SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN MANAJEMEN RESIKO KREDIT CEPAT AMAN DI PT. PEGADAIAN CABANG PAREPARE

OLEH

ANDI AMELIA FIRNANDA
NIM: 2120203861211035

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN MANAJEMEN RESIKO KREDIT CEPAT AMAN DI PT. PEGADAIAN CABANG PAREPARE

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

ANDI AMELIA FIRNANDA
NIM: 2120203861211035

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Analisis Strategi Pemasaran dan Manajemen Resiko Kredit Cepat Aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare
Nama Mahasiswa	: Andi Amelia Firnanda
Nomor Induk Mahasiswa	: 2120203861211035
Program Studi	: Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing	: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam B-4239/In.39/FEBI.04/PP.00.9/08/2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama	: Rezki Fani, M.M.	(
NIP	: 19870602 202012 2 008	

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi	: Analisis Strategi Pemasaran dan Manajemen Resiko Kredit Cepat Aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare
Nama Mahasiswa	: Andi Amelia Firnanda
Nomor Induk Mahasiswa	: 2120203861211035
Program Studi	: Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing	: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam B-4239/In.39/FEBI.04/PP.00.9/08/2024
Tanggal Kelulusan	:

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Rezki Fani, M.M.	(Ketua)	(_____)
Dr. Damirah, S.E., M.M.	(Penguji I)	(_____)
Ismayanti, S.E., M.M.	(Penguji II)	(_____)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KATA PENGANTAR

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصَّلاَةُ وَالسَّلاَمُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ سَيِّدِنَا و مولانا مُحَمَّدٍ وَعَلَى اٰلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِيْنَ أَمَّا بَعْدُ.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: Analisis Strategi Pemasaran dan Manajemen Resiko Kredit Cepat Aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ibu Rezki Fani, M.M. Selaku Pembimbing Utama, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Cinta pertama dan panutanku, Bapak Jusman dan pintu surgaku Ibu Andi Taty. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih sayang yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, Terimakasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis,berkat do'a dan dukungan kalian saya bisa

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

berada dititik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi agar kalian bisa merasakan yang penulis usahakan selama ini.

2. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
3. Ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare atas pengabdiannya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
4. Ibu Dr. Nurfadhillah, S.E, M.M. Selaku penanggung jawab Program Studi Manajemen Keuangan Syariah atas jasanya mengembangkan yang Program Studi Manajemen Keuangan Syariah menjadi lebih baik lagi.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam mendidik dan kepada penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Pimpinan Cabang dan seluruh jajaran PT. Peagadaian Cabang Parepare yang telah mengizinkan dan memberikan data informasi terkait penelitian.
7. Kepala Unit dan Staf PT. Pegadaian Cabang Parepare, yang telah memberikan keterangan yang terperinci terkait data penelitian ini.
8. Kedua Adik saya,Andi Fadhil Anugrah dan Andi Salwa Zahirah yang membuat saya termotivasi untuk bisa belajar menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh *positif*, dan panutan bagi kalian tumbuhlah menjadi versi paling hebat.
9. Kepada sahabat yang saya temui sejak dibangku SMP Ismayanti terima kasih untuk menemani dan terimakasih untuk tangan yang selalu diulurkan, telinga

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

yang siap mendengar dan ucapan manis yang menenagkan. Terima kasih telah menjadi bagian dalam perjalanan penyusunan skripsi ini.

10. Kepada Syamsul Rijal Djunaid dan Reski ruldiana nur yang sudah saya anggap sebagai kakak saya di era skripsi ini yang telah memberi motivasi, dan semangat kepada penulis dan banyak membantu ,menemani proses penulisan tugas akhir ini.
11. Terakhir, terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar walau jalannya selalu tertinggal, walau kegagalan selalu berpihak padanya, dan dunia selalu ingin menyudutkannya, yaitu penulis diriku sendiri, Andi Amelia Firnanda. Seorang anak sulung yang berjalan memasuki usia 22 tahun, terima kasih sudah bertahan sejauh ini dalam tamparan realita yang membuat fisik dan mental *down*, terima kasih tetap memilih berusaha meskipun sering ingin menyerah dan putus asa. Skripsi ini adalah bukti bahwa penulis mampu melawan rasa takut, melewati segala batas untuk mencapai apa yang sebelumnya terlihat mustahil. Semoga langkah ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih baik kedepannya.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, Juni 2025
Penulis,

ANDI AMELIA FIRNANDA
NIM. 2120203861211035

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa	: Andi Amelia Firnanda
Nomor Induk Mahasiswa	: 2120203861211035
Program Studi	: Program Studi Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: Analisis Strategi Pemasaran dan Manajemen Resiko Kredit Cepat Aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, Juni 2025

Yang membuat Pernyataan,

ANDI AMELIA FIRNANDA
NIM. 2120203861211035

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ABSTRAK

ANDI AMELIA FIRNANDA. . *Analisis Strategi Pemasaran dan Manajemen Resiko Kredit Cepat Aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare*. (Dibimbing oleh Ibu Rezki Fani).

Penelitian ini bertujuan: 1) Untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare. 2) Untuk menganilisis penerapan manajemen resiko Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilaksanakan dengan prosedur analisis: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Penerapan strategi pemasaran Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare, yakni dengan menerapkan unsur bauran pemasaran jasa, yang merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dapat berjalan sukses. Dimana unsur bauran pemasaran yang diterapkan adalah: *Product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *customer services* (pelayanan konsumen/nasabah). 2) Penerapan manajemen resiko Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare, yakni dengan cara memperhatikan aspek resiko yang mungkin timbul, seperti: resiko pendanaan, resiko pinjaman yang diberikan, resiko barang jaminan, resiko persaingan, resiko operasional, resiko teknologi, resiko keamanan, resiko hukum, dan resiko pasar. Resiko-resiko tersebut dihindari dengan melakukan identifikasi, pengukuran, pemantauan/pengawasan, dan pengendalian terhadap nasabah ataupun terhadap proses pelaksanaannya. Melalui manajemen resiko, pegadaian dapat mengantisipasi potensi kerugian, merancang strategi pengurangan resiko, serta membuat keputusan yang lebih tepat dalam menghadapi resiko.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Manajemen Risiko, Kredit Cepat Aman*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ABSTRACT

ANDI AMELIA FIRNANDA. 2025. Analysis of Marketing Strategy and Risk Management of Fast Secure Credit at PT. Pegadaian Parepare Branch. (Supervised by Rezki Fani).

This study aims to: 1) To analyze the implementation of Kredit Cepat Aman (KCA) marketing strategy at PT Pegadaian Parepare Branch. 2) To analyze the implementation of Kredit Cepat Aman (KCA) risk management at PT Pegadaian Parepare Branch

This study uses a qualitative approach, and the type of research used is phenomenological research. Data collection was carried out using observation, interview, and documentation techniques. Data analysis was carried out with analysis procedures: data reduction, data presentation, and verification.

The results of the study show that: 1) The implementation of Kredit Cepat Aman (KCA) marketing strategy at PT Pegadaian Parepare Branch, namely by implementing elements of the service marketing mix, which is a tool for marketers consisting of various elements of a marketing program that need to be considered so that the implementation of the marketing strategy can run successfully. Where the marketing mix elements applied are: Product, price, place, promotion, people, process, and customer services. 2) Implementation of Fast Secure Credit (KCA) risk management at PT Pegadaian Parepare Branch, namely by paying attention to aspects of risk that may arise, such as: funding risk, risk of loans given, risk of collateral, competition risk, operational risk, technology risk, security risk, legal risk, and market risk. These risks are avoided by identifying, measuring, monitoring/supervising, and controlling customers or the implementation process. Through risk management, pawnshops can anticipate potential losses, design risk reduction strategies, and make more appropriate decisions in dealing with risks.

Keywords: *Marketing Strategy, Risk Management, Fast Secure Credit*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI iii
KATA PENGANTAR iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI x
PEDOMAN TRANSLITERASI xii
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
BAB II TINJUAN PUSTAKA
A. Tinjauan Penelitian Relevan 8
B. Tinjauan Teori 17
1. Strategi Pemasaran 17
2. Manajemen Resiko 22
C. Kerangka Konseptual 26
D. Kerangka Pikir 27
BAB III METODE PENELITIAN
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 30
C. Fokus Penelitian 31
D. Jenis dan Sumber Data 31

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

E. Teknik Pengumpulan Data 33
F. Uji Keabsahan Data 35
G. Teknik Analisis Data 37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Hasil Penelitian 40
1. Penerapan Strategi Pemasaran Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare 40
2. Penerapan Manajemen Resiko Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare 48
B. Pembahasan 52
1. Penerapan Strategi Pemasaran Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare 52
2. Penerapan Manajemen Resiko Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare 60
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 68
B. Saran 69
DAFTAR PUSTAKA 70
LAMPIRAN 73
BIOGRAFI PENULIS 96

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fenomena konsinan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilabangkan dengan huruf, dala transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya kedalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	T	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Q
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	‘	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

b. Vokal

1) Vocal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiriatas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.Vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupat anda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	*fathah*	a	A
اِ	*kasrah*	i	I
اُ	*dammah*	u	U

2) Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَيْ	*fathah*dan*yá'*	a	a dan i
ـَوْ	*fathah*dan *wau*	au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *haula*

c. *Maddah*

Maddah atau atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـَا | ـَى	*fathah*dan*alif* dan *yá'*	ā	a dan garis di atas
ـِيْ	*kasrah*dan*yá'*	î	i dan garis di atas
ـُوْ	*Dammah*dan*wau*	û	u dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيْلَ : *qîla*

يَمُوْتُ : *yamûtu*

d. *Tā'Marbutah*

Transliterasi untuk*tā' marbutah* ada dua, yaitu:

1) *tā' marbutah*yang hidup atau mendapat harakat *fathah, kasrah,* dan *dammah,* transliterasinya adalah [t].
2) *tāmarbŭtah*yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tāmarbûtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*-serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tāmarbûtah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (*h*).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Contoh :

رَوْضَةُ الجَنَّةِ : *rauḍah al-jannah atau rauḍatuljannah*

اَلْمَدِيْنَةُ اَلْفاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilahatau al-madīnatulfāḍilah*

اَلْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

e. *Syaddah* (*Tasydid*)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid*(ـّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonang anda) yang diberi tanda *syaddah.*

Contoh :

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَجَّيْنَا: : *najjainā*

اَلْحَقُّ : *al-haqq*

نُعِّمَ : *nu'ima*

عَدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah*(ـِىّ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi (î).

عَلِيّ : 'Ali (bukan 'Aliyyatau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyyatau 'Araby)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال *(alif lam ma'arifah).* Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik Ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah.* Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

اَلشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan*asy-syamsu*)

اَلزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (bukan*az-zalzalah*)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

اَلْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

اَلْبِلاَدُ : *al-bilādu*

g. Hamzah

Aturan translaiterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh :

تَأْمُرُوْنَ : *ta’muruna*

اَلنَّوْعُ : *al-nau’*

شَيْءٌ :*syai’un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dilakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur’an (dari*al-Qur’ān)*, alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian kosa kata Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh :

Fīẓilāl al-qur’an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi ‘umum al-lafẓlā bi khusus al-sabab

i. *Lafẓ al-jalalah*(الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudafilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Contoh :

دِيْنُاللهِ : *dīnullah*

بِاللهِ : *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah,* ditransliterasi dengan huruf [*t*].Contoh :

هُم فى رَ حْمَةِ اللهِ : *hum fīrahmatillāh*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf capital*(All Caps),* dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenal ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal namadiri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

WamāMuhammadunillārasūl

Inna awwalabaitinwudi'alinnasilalladhī bi

Bakkatamubārakan

SyahruRamadan al-ladhīunzilafih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapa k dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar Pustaka atau daftar referensi.

Contoh :

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Walīd

Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu)

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah :

SWT.	=	*subḥānahūwata'āla*
saw.	=	*ṣhallallāhu 'alaihiwasallam*
a.s.	=	*'alaihi al-sallām*
H	=	Hijrah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun (untuk tahun yang masih hidup saja)
w.	=	Wafattahun
QS …./….: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/…, ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص =صفحه

دم = بدون مكان

صلعم = صلى الله علية وسلم

ط = طبعة

دن = بدون ناشر

الخ = إلى آخرها/آخره

ج = جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ed.	:	Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata "editor" berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
et al.	:	"Dan lain-lain" atau "dan kawan-kawan" (singkatan dari *etalia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. ("dan kawan-kawan") yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
Cet.	:	Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
Terj.	:	Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama pengarannya.
Vol.	:	Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
No.	:	Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pegadaian merupakan lembaga keuangan yang memiliki sejarah panjang dan dikenal masyarakat Indonesia. Pegadaian merupakan tempat dimana konsumen melakukan peminjaman uang dengan menggunakan barang-barang pribadi konsumen sebagai jaminannya. Sesuai dengan motto pegadaian "Tidak ada masalah terselesaikan, tidak ada pertanyaan", proses pencairan dana sangat sederhana. Pegadaian merupakan pilihan pembiayaan yang sangat efisien karena tidak.memerlukan persyaratan rumit yang menyulitkan nasabah dalam menyediakan dana.[1] Selain proses pencairan dana yang cepat dan mudah, pegadaian juga berpeluang untuk semakin berperan dalam pembiayaan, khususnya untuk usaha kecil.

Pegadaian merupakan lembaga perkreditan dengan sistem gadai. Gadai adalah suatu perjanjian atas suatu utang piutang yang mana debitur menitipkan barangbarangnya sebagai jaminan atas utangnya. Jaminan tetap menjadi milik pegadaian (debitur) namun dikuasai oleh pegadaian (debitur).[2] Keberadaan perusahaan pegadaian hingga saat ini menjadi salah satu solusi terhadap permasalahan perekonomian masyarakat yang semakin mendesak, karena pegadaian

[1] Muhammad Firdaus NH, Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian Syariah, ed. Renaisan (Jakarta, 2019). h.13

[2] Sasli Rais, Pengadaian Syariah: Konsep Dan Sistem Operasional (Jakarta: UI Press, 2019). h.2

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mempunyai fungsi sebagai kekuatan khusus untuk mengatasi berbagai praktik perkreditan yang tidak diperbolehkan secara hukum dalam memberikan pembiayaan. Suatu bentuk alokasi pembiayaan berdasarkan hukum gadai. Dasar hukum di dalam pegadaian sama halnya dengan institusi lainnya.

Pegadaian menawarkan beberapa produk pada pegawai dengan penghasilan tetap *gold counter* atau tempat penjualan emas. Portal PERUM pegadaian (2005-2009), menjelaskan bahwa produk dan layanan pegadaian yaitu, Kredit Cepat Aman (KCA), Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI), Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA), Gadai Syariah (AR-RAHN), Jasa Taksiran, KRISTA, MULIA, ARRAHN untuk usaha mikro kecil (ARRUM), dan ARRUM HAJI.[3]

Kredit Cepat Aman (KCA) adalah kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif. KREASI adalah kredit dengan angsuran bulanan dan jaminan BPKB kendaraan untuk pengembangan usaha. KRASIDA adalah kredit angsuran bulanan dengan jaminan emas untuk keperluan konsumtif dan produktif. AR-RAHN adalah gadai syariah dengan jaminan aset yang diatur sesuai prinsip-prinsip Islam. Jasa Taksiran adalah layanan untuk menentukan nilai aset. KRISTA adalah layanan pembiayaan dengan jaminan sertifikat rumah. MULIA adalah pembiayaan syariah untuk pengembangan usaha dengan jaminan emas. ARRUM (Ar-Rahn untuk Usaha Mikro Kecil) adalah pembiayaan syariah untuk UMKM dengan jaminan yang bisa

[3] Purba, Caesar Octoviandy, Lisa Nurhaliza, and Septiana Dwi Putrianti."Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Emas di PT.Pegadaian () Kantor Cabang UjungBerung Bandung." Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen, 10(3), 169-180

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

bervariasi, termasuk BPKB, dan ARRUM HAJI adalah pembiayaan syariah untuk biaya haji.

Salah satu produk dan layanan pegadaian yang disebutkan di atas yakni Kredit Cepat Aman (KCA). KCA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman. KCA yang merupakan produk Pegadaian, tentunya diperlukan strategi dalam pemasarannya. Strategi pemasaran adalah penganalisaan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud mencapai tujuan organisasi, hal ini sangat tergantung dari penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi dan distribusi yang efektif untuk melayani pasar untuk berkembang, dan mendapatkan laba.[4]

Kredit Cepat Aman (KCA) merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada nasabah secara cepat dan praktis, biasanya dengan agunan berupa barang bergerak seperti emas, elektronik, atau kendaraan. Kredit ini menjadi salah satu produk unggulan karena memberikan kemudahan dan kecepatan dalam memenuhi kebutuhan finansial nasabah. Pertumbuhan Usaha Kecil dan Mikro, semakin banyak usaha kecil dan mikro yang membutuhkan modal menciptakan peluang bagi PT. Pegadaian untuk menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan

[4] Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk INDOSAT pada PT X. Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 16(1), 124–134.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mereka.[5] Selain itu, peningkatan Jumlah Penduduk menjadi potensi untuk membuka unit atau outlet baru guna menjangkau lebih banyak pelanggan.[6] Meningkatnya kebutuhan ekonomi rumah tangga membuka peluang bagi PT. Pegadaian untuk menawarkan produk dan layanan yang dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan finansial mereka.[7]

Selain strategi pemasaran yang tepat, PT. Pegadaian seperti halnya perusahaan jasa perkreditan lainnya, tentunya memiliki resiko yang cukup besar, seperti kredit macet, gagal bayar, dan lain-lain. Dalam operasionalnya PT. Pegadaian tidak hanya dihadapkan pada peluang, tetapi juga tantangan. Masalah kredit bermasalah (*non-performing loan*/NPL) yang dapat berdampak negatif terhadap kesehatan keuangan perusahaan dan profitabilitas merupakan salah satu tantangannya.

