

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “strategi pelayanan produk tabungan emas pada PT. Pegadaian Syariah UPS Meureudu Kabupaten Pidie Jaya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi PT. Pegadaian Syariah UPS Meureudu dalam meningkatkan pelayanan produk tabungan emas di Kabupaten Pidie Jaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data dengan melakukan beberapa tahap yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data dengan menggunakan beberapa tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah UPS Meureudu dalam meningkatkan pelayanan produk tabungan emas dengan menggunakan teori Geoff Mulgan (2009) terdapat lima indikator strategi terdiri dari tujuan (purposes), lingkungan (environment), pengarahannya (direction), tindakan (action), dan pembelajaran (learning). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dimana PT. Pegadaian Syariah UPS Meureudu dalam meningkatkan produk tabungan emas menggunakan 5 strategi yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan lokasi. Keempat strategi tersebut sudah terlaksana dengan baik terlihat pada pembuatan merek dan motto tabungan emas sudah ditetapkan oleh pihak pegadaian, harga yang ditawarkan dari produk tabungan emas yang terjangkau di semua kalangan masyarakat dan lokasi/tempat yang strategis membuat masyarakat lebih tertarik terhadap PT. Pegadaian Syariah UPS Meureudu. Sementara itu, strategi promosi yang dilakukan melalui media sosial masih kurang efektif karena masih banyak masyarakat yang awam terkait media sosial. Adapun faktor pendukung yang membuat produk tabungan emas PT. Pegadaian Syariah UPS Meureudu terus meningkat yaitu kepuasan nasabah dan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah memberikan dampak positif terhadap pihak pegadaian dengan memperoleh banyak nasabah.

Kata Kunci: Strategi, Pelayanan Publik, Tabungan Emas

ABSTRACT

This research is entitled "strategies for improving gold savings product services at PT. UPS Sharia Pawnshop Meureudu Pidie Jaya Regency". This study aims to find out how the strategy of PT. UPS Meureudu Sharia Pawnshop in improving gold savings product services in Pidie Jaya Regency. This study uses a descriptive qualitative method with data collection techniques by conducting several stages, namely observation, interviews and documentation. The data analysis technique uses several stages, namely data reduction, data presentation and conclusion. The results of this study show that the strategy carried out by PT. UPS Meureudu Sharia Pawnshop in improving gold savings product services using Geoff Mulgan's theory (2009) there are five strategic indicators consisting of objectives, environment, direction, action, and learning. Based on the results of research conducted by PT. UPS Meureudu Sharia Pawnshop in improving gold savings products uses 5 strategies, namely product strategy, price strategy, place and location strategy. The four strategies have been well implemented as seen in the creation of the brand and the motto of gold savings has been set by the pawnshop, the price offered from gold savings products that are affordable in all circles of society and strategic locations/places make people more interested in PT. UPS Meureudu Sharia Pawnshop. Meanwhile, promotional strategies carried out through social media are still ineffective because there are still many people who are unfamiliar with social media. The supporting factors that make PT. UPS Meureudu Sharia Pawnshop continues to increase, namely customer satisfaction and providing good service to customers, having a positive impact on the pawnshop by gaining many customers.

Keywords: Strategy, Public Service, Gold Savings