

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tidak dapat dipungkiri dengan adanya fenomena global yaitu seperti Covid-19 disini ternyata mampu membuat sebuah perubahan global secara drastic. Banyak perubahan yang terjadi ketika adanya Covid-19, yaitu contoh kegiatan ekonomi dan bisnis disini banyak mengalami sebuah penurunan dikarenakan banyak masyarakat yang ternyata hilang akan pekerjaannya, belum lagi kegiatan bisnis yang biasanya banyak dilakukan secara bertatap muka langsung akan tetapi hal ini tidak boleh dilakukan guna bisa mengurangi rantai penyebaran Covid-19.

Covid-19 atau yang bisa dikenal juga sebagai virus corona ataupun *serve acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) merupakan suatu virus yang menyerang sebuah alat pernafasan (Diakses melalui [BAB 2.pdf \(poltekkes-denpasar.ac.id\)\)](http://BAB_2.pdf_(poltekkes-denpasar.ac.id))). Penyakit ini bisa terjadi dikarenakan adanya infeksi virus yang disebut juga dengan Covid-19, virus Corona bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernafasan, infeksi paru-paru yang berat hingga kematian. Pada intinya virus ini sangat berbahaya dan mematikan, sehingga dengan adanya virus ini banyak kegiatan yang biasa dilakukan secara langsung ataupun dilakukan bertatap muka menjadi berubah sebaliknya dikarenakan guna bisa mencegah penyebaran yang begitu luas.

Ketika diketahui adanya virus Covid-19 yang menyerang khususnya negara Indonesia juga terkena fenomena tersebut. Banyak sekali perubahan yang terjadi,

khususnya dalam dunia usaha bisnis dan hal ini sangat memberikan sebuah dampak yang besar. Salah satu usaha yang memang terkena imbasnya yaitu PT. Pegadaian Persero yaitu sebuah Badan Usaha Milik Negara yang bergeak di bidang usaha gadai dan statusnya yaitu perusahaan umum (Idris, 2023).

PT Pegadaian (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang didirikan berdasarkan Akta Nomor: 01 tanggal 2012, yang dibuat di hadapan Nanda Fauz Iwan SH, MKn., Notaris di Jakarta Selatan dan telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan Nomor: AHU-17525.AH.01.01 Tahun 2012 tanggal 04 April 2012. Produk di PT. Pegadaian berupa produk non gadai yang penyalurannya berdasarkan fidusia dan produk gadai baik secara konvensional maupun berdasarkan prinsip syariah. Adapun fisik barang jaminan dikuasai/digunakan oleh nasabah sedangkan bukti kepemilikannya dikuasai oleh Perusahaan (Diakses melalui <https://www.pegadaian.co.id/profil.>)

Terdapat sebuah produk dari Pegadaian itu sendiri yaitu Produk kreasi adalah salah satu produk pembiayaan mikro yang menggunakan jaminan hanya BPKB baik kendaraan motor ataupun mobil. Produk kreasi ini dikhususkan untuk kalangan yang mempunyai usaha dengan kredit jaminan fidusia berupa usaha mikro kecil dan mikro menengah guna pengembangan usaha ataupun yang membutuhkan usaha (Diakses melalui <https://www.pegadaian.co.id/profil.>). Adapun persyaratan khusus produk non-gadai dari Pegadaian itu sendiri khususnya Produk Kreasi (beserta seluruh fitur), yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1 Persyaratan Khusus Produk Pegadaian

No	Kriteria	Persyaratan Khusus Saat Pandemi
1.	Jarak tempat usaha	Untuk jarak 10 km sampai 15 km dapat diterima dengan persetujuan Pimpinan Wilayah dengan mempertimbangkan kondisi wilayah masing-masing
2.	Uang Pinjaman	Uang pinjaman diterapkan maksimal sebesar Rp.200.000.000. (dua ratus juta rupiah) harus melalui Komite Kredit
3.	Kuasa Pemutus Kredit	Uang Pinjaman 100.000.000 juta Kuasa Pemutus kredit adalah Kepala CBM