Kredit bermasalah seringkali disebabkan oleh ketidakmampuan nasabah dalam memenuhi kewajibannya yang mengarah pada resiko kerugian yang lebih besar bagi perusahaan. Penting untuk menganalisis bagaimana kinerja pemasaran produk kredit ini berhubungan dengan pengelolaan pendapatan dan resiko kredit bermasalah. Oleh karena itu, harus pula dipehatikan aspek manajemen resiko. Melalui manajemen resiko, PT. Pegadaian dapat mengantisipasi potensi kerugian, merancang strategi pengurangan resiko, serta membuat keputusan yang lebih tepat dalam

---

[5] Fahmi Agusman and Joan Marta, 'Analisis Peluang Kredit Lancar Studi Kasus: PT. Pegadaian Area Padang', *Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 5.1 (2023), p. 79, doi:10.24036/jkep.v5i1.14424.

[6] Saputra Randi, 'Pegadaian Syariah Di Kota Medan', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2.4 (2014), hal 221–35.

[7] Pandapotan Ritonga, 'Analisis Laporan Keuangan Pada PT . Pegadaian (Persero) Kanwil I Medan', 3.1 (2022), pp. 520–31.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menghadapi ketidakpastian. Manajemen resiko adalah aktivitas terkoordinasi untuk mengarahkan dan mengendalikan organisasi dalam hal resiko.[8]

Di sisi lain, meskipun kredit bermasalah menjadi tantangan manajemen yang tepat terhadap portofolio kredit termasuk penanganan yang efisien terhadap kredit bermasalah dapat menjadi peluang untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dengan mengelola resiko kredit secara lebih baik, perusahaan tidak hanya dapat meminimalkan kerugian tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dan memperbesar volume kredit yang diberikan PT. Pegadaian sebagai salah satu cabang yang memiliki peran strategis dihadapkan pada situasi yang serupa, dimana pengelolaan kredit cepat dan kredit bermasalah menjadi tantangan yang harus dikelola dengan baik untuk mendukung profitabilitas cabang.

Berdasarkan uraian tentang Kredit Cepat Aman (KCA) merupkan salah satu produk PT. Pegadaian yang memerlukan strategi pemasaran yang tepat kepada nasabah, dengan memperhatikan aspek manajemen resiko KCA itu sendiri terhadap kelangsungan usaha PT. Pegadaian, menarik minat peneliti untuk mengkajinya lebih mendalam melalui penelitian dengan judul: berjudul **"Analisis Strategi Pemasaran dan Manajemen Resiko Kredit Cepat Aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare"**.

[8] International Organization for Standardization, *ISO 31000: Manajemen Resiko Prinsip Dan Pedoman* (ISO, 2018).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare?
2. Bagaimana penerapan manajemen resiko Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare.
2. Untuk menganilisis penerapan manajemen resiko Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penulis dapat memberikan manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
   a. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi dasar pengetahuan seseorang maupun memberikan wawasan dan pengetahuan baru mengenai bagaimana

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

manajemen kredit cepat dan kredit bermasalah yang diterapkan PT. Pegadaian.

b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti yang melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman ilmiah penulis dan pembaca serta dijadikan sebagai bahan dalam proses perkuliahan.

b. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca dalam meningkatkan profitabilitas PT Pegadaian.

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian relevan pada dasarnya dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai topik yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya agar tidak terjadi pengulangan dalam penelitian kali ini. Berdasarkan penelusuran referensi penelitian, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan penelitian penulis, sebagai berikut:

1 Penelitian yang dilakukan oleh Muktiyatul Ulya Muhsin Tahun 2022 dengan judul **"Analisis Kualitas Pelayanan Gadai Kredit Cepat Aman (KCA) pada PT Pegadaian (Persero) UPC Tanggul Wetan Jember".** Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi, observasi, dan wawancara. Kemudian untuk analisis data peneliti menggunakan tiga hal, yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan, selain itu untuk keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.[9]

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). pelaksanaan Kredit Cepat Aman (KCA) di PT. Pegadaian (Persero) UPC Tanggul Wetan sudah dilaksanakan secara baik dan sudah memenuhi standar operasional. Prosedur

[9] Mukiyatul Ulya Muhsin, *Analisis Kualitas Pelayanan Gadai Kredit Cepat Aman (Kca) Pada Pt Pegadaian (Persero) Upc Tanggul Wetan Jember*, 2022.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pengajuan pun sudah dianggap mudah oleh konsumen dan proses pencairan dana tidak memerlukan waktu terlalu lama. Proses pencairannya sendiri bagi PT. Pegadaian (Persero) UPC Tanggul Wetan sudah distandarisasi dengan maksimal waktu menunggu nasabah 15 menit dan tidak boleh lebih dari waktu yang sudah ditentukan. 2). Dan untuk kualitas pelayanan komponennya terdiri atas *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* sudah terpenuhi, dengan begitu dapat dikatakan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) UPC Tanggul Wetan sudah sesuai dengan keinginan nasabah dan kualitas layanan dapat dikatakan baik. Dan untuk standar kualitas pelayanannya dalam perspektif islam yang terdiri atas *siddiq*, *amanah* dan *fathonah*, *tablig*, dan *istiqomah* dapat dikatakan sudah terpenuhi dengan baik.

Persamaan Keduanya sama-sama meneliti produk Kredit Cepat Aman (KCA) di lingkungan PT Pegadaian, serta menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Fokus kedua penelitian ini juga berada pada aspek operasional dan pelayanan, di mana keduanya menilai bagaimana produk KCA dijalankan di cabang Pegadaian tertentu dan bagaimana kualitas layanan tersebut diterima oleh nasabah. Selain itu, kedua penelitian menerapkan prinsip triangulasi data untuk menjamin validitas hasilnya. Sedangkan Perbedaan Penelitian Muktiyatul Ulya Muhsin lebih menitik beratkan pada kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *Servqual* dan prinsip pelayanan dalam perspektif Islam, serta tidak membahas secara eksplisit dampak pelayanan atau produk KCA terhadap pendapatan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

maupun resiko pembiayaan bermasalah. Sebaliknya, penelitian saat ini berfokus pada kinerja pemasaran produk KCA dan keterkaitannya dengan resiko bermasalah dalam pencapaian pendapatan perusahaan. Dengan demikian, ruang lingkup penelitian saat ini lebih luas karena tidak hanya menilai aspek pelayanan, tetapi juga menghubungkannya dengan dimensi resiko dan kinerja keuangan. Perbedaan fokus inilah yang menunjukkan bahwa penelitian ini dapat melengkapi studi-studi sebelumnya dengan memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai kontribusi produk KCA terhadap stabilitas dan profitabilitas PT Pegadaian.

2 Penelitian yang dilakukan oleh Herdi Tahun 2023 dengan judul **"Pengaruh Produk Kredit Cepat Aman (KCA) Ultra Mikro Terhadap Peningkatan Minat Masyarakat Menggadai Emas (Studi Pada PT Pegadaian Cabang Parigi) ".** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah adanya pengaruh Produk Kredit Cepat Aman dan Fitur Kredit Cepat Aman Ultra Mikro terhadap Peningkatan Minat Masyarakat Menggadai Emas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jumlah populasi 4.339 masyarakat yang menjadi nasabah di PT. Pegadaian Cabang Parigi dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 responden, instrumen yang digunakan adalah kuesioner atau angket dengan teknik pengambilan sampel *probability sampling (simple random sampling)*, untuk analisis data menggunakan *sofware SPSS for Windows* 21.[10]

[10] Herdi, 'Pengaruh Produk Kredit Cepat Aman Dan Fitur Kredit Aman Ultra Mikro Terhadap Peningkatan Minat Masyarakat Menggadai Emas (Studi Pada Pt Pegadaian Cabang Parigi)', 2023.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Hasil penelitian menunjukan bahwa secara parsial melalui uji T variabel X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y dan variabel X2 berpengaruh namun tidak signifikan terhadap variabel Y adapun besaran pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y yaitu 19,8%. Hal ini dibuktikan berdasarkan perhitungan parsial nilai thitung variabel X1 sebesar 3,557 > ttabel sebesar 1,989 serta tingkat signifikan yaitu 0,001 < 0,05. Variabel X2 nilai thitung sebesar 1,157 < ttabel sebesar 1,989 serta tingkat signifikan yaitu 0,250 > 0,05. Dan secara simultan variabel X1 dan variabel X2 secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y, dengan bahwa nilai Fhitung sebesar 81,558 > 3,15 dan nilai sig 0,000 < 0,05.

Persamaan Keduanya sama-sama meneliti produk Kredit Cepat Aman (KCA) di lingkungan PT Pegadaian, serta menyoroti bagaimana produk ini memengaruhi respons masyarakat atau kinerja perusahaan. Fokus keduanya berada pada dampak pemasaran produk KCA, yang dalam penelitian Herdi dianalisis dari pengaruhnya terhadap minat masyarakat menggadai emas, sedangkan dalam penelitian saat ini dikaji melalui kontribusinya terhadap pendapatan perusahaan dan resiko bermasalah. Kedua penelitian juga sama-sama menghubungkan aspek produk KCA dengan hasil yang terukur, baik dalam bentuk minat konsumen maupun pendapatan perusahaan. Sedangkan perbedaannya: penelitian Herdi menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan analisis statistik SPSS, sementara penelitian saat ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis yang

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menitikberatkan pada analisis mendalam terhadap strategi pemasaran dan resiko kredit. Selain itu, fokus Herdi terbatas pada produk KCA Ultra Mikro dan pengaruhnya terhadap minat masyarakat, sedangkan penelitian ini mencakup seluruh aspek pemasaran produk KCA serta keterkaitannya dengan resiko pembiayaan dan pencapaian pendapatan. Perbedaan ini menunjukkan bahwa penelitian saat ini memberikan kontribusi baru dengan memperluas cakupan analisis dari segi resiko dan performa keuangan, yang belum ditelaah secara mendalam dalam penelitian Herdi. Dengan demikian, penelitian ini mengisi kesenjangan dengan menawarkan pemahaman strategis terhadap hubungan antara pemasaran, resiko, dan pendapatan di PT Pegadaian.

3 Penelitian yang dilakukan oleh Vicky Roesmanto dengan judul **"Analisis Keunggulan Produk Gadai (KCA) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Unit Patrang Jember"**. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui keunggulan produk gadai KCA di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember (2) Untuk mengetahui tingkat loyalitas terhadap nasabah di PT. Pegadaian Unit Patrang Jember. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini termasuk kategori penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data menggunakan metode analisis data deskriptif.[11]

[11] VICKY ROESMANTO, 'Analisis Keunggulan Produk Gadai (Kca) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Pegadaian Unit Patrang Jember', 2021, p. 34.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Hasil dari penelitian ini (1) Kualitas produk merupakan salah satu faktor pembentuk persepsi nilai konsumen. (2) Berdasarkan hasil analisis penelitian siapapun yang terlibat dalam bisnis baik di perusahaan ataupun di tempat lain, sudah pasti mempunyai tanggung jawab terhadap kepuasan pelanggang.

Persamaan Kedua penelitian ini sama-sama menyoroti produk Kredit Cepat Aman (KCA) sebagai objek utama kajian dan dilaksanakan dalam lingkup PT Pegadaian, serta menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) untuk memperoleh data langsung dari sumbernya dan jenis pendekatan yang digunakan sama – sama pendekatan kuantitatif. Sedangkan Perbedaan antara penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Vicky Roesmanto dan penelitian yang sedang dilakukan saat ini terletak pada beberapa aspek utama, yaitu tujuan, pendekatan, fokus analisis, serta ruang lingkup kajian. Penelitian Roesmanto bertujuan untuk mengetahui keunggulan produk gadai Kredit Cepat Aman (KCA) dan bagaimana keunggulan tersebut mempengaruhi loyalitas nasabah di PT Pegadaian Unit Patrang Jember. Sementara itu, penelitian saat ini memiliki ruang lingkup yang lebih luas dan kompleks, yaitu "Analisis Kinerja Pemasaran Kredit Cepat Aman dan Resiko Bermasalah untuk Pencapaian Pendapatan di PT Pegadaian Kantor Cabang Parepare". Penelitian ini tidak hanya menyoroti aspek produk dan loyalitas nasabah, tetapi juga menganalisis kinerja pemasaran secara menyeluruh serta mengevaluasi resiko kredit bermasalah yang berdampak langsung pada pencapaian pendapatan perusahaan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

4 Penelitian yang dilakukan oleh Rizki Marliana Anggraini dengan judul **"Pelaksanaan Kredit Cepat Aman (KCA) Terhadap Kepuasan Nasabah Menurut Persepektif Rahn (Studi PT. Pegadaian Persero UPC Hdimulyo Metro Pusat Kota Metro)"**. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme pelaksanaan KCA terhadap kepuasan nasabah menurut perspektif rahn. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan model penelitian kualitatif.

Berdasarkan penelitian ini didapati hasil bahwa pelaksanaan KCA pada PT. Pegadaian Hadimulyo diawali oleh tahap peminjaman kredit gadai, penaksiran barang gadai, penggolongan uang pinjaman, dan pelunasan uang pinjaman. Dalam pelaksanaan KCA tersebut 10 nasabah KCA yang menjadi informan merasa puas dan mau menggunakan lagi KCA diwaktu yang akan datang. Jika ditinjau melalui perpektif rahn mekanisme pelaksanaan KCA tidak sesuai dengan perspektif rahn.

Persamaan keduanya menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, serta fokus pada produk Kredit Cepat Aman (KCA) yang menjadi layanan utama PT Pegadaian. Sama-sama meneliti bagaimana kinerja produk KCA berdampak pada perilaku nasabah, baik itu dari sisi loyalitas (penelitian Rizki) maupun kontribusinya terhadap pendapatan perusahaan (penelitian ini). Teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi juga digunakan oleh keduanya, dengan pemanfaatan analisis data deskriptif untuk

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menginterpretasikan temuan lapangan. Sedangkan perbedaannya penelitian Rizki menitikberatkan pada keunggulan produk dan hubungannya dengan loyalitas nasabah, yang merupakan dimensi perilaku konsumen. Sementara itu, penelitian ini menyoroti aspek yang lebih luas, yakni kinerja pemasaran KCA dan resiko bermasalah, serta keterkaitannya dengan pencapaian pendapatan di tingkat institusional. Penelitian ini juga menambahkan dimensi resiko kredit, yang tidak dijelaskan dalam studi Rizki. Dengan demikian, meskipun sama-sama berbasis pada produk KCA, penelitian ini memberikan kontribusi tambahan dalam memahami hubungan antara strategi pemasaran, manajemen resiko, dan performa keuangan, yang belum dibahas secara mendalam dalam penelitian Rizki. Penelitian ini mengisi celah teoritis dan praktis tersebut, sehingga memperluas wawasan dalam pengelolaan produk Pegadaian secara strategis.

5 Penelitian yang dilakukan oleh Aulia dengan judul **"Analisis Penerapan Manajemen Resiko Kredit Pada PT. Pegadaian (Parsero) Cabang Enrekang"**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penerapan manajemen resiko kredit pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Enrekang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan cara mendeskripsikan apakah penerapan manajemen resiko kredit pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Enrekang sudah efektif.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahap deskripsi, tahap reduksi dan tahap seleksi untuk memberikan interpretasi dalam bentuk uraian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

resiko kredit pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Enrekang belum efektif karena adanya fluktuasi kredit macet dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018.

Persamaan dari penelitian di atas yaitu sama-sama menyoroti pentingnnya resiko kredit meskipun dari sudut pandang yang berbeda. Penelitian diatas menghubungkan resiko kredit dengan kinerja pemasaran dan pendapatan, sementara penelitian ini berfokus pada penerapan manajemen resiko kredit.

Metode penelitian lapangan menggunakan pendekatan deskriptif dalam menganalisis data, dengan metode kualitatif untuk memahami impelementasi strategi di PT. Pegadaian, kemudian kedua penelitian ini meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kesehatan keuangan PT. Pegadaian, baik dari segi pemasaran maupun pengelolaan resiko kredit. Sedangkan perbedaan antara penelitian diatas dengan penelitian ini dari segi fokus penelitian utama penelitian diatas menganalisis efektivitas pemasaran kredit cepat aman dalam meningkatkan pendapatan dan mengelola resiko kredit bermasalah sedangkan penelitian ini mengevaluasi strategi manajemen resiko kredit yang diterapkan di PT. Pegadaian Cabang Enrekang.

