang dilakukan 2 kali dalam 1 bulan serta pendampingan yang dilakukan oleh para pegawai PT Pegadaian Area Tangerang Selatan secara personal kepada para nasabah pelaku UMKM.

### Saran

a. Peran PT.Pegadaian Area Tangerang Selatan dalam mengembangkan usaha UMKM, perlu dilakukan evaluasi proses dari setiap aspek layanan agar dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan layanan tersebut. Dengan demikian, akan ada proses untuk peningkatan layanan dan memberikan

- kepercayaan (*trust*) yang lebih besar.
- b. Dengan adanya evaluasi terhadap proses, selain bisa dilakukan peningkatan terhadap layanan yang sudah ada, juga dapat diidentifikasi layanan tambahan lain yang dapat mengkomodir keinginan nasabah PT.Pegadaian Area Tangerang Selatan. Dengan demikian, adanya layanan lain yang disediakan untuk membantu mengembangkan UMKM di Wilayah Tangerang Selatan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S., Al Farisi, M. S., & Herawati, E. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Pegadaian Syariah. *Jurnal Neraca Peradaban*, 2(1), 1-8.
- Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id>. 08 05, 2021. ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2021-tumbuh-7-07-%--y-on-y-.html. (accessed Sept 23, 2021).
- Ferdinand, N., Maulana, N. I., & Aziz, T. (2021). Pelatihan Pemasaran dan Pembukuan Keuangan dalam Mendapatkan Pembiayaan Bank Syariah bagi Pedagang Pasar Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 65-69.
- Hamim, Erika et al. 2021. "Implementasi Produk Mikro bagi Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)." : 216-25.
- Herianingrum, Sri. Pengaruh Pembiayaan Bank Syariah Terhadap Kinerja Usaha dan Kesejahteraan Pengusaha Kecil. Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, 2013.
- Kara, Muslimin. Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Perkembangan UMKM.Ahkam.Vol 13, No.2, hal. 315-322. 2013.
- Novriansyah. 2019. "Mengembangkan UMKM." 6(8): 1718-32.
- Pegadaian, PT. "Pegadaian." <https://www.pegadaian.co.id/produk/pinjaman-usaha> (Oktober 13, 2021).
- Sucahya Prabawa, Laksana. Vice President PT Pegadaian (Persero) Area Tangerang Selatan (September 30, 2021).
- Utarindasari, D., Purnama, A., & Prihatini, A. (2021). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Gandoang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 44-52.
- Warnadi dan Aris Triyono. *Manajemen Pemasaran* - Google Books. ed. Hj Ivalaina Astarina SE MM. [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen\\_Pemasaran/B-miD](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/B-miD)
- Wijoyo, H., Vensuri, H., Sunarsi, D., Prasada, D., Setyawati, L., Lutfi, A. M., & Akbar, I. R. (2020). Digitalisasi UMKM. *Insan Cendekia Mandiri*.