Sumber: Pegadaian.co.id

Pada tahun 2020-2021 Pegadaian mencapai tingkat pertumbuhan secara stabil jika dilihat dari segi keuntungan atau kenaikan laba dan omset pinjaman hingga jumlah nasabah yang terus tumbuh secara signifikan ditengah pandemi. Namun untuk jumlah peningkatan Produktifitas kreasi non gadai dan Produk gadai lainnya perbandingan tidak seimbang antara kreasi non gadai dan produk pada pandemi Covid-19 ini namun Produk Gadai pertumbuhan OSL dari awal Januari-Juni 2021 Terus meningkat dan melampaui OSL Produk Non Gadai di pertengahan perusahaan bersaing di pangsa pasar hal ini semakin kompetitif. Adapun produk non gadai dari Pegadaian yaitu seperti adanya Amanah, Arrum, Kreasi, Kreasi Express Loan, Kreasi Multi Guna, Kreasi Ultra Mikro dan Rahn Tasjily Tanah

(Diakses melalui [Pegadaian Restrukturisasi Produk Non Gadai di Gorontalo Rp50,484 Miliar - www.barometer.co.id](http://www.barometer.co.id)). Hal yang membuat peneliti tertarik menganalisa produk kreasi non-gadai khususnya di PT. Pegadaian cabang Cilandak Jakarta dikarenakan peneliti melihat data bahwasannya tepatnya di era pandemic penjualan mengenai produk kreasi non-gadai Cabang Cilandak memiliki penurunan yang drastic belum lagi objek penelitian ini yaitu PT. Pegadaian Cabang Cilandak juga mudah dijangkau oleh peneliti. Dilihat dari titik permasalahannya disini adalah faktor fenomena covid-19 bisa memberikan sebuah *impact* kepada PT. Pegadaian Cabang Cilandak dalam melakukan penjualan kreasi non-gadainya. Adanya fenomena covid-19 ini membuat PT. Pegadaian Cabang Cilandak menjadi susah untuk melakukan penjualannya, sehingga hal ini menjadi titik permasalahan bagaimana nantinya komunikasi yang akan mereka lakukan guna melakukan penjualan produk non-gadai sehingga produk kreasi non-gadai disini bisa terjual secara meningkat.

Penelitian ini ingin mengangkat persoalan pola komunikasi yang dilakukan oleh tim Pegawaian guna bisa mencapai produktivitas kreasi non gadai dan dengan mempertahankan hasil kinerja yang baik nantinya, dan khususnya di era kesulitan masa pasca pandemi. Pola komunikasi dipilih oleh peneliti untuk menjadi variabel guna bisa menjawab penelitian ini, mengingat covid-19 sangat memberikan *impact* yang besar terhadap penjualan PT. Pegadaian Cabang Cilandak, sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana cara PT. Pegadaian Cabang Cilandak ini melakukan komunikasi organisasi untuk melakukan dan meningkatkan penjualan produk non-gadainya.

Produk kreasi non gadai yang sejauh ini mengalahi penurunan OSN akibat dihantamnya pandemi Covid-19. Selain itu juga, tingginya jumlah Non-Performing Loan (NPL) kreasi non gadai di cabang Cilandak menyebabkan penurunan pencairan kreasi non gadai pada nasabah. Sebagai perbandingan saja, untuk NPL kreasi tahun 2019 mencapai 3 % dengan pencairan 3.140.230.000. Pada tahun 2020 NPL kreasi mencapai 12,04% dengan pencairan 1.260.300.000 dan pada tahun 2021 NPL Kreasi mencapai 10,02 dengan pencairan 1.131.000.000.4 Untuk menyelamatkan UMKM yang sedang terdampak pandemi COVID -19 pada masyarakat saat ini, maka salah satu lembaga keuangan yang memberikan bantuan dana atau modal bagi kalangan usaha skala mikro dan usaha skala usaha kecil.

Pada Lembaga keuangan mikro hal ini secara langsung akan difokuskan kepada kalangan para usaha maupun masyarakat teridentifikasi bersifat mikro Lembaga keuangan skala mikro kecil ataupun menengah dengan diperkenalkan sebuah Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dengan ini Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD 1945) mengatakan Pasal 33 ayat (1) menegaskan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas Asas kekeluargaan.