Jika tujuan penelitian adalah memahami bagaimana strategi pemasaran berkontribusi pada pendapatan dan pengelolaan resiko kredit, maka penelitian tentang Analisis Kinerja Pemasaran KCA lebih relevan sebaliknya Jika fokusnya adalah mengevaluasi efektivitas manajemen resiko kredit dalam suatu cabang tertentu, maka penelitian Analisis Penerapan Manajemen Resiko Kredit di Cabang Enrekang lebih sesuai. Meskipun berbeda dalam pendekatan, kedua

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

penelitian saling melengkapi dalam memberikan wawasan tentang bagaimana PT Pegadaian mengelola resiko kredit dan meningkatkan kinerja keuangannya.

B. Tinjauan Teori

Penelitian ini akan menggunakan beberapa kerangka teori maupun konsep-konsep yang dijadikan sebagai dasar untuk menganalisis permasalahan yang diteliti dan untuk menjawab permasalahan objek penelitian.

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rencana terstruktur yang dirancang untuk memasarkan suatu produk kepada target pasar yang tepat. Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dan berdasarkan itu unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran. Strategi pemasaran menguraikan harapan perusahaan tentang bagaimana berbagai kegiatan atau program pemasaran akan mempengaruhi permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.[12]

Strategi pemasaran adalah penganalisaan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud mencapai tujuan organisasi, hal ini sangat tergantung dari penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan

[12] Widjaja, Y. R., & Wildan. Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. (Jurnal Sains Manajemen, 2023) 5(1), 1–13.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi dan distribusi yang efektif untuk melayani pasar untuk berkembang, dan mendapatkan laba.[13]

Dari penjelasan yang telah diuraikan mengenai strategi pemasaran menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah rencana yang merinci bagaimana suatu perusahaan akan mencapai tujuannya dalam hal pemasaran produk atau layanannya. Ini mencakup segmen pasar yang ditargetkan, posisi merek, dan taktik-taktik pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai keberhasilan pemasaran. Strategi pemasaran juga mencakup rencana mengenai biaya pemasaran, bauran pemasaran, dan bagian pemasaran berdasarkan kondisi bidang dan persaingan yang diharapkan. Selain strategi pemasaran, kualitas produk juga menjadi salah satu komponen bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya.

b. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan rencana yang menyeluruh serta terpadu dan menyatu di bidang pemasaran barang dan jasa, atau dengan kata lain, strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan, serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran barang dan jasa. Strategi pemasaran juga merupakan wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.

Untuk mengetahui jenis strategi pemasaran mana yang tepat dan sesua dengan sebuah organisasi, perlu terlebih dahulu mengetahui jenis dan bentuk kebutuhan

[13] Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk INDOSAT pada PT X. Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 16(1), 124–134.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

konsumen (pasar), sebelum organisasi memasarkan produk yang dihasilkan. Strategi pemasaran dapat dibagi kedalam empat jenis dasar, yaitu:[14]

1) Merangsang kebutuhan primer dengan menambah jumlah pemakai.
2) Merangsang kebutuhan primer dengan memperbesar tingkat pembeli.
3) Merangsang kebutuhan selektif dengan mempertahankan pelayanan yang ada.
4) Merangsang kebutuhan selektif dengan menjaring pelanggan yang ada

Sementara itu strategi pemasaran terdiri dari dua strategi, yatu:[15]

1) Strategi kebutuhan primer, strategi ini dirancang terutama untuk menaikan tingkat permintaan akan bentuk atau kelas produk dari bukan pemakaian sekarang (yang tidak ada atau hanya mempunyai sedikit pesaing saja) serta produk-produk dengan bagian pasar yang besar kemungkinan akan mendapat manfaat dari strategi yang dirancang untuk meningkatkan jumlah pemakai bentuk produk.
2) Strategi kebutuhan selektif, strategi ini dirancang untuk memperbaiki posisi pesaing suatu produk, jasa atau bisnis. Fokus dasar dari strategistrategi ini adalah pada bagian pasar, karena perolehan penjualandiharapkan akan dating dengan mengembangkan bentuk produk satu kelas pesaing. Strategi kebutuhan selektif dapat dicapai dengan mempertahankan pelanggan lama atau dengan menyaring pelanggan baru.

---

[14]Sudiarta, I Nyoman. Strategi Pemasaran: Mengintegrasikan Konsep Pemasaran Pariwisata, Gaya Hidup Konsumen dan Manajemen Destinasi Pariwisata Menuju Kualitas Pengalaman Berkelanjutan. (Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi STIE Triatma Mulya, 2021) Vol 16, No. 2: 1-16.

[15]Fathurrohman. Kegiatan Marketing Public Relations dalam mempertahankan Citra Perusahaan. (Jurnal Soshum Insentif, 2020) 3(1), 8-17.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

c. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran

Terdapat tiga strategi kunci dalam manajemen pemasaran yang menjadi langkah-langkah strategi pemasaran, yaitu:[16]

1) Strategi segmentasi pasar yaitu proses dalam membagi pasar ke dalam kelompok para pembeli yang tentunya berbeda-beda berdasarkan perilaku yang membaurkan produk dan pemasaran sendiri, karakteristik dan juga perilaku.
2) Strategi penentuan pasar sasaran. Yaitu tentang pemilihan seberapa. besar atau kecilnya segmen pasar sesuai dengan kemampuan perusahaan untuk memasuki pasar tersebut.
3) Strategi penentuan posisi pasar. Penentuan pasar sasaran adalah sebuah strategi untuk merebut posisi pada benak konsumen. Dengan kata lain strategi ini menyangkut kepercayaan dan keyakinan pelanggan

d. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah alat penting dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran. Pengaturan yang tepat dari elemen-elemennya dapat membantu perusahaan mencapai tujuan pemasaran mereka dan merespons kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. bauran pemasaran juga dikenal sebagai "*marketing mix*," adalah seperangkat elemen atau komponen strategis yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran mereka dalam memasarkan produk atau layanan kepada pelanggan. Bauran pemasaran merupakan perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri

[16] Kotler dan Amstrong. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2.Edisi 12. (Jakarta: Erlangga, 2016) h.137.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses.[17]

Terdapat empat variabel dalam kegiatan bauran pemasaran sebagai berikut:[18]

1) *Product means the goods and service combination the company offers to thetarget market.* Produk merupakan kombinasi barang dan jasa perusahaan yang ditawarkan ke target pasar.
2) *Price is the amount of money customers must past to obtain the product.* Harga adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan pelanggan untuk memperoleh produk.
3) *Place includes company activities that make the product avaliable to targetconsumers.* tempat meliputi aktivitas perusahaan yang membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran.
4) *Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade targetcustomers to buy it.* Promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan produk dan membujuk pelanggan sasaran sehingga tertarik terhadap produk yang dipromosikan kemudian membelinya.

Bauran pemasaran produk barang mencangkup 4P, yakni: *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Sedangkan untuk jasa keempat hal tersebut masih dirasa

[17] Lupiyoadi,R. Manajemen Pemasaran Jasa. (Jakarta : Salemba Empat, 2019) h.92.

[18] Lukitasari dan Lia Nirawati, "Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop Queenstreet", (Jurnal Disrupsi Bisnis 4, no. 3, 2021) h. 190.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kurang mencukupi, sehingga para pakar pemasaran menambahkan tiga unsur lagi: *people*, *process*,dan *customer service*. Ketiga hal ini terkait dengan sifat jasa di mana tahapan operasi hingga konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan serta mengikutsertakan konsumen dan pemberi jasa secara langsung, dengan kata lain terjadi interaksi langsung antara keduanya (meski tidak untuk semua jenis jasa). Sebagai suatu bauran, unsur-unsur tersebut saling memengaruhi satu sama lain apabila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya akan memengaruhi pemasaran secara keseluruhan. [19]

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa unsur bauran pemasaran jasa terdiri atas tujuh hal, yaitu:

1) *Product* (produk): jasa seperti apa yang ingin ditawarkan.
2) *Price* (harga): bagaimana strategi penentuan harga.
3) *Place* (tempat): bagaimana sistem penyampaian jasa yang akan diterapkan.
4) *Promotion* (promosi): bagaimana promosi yang harus dilakukan.
5) *People* (orang): jenis kualitas dan kuantitas orang yang akan terlibat dalam pemberian jasa.
6) *Process* (proses): bagaimana proses dalam operasi jasa tersebut.
7) *Customer service* (layanan konsumen): tingkat jasa yang bagaimana yang akan diberikan kepada konsumen. [20]

2. Manajemen Resiko

[19] Lupiyoadi,R. Manajemen Pemasaran Jasa. (Jakarta : Salemba Empat, 2019) h.92.
[20] Lupiyoadi,R. Manajemen Pemasaran Jasa. (Jakarta : Salemba Empat, 2019) h.40.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

a. Pengertian Manajemen Resiko

Menurut Ismail Solihin manajemen adalah suatu "proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian dari berbagai sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.[21] Sedangkan menurut Siswanto manajemen adalah seni dan lmu perenanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian, dan pengendalian terhadap orang dan mekanisme kerja untuk mencapai tujuan.[22]

Kasidi yang menyebutkan bahwa resiko adalah kemungkinan terjadinya penyimpangan dari harapan yang dapat menimbulkan kerugian.[23] Resiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang tak diinginkan, atau tidak terduga. Dengan kata lain "Kemungkinan" itu sudah menunjukkan adanya ketidakpastian yang menyebabkan tumbuhnya resiko.[24]

Berdasarkan pengertian di atas, manajemen resiko secara umum dapat diartikan sebagai suatu proses sistematis yang digunakan oleh individu, organisasi, atau perusahaan untuk mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi, mengendalikan, dan memantau resiko yang mungkin timbul dalam setiap aktivitas. Resiko yang dimaksud adalah segala bentuk ketidakpastian yang dapat berdampak negatif terhadap pencapaian tujuan, baik dalam aspek keuangan, operasional, hukum, maupun reputasi. Melalui manajemen resiko, organisasi dapat mengantisipasi potensi

[21] Ismail Solihin, Pengantar Manajemen, (Jakarta: Erlangga, 2019), h. 4
[22] Siswanto, Pengantar Manajemen, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), h. 2
[23] Kasidi, Manajemen Resiko, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2020), h. 4
[24] Rusman Darmawi, Manajemen Resiko, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), h. 21

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kerugian, merancang strategi pengurangan resiko, serta membuat keputusan yang lebih tepat dalam menghadapi ketidakpastian.

Manajemen resiko adalah aktivitas terkoordinasi untuk mengarahkan dan mengendalikan organisasi dalam hal resiko.[25] Sementara itu, Handoko menyatakan bahwa manajemen resiko adalah usaha sistematis dalam mengenali dan mengukur ketidakpastian yang dapat memengaruhi tujuan organisasi serta mengembangkan langkah-langkah pengendalian untuk meminimalkan dampaknya. Dengan demikian, manajemen resiko berperan penting dalam menciptakan kepastian, efisiensi operasional, dan keberlanjutan organisasi dalam jangka panjang.[26]

b. Macam-macam Manajemen Resiko:

1) Manajemen Resiko Operasional

Manajemen resiko operasional adalah manajemen resiko yang berasal dari kegagalan proses internal, kesalahan manusia, kegagalan sistem, atau kejadian eksternal yang memengaruhi kelangsungan operasional organisasi. Menurut *Basel Committee on Banking Supervision*, resiko operasional mencakup resiko kehilangan yang disebabkan oleh kegagalan atau ketidakcukupan proses internal, kesalahan manusia, sistem, atau kejadian eksternal. Resiko ini bersifat teknis dan administratif.[27]

2) Manajemen Resiko Keuangan

---

[25] International Organization for Standardization, *ISO 31000: Manajemen Resiko Prinsip Dan Pedoman* (ISO, 2018).

[26] T Hani Handoko, *Manajemen* (BPFE, 2011).

[27] Basel Committee on Banking Supervision, *Kerangka Pengukuran Modal Minimum Untuk Resiko Operasional* (Bank for International Settlements, 2020).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Manajemen resiko keuangan berkaitan dengan kerugian yang disebabkan oleh fluktuasi nilai tukar, suku bunga, kredit, atau pasar modal. Menurut Jorion, resiko keuangan mencakup resiko pasar (*market risk*), resiko kredit (*credit risk*), resiko suku bunga, dan resiko likuiditas. Manajemen resiko keuangan membantu perusahaan mengendalikan volatilitas dalam pendapatan dan biaya modal.[28]

3) Manajemen Resiko Startegis

Manajemen resiko strategis adalah manajemen resiko yang berkaitan dengan kesalahan pengambilan keputusan jangka panjang, atau dampak dari perubahan lingkungan eksternal. Hillson dan Murray-Webster, resiko strategis berhubungan dengan arah dan keputusan strategis perusahaan yang mengancam kelangsungan bisnis jika tidak dikelola dengan baik.[29]

c. Tujuan manajemen resiko

Secara umum manajemen resiko digunakan agar bisa memprediksikan bahaya yang akan dihadapai serta pertimbangan yang matang dari berbagai informasi untuk mengidari kerugian. Secara khusus tujuan dari manajemen resiko adalah:

1) Menyediakan informasi tentang resiko kepada pihak regulator.
2) Meminimalisasi kerugian dari berbagai resiko yang bersifat uncontrolled tidak dapat diterima).
3) Mengalokasikan modan mebatasi resiko.
4) Agar perusahaan tetap hidup dengan perkembangan yang berkesinambungan.

---

[28] Philippe Jorion, *Manajemen Resiko Keuangan* (Salemba Empat, 2020).

[29] David Hillson and Ruth Murray-Webster, *Memahami Dan Mengelola Resiko Strategis* (Mitra Wacana Media, 2020).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

5) Memberikaan rasa aman.

6) Biaya risk manajemen yang efisien dan efektif.

7) Agar pendapatan perusahaan stabil dan wajar, memberikan kepuasan bagi pemilik dan pihak lain.[30]

d. Implementasi Manajemen Resiko

Implementasi atau penerapan manajemen resiko, sebagai berikut: [31]

1) Identifikasi

Identifikasi resiko dimulai dengan penetapan kriteria dan parameter resiko, pengidentifikasian resiko yang mungkin terjadi, permasalahan yang menjadi penyebab pemicu utama terjadinya resiko, sumber/faktor penyebabnya (internal dan eksternal) dan perkiraan skor. Hasil proses resiko ini adalah tersusunnya register resiko. Setiap organisasi harus menyusun sendiri setiap resiko yang paling sesuai.

2) Pengukuran

Pengukuran dan pemetaan resiko dilakukan dengan menghitung besarnya probabilitas terjadinya suatu resiko. Resiko yang diidentifikasi tersebut dikategorikan dan dipetakan ke dalam tiga peringkat, yaitu resiko dengan dampak yang tinggi, resiko dengan dampak yang sedang dan resiko dengan dampak yang rendah yang didasarkan kepada frekuensi terjadinya dan dampak yang ditimbulkan. Proses ini

[30] Adi Warman Karim, Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018). hlm. 255

[31] Soehatman Ramli, Manajemen Resiko Dalam Perspektif K3 OHS Risk Management (Jakarta: Dian Rakyat, 2019), hlm. 45.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

sangat penting karena resiko yang tidak teridentifikasi pada proses ini tidak akan ditangani pada proses-proses selanjutnya.

Investigasi pembiayaan dilakukan dengan cara melakukan proses analisa kelayakan pembiayaan yang meliputi analisa laporan keuangan, evaluasi kebutuhan pembiayaan dan analisa kesesuaian aspek yang dibiayai terhadap prinsip syariah. Pada proses ini, sistem pengukuran/penilaian resiko dengan mempertimbangkan karakteristik setiap jenis tranksaksi terhadap resiko pembiayaan (modal dan proyeksi terhadap pendapatan pegadaian), kondisi keuangan, aspek agunan/jaminan, persyaratan dalam akad pembiayaan seperti bagi hasil dan jangka waktunya, potensi terjadinya gagal bayar (*default*) serta kemampuan dalam menyerap potensi gagal bayar (*default*).

3) Pemantauan/pengawasan

Pemantauan resiko didasarkan kepada laporan hasil pemeriksaan (LHP) oleh Satuan Pengawas Intern yang dilaporkan setiap bulan kepada dewan pengawas, Direksi, dan Jeneral Manajer terkait. Berdasarkan laporan tersebut maka dilakukan evaluasi terhadap faktor penyebab dan diambil langkah-langkah perbaikan dan penyempurnaan yang perlu dilakukan.

Proses pengawasan dilakukan oleh Satuan Pengawasan Intern (SPI) yang secara periodik melakukan pemeriksaan terhadap semua divisi atau unit kerja. Hasil dari pemeriksaan tersebut, kemudian dibahas dalam forum manajemen resiko yang menjadi bahan evaluasi dan bahan untuk menentukan kebijakan-kebijakan tertentu

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

terkait resiko yang terjadi, juga dapat mengidentifikasi resiko-resiko baru yang diakibatkan oleh konteks resiko yang berbeda dari konteks resiko sebelumnya.

4) Pengendalian

Pengendalian resiko merupakan upaya-upaya untuk menyeleksi pilihan-pilihan yang dapat mengurangi atau meniadakan dampak dan kemungkinan terjadinya resiko, kemudian menerapkan pilihan tersebut dengan prosedur dan kebijakan atau langkah-langkah yang dianggap perlu guna mengendalikan tingkat resiko yang sudah diidentifikasi tersebut pada tingkat resiko yang diterima.

Proses pengendalian resiko merupakan proses yang berulang, mulai dari melakukan assesment terhadap sebuah perlakuan resiko sampai memperkirakan apakah tingkat resiko yang tersisa dapat diterima atau tidak bila perlakuan resiko ini diterapkan. Bila belum dapat diterima maka harus dicari alternatif perlakuan resiko lainnya. Kemudian dilakukan proses yang sama hingga perkiraan hasil dari perlakuan tersebut menghasilkan tingkat resiko tersisa yang dapat diterima.

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan teoritis di atas dapat dipahami bahwa:

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan pemasaran, seperti mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan produk atau jasa kepada konsumen, dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

mereka. Proses ini melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan segala kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang erat. Strategi pemasaran adalah penganalisaan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud mencapai tujuan organisasi, hal ini sangat tergantung dari penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi dan distribusi yang efektif untuk melayani pasar untuk berkembang, dan mendapatkan laba.[32]

2. Manajemen Resiko

Manajemen resiko secara umum dapat diartikan sebagai suatu proses sistematis yang digunakan oleh individu, organisasi, atau perusahaan untuk mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi, mengendalikan, dan memantau resiko yang mungkin timbul dalam setiap aktivitas. Resiko yang dimaksud adalah segala bentuk ketidakpastian yang dapat berdampak negatif terhadap pencapaian tujuan, baik dalam aspek keuangan, operasional, hukum, maupun reputasi. Resiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang tak diinginkan, atau tidak terduga. Dengan kata lain "Kemungkinan" itu sudah menunjukkan adanya ketidakpastian yang menyebabkan tumbuhnya resiko.[33]

[32] Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk INDOSAT pada PT X. Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 16(1), 124–134.

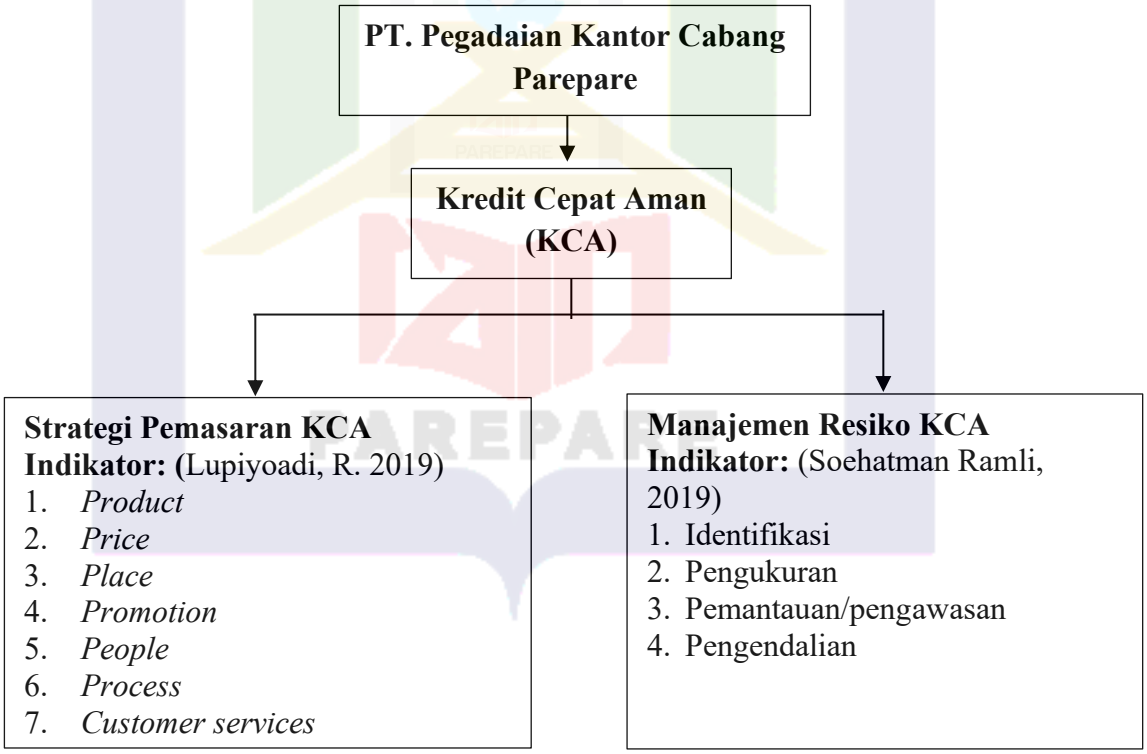
[33] Rusman Darmawi, Manajemen Resiko, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 21

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Perusahaan termasuk PT. Pegadaian cabang Parepare, perlu memperhatikan aspek manajemen resiko yang mungkin muncul dalam pengelolaan perusahaan. Tujuannya adalah agar dalam pengelolaan dapat meminimalisir atau bahkan menghindari resiko-resiko yang mungkin terjadi.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antara konsep atau variabel secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian. Pelaksanaan penelitian dapat digambarkan dalam bentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif dipilih sebagai pendekatan penelitan yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif merupakan suatu jenis penelitian yang hasil temuannya tidak didapat dengan proses statistik atau perhitungan dengan rumus melainkan sebagai bentuk jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk menjelaskan gejala secara kontekstual dengan menggunakan peneliti sebagai bagian alami dalam penelitian tersebut. Menurut Brewel dan Hunter, penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena berdasarkan perspektif orang-orang yang terlibat dengan fokus pada makna, pengalaman dan pandangan mereka. Penelitian ini biasanya menggunakan metode pengumpulan data seperti wawancara mendalam, observasi dan analisis dokumen untuk menggali pemahaman mendalam mengenai konteks sosial, budaya atau psikologis suatu fenomena.[34]

Jenis penelitian kualitatif yang digunakan adalah fenomenologi. Fenomenologi menjelaskan sifat fenomena, sehingga mampu memberikan gambaran mengenai sesuatu yang apa adanya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Fenomenologi berfokus pada bagaimana orang mengalami fenomena tertentu, artinya

[34] Ahmad mustamin Khiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. by Fitratun Annisya, Cet.1 (Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

orang mengalami sesuatu bukan karena pengalaman tetapi karena fenomena yang terjadi di kehidupannya. Peneliti ingin menggambarkan secara jelas tentang objek penelitian melalui fenomena yang dialami para informan terkait. Fenomena yang digambarkan berdasarkan keadaan nyata dan sebenarnya sehingga akan mampu memberikan kesan naturalistik sesuai definisi fenomenologi. Selain itu, dengan menerapkan metode kualitatif, data yang diperoleh akan lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel, lebih luas informasinya dan akan lebih bermakna.

Dalam penelitian ini, peneliti menggambarkan secara jelas terkait fenomena PT. Pegadaian dalam menerapkan strategi pemasaran dan manajemen resiko, dimana data yang diperoleh dari infoemasi dari dokumen ataupun wawancara yang mendukung penelitian.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Suatu penelitian memerlukan tempat penelitian yang akan dijadikan objek untuk memperoleh data yang diperlukan guna mendukung tercapainya sebuah tujuan penelitian. Lokasi penelitian ini adalah lokasi yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pegadaian Cabang Parepare. Penelitian dilakukan dalam kurung waktu kurang lebih 1 (satu) bulan yakni 30 Juni sampai dengan 30 Juli 2025.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

C. Fokus Penelitian

Penelitan ini memfokuskan pada analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko Kredit Cepat Aman (KCA) di PT. Pegadaian Kantor Cabang Parepare. Sehingga pelaksanaan penelitian terkait dengan bagaimana penerapan strategi pemasaran KCA, dan bagaimana penerapan manajemen resiko KCA.

D. Jenis dan Sumber Data

Penelitian yang akan dilakukan menggunakan dua jenis sumber data yang dibutuhkan yaitu sumber data primer yang menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk sumber data sekunder yaitu menggunakan data dokumen seperti jurnal, buku dan karya ilmiah.[35]

1. Data Primer

Penelitian data primer adalah penelitian yang menggunakan data yang diperoleh langsung dari sumber utama atau lapangan. Data primer dihasilkan melalui interaksi langsung antara peneliti dan responden atau subjek penelitian, seperti wawancara, kuesioner, observasi dan eksperimen. Data primer digunakan untuk mendapatkan informasi yang spesifik dan relevan dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian secara tepat.[36]

---

[35] Anslem Strauss and Juliet Corbin, 'Teknologi, Badan Pengkajian Dan Penerapan', *Pengolahan Air Limbah Domestik Individual Atau Semi Komunal*, 2007, h. 189–232.

[36] Titin Pramiyati, Jayanta Jayanta, and Yulnelly Yulnelly, 'Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil)', *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8.2 (2017), h. 679.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi, pengumpulan data melalui wawancara secara langsung kepada pihak terkait untuk mempertegas dokumen/laporan-laporan. Wawancara dalam penelitian ini, yakni dengan staf/pegawai PT. Pegadaian Cabang Parepare yang merancang ataupun melaksanakan strategi pemasaran KCA dan manajemen resiko KCA.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau sudah tersedia sebelumnya dan digunakan kembali untuk keperluan penelitian. Dalam konteks penelitian tentang kinerja cepat dan aman dalam pengelolaan pendapatan serta resiko kredit bermasalah di PT. Pegadaian. Beberapa sumber data sekunder yang relevan meliputi:

a. Laporan Keuangan dan Tahunan PT. Pegadaian

   Data mengenai pendapatan, laba, serta rasio kredit bermasalah (*Non-Performing Loan/NPL*) yang dapat memberikan gambaran tentang kinerja keuangan perusahaan.

b. Dokumen Kebijakan dan Regulasi

   Seperti peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atau Bank Indonesia terkait dengan manajemen resiko dan tata kelola lembaga keuangan non-bank.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

c. Jurnal dan Penelitian Akademik

Studi terdahulu yang membahas strategi pengelolaan pendapatan, mitigasi resiko kredit serta efektivitas sistem pegadaian dalam mencegah kredit bermasalah.

d. Artikel dan Berita Bisnis

Publikasi dari media ekonomi dan bisnis yang membahas kinerja PT. Pegadaian serta tren industri keuangan.

Dengan menggunakan data sekunder ini, penelitian dapat memperoleh wawasan yang lebih luas dan mendukung analisis berdasarkan informasi yang telah tersedia.[37]

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan dan selanjutnya akan diolah secara kualitatif. Menurut Creswell teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terbagi menyadi tiga yaitu :[38]

1. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan mengamati langsung suatu fenomena tanpa mengandalkan laporan dari pihak lain.[39] Pelaksanaan observasi pada penelitian ini bervariasi, antara lain: peneliti ikut serta dalam proses pemberian Kredit Cepat Aman

[37] Erni Latifah, Syahrum Agung, and Rachmatullaily Tinakartika Rinda, 'Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan', *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2.4 (2020), h. 566.

[38] Ardiansyah, Risnita, and M. Syahran Jailani, 'Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif', *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1.2 (2023), h. 1–9, doi:10.61104/ihsan.v1i2.57.

[39] Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (PT Rineka Cipta, 2004).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

(KCA) secara langsung yang disebut dengan observasi partisipatif. Selain itu, untuk hal-hal tertentu yang tidak membolehkan pihak luar terlibat langsung dalam aktivitas perusahaan, peneliti hanya mengamati tanpa terlibat secara langsung dalam aktivitas tersebut, pengamatan seperti ini disebut observasi non partisipatif. Pelaksanaan observasi tersebut juga dilakukan secara terstruktur, dimana peneliti mengamati berdasarkan daftar aspek yang diamati, ataupun dilakukan secara tidak terstruktur, dimana peneliti lebih fleksibel dan eksploratif, mengamati fenomena sesuai perkembangan situasi dalam mengamati pemasaran KCA dan manajamen resiko KCA.

2. Wawancara

Teknik ini digunakan untuk menggali informasi langsung dari narasumber mengenai pengalaman, pendapat, atau pandangannya terkait suatu fenomena.[40] Wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara terstruktur kepada staf/pegawai PT Pegadaian yang terlibat dalam proses pemasaran dan manajemen resiko KCA, yakni dengan menggunakan daftar pertanyaan tetap yang sudah disiapkan sebelumnya. Wawancara semi-terstruktur juga dilakukan dalam penelitian ini kepada staf/pegawai PT Pegadaian yang terlibat dalam proses pemasaran dan manajemen resiko KCA, yakni dengan berpedoman pada pertanyaan tetapi fleksibel dalam pengembangannya. Wawancara tidak terstruktur dilakukan dalam penelitian ini kepada staf/pegawai PT

[40] Kalangi S. Johnny Heni Widiastuti, Ferry V.I.A Koagouw, 'Teknik Wawancara Dalam Menggali Informasi Pada Program Talk Show Mata Najwa Episode Tiga Trans 7', (*Jurnal Acta Diurna*, 7.2, 2018) h. 1–5.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Pegadaian yang terlibat dalam proses pemasaran dan manajemen resiko KCA, yakni wawancara yang bebas dan lebih eksploratif mengikuti alur percakapan narasumber.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu bentuk kegiatan atau proses dalam menyediakan berbagai dokumen dengan memanfaatkan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan dari berbagai sumber. Selain itu, pengertian dokumentasi merupakan upaya mencatat dan mengkategorikan suatu informasi dalam bentuk tulisan, foto atau gambar dan vidio. Untuk menampung informasi tersebut di butuhkan suatu tempat atau lokasi yang dapat menyimpan dokumen tersebut. Sistem manajemen dokumen adalah lokasi penyimpanan terpusat dimana banyak pengguna dapat mengakses dokumen terbaru dari satu lokasi pusat. Adapun dokumen yang bisa digunakan peneliti berupa laporan tahunan, laporan keuangan, ataupun laporan kegiatan PT Pegadaian yang dapat memberikan informasi tentang strategi pemasaran KCA serta pengelolaan resiko KCA.

F. Uji Keabsahan Data

Menurut Sugiyono, uji keabsahan data (validitas data) adalah langkah yang dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dalam penelitian benar-benar mencerminkan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ingin diteliti sehingga data tersebut dapat dipercaya dan digunakan untuk mendukung kesimpulan penelitian.[41]

[41] Elma Sutriani and Rika Octaviani, 'Uji Keabsahan Data', (*INA-Rxiv*, 2019) h. 1–22.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dalam penelitian kualitatif, uji keabsahan data sangat penting untuk memastikan bahwa temuan penelitian valid, kredibel dan dapat dipercaya. Berikut adalah teknik yang umum digunakan dalam uji keabsahan data penelitian kualitatif:

1. Kredibilitas (*Credibility*)

   Uji *credibility* (validitas internal) atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatandan peningkatan ketekunan dalam penelitian.

   Adapun Teknik yang digunakan adalah Triangulasi, Triangulasi adalah metode dalam penelitian yang digunakan untuk meningkatkan keakuratan dan validitas data dengan menggabungkan berbagai sumber, teknik, atau perspektif dalam proses analisis. Triangulasi sumber dalam penelitian ini yakni menggunakan berbagai data dari sumber yang berbeda tentang strategi pemasaran, KCA, dan manajemen resiko. Triangulasi teknik dalam penelitian ini yakni menggunakan metode pengumpulan data yang berbeda seperti wawancara kepada staf/pegawai PT Pegadaian, observasi, dan dokumentasi terhadap kegiatan strategi pemasaran dan manajemen resiko KCA di PT Pegadaian. Triangulasi teori dalam penelitian ini yakni dengan menggunakan berbagai teori untuk menafsirkan data yang dikumpulkan terkait penerapan strategi pemasaran dan manajemen resiko KCA di PT Pegadaian.