Hal yang menjadi menarik disini adalah terdapatnya Pasal 33 ayat (4) UUD 1945 menyatakan bahwa perekonomian nasional salah satunya Perusahaan Lembaga Keuangan Non-Bank. PT. Pegadaian (Persero) diseluruh kantor wilayah indonesia khususnya Pegadaian Cabang Cilandak memberikan pelayanan kepada nasabahnya yang masih berjalan aktif kreditur, para usaha UMKM usaha mikro kecil menengah akan mendapatkan keringanan pada Kreditur dengan mendapatkan keringanan

Restrukturisasi/penundaan Angsuran selama 3 bulan ke depan, karena Program Ini adalah intruksi dari Pemerintah untuk menyelamatkan UMKM yang sedang terdampak pandemi Covid-19 agar peningkatan di masyarakat, lembaga keuangan oleh karena ini menyediakan dana atau modal bagi usaha skala mikro dan usaha skala kecil.

Dengan adanya program ini akan tetapi masih berbanding terbalik dengan data yang ditemukan bahwasannya penjualan kreasi non gadai di Pegadaian cabang Cilandak masih mengalami penurunan yang drastic. Hal inilah yang membuat peneliti akhirnya memilih PT. Pegadaian cabang Cilandak guna meneliti bagaimana pola komunikasi yang akan dilakukan dan pada akhirnya mereka lakukan guna bisa meningkatkan sebuah penjualan Kreasi non-Gadai di masa pandemic Covid-19 khususnya di Kantor Pegadaian Cabang Cilandak, dikarenakan diketahui bahwasannya kesenjangan yang terjadi disini adalah berawal dari adanya fenomena Covid-19 yang ternyata bisa memberikan sebuah *impact* yang besar dalam melakukan penjualan non-gadai khususnya yang berada di PT. Pegadaian cabang Cilandak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang Masalah di atas maka peneliti ingin menggali permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana Pola Komunikasi Organisasi PT. Pegadaian Cabang Cilandak Jakarta Dalam Melakukan Penjualan Layanan Non-Gadai?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi organisasi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Cabang Cilandak dalam meningkatkan penjualan layanan non-Gadai dan juga untuk mendeskripsikan bagaimana tim penjualan PT. Pegadaian cabang Cilandak menerapkan pola komunikasi nya pada pelayanan non-gadai

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan baru atau memberikan kontribusi bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya dalam ilmu komunikasi pemasaran, lalu pola komunikasi organisasi khususnya dalam melakukan kreasi non gadai di PT. Pegadaian cabang Cilandak, Jakarta,
2. Diharapkan hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi penelitian-penelitian lain berikutnya dengan objek dan metode yang berbeda.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi tim penjualan seluruh kantor wilayah diharapkan gambaran hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi yaitu:

1. Untuk pegawai dan tim penjualan, sebagai sumber referensi untuk bisa meningkatkan pola komunikasi organisasi yang dilakukan sehingga bisa menjual produk kreasi non-gadai lebih meningkat lagi khususnya di PT. Pegadaian cabang Cilandak, Jakarta.

2. Untuk masyarakat, sebagai sumber pengetahuan agar mereka mengetahui bahwa terdapatnya sebuah produk kreasi non-gadai dari PT. Pegadaian cabang Cilandak, Jakarta.

1.4.3 Manfaat Metodologis

Hasil penelitian diharapkan bisa menjadi acuan untuk dilakukan penelitian lanjutan dengan pendekatan dan atau metode penelitian yang lain.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN, dalam pendahuluan peneliti membahas bagaimana Covid-19 ini dapat menyerang dan memberikan sebuah perubahan yang besar khususnya di negara Indonesia dan juga dikaitkan dengan kegiatan usaha bisnis ataupun ekonomi di Indonesia. Bukan hanya itu dalam BAB I Pendahuluan juga membahas apa itu Pegadaian dan bagaimana Pegadaian disini juga mengalami sebuah penurunan tingkat penjualan khususnya di produk kreasi non-gadai. Sehingga hal inilah yang menjadi sebuah urgensi peneliti untuk melakukan penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, pada bab ini penulis membuat penelitian terdahulu yang masih berhubungan dengan penelitian, pengertian dari kajian kepustakaan (studi pustaka, kerangka teori atau teori pendukung), kerangka pemikiran. Dalam bab ini peneliti juga memaparkan tahapan-tahapan dalam sebuah pola komunikasi , tujuan, ciri dan nantinya dikaitkan dengan peningkatan sebuah penjualan.