2. Konfirmabilitas

   Uji konfirmabilitas dalam penelitian kualitatif mirip dengan uji dependabilitas, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Uji

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

konfirmabilitas adalah sebuah proses untuk memastikan hasil penelitian bersifat objektif dan dapat diterima oleh banyak orang, dengan menghubungkan hasil penelitian dengan proses penelitian yang dilakukan. Menguji konfirmabilitas berarti mengevaluasi apakah proses penelitian yang digunakan telah sesuai dengan prosedur yang benar dan valid, sehingga hasil penelitian dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, untuk menjaga objektivitas peneliti dilakukan melalui proses pengumpulan data seperti wawancara kepada staf/pegawai PT Pegadaian yang terlibat dalam strategi pemasaran dan manajemen resiko KCA, melakukan observasi/pengamatan terhadap aktivitas/kegiatan strategi pemasaran dan manajemen resiko KCA, dan pengumpulan data melalui dokumentasi yang terkait dengan strategi pemasaran dan manajemen resiko KCA. Selanjutnya melakukan analisis data secara kritis dengan berbagai persepsi diharapkan dapat ditemukan data yang sesuai dan terkonfirmasi dapat dipercaya.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merujuk pada metode atau cara yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data yang telah dikumpulkan dalam suatu penelitian agar dapat diambil kesimpulan yang valid dan relevan. Data Analisis menggunakan beberapa langkah sesuai dengan teori Miles, Huberman dan Saldana yakni

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menganalisis data dengan tiga langkah: reduksi data (*data reduction*), menyajikan data (*data display*) dan menarik kesimpulan (*conclusion drawing*).[42]

Adapun data penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara kepada staf/pegawai PT Pegadaian yang terlibat dalam strategi pemasaran dan manajemen resiko KCA, observasi/pengamatan terhadap aktivitas/kegiatan strategi pemasaran dan manajemen resiko KCA, dan pengumpulan data melalui dokumentasi yang terkait dengan strategi pemasaran dan manajemen resiko KCA. Selanjutnya data-data tersebut di analisis dengan cara direduksi, yakni dikelompokkan dan diinterpretasikan sesuai fokus penelitian (strategi pemasaran dan manajemen resiko KCA), selanjutnya data hasil reduksi disajikan/ditampilkan dalam bentuk deskripsi yang menggambarkan aktivitas strategi pemasaran dan manajemen resiko KCA, kemudian disimpulkan (*conclusion*) yang menjawab rumusan masalah penelitian.

[42] Ahmad Zaki, *Metode Pengumpulan Data Dan Teknik Analisis*, ed. by Jogiyanto Hartono, Cet.1 (Andi, 2018).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Penerapan Strategi Pemasaran Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare

Penerapan strategi pemasaran diperlukan alat yang digunakan dalam perencanaan dan pelaksanaannya yang disebut dengan bauran pemasaran. Pengaturan yang tepat dari elemen-elemennya dapat membantu PT. Pegadaian mencapai tujuan pemasaran mereka dan merespons kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. bauran pemasaran juga dikenal sebagai "*marketing mix*," merupakan seperangkat elemen atau komponen strategis yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran mereka dalam memasarkan produk atau layanan kepada pelanggan.

Temuan dalam penelitian ini terkait strategi PT. Pegadaian dalam memasarkan produk KCA, menggunakan variabel dalam kegiatan bauran pemasaran yang perlu diperhatikan, yakni: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *customer services* (pelayanan).

a. *Product* (Produk)

Produk PT. Pegadaian yang difokuskan dalam penelitian ini adalah Kredit Cepat Aman (KCA). Berikut hasil wawancara dengan Bapak Andi Rahmat, staf PT. Pegadaian Cabang Parepare, menjawab pertanyaan “Bisa bapak jelaskan tentang produk Kredit Cepat Aman (KCA) di Pegadaian Parepare?”

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

> Di pegadaian saat ini yang banyak diminati yaitu jasa produk KCA dan kreasi. Untuk produk KCA atau kredit cepat aman sendiri yaitu kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif. KCA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman dan menurut saya pribadi produk KCA sesuai dengan kebutuhan nasabah dan kualitas sangat bagus karena KCA yang paling diminati nasabah dari dulu hingga sekarang. Untuk kualitas KCA sangat bagus sekali dan banyak digemari masyarakat karena proses yang cepat sehari cair pendanaanya hanya dengan barang jaminan.[43]

Sementara jawaban atas pertanyaan yang sama yakni tentang produk KCA Pegadaian diungkapkan oleh Bapak Muammar, staf PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Produk yang banyak diminati menurut saya ya produk gadai KCA. Karena setau orang pegadaian pasti menggadai. untuk kebutuhan nasabah menurut saya sesuai karena sekarang pegadaian apa lagi menuju era transformasi di tuntut untuk bisa memenuhi segala kebutuhan masyarakat seperti orang taunya hanya gadai produk KCA padahal sekarang sudah bisa apa aja. Sesuai dengan logo pegadaian itu melambangkan ada tiga warna yaitu gadai, pembiayaan, dan jasa.[44]

Selanjutnya jawaban atas pertanyaan yang sama yakni tentang produk KCA Pegadaian dijelaskan oleh Bapak Yusril, nasabah PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> KCA atau Kredit Cepat Aman, kelebihannya untuk cepat mendapatkan uangnya, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah dan tergantung jaminan yang dipinjamkan. Tanggapan saya dari KCA itu bagus untuk sementara, pelayanan pegadaian harus memuaskan.[45]

b. *Price* (Harga)

Harga yang difokuskan dalam penelitian ini adalah harga Kredit Cepat Aman (KCA) yang ditawarkan PT. Pegadaian Parepare, seperti bunga kredit, asuransi kredit, dan lain-lain. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Andi Cici, staf PT.

---

[43] Andi Rahmat, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 9 Juni 2025
[44] Muammar, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 9 Juni 2025
[45] Yusril, nasabah PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 9 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Pegadaian Cabang Parepare, menjawab pertanyaan ” Bagaimana harga Kredit Cepat Aman (KCA) yang ditawarkan PT. Pegadaian Parepare, seperti bunga kredit, asuransi kredit, dan lain-lain?”

> Kredit (SBK). Kalau untuk bunga terjangkau sekali ya dan untuk penentuan harga gadai KCA yaitu minimal uang pinjaman Rp.50.000, maksimal uang pinjaman Rp.5.000.000, dan biaya administrasi sebesar Rp.2000 sampai dengan Rp.125.000, selama jangka waktu peminjaman 1-120 hari. Dan bunga hanya dikenakan 1,15%.[46]

Sementara jawaban atas pertanyaan yang sama yakni tentang harga produk KCA Pegadaian diungkapkan oleh Ibu Wirana, staf PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Harga bunga dari pegadaian terjangkau dan dapat taksiran sebesar 92% dari taksiran barang jaminan emas. Beban bunga pinjaman di hitung dari per lima belas hari 1.2%. jika pinjaman diperpanjang bunga tetap mengikuti prosedur yang sudah ditetapkan.[47]

Selanjutnya jawaban atas pertanyaan yang sama yakni tentang harga produk KCA dijelaskan oleh Bapak Yusril, nasabah PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Tanggapan saya bunga sangat rendah ya untuk KCA hanya perhitungan per limabelas hari bunga 1.15% dan dihitung dari pinjamannya. Besar pinjaman saya rasa juga cukup besar bisa sampai Rp.5.000.000, dengan jangka waktu yang bisa sampai 4 bulan.[48]

c. *Place* (Tempat)

Tempat yang difokuskan dalam penelitian ini adalah lokasi dan suasana kantor PT. Pegadaian Parepare, terutama ruang tunggu nasabah. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Wirana, staf PT. Pegadaian Cabang Parepare, menjawab pertanyaan ”

---

[46] Andi Cici, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 10 Juni 2025
[47] Wirana, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 10 Juni 2025
[48] Yusril, nasabah PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 10 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Bagaimana tempat PT. Pegadaian Parepare, misalnya kondisi lokasi kantor pegadaian apakah strategis atau tidak, suasana tempat bagaimana, fasilitas, dan lain-lain?"

> Lokasi kantor Pegadaian Parepare, mudah diakses dengan jalur kendaraan umum seperti ojek ataupun kendaraan pribadi, baik motor ataupun mobil. Kantor juga terletak di pinggir jalan raya, dengan halaman parker yang cukup memadai bagi nasabah yang datang ke kantor PT. Pegadaian Parepare.[49]

Sementara jawaban atas pertanyaan yang sama yakni tentang tempat PT. Pegadaian Parepare diungkapkan oleh Ibu Hera Haryani, staf PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Fasilitas seperti sarana dan prasaran ruang tunggu nasabah cukup baik menurut saya. Hal ini terlihat dari kenyamanan tempat duduk, dan jumlahnya relatif cukup memadai untuk nasabah. Di ruangan terdapat beberapa AC yang berfungsi untuk menyejukkan ruangan, terdapat televisi sebagai pengisi waktu tunggu nasabah. Wifi tetapi hanya diperuntukkan bagi staf /karyawan PT. Pegadaian Parepare, ataupun beberapa nasabah tertentu, dengan tujuan agar karyawan/staf pegadaian yang bekerja dapat juga terhubung online untuk mendapatkan informasi yang penting dalam melayani nasabah.[50]

Selanjutnya jawaban atas pertanyaan yang sama yakni terkait dengan tempat PT. Pegadaian Parepare dijelaskan oleh Ibu Nurhaidah, nasabah PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Tanggapan saya, terkait tempat PT. Pegadaian Parepare, ya mudah dijangkau dengan kendaraan umum atau pribadi, baik motor ataupun mobil, karena kantornya dipinggir jalan raya. Nasabah yang membawa kendaraan pribadi disediakan parkiran yang memadai dan aman, juga teduh kelihatannya. Suasana dalam ruang tunggu juga cukup memuaskan, Dimana kursi yang nyaman dan cukup, serta kondisi ruangan yang saya rasa cukup sejuk dengan disediakannya AC oleh pihak pegadaian.[51]

d. *Promotion* (Promosi)

---

[49] Wirana, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 10 Juni 2025
[50] Hera Haryani, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 10 Juni 2025
[51] Nurhaidah, nasabah PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 10 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Promosi yang difokuskan dalam penelitian ini adalah promosi produk KCA PT. Pegadaian Parepare. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Andi Rahmat, staf PT. Pegadaian Cabang Parepare, menjawab pertanyaan "Bagaimana promosi produk KCA PT. Pegadaian Parepare?"

> Untuk promosi menurut kami sangat penting untuk meningkatkan penjualan KCA terutama promosi langsung dengan menyebar brosur, salah satu strategi promosi konvensional dari mulut kemulut, biasanya hal ini terjadi ketika ada nasabah yang puas dengan produk KCA disaat sedang mendesak membutuhkan uang bisa menggadaikan barang seperti emas, barang elektronik dll tanpa syarat yang berbelit-belit. Lalu promosi di media sosial seperti facebook, Instagram, dan wibesite dan terakhir dengan promosi iklan baliho.[52]

Sementara jawaban atas pertanyaan yang sama tentang promosi produk KCA PT. Pegadaian diungkapkan oleh Bapak Muammar, staf PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Promosi dilakukan pegadaian melalui media masa, promosi ke tingkat kelurahan salah satunya memberi bantuan tong sampah dan taman. Kami juga ada agenda literasi keluar paling tidak setengah jam dalam satu hari di area outlet untuk sebar brosur. Dan juga bisa literasi ke kelompok arisan dan intansi karena banyak yang minat. Dan terakhir yaitu wani metu dibagi beberapa tim di area tertentu yang sudah di tentukan oleh atasan. Promosi yang dilakukan yaitu kami mengikuti program dari pusat yaitu marketing pegadaian, menjalin kerja sama dengan diller dan pengusaha besar dan terakhir program khusus dari pegadaian Parepare yaitu program wani metu jadi setiap hari jumat pagi karyawan mulai dari jam 06.00-07.00 karyawan membagi brosur di daerah tertentu yang sudah ditunjuk untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk pegadaian ke masyarakat.[53]

Selanjutnya jawaban atas pertanyaan yang sama terkait dengan promosi produk KCA PT. Pegadaian dijelaskan oleh Bapak Rusman, nasabah PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

---

[52] Andi Rahmat, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 11 Juni 2025
[53] Muammar, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 11 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

> Dalam promosi KCA yang diberikan oleh pegadaian Parepare membuat saya berminat dan biasanya info tersebut saya dapatkan iklan di tepi jalan raya. Saya juga biasa menjumpai penawaran produk-produk pegadaian dari brosur-brosur yang ada diruang tunggu nasabah, ataupun dari brosur-brosur yang sengaja dibagikan oleh staf pegadaian.Isi iklan ataupun brosur yang dipromosikan pegadaian menurut saya cukup jelas dan jika tertarik, bisa lebih diperjelas oleh staf yang bertugas di bagian pelayanan pelanggan PT. Pegadaian Parepare. Jadi promosi KCA yang dilakukan oleh pegadaian, saya rasa sudah tepat.[54]

e. *People* (Orang)

Orang yang difokuskan dalam penelitian ini adalah orang yang menjadi karyawan/staf pegadaian yang melayani nasabah. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Andi Cici, staf PT. Pegadaian Cabang Parepare, menjawab pertanyaan "Bagaimana keadaan orang-orang yang menjadi karyawan/staf pegadaian yang melayani nasabah?"

> Respon terhadap karyawan menurut saya pribadi sangat profesional dan kinerja para karyawan sangat baik dan selalu bersikap rendah hati. Respon menurut saya terhadap karyawan lainnya selalu murah senyum jika berinteraksi dengan nasabah dan bekerja secara profesional dan mengutamakan kenyamanan dalam bertransaksi.[55]

Sementara jawaban atas pertanyaan yang sama tentang orang yang menjadi karyawan/staf pegadaian yang melayani nasabah produk KCA PT. Pegadaian diungkapkan oleh Ibu Wirana, staf PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Respon saya kinerja karyawan lainnya sangat profesional sekali dan mengutamakan pelayanan yang terbaik. Respon saya terhadap karyawan lain itu sangat tanggap dalam melayani nasabah dan sangat profesional dalam bekerja. Karyawan/staf pegadaian yang bekerja telah diberi pengetahuan yang memadai tentang produk KCA ataupun produk pegadaian yang lainnya, selain

[54] Rusman, nasabah PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 11 Juni 2025
[55] Andi Cici, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 11 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

> bekal pengetahuan, juga dilatih agar terampil dalam melayani publik, pembinaan mental agar siap menghadapi dan mengayomi nasabah, dan lain-lain.[56]

Selanjutnya jawaban atas pertanyaan yang sama terkait dengan orang yang menjadi karyawan/staf pegadaian yang melayani nasabah produk KCA PT. Pegadaian dijelaskan oleh Ibu Amsiah, nasabah PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Untuk respon pelayanan dari karyawan sangat puas dengan pelayanannya dan profesional dalam melayani saya. Karyawan/staf pegadaian terlihat sangat menguasai tentang produk KCA dan prosesnya, sehingga dapat memberikan penjelasan yang lengkap kepada saya. Selain itu, staf/karyawan juga tanggap, respon, perhatian, dan cepat dalam memberikan pelayanan, sehingga kami para nasabah merasa cukup puas.[57]

f. *Process* (Proses)

Proses yang difokuskan dalam penelitian ini adalah proses produk KCA PT. Pegadaian Parepare, seperti jaminan, pencairan dana, dan lain-lain. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Wirana, staf PT. Pegadaian Cabang Parepare, menjawab pertanyaan "Bagaimana proses produk KCA PT. Pegadaian Parepare, seperti jaminan, pencairan dana, dan lain-lain?"

> Untuk kualitas KCA sangat bagus sekali dan banyak digemari masyarakat karena proses yang cepat sehari cair pendanaanya hanya dengan barang jaminan. Untuk mendapatkan kredit nasabah hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas, emas batangan, mobil, sepeda motor, laptop, handphone, dan barang elektronik lainnya. Dan syaratpun mudah yaitu membawa fotocopy KTP atau identitas resmi lainnya, menyerahkan barang jaminan, untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli, dan terakhir nasabah menandatangani Surat Bukti.[58]

---

[56] Wirana, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 11 Juni 2025
[57] Amsiah, nasabah PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 11 Juni 2025
[58] Wirana, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 12 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Sementara jawaban atas pertanyaan yang sama tentang proses produk KCA PT. Pegadaian Parepare diungkapkan oleh Ibu Hera Haryani, staf PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Syarat yang harus dipenuhi nasabah yaitu hanya membawa KTP dan barang jaminan. Dengan hanya membawa barang jaminan langsung ke loket unit pegadaian, 15 menit langsung cair tanpa survei dan syarat mudah hanya membawa kartu identitas yaitu KTP. Jadi pegadaian sekarang sudah bertransformasi dan berubah yang awalnya hanya bisa menggadai barang sekarang sudah bisa menggadaikan hampir semua barang sudah bisa seperti kain, barang gudang kayak pumpa air. Kualitas KCA tentunya kita idak main-main ya KCA ada 2 macam asuransi yaitu asuransi kredit dan asuransi jiwa. Asuransi kredit itu seperti ketika nasabah meninggal, kreditpun dianggap lunas sedangkan asuransi jiwa seperti nasabah sakit dikarenakan kecelakaan akan di tanggung asuransi tlo, polis. Syarat menggadai hanya membawa KTP dan barang jaminan yang ingin digadai.[59]

Selanjutnya jawaban atas pertanyaan yang sama terkait dengan proses produk KCA PT. Pegadaian dijelaskan oleh Ibu Purnama, nasabah PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Karena prosesnya mudah, cepat dan tidak memakan waktu yang lama dan prodak KCA ini sangat aman untuk nasabah. Untuk proses menggadaikan barang sendiri tidak memakan waktu lama, hanya 10 menit paling lama sampai 15 menit. Untuk kendala saat melakukan transaksi KCA yaitu waktu mengantri yang lama tapi prosesnya cepat palingan 10 menit kelar, termasuk proses pencairan dananya. Jadi menurut saya prosesnya sudah lumayan dan cukup memuaskan. Syarat menggadai hanya membawa KTP dan barang jaminan yang ingin digadai.[60]

g. *Customer Services* (Pelayanan Nasabah)

Pelayanan nasabah yang difokuskan dalam penelitian ini adalah pelayanan nasabah produk KCA PT. Pegadaian Parepare. Berikut hasil wawancara dengan

---

[59] Hera Haryani, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 12 Juni 2025
[60] Purnama, nasabah PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 12 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Bapak Andi Rahmat, staf PT. Pegadaian Cabang Parepare, menjawab pertanyaan "Bagaimana pelayanan nasabah produk KCA PT. Pegadaian Parepare?"

> Pelayanan terhadap nasabah dari para karyawan menurut saya pribadi sangat profesional dan kinerja para karyawan sangat baik dan selalu bersikap rendah hati. Karyawan selalu murah senyum jika berinteraksi dengan nasabah dan bekerja secara profesional dan mengutamakan kenyamanan dalam bertransaksi.[61]

Jawaban atas pertanyaan yang sama yakni tentang pelayanan nasabah produk KCA PT. Pegadaian diungkapkan oleh Bapak Muammar, staf PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Suasana yang sengaja diciptakan yang nyaman dan aman bagi nasabah. Pengetahuan yang memadai, keterampilan pelayan publik yang dimiliki oleh staf/karyawan pegadaian merupakan bagian dari upaya pegadaian memberikan pelayanan terbaik bagi para nasabahnya. Sehingga menguntungkan bagi nasabah dan menguntungkan bagi PT. Pegadaian. Selain itu, tempat yang dibuat nyaman, proses transaksi yang dibuat mudah dan cepat juga merupakan bagian dari pelayanan pelanggan pegadaian.[62]

Selanjutnya Jawaban atas pertanyaan yang sama yakni terkait dengan pelayanan nasabah produk KCA PT. Pegadaian dijelaskan oleh Ibu Nina, nasabah PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Tanggapan saya terhadap pelayanan pegadaian Parepare sangat puas. Ruang tunggu yang nyaman dan sejuk, dilayani dengan cepat dan ramah saat proses penjaminan barang sampai pencairan dana. Saat membayar pinjaman juga dilayani dengan baik. Respon para staf yang tanggap, cepat, ramah, menjelaskan produk dengan baik, adanya rasa aman, dan lain-lain. Pokoknya saya selaku nasabah sangat puas.[63]

---

[61] Andi Rahmat, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 12 Juni 2025
[62] Muammar, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 12 Juni 2025
[63] Nina, nasabah PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 12 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Penerapan Manajemen Resiko Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare

Manajemen resiko perlu diterapkan di PT. Pegadaian Parepare, termasuk dalam penyaluran produk KCA. Hasil wawancara dengan Berikut hasil wawancara dengan Bapak Andi Rahmat, staf PT. Pegadaian Cabang Parepare, menjawab pertanyaan "Apa itu resiko, dan mengapa perlu diterapkan manajemen resiko di PT. Pegadaian Parepare?"

> Resiko yang dimaksud merupakan segala bentuk ketidakpastian yang dapat berdampak negatif terhadap pencapaian tujuan, baik dalam aspek keuangan, operasional, hukum, maupun reputasi. Penerapan manajemen resiko, organisasi dapat mengantisipasi potensi kerugian, merancang strategi pengurangan resiko, serta membuat keputusan yang lebih tepat dalam menghadapi ketidakpastian.[64]

Berikut hasil wawancara dengan Bapak Muammar, staf PT. Pegadaian Parepare, menjawab pertanyaan "Apa saja resiko yang dihadapi oleh PT. Pegadaian Parepare?"

> Terdapat sembilan jenis resiko yang ada pada pegadaian yaitu resiko pendanaan, resiko pinjaman yang diberikan, resiko barang jaminan, resiko persaingan, resiko operasional, resiko teknologi, resiko keamanan, resiko hukum, dan resiko pasar.Jadi seperti halnya Perusahaan peminjaman uang, pegadaian juga perlu menerapkan suatu sistem manajemen resiko, untuk meminimalisir bahkan menghilangkan resiko-resiko tersebut, yang berdampak merugikan Perusahaan.[65]

Berikut hasil wawancara dengan Ibu Andi Cici, staf PT. Pegadaian Cabang Parepare, menjawab pertanyaan "Bagaimana proses penerapan manajemen resiko di PT. Pegadaian Parepare?"

---

[64] Andi Rahmat, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 13 Juni 2025
[65] Muammar, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 13 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

> Proses identifikasi resiko dimulai dengan proses penetapan kriteria dan parameter resiko, pengidentifikasian resiko yang mungkin terjadi, permasalahan yang menjadi penyebab pemicu utama terjadinya resiko, sumber/faktor penyebabnya (internal dan eksternal) dan perkiraan skor. Hasil proses resiko ini adalah tersusunnya register resiko Pegadaian. Setiap organisasi harus menyusun sendiri setiap resiko yang paling sesuai. Pegadaian sendiri melakukan penilaian-penilaian khusus untuk permohonan pembiayaan dengan memperhatikan beberapa prinsip utama yang berkaitan dengan kondisi secara keseluruhan calon nasabah [66]

Penjelasan lebih rinci diungkapkan oleh Ibu Wirana, staf PT. Pegadaian Parepare, menjawab pertanyaan "Bagaimana Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengimplementasian manajemen resiko di PT. Pegadaian Parepare?"

> Pegadaian melakukan penilaian-penilaian khusus untuk permohonan pembiayaan dengan memperhatikan beberapa prinsip utama yang berkaitan dengan kondisi secara keseluruhan calon nasabah, antara lain: identifikasi calon nasabah seperti karakter, kapasitas, modal, jaminan, dan kondisi ekonomi dari calon nasabah.[67]

Jawaban atas pertanyaan yang sama tentang langkah-langkah yang ditempuh dalam pengimplementasian manajemen resiko di PT. Pegadaian diungkapkan oleh Bapak Andi Rahmat, staf PT. Pegadaian Cabang Parepare, bahwa:

> Selain identifikasi calon nasabah yang telah dijelaskan Pak Santoso, dalam penerapan manajemen resiko, pegadaian juga melakukan pengukuran. Proses pengukuran dan pemetaan resiko pegadaian dilakukan dengan menghitung besarnya probabilitas terjadinya suatu resiko. Resiko yang diidentifikasi tersebut dikategorikan dan dipetakan kedalam tiga peringkat, yaitu resiko dengan dampak yang tinggi, resiko dengan dampak yang sedang dan resiko dengan dampak yang rendah yang didasarkan kepada frekuensi terjadinya dan dampak yang ditimbulkan. Proses ini sangat penting karena resiko yang tidak teridentifikasi pada proses ini tidak akan ditangani pada proses-proses selanjutnya.[68]

---

[66] Andi Cici, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 13 Juni 2025
[67] Wirana, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 13 Juni 2025
[68] Andi Rahmat, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 13 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Selanjutnya jawaban atas pertanyaan yang sama terkait dengan langkah-langkah yang ditempuh dalam pengimplementasian manajemen resiko di PT. Pegadaian dijelaskan oleh Ibu Hera Haryani, staf PT. Pegadaian Parepare, bahwa:

> Pemantauan atau pengawasan, juga merupakan bagian dari penerapan manajemen resiko pegadaian. Proses pemantauan resiko didasarkan kepada laporan hasil pemeriksaan (LHP) oleh Satuan Pengawas Intern yang dilaporkan setiap bulan kepada dewan pengawas, Direksi, dan Jeneral Manajer terkait. Berdasarkan laporan tersebut maka dilakukan evaluasi terhadap faktor penyebab dan diambil langkah-langkah perbaikan dan penyempurnaan yang perlu dilakukan. Selanjutnya melakukan pengendalian resiko merupakan upaya-upaya untuk menyeleksi pilihan-pilihan yang dapat mengurangi atau meniadakan dampak dan kemungkinan terjadinya resiko, kemudian menerapkan pilihan tersebut dengan prosedur dan kebijakan atau langkah-langkah yang dianggap perlu guna mengendalikan tingkat resiko yang sudah diidentifikasi tersebut pada tingkat resiko yang diterima [69]

B. Pembahasan

1. Penerapan Strategi Pemasaran Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare

Penerapan strategi pemasaran KCA yakni dengan menerapkan unsur bauran pemasaran jasa, yang merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dapat berjalan sukses. Bauran pemasaran pada produk barang yang dikenal selama ini berbeda dengan bauran pemasaran untuk produk jasa. Hal ini terkait dengan perbedaan karakteristik jasa dan barang sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya.

[69] Hera Haryani, Staf PT. Pegadaian Parepare, *Wawancara* di Parepare, tanggal 13 Juni 2025

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Bauran pemasaran produk barang mencakup 4P: *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Sedangkan untuk jasa keempat hal tersebut masih dirasa kurang mencukupi. Para pakar pemasaran menambahkan tiga unsur lagi: *people*, *process* dan *customer service*. Ketiga hal ini terkait dengan sifat jasa dimana tahapan operasi hingga konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan serta mengikutsertakan konsumen dan pemberi jasa secara langsung, dengan kata lain terjadi interaksi lansung antara keduanya (meski tidak untuk semua jenis jasa).

Bauran pemasaran merupakan perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses.[70]

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Perlu diperhatikan dalam produk yaitu nasabah tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut "*the offer*". Terutama pada produksi jasa yang kita kenal tidak menimbulkan beralihnya kepemilikan dari penyedia jasa kepada konsumen. Di pegadaian Parepare yang banyak di minati yaitu KCA, kredit cepat aman dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif.

[70] Lupiyoadi,R. Manajemen Pemasaran Jasa. (Jakarta : Salemba Empat, 2019) h.92.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KCA merupakan solusi terpecaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman. Untuk mendapatkan kredit nasabah hanya perlu membawa brang jaminan berupa emas, mobil, motor dan barang elektronik. Dan nasabah banyak memilih KCA karena layanan KCA tersedia lebih dari 4400 outlet pegadaian di seluruh Indonesia, nasabah menerima pinjaman dalam bentuk tunai, jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan dan dapat di perpanjang dengan cara membayar sewa modal saja atau mengangsur sebagian uang pinjaman, prosedur sangat mudah, pelunasan dapat dilakukan setiap saat.

b. *Price* (Harga)

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan Strategi penetuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada nasabah dan memengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut memengaruhi penawaran atau saluran pemasaran. Akan tetapi hal terpenting adalah keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

Untuk harga yang di terapkan pegadaian minimal uang pinjaman Rp.50.000, maksimal uang pinjaman Rp.5.000.000, biaya administrasi Rp.2.000 sampai dengan Rp. 125.000, jangka waktu peminjaman 1 sampai dengan 120 hari. Bunga dari gadai jaminan emas hanya 1.15% per lima belas hari. Pendapatan pinjaman uang di hitung 92% dari taksiran barang jaminan emas sedangkan motor, mobil dan barang elektronik di hitung pendapatannya 50%. Jadi terjangkau untuk semua golongan nasabah.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

c. *Place* (Tempat)

Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaiannya jasa kepada nasabah dan dimana lokasi yang strategis. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam konteks tempat sebagai strategi distribusi dan salurannya. Sistem penyaluran atau distribusi produk bisa menciptakan keungulan bersaing dari seorang bisnis. Seorang wirausahawan yang cerdas akan mengetahui bahwa semakin kuat jaringan distribusi dari sebuah produk maka keungulan bersaing dari perusahaan meningkat.[71]

Selain lokasi yang strategis, suasana kantor khususnya ruang pelayanan harus dibuat dengan nyaman dan aman bagi pelanggan. Fasilitas seperti sarana dan prasarana yang memadai, berfungsi normal dan nyaman digunakan oleh pelanggan. Tata ruangan yang baik dan memberi kesan baik bagi pelanggan juga perlu diperhatikan.

PT. Pegadaian Parepare, lokasinya strategis, mudah dijangkau oleh nasabahnya yang menggunakan kendaraan pribadi ataupun kendaraan umum. Suasana kantor, khususnya ruang tunggu nasabah, yang nyaman dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, seperti AC, kursi yang nyaman dan jumlahnya cukup, dan lain-lain.

[71] Hendro, Dasar-Dasar Kewirausahaan, Jakarta: Erlanga, 2011, h.395

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

d. *Promotion* (Promosi)

Perlu diperhatikan dalam promosi adalah pemilihan bauran promosi (*promotion mix*), yang terdiri iklan, penjualan perorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut, dan surat pemberian langsung. dan promosi sangat diperlukan dalam sebuah bisnis. Tanpa promosi usaha bisnis tidak akan dikenal banyak orang sehingga sulit untuk berkembang. Dengan mengadakan promosi paling tidak bisa mempertahankan pangsa pasar dan tetap bisa bersaing dengan pihak lain. Ada 3 elemen penting dari sasaran atau target sebuah promosi, yaitu: 1) Pembetukan merek 2) Layanan kepada konsumen berupa komunikasi dan penyampaian sebuah informasi. 3) Menciptakan kesetiaan pelangan.[72]

Promosi yang bersifat mengigatkan dimaksud agar konsumen selalu mengigat produk yang ditawarkan agar selalu diingat konsumen. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan yakni: 1) Periklanan 2) Promosi 3) Publisitas 4) Penjualan pribadi. [73]

Pegadaian Parepare menggunakan media promosi langsung, salah satunya strategi konvensional dengan dari mulut ke mulut. Biasanya hal ini terjadi ketika nasabah sedang bertransaksi. Meskipun sederhana, strategi ini sangat efektif. Lalu

[72] Hendro, Dasar-Dasar Kewirausahaan, Jakarta:Erlaga, 2019, h.392
[73] Kasmir, Kewirausahawan, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, h. 182

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

promosi di media sosial karena zaman sudah canggih ada banyak sekali peluang yang terbuka termasuk promosi melalui media sosial. Promosi iklan di baliho untuk memperkenalkan pegadaian kepada khalayak. Menjadi sponsor event yang rutin diselenggarakan di berbagai daerah seperti event olahraga, event kuliner dan sebagainya.

e. *People* (Orang)

Tambahan dalam bauran pemasaran jasa salah satunya adalah *people* yaitu "*all human actors who play a part in service delivery and thus influence the buyer's perception: namely, the firm personnel, the customer, and the other customers in the service environment*." Berarti *people* adalah semua orang yang berperan dalam penyediaan layanan dan dengan demikian mempengaruhi persepsi pembeli: yaitu, personil perusahaan, pelanggan, dan pelanggan lain dalam lingkungan layanan.[74]

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka 'orang' yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat memengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam 'orang' ini berarti berhubungan dengan seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia. Untuk mencapai kualitas terbaik maka pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka, yaitu memberikan konsumen kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Pentingnya 'orang' dalam pemasaran jasa berkaitan erat dengan pemasaran internal. Pemasaran internal adalah interaksi atau hubungan antara setiap karyawan dan departemen dalam suatu

[74] Zeithaml, Valarie., A. Parasuraman and Leonard L. Berry. Communication and Control Processes in The Delivery of Service Quality. Journal of Marketing. American marketing Association. April, 2016. pp 1-12

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

perusahaan yang dalam hal ini dapat diposisikan sebagai konsumen internal dan pemasok internal.

Di Pegadaian Parepare diterapkan komitmen yang tinggi untuk memberikan layanan yang terbaik dan bermanfaat bagi setiap nasabah diwujudkan melalui sikap dan respon yang profesional. Pegadaian juga menjamin kualitas pelayanan dengan sigap, responsif, dan terpecaya. Dan penerapan komitmen itu dibuktikan dengan diperolehnya sertifikasi dari Kementrian Tenaga kerja dan Transmigrasi RI, Direktor Jenderal Pembinaan Pengawasan Ketenagakerjaan dan SUCOFINDO terkait SMK3 dan SNI ISO 9001:2008.

f. *Process* (Proses)

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada nasabah. Proses ini diharapkan mudah, cepat, dan pelaksanaannya bisa diikuti dan dimengerti oleh nasabah. Prosedur, mekanisme, dan aliran aktivitas yang sebenarnya dimana jasa disampaikan - pengiriman layanan dan sistem operasi. Proses adalah faktor utama dalam bauran jasa seperti pelanggan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Koordinasi yang terus menerus sangat penting bagi suksesnya bisnis, seluruh aktivitas kerja adalah proses yang melibatkan prosedur tugas, jadwal, mekanisme, aktivitas dengan apa produk disalurkan ke pelanggan. [75]

[75] Zeithaml, Valarie., A. Parasuraman and Leonard L. Berry. Communication and Control Processes in The Delivery of Service Quality. Journal of Marketing. American marketing Association. April, 2016. pp 1-12

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Proses menggadai yang diterapkan pegadaian yaitu nasabah membawa KTP atau fotocopy KTP dan barang jaminan, lalu menyerahkannya pada penaksir untuk ditaksir barang jaminannya, jika sepakat dengan harga taksiran barang jaminan maka nasabah wajib mendatangani surat bukti kredit (SBK) dan terakhir dana cair. Untuk mendapatkan kredit nasabah hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas, emas batangan, mobil, sepeda motor, laptop, handphone, dan barang elektronik lainnya. Dan syaratpun mudah yaitu membawa fotocopy KTP atau identitas resmi lainnya, menyerahkan barang jaminan, untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli, dan terakhir nasabah menandatangani Surat Bukti.

Pegadaian sekarang sudah bertransformasi dan berubah yang awalnya hanya bisa menggadai barang sekarang sudah bisa menggadaikan hampir semua barang sudah bisa seperti kain, barang gudang kayak pumpa air. Produk KCA terdapat 2 macam asuransi yaitu asuransi kredit dan asuransi jiwa. Asuransi kredit itu seperti ketika nasabah meninggal, kreditpun dianggap lunas sedangkan asuransi jiwa seperti nasabah sakit dikarenakan kecelakaan akan di tanggung asuransi tlo, polis.

g. *Customer Services* (Pelayanan Nasabah/Konsumen)

Layanan konsumen (*customer service*) pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil dari kegiatan distribusi dan logistik, di mana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Layanan konsumen meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan pra transaksi, dan pasca transaksi. Kegiatan sebelum transaksi (pra transaksi) akan turut memengaruhi kegiatan transaksi dan setelah transaksi, karena itu kegiatan pendahuluannya harus

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respons yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi. Pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.[76]

Kepercayaan dan kepuasan nasabah merupakan kunci penting bagi PT. Pegadaian Parepare agar usahanya terus bertahan. Pegadaian berkomitmen untuk terus meningkatkan layanan dan melakukan inovasi mengikuti perkembangan zaman, serta sejalan dengan keinginan nasabah. Komitmen pegadaian untuk memberikan layanan yang terbaik dan bermanfaat bagi setiap pelanggan diwujudkan melalui sikap dan respons yang profesionalisme dari perusahaan dan segenap jajaran dalam melayani nasabah. Pegadaian juga menjamin kualitas layanan kepada setiap nasabah dengan sigap, responsif dan terpercaya. Melalui berbagai layanan, pegadaian membantu nasabah menjamin kualitas dan keamanan produknya.

2. Penerapan Manajemen Resiko Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare

Resiko yaitu suatu proses yang menimbulkan potensi kerugian yang dialami oleh pegadaian ataupun suatu perusahaan yang tidak diharapkan terjadi sebelumnya. Resiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang

[76] Kasmir, Manajemen Perbankan, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2019), h.22

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

tak diinginkan, atau tidak terduga. Dengan kata lain "Kemungkinan" itu sudah menunjukkan adanya ketidakpastian yang menyebabkan tumbuhnya resiko.[77]

Terdapat sembilan jenis resiko yang ada pada pegadaian yaitu resiko pendanaan, resiko pinjaman yang diberikan, resiko barang jaminan, resiko persaingan, resiko operasional, resiko teknologi, resiko keamanan, resiko hukum, dan resiko pasar.

a. Resiko pendanaan. Dimana dalam memberikan pinjaman kepada nasabah, Pegadaian menghadapi resiko yang mungkin terjadi terkait dengan pendanaan tidak dapat memenuhi permintaan pasar yang tinggi sedangkan investor menarik dananya (kewajiban pembayaran jangka pendek) terkait dengan fluktuasi tingkat suku bunga dan struktur permodalan. Dengan kondisi ini, kemampuan Pegadaian untuk kegiatan operasionalnya menjadi kurang, sehingga akan mempengaruhi perkembangan pendapatan dan akhirnya akan menurunkan pertumbuhan tingkat keuntungan Pegadaian.
b. Resiko pinjaman yang diberikan. Dimana Pegadaian sebagai Badan Usaha Milik Negara yang diberi tugas dan wewenang untuk menyelenggarakan kegiatan usaha menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai, Resiko ini timbul karena adanya salah taksir terhadap barang jaminan sehingga memberikan pinjaman melebihi nilai barang jaminan yang dapat menimbulkan kerugian bagi Pegadaian dan resiko ini juga terjadi apabila nasabah tidak dapat melakukan pelunasan atau membayar pembiayaan yang diberikan.

[77] Rusman Darmawi, Manajemen Resiko, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), h. 21

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

c. Resiko barang jaminan. Pegadaian dalam menyalurkan uang pinjaman kepada masyarakat mewajibkan para nasabah untuk menyerahkan barang bergerak sebagai agunan. Terhadap barang jaminan milik nasabah tersebut Pegadaian berkewajiban untuk menyimpan dan memelihara barang tersebut sampai dengan dilakukan pelunasan oleh nasabah. Atas penyimpanan barang jaminan tersebut, Perum Pegadaian menghadapi resiko barang jaminan rusak atau hilang.

d. Resiko persaingan. Dimana persaingan bisnis kini semakin ketat, lembaga keuangan baik bank maupun non bank saling berlomba-lomba mengucurkan kredit ke masyarakat dengan berbagai keunggulan dan kemudahan. Keunggulan tersebut menyangkut keunggulan dalam produk jasa keuangan, tarif, saluran distribusi maupun pelayanan. Jenis produk subtitusi yang ditawarkan pun sangat bervariasi dengan berbagai kemudahan yang diberikan kepada masyarakat dalam memperoleh kreditnya, sehingga dapat mempengaruhi pangsa pasar Pegadaian.

e. Resiko operasional. Dimana resiko ini merupakan resiko yang dihadapi Pegadaian sehubungan dengan sistem operasional, prosedur dan kontrol yang tidak menunjang perkembangan kebutuhan operasional Pegadaian sehingga dapat mengganggu kelancaran operasi dan kualitas pelayanan, termasuk yang berdampak dengan hilangnya peluang dalam penyaluran kredit. Termasuk dalam resiko ini adalah kualitas sumber daya manusia yang dimiliki terutama para penaksir barang jaminan sebagai ujung tombak dalam operasional transaksi.

f. Resiko teknologi. Resiko ini merupakan resiko yang dihadapi Pegadaian terkait dengan perkembangan teknologi yang mampu membuat barang jaminan emas

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

palsu dan sulit dideteksi, sehingga lolos dari pengamatan penaksir. Di sisi lain, apabila Pegadaian ingin terus mengikuti perkembangan teknologi diperlukan biaya investasi yang sangat besar.

g. Resiko keamanan. Resiko keamanan merupakan resiko yang dihadapi Pegadaian sehubungan dengan siatuasi keamanan yang kurang/tidak kondusif dan ditandai dengan semakin meningkatnya tindak kriminalitas dengan berbagai modus dimana Pegadaian menjadi salah satu kejahatan/perampokan. Seperti adanya barang jaminan yang dititipkan pada Pegadaian menjadi tanggung jawab perusahaan untuk menjaga.

h. Resiko hukum/legal. Resiko yang timbul oleh ketidakpatuhan terhadap perjanjian/peraturan perundangan dan aturan yang berlaku. Resiko ini berdampak pada terhambatnya operasional perusahaan akibat dari kelemahan dalam penyusunan perikatan perjanjian yang berdampak pada timbulnya tuntutan dari nasabah.

i. Resiko pasar. Resiko ini merupakan suatu resiko yang timbul karena menurunnya nilai suatu investasi karena pergerakan pada faktor-faktor pasar. Kondisi yang dialami ini merupakan diluar kendali perusahaan. Resiko pasar sering disebut juga sebagai resiko menyeluruh, karena sifat umumnya adalah bersifat menyeluruh dan dialami oleh seluruh perusahaan.

Implementasi Pegadaian dalam meminamilisir ataupun menghilangkan resiko-resiko tersebut, antara lain:

1) Identifikasi

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Proses identifikasi resiko dimulai dengan proses penetapan kriteria dan parameter resiko, pengidentifikasian resiko yang mungkin terjadi, permasalahan yang menjadi penyebab pemicu utama terjadinya resiko, sumber/faktor penyebabnya (internal dan eksternal) dan perkiraan skor. Hasil proses resiko ini adalah tersusunnya register resiko perum pegadaian. Setiap organisasi harus menyusun sendiri setiap resiko yang paling sesuai.

Pegadaian sendiri melakukan penilaian-penilaian khusus untuk permohonan pembiayaan dengan memperhatikan beberapa prinsip utama yang berkaitan dengan kondisi secara keseluruhan calon nasabah. Identifikasi terhadap calon nasabah pegadaian, mengacu pada: karakter, kapasitas, modal, jaminan, dan kondisi ekonomi calon nasabah.

2) Pengukuran

Proses pengukuran dan pemetaan resiko pegadaian dilakukan dengan menghitung besarnya probabilitas terjadinya suatu resiko. Resiko yang diidentifikasi tersebut dikategorikan dan dipetakan ke dalam tiga peringkat, yaitu resiko dengan dampak yang tinggi, resiko dengan dampak yang sedang dan resiko dengan dampak yang rendah yang didasarkan kepada frekuensi terjadinya dan dampak yang ditimbulkan. Proses ini sangat penting karena resiko yang tidak teridentifikasi pada proses ini tidak akan ditangani pada proses-proses selanjut nya.

Investigasi pembiayaan dilakukan dengan cara melakukan proses analisa kelayakan pembiayaan yang meliputi analisa laporan keuangan, evaluasi kebutuhan pembiayaan dan analisa kesesuaian aspek yang dibiayai terhadap prinsip syariah.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Pada proses ini, sistem pengukuran/penilaian resiko dengan mempertimbangkan karakteristik setiap jenis tranksaksi terhadap resiko pembiayaan (modal dan proyeksi terhadap pendapatan pegadaian), kondisi keuangan, aspek agunan/jaminan, persyaratan dalam akad pembiayaan seperti bagi hasil dan jangka waktunya, potensi terjadinya gagal bayar (*default*) serta kemampuan pegadaian dalam menyerap potensi gagal bayar (*default*). Dalam menilai potensi terjadinya gagal bayar, Pegadaian melakukan penilaian dengan melihat jaminan, verifikasi data, menganalisa secara yuridis dan melihat aspek legalitas dari perusahaan serta melakukan analisis penilaian terhadap nasabah

3) Pemantauan/pengawasan

Proses pemantauan resiko didasarkan kepada laporan hasil pemeriksaan (LHP) oleh Satuan Pengawas Intern yang dilaporkan setiap bulan kepada dewan pengawas, Direksi, dan Jeneral Manajer terkait. Berdasarkan laporan tersebut maka dilakukan evaluasi terhadap faktor penyebab dan diambil langkah-langkah perbaikan dan penyempurnaan yang perlu dilakukan.

Proses pengawasan atau implementasi dalam perum pegadaian dilakukan oleh Satuan Pengawasan Intern (SPI) yang secara periodik melakukan pemeriksaan terhadap semua divisi atau unit kerja pegadaian. Hasil dari pemeriksaan tersebut, kemudian dibahas dalam forum manajemen resiko yang menjadi bahan evaluasi dan bahan untuk menentukan kebijakan-kebijakan tertentu terkait resiko yang terjadi, juga dapat mengidentifikasi resiko-resiko baru yang diakibatkan oleh konteks resiko yang berbeda dari konteks resiko sebelumnya.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Setelah dilakukan pembahasan atau evaluasi forum manajemen resiko, hasil evaluasi tersebut kemudian dilaporkan kepada pimpinan perusahaan untuk konsultasi tindakan atau perlakuan resiko yang harus dilakukan terhadap resiko yang ditemukan pada pemeriksaan tersebut. Hasil konsultasi tersebut, dilaporkan kepada tiap manajer divisi untuk kemudian disosialisasikan pada tiap unit kerjanya.

4) Pengendalian

Pengendalian resiko merupakan upaya-upaya untuk menyeleksi pilihan-pilihan yang dapat mengurangi atau meniadakan dampak dan kemungkinan terjadinya resiko, kemudian menerapkan pilihan tersebut dengan prosedur dan kebijakan atau langkah-langkah yang dianggap perlu guna mengendalikan tingkat resiko yang sudah diidentifikasi tersebut pada tingkat resiko yang diterima.

Proses pengendalian resiko merupakan proses yang berulang, mulai dari melakukan assesment terhadap sebuah perlakuan resiko sampai memperkirakan apakah tingkat resiko yang tersisa dapat diterima atau tidak bila perlakuan resiko ini diterapkan. Bila belum dapat diterima maka harus dicari alternatif perlakuan resiko lainnya. Kemudian dilakukan proses yang sama hingga perkiraan hasil dari perlakuan tersebut menghasilkan tingkat resiko tersisa yang dapat diterima.

Melalui penerapan manajemen resiko, meliputi: identifikasi, pengukuran, pemantauan/pengawasan, dan pengendalian, diharapkan resiko pegadaian yakni: resiko pendanaan, resiko pinjaman yang diberikan, resiko barang jaminan, resiko persaingan, resiko operasional, resiko teknologi, resiko keamanan, resiko hukum, dan resiko pasar, dapat dihindari atau diminimalkan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Islam telah mengisyaratkan kepada umatnya untuk senantiasa mengantisipasi risiko yang akan terjadi dimasa depan dengan melakukan perencanaan sebaik mungkin, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an surah Al-Hasyr ayat 18:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اتَّقُوا اللّٰهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍۚ وَاتَّقُوا اللّٰهَۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ۝١٨

Terjemahannya:
Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan (Q.S. 59: 18)

Ayat di atas menjelaskan tentang pentingnya manusia untuk berhati-hati dan memperhatikan segala bentuk perbuatannya termasuk dampak yang ditimbulkannya, apabila dikaitkan dengan manajemen resiko, maka ayat tersebut menganjurkan agar manusia senantiasa memperhatikan aspek resiko yang dapat timbul dari suatu keputusan dan tindakannya.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, serta uraian hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Penerapan strategi pemasaran Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare, yakni dengan menerapkan unsur bauran pemasaran jasa, yakni:
   - *Product* (produk): produk yang ditawarkan adalah Kredit Cepat Aman (KCA.
   - *Price* (harga): harga produk KCA seperti bunga kredit, asuransi kredit, yang relatif ringan, dan memudahkan nasabah.
   - *Place* (tempat): tempat yang menyenangkan dan nyaman bagi nasabah seperti lokasi kantor yang mudah diakses, ruang yang tertata dan nyaman.
   - *Promotion* (promosi): promosi produk KCA yang menarik dan menjangkau calon nasabah, melalui brosur, iklan layana, dan media sosial.
   - *People* (orang): karyawan/staf pegadaian yang melayani nasabah yang menarik dan mampu menjelaskan dengan baik tentang produk KCA kepada nasabah.
   - *Process* (proses): proses produk KCA hingga pencairan dana kepada nasabah yang cepat dan tidak menyulitkan nasabah
   - *Customer services* (pelayanan konsumen/nasabah): pelayanan yang tanggap, cepat, dan mengerti nasabah.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Penerapan manajemen resiko Kredit Cepat Aman (KCA) di PT Pegadaian Cabang Parepare, yakni dengan cara memperhatikan aspek resiko yang mungkin timbul, seperti: resiko pendanaan, resiko pinjaman yang diberikan, resiko barang jaminan, resiko persaingan, resiko operasional, resiko teknologi, resiko keamanan, resiko hukum, dan resiko pasar. Resiko-resiko tersebut dihindari dengan melakukan identifikasi, pengukuran, pemantauan/pengawasan, dan pengendalian terhadap nasabah ataupun terhadap proses pelaksanaannya. Melalui manajemen resiko, pegadaian dapat mengantisipasi potensi kerugian, merancang strategi pengurangan resiko, serta membuat keputusan yang lebih tepat dalam menghadapi resiko.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti mengajukan saran antara lain:

1. Bagi pihak pegadaian, diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk gadai dari segi sistem operasional maupun pelayanan, serta memahami risiko dari produknya.
2. Bagi pihak nasabah dan calon nasabah pegadaian, diharapkan lebih aktif dalam menggali informasi tentang produk pegadaian yang diinginkan.
3. Bagi pihak pembaca dan kampus, diharapkan skripsi ini dapat dijadikan literatur yang dapat diarsipkan di perpustakaan kampus, untuk menjadi sumber ilmu.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan studi yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran produk gadai, serta penerapan manajemen resiko pada produk gadai sehingga resiko yang timbul bisa dihindari.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'an Al Kareem.

Agusman, Fahmi, and Joan Marta, 2023. "Analisis Peluang Kredit Lancar Studi Kasus: PT. Pegadaian Area Padang", *Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 5.1, doi:10.24036/jkep.v5i1.14424.

Ardiansyah, Risnita, and M. Syahran Jailani, 2023. "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif", *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1.2, doi:10.61104/ihsan.v1i2.57.

Basel Committee on Banking Supervision, 2020. *Kerangka Pengukuran Modal Minimum Untuk Resiko Operasional*. Bank for International Settlements.

Darmawi, Rusman. 2016. *Manajemen Resiko*, Jakarta: Bumi Aksara.

David Hillson and Ruth Murray-Webster, 2020. *Memahami Dan Mengelola Resiko Strategis*. Mitra Wacana Media.

Erni Latifah, Syahrum Agung, and Rachmatullaily Tinakartika Rinda, 2020. "Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan", *Manager : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2.4.

Fathurrohman. 2020. "Kegiatan Marketing Public Relations dalam mempertahankan Citra Perusahaan". *Jurnal Soshum Insentif*, 3(1), 8-17.

Firdaus, Muhammad NH, 2019. *Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian, ed. Renaisan* Jakarta.

Herdi, 2023. "Pengaruh Produk Kredit Cepat Aman Dan Fitur Kredit Aman Ultra Mikro Terhadap Peningkatan Minat Masyarakat Menggadai Emas (Studi Pada Pt Pegadaian Cabang Parigi)"

International Organization for Standardization, 2018. *ISO 31000: Manajemen Resiko - Prinsip Dan Pedoman* (ISO).

Kalangi, S. Johnny Heni Widiastuti, Ferry V.I.A Koagouw, 2020. "Teknik Wawancara Dalam Menggali Informasi Pada Program Talk Show Mata Najwa Episode Tiga Trans 7", *Jurnal Acta Diurna*, 7.2.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Karim, Adi Warman, 2018. *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kasidi, 2020. *Manajemen Resiko*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Khiron, Ahmad Mustamin, 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. by Fitratun Annisya, Cet.1 Jakarta: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.

Kotler dan Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Lukitasari dan Lia Nirawati, 2021. "Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop Queenstreet", *Jurnal Disrupsi Bisnis 4, no. 3*.

Lupiyoadi, R. 2019. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Margono, 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Mukiyatul Ulya Muhsin, 2022. *Analisis Kualitas Pelayanan Gadai Kredit Cepat Aman (KCA) Pada Pt Pegadaian (Persero) Upc Tanggul Wetan Jember*.

Nurdiansyah, Purna Irawan, Paulus Djohan Sumiarsih, Mia: Lolo, Rezki Fani, Amrulloh Ibnu Kholdun, Amal Fatkhulloh, Tyas Wedhasari, Arief Teguh Nugroho, Akbar. *DASAR-DASAR MANAJEMEN*. Padang, Sumatera Barat, Indonesia.: Get Press Indonesia, 2024.

Philippe Jorion, 2020. *Manajemen Resiko Keuangan* Salemba Empat.

Purba, Caesar Octoviandy, Lisa Nurhaliza, and Septiana Dwi Putrianti. 2020. "Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Emas di PT.Pegadaian Kantor Cabang UjungBerung Bandung." *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen, 10(3)*

Rais, Sasli. 2019. *Pengadaian Syariah: Konsep Dan Sistem Operasional*. Jakarta: UI Press.

Ramli, Soehatman. 2019. *Manajemen Resiko Dalam Perspektif K3 OHS Risk Management* Jakarta: Dian Rakyat.

Randi, Saputra. 2020 "Pegadaian Di Kota Medan', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2.4.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Ritonga, Pandapotan. 2022. "Analisis Laporan Keuangan Pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil I Medan", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 3.1*.

Roesmanto, Vicky. 2021. "Analisis Keunggulan Produk Gadai (KCA) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Pegadaian Unit Patrang Jember".

Siswanto, 2017. *Pengantar Manajemen*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Solihin, Ismail. 2019. *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Erlangga.

Strauss, Anslem, and Juliet Corbin, 2020. "Teknologi, Badan Pengkajian Dan Penerapan", *Jurnal: Pengolahan Air Limbah Domestik Individual Atau Semi Komunal*.

Sudiarta, I Nyoman. 2021. "Strategi Pemasaran: Mengintegrasikan Konsep Pemasaran Pariwisata, Gaya Hidup Konsumen dan Manajemen Destinasi Pariwisata Menuju Kualitas Pengalaman Berkelanjutan". *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi STIE Triatma Mulya*, Vol 16, No. 2: 1-16.

Sutriani, Elma, and Rika Octaviani, 2019. "Uji Keabsahan Data", *INA-Rxiv*.

Sylvia, R., & Hayati, D. 2023. "Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk INDOSAT pada PT X". *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 16(1)*.

T Hani Handoko, *Manajemen* (BPFE, 2011).

Titin Pramiyati, Jayanta Jayanta, and Yulnelly Yulnelly, 2020. "Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil)", *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8.2.

Widjaja, Y. R., & Wildan. 2023. "Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor". *Jurnal Sains Manajemen* 5(1).

Zaki, Ahmad. 2018. *Metode Pengumpulan Data Dan Teknik Analisis*, ed. by Jogiyanto Hartono, Cet.1. Jakarta: Andi.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 1.

	KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE** **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM** Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 911331 Telepon (0421)21307, Faksimile (0421)2404
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

Nama Mahasiswa : Andi Amelia Firnanda

NIM : 2120203861211035

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran dan Manajemen Resiko Kredit Cepat Aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare

WAWANCARA

Narasumber/Responden : 5 orang staf/karyawan PT. Pegadaian Parepare, dan 7 orang nasabah PT. Pegadaian Parepare.

A. STRATEGI PEMASARAN PRODUK KCA

No	Indikator Strategi Pemasaran KCA	Pertanyaan	Jawaban
1	*Product*	Bisa bapak/ibu jelaskan tentang produk Kredit Cepat Aman (KCA) di Pegadaian Parepare?	
2	*Price*	Bagaimana harga Kredit Cepat Aman (KCA) yang ditawarkan PT. Pegadaian Parepare, seperti bunga kredit, asuransi kredit, dan lain-lain?	
3	*Place*	Bagaimana tempat PT. Pegadaian Parepare, misalnya kondisi lokasi kantor pegadaian apakah strategis atau tidak, suasana tempat bagaimana, fasilitas, dan	

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

		lain-lain?	
4	*Promotion*	Bagaimana promosi produk KCA PT. Pegadaian Parepare?	
5	*People*	Bagaimana keadaan orang-orang yang menjadi karyawan/staf pegadaian yang melayani nasabah?	
6	*Process*	Bagaimana proses produk KCA PT. Pegadaian Parepare, seperti jaminan, pencairan dana, dan lain-lain?	
7	*Costumer Service*	Bagaimana pelayanan nasabah produk KCA PT. Pegadaian Parepare?	

B. MANAJEMEN RESIKO PRODUK KCA

No	Indikator Manajemen Resiko KCA	Pertanyaan	Jawaban
8	Identifikasi	Apa itu resiko, dan mengapa perlu diterapkan manajemen resiko di PT. Pegadaian Parepare?	
9	Pengukuran	Apa saja resiko yang dihadapi oleh PT. Pegadaian Parepare?	
10	Pemantauan/Pengawasan	Bagaimana proses penerapan manajemen resiko di PT. Pegadaian Parepare?	
11	Pengendalian	Bagaimana Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengimplementasian manajemen resiko di PT. Pegadaian Parepare?	

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Lampiran 2.

Dokumentasi Penelitian

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ANDI CICI

Alamat : PERUM GRIYA ALMISA BLOK B46

Umur : 29 TAHUN

Pekerjaan : KASIR PEGADAIAN UPC. PAREPARE KOTA

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "**Andi Amelia Firnanda**" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko kredit cepat aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, Maret 2025

Yang bersangkutan

Andi cici

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MUAMMAR MR

Alamat : JL. ANDI MAKKASAU NO. 19

Umur : 32 TAHUN

Pekerjaan : PEGAWAI BUMN - PENGELOLA UNIT PT. PEGADAIAN.

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) **"Andi Amelia Firnanda"** yang sedang melakukan penelitian yang berjudul **"Analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko kredit cepat aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare"**.

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2025

Yang bersangkutan

MUAMMAR MR

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hera haryani

Alamat : JL Laupe No. 58 Lembah Harapan

Umur : 37 tahun.

Pekerjaan : Kasir Pegadaian UPC. Pare pare Utara

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "**Andi Amelia Firnanda**" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko kredit cepat aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2025

Yang bersangkutan

Hera Haryani

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Andi Rahmat Hidayat

Alamat : BTN. Pemulang Bloc C 5.

Umur : 41 THN.

Pekerjaan : Pengelola Unit Pegadaia. Unit Parepare Utara.

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "**Andi Amelia Firnanda**" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko kredit cepat aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2025

Yang bersangkutan

A. Rahmat Hidayat

Pengelola Unit UPC.

Parepare Utara.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wirana Mufuhat . Ar

Alamat : Jln. Mattirotasi Baru

Umur : 28 tahun

Pekerjaan : BPO CRO penjualan Pt. Pegadaian

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "**Andi Amelia Firnanda**" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko kredit cepat aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2025

Yang bersangkutan

WIRANA MUFUHAT . AR

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : YUSRIC MAHENDRA

Alamat : JL. H.A. MUH. ARSYAD

Umur : 23 TAHUN

Pekerjaan : Nasabah

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "**Andi Amelia Firnanda**" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko kredit cepat aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2025

Yang bersangkutan

.....

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RUSMAN

Alamat : JL. TERMINAL INDUK

Umur : 35 tahun.

Pekerjaan : Nasabah

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "**Andi Amelia Firnanda**" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko kredit cepat aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2025

Yang bersangkutan

.....RUSMAN.

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Purnana

Alamat : Barru

Umur : 38 tahun

Pekerjaan : IRT / Nasabah

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "**Andi Amelia Firnanda**" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko kredit cepat aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2025

Yang bersangkutan

.....

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nina

Alamat : Jln. Macan N. Labukkang, kec. Ujung Kota parepare.

Umur : 52 tahun

Pekerjaan : IRT / Nasabah

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "**Andi Amelia Firnanda**" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko kredit cepat aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2025

Yang bersangkutan

.....

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ansiah

Alamat : Kebun Sayur

Umur : 52 tahun

Pekerjaan : IRT / Nasabah

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "**Andi Amelia Firnanda**" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko kredit cepat aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2025

Yang bersangkutan

.....

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurhaidah

Alamat : Jl. Wirabuana

Umur : 41 tahun

Pekerjaan : Nasabah

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "**Andi Amelia Firnanda**" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko kredit cepat aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2025

Yang bersangkutan

NURHAIDA

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Humarah

Alamat : Jln. Lantotoba

Umur : 27 tahun

Pekerjaan : IRT / Nasabah

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara(i) "**Andi Amelia Firnanda**" yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis strategi pemasaran dan manajemen resiko kredit cepat aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare**".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2025

Yang bersangkutan

.....

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Pegadaian

Juni 2025

Nomor : e-737/00106.OP/2025
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Urgensi : Segera

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pare Pare
Di-
Tempat

Hal : **Persetujuan Izin Penelitian a.n Andi Amelia F**

Sehubungan dengan surat Saudara No. B-2989/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025 tanggal 10 Juni 2025 perihal Permohonan Izin Penelitian a.n. Mahasiswa berikut :

No	Nama Mahasiswa	Stambuk	Program Studi
1	Andi Amelia Firnanda	2120203861211035	Manajemen Keuangan Syariah

Dengan ini diberikan izin kepada Mahasiswa tersebut untuk melaksanakan kegiatan penelitian dengan judul **"Analisis Strategi Pemasaran dan Manajemen Risiko Kredit Cepat Aman di PT Pegadaian Cabang Pare Pare".** Adapun ketentuan yang berlaku selama kegiatan penelitian berlangsung adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilaksanakan pada tanggal **30 Juni 2025 s.d 30 Juli 2025** di PT. Pegadaian **Kantor CP Pare Pare .**
2. Mahasiswa wajib menjaga tata tertib, etika, dan kerahasiaan informasi yang berlaku di lingkungan PT Pegadaian.
3. Mahasiswa diharapkan turut serta dalam kegiatan pemasaran produk-produk Pegadaian sebagai bagian dari pengayaan wawasan, meliputi produk:
    - Pembiayaan Kredit Gadai
    - Pembiayaan Kredit Usaha
    - Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan
    - Penjualan Logam Mulia, Tabungan Emas dan Deposito Emas
    - Layanan pembayaran online

PT PEGADAIAN Kantor Pusat
Jl. Kramat Raya 162 T +62-21 315 5550 (*Hunting*)
Jakarta Pusat 10430 F +62-21 391 4221
www.pegadaian.co.id

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Pegadaian

4. Mahasiswa dianjurkan juga untuk melakukan simulasi transaksi seperti pembukaan Tabungan Emas, Pembiayaan Kredit Gadai atau produk lainnya sebagai bagian dari pemahaman praktis, atas kesediaan pribadi dan tanpa unsur paksaan.
5. Data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan akademik sesuai topik penelitian, dan tidak diperkenankan disebarluaskan tanpa izin tertulis dari PT Pegadaian.
6. Mahasiswa diwajibkan menyerahkan satu (1) eksemplar laporan hasil penelitian kepada PT Pegadaian Kantor Wilayah VI Makassar untuk dokumentasi.
7. Surat izin ini dapat dicabut sewaktu-waktu apabila yang bersangkutan melanggar ketentuan atau etika perusahaan.
8. Selama kegiatan berlangsung, tidak ada honorarium atau kompensasi finansial yang diberikan kepada mahasiswa.

Demikian surat izin ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

PT Pegadaian

(JAINUDDIN)

Deputy Operasional Kantor Wilayah VI

Tembusan
Yth. Pemimpin Cabang Kantor Cabang Pare Pare

PT PEGADAIAN Kantor Pusat
Jl. Kramat Raya 162 T +62-21 315 5550 (*Hunting*)
Jakarta Pusat 10430 F +62-21 391 4221
www.pegadaian.co.id

Dicetak oleh : SYAHRUL/P83472/PGD
Dokumen ini ditandatangani dan diterbitkan oleh sistem eoffice.pegadaian.co.id

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-2989/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025 10 Juni 2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. **PIMPINAN PT PEGADAIAN CABANG PAREPARE**
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: ANDI AMELIA FIRNANDA
Tempat/Tgl. Lahir	: PARENGKI, 18 November 2003
NIM	: 2120203861211035
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen Keuangan Syariah
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: DESA WIRINGTASI, KECAMATAN SUPPA, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **PIMPINAN PT PEGADAIAN CABANG PAREPARE** dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN MANAJEMEN RISIKO KREDIT CEPAT AMAN DI PT PEGADAIAN CABANG PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 25 Juni 2025 sampai dengan tanggal 25 Juli 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SRN IP0000628

PEMERINTAH KOTA PAREPARE

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 628/IP/DPM-PTSP/6/2025

Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA

NAMA : **ANDI AMELIA FIRNANDA**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

Jurusan : **MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH**

ALAMAT : **LERO B, KEC. SUPPA, KAB. PINRANG**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN MANAJEMEN RESIKO KREDIT CEPAT AMAN DI PT. PEGADAIAN CABANG PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **PT. PEGADAIAN UPC. PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **23 Juni 2025 s.d 23 Juli 2025**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **24 Juni 2025**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE

Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
  Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan BSrE
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)

Balai Sertifikasi Elektronik

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KETENTUAN PEMEGANG IZIN PENELITIAN

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan data/penelitan tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan ilmiah.
3. Mentaati Ketentuan Peraturan Perundang -undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasil penelitian kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare) dalam bentuk Softcopy (PDF) yang dikirim melalui email : litbangbappedaparepare@gmail.com.
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Lembar Kedua Izin Penelitian

DPMPTSP PAREPARE
PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BIODATA PENULIS

Andi Amelia Firnanda Lahir di Parengki, 18 November 2003. Merupakan anak pertama dari 3 bersaudara dengan nama ayah Jusman dan ibu bernama Andi Mastati. Penulis berdomisili di Desa Wiringtasi, Kecamatan Suppa , Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan. Riwayat pendidikan penulis memulai pendidikan di TK Islam Jabal Ilmi Samarinda Kaltim tahun 2009 dan sekolah dasar di SDN 032 Samarinda tahun 2015. Kemudian menyelesaikan pendidikan SMP di SMPN 2 Suppa tahun 2018. Kemudian menyelesaikan pendidikan di SMKN 3 Parepare Jurusan Kecantikan tahun 2021. Pada tahun 2021 penulis memulai pendidikan kuliah di Institut Agama Islam Negeri Parepare dengan jurusan Manajemen Keuangan Syariah melalui jalur SPANPTKIN. Penulis telah melakukan praktik pengalaman lapangan (PPL) di Pegadaian Cabang Kota Parepare selama 30 hari. Kemudian penulis melaksanakan kuliah kerja nyata di Desa Batupanga Kecamatan Luyo Kabupaten Polman. Selain kuliah, penulis juga aktif mengikuti organisasi Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS-MKS) masa jabatan 2022 sebagai Ketua Departemen Kewirausahaan,dilanjutkan tahun 2024 menjadi Bendahara umum DEMA-F Ekonomi dan Bismis Islam. Dengan bimbingan, dukungan serta do‘a penulis mampu menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi sebagai syarat kelulusan dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dan Manajemen Resiko Pemasaran dan Manajemen Resiko Kredit Cepat Aman di PT. Pegadaian Cabang Parepare” dengan ini penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah meluangkan dan terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE