

**PENTINGNYA PENINGKATAN LITERASI DIGITAL  
NASABAH DALAM Mendukung TRANSFORMASI  
DIGITAL DI PT PEGADAIAN MANADO SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Lulusan*

*Pada Program Studi D-III Administari Bisnis*

**Oleh**

**RAMADHAN RUMAMBI**

**NIM: 22051008**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PROGRAM STUDI D-III ADMINISTRASI BISNIS  
2025**

RamadhanRumambi, 2025 “**Pentingnya Peningkatan Literasi Digital Nasabah Dalam Mendukung Transformasi Digital Di PT Pegadaian Manado Selatan**”.  
Dibawah bimbingan Deky Eko Wibowo Mundung SE.,MM dan Dr. Christien  
Adriani Karambut, SE.,MM

## **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong berbagai lembaga keuangan untuk melakukan transformasi digital guna meningkatkan efisiensi layanan dan memberikan kemudahan akses bagi nasabah. PT Pegadaian Manado Selatan sebagai salah satu lembaga keuangan non-bank juga ikut menerapkan layanan digital melalui aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Namun, tingkat pemanfaatan layanan digital oleh nasabah masih rendah. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi digital nasabah, minimnya sosialisasi, kurangnya pendampingan, keterbatasan kompetensi digital karyawan, serta pemanfaatan media sosial yang belum optimal. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi digital nasabah, mengkaji proses transformasi digital yang dilakukan, serta menganalisis pentingnya literasi digital dalam mendukung transformasi digital di PT Pegadaian Manado Selatan. Observasi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil observasi menunjukkan bahwa literasi digital nasabah masih perlu ditingkatkan melalui pelatihan langsung, penyediaan panduan visual, dan pendampingan khusus di kantor cabang. Transformasi digital yang telah dilakukan perusahaan meliputi penyediaan layanan digital berbasis aplikasi dan digitalisasi administrasi, namun masih belum optimal karena rendahnya adopsi dari pihak nasabah. Literasi digital memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan transformasi digital karena dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan. Oleh karena itu, PT Pegadaian Manado Selatan perlu memperkuat strategi edukasi, memberdayakan karyawan sebagai agen literasi digital, dan mengoptimalkan media sosial sebagai sarana sosialisasi. Dengan demikian, peningkatan literasi digital diharapkan dapat mendorong percepatan transformasi digital yang lebih efektif dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** *Literasi Digital, Transformasi Digital, Aplikasi, Edukasi Nasabah*

Ramadhan Rumambi, 2025 “*The Importance of Improving Customer Digital Literacy in Supporting Digital Transformation at PT Pegadaian Manado Selatan*”. Under the guidance of Deky Eko Wibowo Mundung SE.,MM and Dr. Christien Adriani Karambut, SE.,MM

## **ABSTRACT**

The development of digital technology has encouraged various financial institutions to carry out digital transformation to improve service efficiency and provide easy access for customers. PT Pegadaian Manado Selatan as one of the non-bank financial institutions has also implemented digital services through the Pegadaian Digital Service (PDS) application. However, the level of utilization of digital services by customers is still low. This is due to the low level of digital literacy of customers, lack of socialization, lack of assistance, limited digital competence of employees, and not optimal use of social media. This study aims to determine the level of digital literacy of customers, examine the digital transformation process carried out, and analyze the importance of digital literacy in supporting digital transformation at PT Pegadaian Manado Selatan. This research uses a qualitative approach with a descriptive method. The results show that customer digital literacy still needs to be improved through hands-on training, provision of visual guides, and special assistance at branch offices. Digital transformation that has been carried out by the company includes providing application-based digital services and digitizing administration, but it is still not optimal due to low adoption on the part of customers. Digital literacy has an important role in supporting the success of digital transformation because it can increase customer trust and comfort in using services. Therefore, PT Pegadaian Manado Selatan needs to strengthen its education strategy, empower employees as digital literacy agents, and optimize social media as a means of socialization. Thus, increasing digital literacy is expected to encourage a more effective and sustainable acceleration of digital transformation.

**Keywords:** *Digital Literacy, Digital Transformation, Application, Customer education*

## **MOTTO**

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lain.”

(HR. Ahmad dan Thabrani)

“Science without religion is blind, and religion without science is lame.”

(Albert Einstein)

### **Kupersembahkan Karya ini untuk:**

*Allah SWT, atas limpahan rahmat, kesehatan, dan kekuatan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.*

*Kakak yang selalu memberikan doa, dukungan moral dan menjadi sumber kekuatan terbesar saya.*

*Seluruh dosen di Politeknik Negeri Manado, atas ilmu dan bimbingan yang tak ternilai selama masa perkuliahan.*

*Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat, tawa, dan kerja sama selama masa perkuliahan.*

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Tugas akhir oleh Ramadhan Rumambi  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Manado, 23 Juli 2025

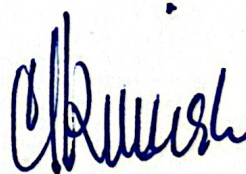
Disetujui,

Dosen Pembimbing 1,



**Dedy Eko Wibowo Mundung, SE.,MM**  
NIP: 197304042002121001

Dosen Pembimbing 2,



**Dr. Christien Adriani Karambut, SE.,MM**  
NIP: 197112202005012001

Ketua Panitia,



**Juliet P.T Makinggung, SE.,M.Si**  
NIP: 197307222002122001

**LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN**  
**PENTINGNYA PENINGKATAN LITERASI DIGITAL NASABAH DALAM**  
**MENDUKUNG TRANSFORMASI DIGITAL DI PT PEGADAIAN**  
**MANADO SELATAN**

Oleh

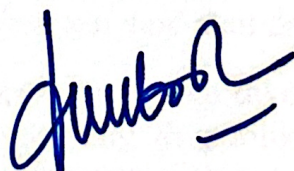
**Ramadhan Rumambi**

**NIM. 22 051 008**

Telah dipertimbangkan di depan dewan penguji dan dinyatakan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.AB)

Pada tanggal, Juli 2025

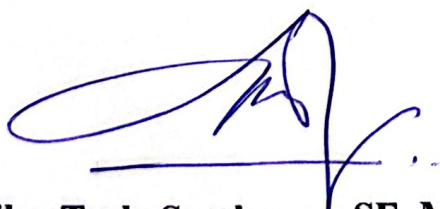
Ketua/Penguji 1



**Dedy Eko Wibowo Mundung, SE.,MM**

NIP: 197304042002121001

Penguji 2



**Silvy Truly Sambuaga, SE.,M.Si**

NIP: 196109271988112001

Penguji 3



**Iyam L. Dua, SE.,M.Si**

NIP: 196501161990112001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



**Diana Roweina S. Maramis, SE, M.Si**

NIP: 197209152002122001



FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE: A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Updated: 00-00-0000
----------	-------------------	----------	--------------------	-----------	---------------------

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ramadhan Rumambi  
NIM : 22051008  
Jurusan : Administrasi Bisnis  
Program Studi : D-III Administrasi Bisnis  
Judul Tugas Akhir : Pentingnya Peningkatan Literasi Digital Nasabah Dalam Mendukung Transformasi Digital di PT Pegadaian Manado Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Tugas Akhir ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, Juli 2025

Yang membuat pernyataan



**Ramadhan Rumambi**  
NIM. 22051008

## BIODATA MAHASISWA

Nama Lengkap : Ramadhan Rumambi  
NIM : 22051008  
Tempat, Tanggal Lahir : Palu, 15 November 2000  
Alamat Tempat Tinggal : Lingkungan I, Calaca, Wenang  
Nama Ayah : Moh. Ruslan Anas  
Nama Ibu : Desiane Rumambi  
Alamat Orangtua : Lingkungan I, Calaca, Wenang  
Daerah Asal : Manado  
Judul Tugas Akhir : Pentingnya Peningkatan Literasi Digital  
Nasabah Dalam Mendukung Transformasi  
Digital di PT Pegadaian Manado Selatan  
Dosen Pembimbing : 1. Dedy Eko Wibowo Mundung, SE.,MM  
2. Dr. Christien Adriani Karambut, SE.,MM  
Dosen Penguji : 1. Dedy Eko Wibowo Mundung, SE.,MM  
2. Silvy Truly Sambuaga, SE.,M.Si  
: 3. Iyam L. Dua, SE.,M.Si

Waktu Pelaksanaan Ujian Tugas: Rabu, 23 Juli 2025

Akhir



Manado, 23 Juli 2025  
Mahasiswa

Ramadhan Rumambi  
NIM. 22051008

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat, kasih, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pentingnya Peningkatan Literasi Digital Nasabah Dalam Mendukung Transformasi Digital Di PT Pegadaian Manado Selatan” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado.

Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta motivasi kepada penulis selama proses observasi hingga penyusunan laporan. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dra. Maryke Alelo, MBA. selaku Direktur Politeknik Negeri Manado.
2. Dr. Diane Tangian, SH.,M.Si, selaku Wakil Direktur I Bidang Akademik Politeknik Negeri Manado.
3. Selvie R. Kalele, SH.,M.Si, selaku Wakil Direktur II Bidang Keuangan dan Umum Politeknik Negeri Manado.
4. Rudolf Estephanus Goliath Mait, ST., MT. selaku Wakil Direktur III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Politeknik Negeri Manado.
5. Juliet P. T. Makinggung SE.,M.Si, selaku Wakil Direktur IV Bidang Perencanaan dan Kerja Sama serta selaku Ketua Panitia Tugas Akhir, Skripsi, dan Business Planning Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado Tahun Akademik 2024/2025.
6. Diana Roweina S. Maramis, S.E.,MSi. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.
7. Arifmanuel Kolondam, SE.,MM, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.
8. Willem G. Pomantow, SE.,M.Si. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.

9. Vekky Supit SE.,M.Si selaku Sekretaris Panitia Tugas Tugas Akhir, Skripsi, dan Business Planning Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado Tahun Akademik 2024/2025.
10. Deky Eko Wibowo Mundung, SE.,MM. selaku dosen pembimbing 1 yang sudah membimbing penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Dr. Christien Adriani Karambut, SE.,MM, Selaku dosen pembimbing 2 yang sudah membimbing penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
12. Silvy Truly Sambuaga, SE.,M.Si. selaku dosen penguji 2.
13. Iyam L. Dua, SE.,M.Si. selaku dosen penguji 3.
14. Panitia pelaksanaan TA/Skripsi, Dosen-dosen, dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak keterbatasan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pembaca, khususnya bagi PT Pegadaian Manado Selatan dan institusi akademik, dalam upaya meningkatkan literasi digital nasabah serta mendukung keberhasilan transformasi digital di sektor keuangan.

Manado, 23 Juli 2025

Penulis,

Ramadhan Rumambi  
NIM. 22051008

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>BIODATA MAHASISWA.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Pembatasan Masalah.....	3
1.4 Perumusan Masalah .....	3
1.5 Tujuan dan Manfaat .....	4
1.5.1 Tujuan.....	4
1.5.2 Manfaat.....	4
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS.....</b>	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Literasi Digital.....	6
2.1.2 Transformasi Digital.....	6
2.1.3 Diffusion of Innovation Theory.....	7
2.1.4 Pemberdayaan Sumber Daya Manusia (Empowerment).....	7
2.1.5 Teori Motivasi (Herzberg's Two-Factor Theory) .....	7
2.2 Hasil Penelitian Relevan .....	8
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>12</b>
3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	12
3.1.1 Sejarah Perusahaan .....	12
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	13
3.1.3 Bidang Usaha.....	13
3.1.4 Sumber Daya Perusahaan .....	16
3.1.5 Organisasi Perusahaan .....	17
3.2 Gambaran Permasalahan.....	30
3.3 Pembahasan.....	32

3.3.1 Literasi Digital Nasabah pada PT Pegadaian Manado Selatan.....	32
3.3.2 Proses Transformasi Digital yang Dilakukan oleh PT Pegadaian Manado Selatan.....	33
3.3.3 Pentingnya Literasi Digital Nasabah dalam Mendukung Transformasi Digital di PT Pegadaian Manado Selatan.....	33
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>37</b>
4.1 Kesimpulan .....	37
4.2 Saran.....	37
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>39</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Hasil Penelitian yang Relevan.....	8
2.2	Tabel Karyawan.....	16

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
3.1	Logo Pegadaian.....	13
3.2	Struktur Organisasi Kantor Cabang.....	18

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak besar pada berbagai sektor kehidupan, termasuk industri jasa keuangan. Masyarakat modern kini menuntut layanan yang cepat, efisien, dan fleksibel. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, lembaga keuangan seperti PT Pegadaian berinovasi melalui pemanfaatan teknologi digital. Berbagai layanan yang sebelumnya hanya dapat diakses secara langsung kini telah tersedia secara daring melalui aplikasi, memungkinkan masyarakat untuk mengakses layanan kapan saja dan di mana saja.

Namun, transformasi digital tidak semata-mata soal tersedianya teknologi, tetapi juga bergantung pada kesiapan dan kemampuan pengguna dalam memanfaatkannya. Literasi digital menjadi elemen penting dalam mendukung proses ini. Kenyataannya, masih banyak masyarakat yang belum memahami cara menggunakan aplikasi atau layanan digital yang disediakan, dan sebagian besar tetap merasa nyaman menggunakan metode konvensional. Minimnya sosialisasi mengenai manfaat dan cara penggunaan layanan digital turut memperburuk rendahnya tingkat pemahaman tersebut.

Di PT Pegadaian Manado Selatan, permasalahan ini tampak nyata. Banyak nasabah belum mendapatkan pendampingan saat menggunakan aplikasi, sehingga mereka enggan melanjutkan penggunaan. Media sosial sebagai sarana informasi belum dimanfaatkan secara optimal untuk mengedukasi nasabah. Di sisi lain,

sumber daya manusia internal belum sepenuhnya terlatih secara digital, dan sebagian karyawan kurang termotivasi untuk mendorong nasabah beralih ke layanan digital. Ketidaksiapan dari sisi pengguna dan internal ini menjadi penghambat utama dalam proses transformasi.

Oleh karena itu, peningkatan literasi digital nasabah merupakan langkah strategis dalam mendukung keberhasilan transformasi digital di PT Pegadaian Manado Selatan. Upaya yang diperlukan mencakup edukasi yang berkelanjutan bagi nasabah, pelatihan berkala bagi karyawan, serta pemanfaatan media digital yang efektif dan tepat sasaran. Pendekatan ini tidak hanya akan meningkatkan pemahaman dan keterampilan nasabah, tetapi juga memperkuat peran internal perusahaan dalam mendukung inovasi layanan keuangan berbasis digital.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pengamatan awal dan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi dalam proses transformasi digital di PT Pegadaian Manado Selatan, khususnya terkait dengan literasi digital nasabah, yaitu:

1. Banyak nasabah belum memahami cara menggunakan aplikasi atau layanan digital Pegadaian. Hal ini menyebabkan sebagian besar nasabah tetap memilih layanan konvensional di loket karena merasa lebih mudah dan terbiasa.
2. Minimnya sosialisasi layanan digital kepada nasabah. Fitur-fitur digital belum dikenalkan secara aktif, sehingga banyak nasabah tidak mengetahui

adanya aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) atau manfaat yang bisa mereka dapatkan.

3. Kurangnya pendampingan penggunaan aplikasi digital. Tidak tersedia petugas khusus yang mendampingi nasabah saat pertama kali menggunakan aplikasi, sehingga nasabah yang merasa kesulitan menjadi enggan mencoba kembali.
4. Sumber daya manusia (SDM) belum terlatih secara digital. Beberapa karyawan belum memiliki kemampuan yang cukup untuk menjelaskan penggunaan aplikasi kepada nasabah, yang berdampak pada proses edukasi yang tidak efektif.
5. Media sosial belum dimanfaatkan secara optimal. Akun media sosial Pegadaian belum digunakan sebagai sarana edukasi digital secara aktif, padahal media ini dapat menjangkau nasabah dengan cepat dan luas.
6. Karyawan kurang termotivasi dalam mendukung proses digitalisasi. Tidak adanya insentif atau penghargaan bagi karyawan yang berhasil mengedukasi nasabah membuat semangat karyawan dalam mendorong penggunaan layanan digital menjadi rendah.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Adapun pembatasan pada masalah yang penulis ambil pada PT. Pegadaian yaitu hanya pada kantor Cabang Pembantu (CP) Manado Selatan.

### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam observasi ini adalah Bagaimana

literasi digital nasabah pada PT Pegadaian Manado Selatan dalam memahami dan menggunakan layanan digital.

## **1.5 Tujuan dan Manfaat**

### **1.5.1 Tujuan**

1. Untuk mengetahui literasi digital nasabah pada PT Pegadaian Manado Selatan.
2. Untuk mengetahui proses transformasi digital yang dilakukan oleh PT Pegadaian Manado Selatan.
3. Untuk mengetahui pentingnya literasi digital nasabah dalam mendukung transformasi digital di PT Pegadaian Manado Selatan.

### **1.5.2 Manfaat**

1. Bagi Politeknik Negeri Manado

Hasil Observasi ini dapat menjadi referensi ilmiah dalam pengembangan kajian terkait literasi digital dan transformasi digital di bidang administrasi bisnis. Observasi ini juga dapat memperkaya koleksi karya ilmiah kampus serta memberikan gambaran nyata tentang kondisi penerapan teknologi digital di lembaga keuangan.

2. Bagi PT Pegadaian Manado Selatan

Observasi ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam menilai sejauh mana literasi digital nasabah telah berkembang dan bagaimana hal tersebut berpengaruh terhadap transformasi digital yang sedang dijalankan. Temuan observasi juga dapat dijadikan dasar untuk menyusun strategi peningkatan layanan digital yang lebih tepat sasaran dan efektif.

### 3. Bagi Mahasiswa

Observasi ini menjadi sarana pembelajaran dan pengembangan kemampuan analisis dalam memahami tantangan dunia kerja yang berkaitan dengan digitalisasi layanan. Selain itu, observasi ini juga menjadi pengalaman langsung dalam mengkaji persoalan aktual dan memberikan solusi yang relevan berdasarkan data di lapangan.

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Literasi Digital**

Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami, menggunakan, mengevaluasi, dan menciptakan informasi melalui teknologi digital (UNESCO, 2018). Literasi digital mencakup berbagai aspek, mulai dari penggunaan perangkat keras (hardware) dan perangkat lunak (software), pemahaman tentang keamanan data pribadi, hingga kemampuan berpikir kritis dalam memilah informasi di internet. Menurut Gilster (1997), literasi digital tidak hanya soal keterampilan teknis, tetapi juga tentang bagaimana individu memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi yang tersedia di dunia digital secara bijaksana. Dalam konteks layanan keuangan, literasi digital memungkinkan nasabah menggunakan aplikasi, memahami fitur-fitur layanan digital, serta merasa aman dan percaya diri dalam melakukan transaksi secara online.

##### **2.1.2 Transformasi Digital**

Transformasi digital adalah proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, memperbaiki pengalaman pelanggan, dan menciptakan model bisnis baru (Westerman, Bonnet & McAfee, 2014). Dalam dunia perbankan dan jasa keuangan, transformasi digital dilakukan dengan menyediakan layanan berbasis aplikasi, mempercepat proses transaksi, serta mengurangi ketergantungan terhadap layanan konvensional.

Rogers (2003), dalam *Diffusion of Innovation Theory*, menegaskan bahwa keberhasilan adopsi teknologi dipengaruhi oleh bagaimana inovasi tersebut diperkenalkan dan diadopsi oleh pengguna. Oleh karena itu, edukasi dan pendampingan menjadi kunci dalam mempercepat adopsi layanan digital oleh nasabah.

### **2.1.3 Diffusion of Innovation Theory**

Teori *Diffusion of Innovation* yang dikembangkan oleh Rogers (2003) menjelaskan bagaimana, mengapa, dan seberapa cepat teknologi atau inovasi baru diadopsi oleh masyarakat. Ada lima kategori adopsi pengguna: *innovators*, *early adopters*, *early majority*, *late majority*, dan *laggards*.

### **2.1.4 Pemberdayaan Sumber Daya Manusia (Empowerment)**

Menurut Thomas & Velthouse (1990), *empowerment* atau pemberdayaan karyawan merupakan proses yang memberikan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan kepada karyawan agar mereka dapat berkontribusi secara maksimal dalam pencapaian tujuan organisasi.

### **2.1.5 Teori Motivasi (Herzberg's Two-Factor Theory)**

Menurut Herzberg (1959), motivasi kerja dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu *motivators* (faktor intrinsik) dan *hygiene factors* (faktor ekstrinsik). *Motivators* mencakup pencapaian, pengakuan, tanggung jawab, dan kesempatan untuk berkembang faktor-faktor ini dapat meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja jika terpenuhi. Sementara itu, *hygiene factors* seperti gaji, kondisi kerja, hubungan dengan atasan atau rekan, dan kebijakan perusahaan tidak secara langsung memotivasi, namun jika tidak dipenuhi akan menimbulkan ketidakpuasan.

## 2.2 Hasil Penelitian Relevan

**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian yang Relevan**

No.	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Denia Maulani (2020)	Efektivitas Layanan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) di Cabang Bogor Baru	Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) dinilai cukup efektif dalam membantu nasabah melakukan transaksi secara digital di Cabang Bogor Baru. Efektivitas tersebut terlihat dari kemudahan akses, kecepatan layanan, dan peningkatan minat nasabah dalam menggunakan layanan berbasis aplikasi. Namun, masih terdapat kendala seperti kurangnya pemahaman sebagian nasabah terhadap fitur-fitur aplikasi dan kebutuhan akan sosialisasi yang lebih intensif agar pemanfaatan aplikasi dapat meningkat secara optimal.
2	Hariyati F. (2020)	Efektivitas Aplikasi PSDS dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Syariah Jelutung	Penelitian ini menyimpulkan bahwa Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) berperan cukup efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Jelutung. Aplikasi ini mempermudah akses layanan gadai berbasis syariah secara digital, sehingga menarik minat masyarakat, khususnya generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Meskipun demikian, efektivitasnya masih dibatasi oleh kurangnya sosialisasi dan edukasi kepada calon nasabah serta keterbatasan literasi digital di kalangan tertentu.

- 3 Ainiyah F. & Yuliana I. (2022) Pengaruh Penggunaan Fintech dan Literasi Keuangan terhadap Inklusi Keuangan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan fintech dan tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan. Fintech mempermudah masyarakat dalam mengakses layanan keuangan secara cepat dan efisien, sementara literasi keuangan yang baik meningkatkan kemampuan individu dalam mengelola keuangan dan memanfaatkan layanan keuangan digital secara optimal. Kedua faktor ini saling melengkapi dalam mendorong peningkatan partisipasi masyarakat dalam sistem keuangan formal.
- 4 Wahyuningsih R. (2023) Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Online

Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan, literasi digital, dan digital marketing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk online. Literasi keuangan membantu konsumen dalam mengelola anggaran dan membuat keputusan belanja yang bijak, sementara literasi digital memudahkan konsumen dalam mengakses, menilai, dan menggunakan informasi online. Di sisi lain, strategi digital marketing yang tepat mampu mempengaruhi minat dan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian secara daring.

- 5 Agustina & Abdillah (2022) Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Bintang Cash & Credit Menggunakan Metode EUCS

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepuasan pengguna Aplikasi Bintang Cash & Credit dinilai cukup tinggi, berdasarkan lima indikator dalam metode End User Computing Satisfaction (EUCS), yaitu: *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness*. Faktor kemudahan penggunaan dan ketepatan informasi menjadi aspek paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa masih perlu adanya peningkatan pada aspek penyajian informasi agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh pengguna.
- 6 Saputra D. & Gürbüz B. (2021) Implementation of TAM and IPA in Testing the Ease and Usability of e-wallet applications

Penelitian ini menyimpulkan bahwa melalui penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dan Importance-Performance Analysis (IPA), ditemukan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan faktor utama yang memengaruhi penerimaan pengguna terhadap aplikasi e-wallet. Hasil analisis IPA menunjukkan beberapa fitur dianggap penting oleh pengguna namun belum sepenuhnya memenuhi harapan, sehingga perlu adanya peningkatan kualitas layanan dan antarmuka aplikasi agar pengalaman pengguna semakin optimal dan loyalitas pengguna dapat meningkat.

7	Ainun Qomaruz Zaman & Oka Widana (2024)	Analisis Keuangan Studi Pegadaian Kabupaten Bogor	Literasi Syariah: Kasus Syariah	Menekankan pentingnya peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan karyawan Pegadaian Syariah untuk meningkatkan layanan dan kepercayaan nasabah.
8	Tulasmu & Titania Mukti (2023)	Peran Literasi Syariah	Pegadaian dalam Keuangan Syariah Yogyakarta	Menyoroti penerapan strategi literasi keuangan nasional di cabang Pegadaian Syariah namun pelatihannya masih belum optimal.
9	Hendra Nazmi & Clara Apriliana (2022)	Pengaruh Service Minat Tabungan Emas pada Pegadaian Wilayah 1 Medan (2019–2021)	Digital terhadap Investasi	Kualitas layanan digital mempunyai pengaruh terhadap minat investasi tabungan emas, sedangkan efisiensi dan konsistensi berkontribusi signifikan
10	Uswatun Chasanah & Moh. Rifki Haikal (2023)	Literasi Strategi Minat Emas di Syariah Cabang Blauran Surabaya	Sebagai Menarik Menabung Pegadaian Cabang	Literasi digital dan keuangan sebagai strategi efektif menarik nasabah menabung emas melalui aplikasi digital

*Sumber: Penelitian Terdahulu, 2025*

Tabel di atas menunjukkan beberapa hasil penelitian yang relevan dengan topik yang dibahas. Penelitian-penelitian tersebut digunakan sebagai pembandingan dan landasan untuk memperkuat teori serta melihat perbedaan dan kesamaan konteks, metode, maupun temuan, sehingga dapat membantu memperjelas posisi dan kontribusi tugas akhir ini dalam pengembangan kajian tentang literasi digital dan transformasi digital di sektor keuangan.

## **BAB III**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **3.1.1 Sejarah Perusahaan**

Pegadaian Indonesia dimulai pada waktu penjajahan Belanda. Pada abad ke-18, VOC membentuk Bank Van Leening sebagai institusi keuangan yang memberikan pinjaman dengan mekanisme gadai. Kemudian, pada 12 Januari 1901, pemerintah Hindia Belanda menerbitkan Staatsblad Indonesia No. 131 yang mengatur agar usaha gadai dikelola secara monopoli oleh pemerintah. Seiring dengan itu, Pegadaian secara resmi dibentuk pada 1 April 1901 di Sukabumi, Jawa Barat.

Setelah Indonesia merdeka, Pegadaian mengalami berbagai perubahan dalam status kelembagaannya. Pada tahun 1961, Pegadaian resmi menjadi Perusahaan Negara (PN), lalu pada tahun 1969 bertransformasi menjadi perusahaan Jawatan (Perjan). Di tahun 1990, Pegadaian bertransformasi menjadi Perusahaan Umum (Perum), sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2011 yang mulai diterapkan sejak 1 April 2012. Selanjutnya, pada 2 Juli, melalui Peraturan Pemerintah Nomor 73 Tahun 2021, pemerintah menyerahkan saham Pegadaian kepada Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam rangka pembentukan holding BUMN di sektor ultra mikro. Gambar logo PT. Pegadaian, nampak pada gambar berikut ini:



Gambar 3.1  
Logo Pegadaian

*Sumber: Website PT. Pegadaian, 2025*

### 3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

#### **VISI:**

Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan  
Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat.

#### **MISI:**

1. Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh stakeholder dengan mengembangkan bisnis inti
2. Memperluas jangkauan layanan UMKM melalui sinergi Ultra Mikro untuk meningkatkan proposisi nilai ke nasabah dan stakeholder
3. Memberikan *service excellence* dengan fokus nasabah melalui:
  - a. Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital.
  - b. Teknologi informasi yang handal dan mutakhir.
  - c. Praktek manajemen risiko yang kokoh.
  - d. SDM yang profesional berbudaya kinerja baik.

### 3.1.3 Bidang Usaha

PT Pegadaian adalah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa keuangan, khususnya pembiayaan dengan sistem gadai.

Seiring perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat, PT Pegadaian tidak hanya fokus pada layanan gadai konvensional, tetapi telah melakukan transformasi bisnis dengan memperluas bidang usahanya ke berbagai sektor, baik dalam bentuk produk maupun jasa.

#### 1. Usaha Gadai Konvensional

Ini merupakan lini usaha utama yang menjadi identitas Pegadaian sejak awal berdiri. Dalam sistem ini, nasabah dapat memperoleh pinjaman uang dengan menjaminkan barang bergerak seperti emas, perhiasan, kendaraan bermotor, maupun barang elektronik. Jasa gadai memberikan solusi cepat atas kebutuhan dana darurat masyarakat dengan prosedur yang mudah dan aman.

#### 2. Usaha Gadai Syariah (Arrum)

Selain sistem konvensional, PT Pegadaian juga menyediakan layanan gadai berbasis syariah yang menggunakan prinsip *qardh* (pinjaman) dan *rahn* (jaminan). Produk ini dikenal dengan nama Arrum, dan menjadi alternatif layanan keuangan bagi masyarakat yang ingin menjalankan transaksi sesuai prinsip-prinsip syariah Islam.

#### 3. Pembiayaan Mikro dan Produktif

PT Pegadaian menawarkan pembiayaan tanpa jaminan bagi pelaku UMKM dan masyarakat umum untuk mendukung usaha produktif mereka. Produk ini mencakup:

- a. Kreasi: Pembiayaan untuk pelaku usaha mikro dengan jaminan BPKB kendaraan.

b. Arrum Haji: Pembiayaan pendaftaran ibadah haji tanpa harus menjual aset emas.

c. Arrum Mikro: Pembiayaan mikro berbasis syariah.

#### 4. Jasa Penjualan dan Pembelian Emas

Pegadaian juga menjalankan usaha jual beli emas secara tunai maupun angsuran. Produk unggulannya adalah:

a. Emas Batangan (Logam Mulia)

b. Tabungan Emas: Produk investasi yang memungkinkan nasabah menabung emas mulai dari 0,01 gram secara digital dan fleksibel.

#### 5. Jasa Safe Deposit Box dan Taksiran

PT Pegadaian memberikan layanan penitipan barang berharga melalui fasilitas Safe Deposit Box (SDB). Selain itu, Pegadaian juga menyediakan jasa taksiran barang seperti emas dan elektronik yang diperlukan untuk keperluan gadai atau informasi nilai aset.

#### 6. Layanan Digital

Sebagai bagian dari transformasi digital, Pegadaian menyediakan berbagai layanan berbasis aplikasi dan platform online, seperti:

a. Aplikasi Pegadaian Digital untuk transaksi gadai, pembelian emas, pembayaran tagihan, dan simulasi pembiayaan.

b. Layanan e-commerce dan marketplace Pegadaian untuk produk emas dan lelang barang jaminan.

#### 7. Jasa Lelang

PT Pegadaian juga memiliki wewenang sebagai balai lelang yang sah. Layanan ini digunakan untuk melelang barang jaminan yang tidak ditebus oleh nasabah sesuai batas waktu. Proses lelang dilakukan secara terbuka dan sesuai peraturan hukum yang berlaku.

### 3.1.4 Sumber Daya Perusahaan

Sumber daya yang dimiliki oleh PT Pegadaian Manado Selatan terdiri atas sumber daya manusia dan sarana prasarana penunjang operasional yang memadai.

#### 1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Struktur organisasi kantor cabang terdiri dari beberapa unit kerja utama, dengan total posisi sebagai berikut:

**Tabel 2.2**  
**Tabel Karyawan**

No	Unit/Bagian	Jabatan	Jumlah
1	Kepala Kantor Cabang	Pimpinan Cabang	1 Orang
2	Unit Pelayanan Nasabah	Manajer Gadai	1 Orang
		Penaksir	1 Orang
		Pengelola Agunan	1 Orang
		Kasir	2 Orang
		<i>Customer Service Officer (CSO)</i>	1 Orang
3	Unit Penjualan	Relationship Officer	1 Orang
		Sales Professional	1 Orang
		Sales Channel	1 Orang
TOTAL SDM			10 Orang

*Sumber : PT. Pegadaian Manado Selatan, 2025*

#### 2. Sumber Daya Fisik (Sarana dan Prasarana)

Untuk mendukung kelancaran operasional, PT Pegadaian Manado Selatan memiliki fasilitas dan perlengkapan sebagai berikut:

1. Komputer: 6 unit
2. Printer & Scanner: 3 unit

3. Mesin penghitung uang: 2 unit
4. Brankas: 2 unit
5. CCTV: 8 unit
6. Jaringan internet (Wi-Fi) aktif: 1 jaringan utama
7. Meja & kursi kerja: 12 set
8. Pendingin ruangan (AC): 3 unit
9. Ruang pelayanan nasabah: 1 ruang utama
10. Rak arsip & filing cabinet: 4 unit

Total jenis peralatan & perlengkapan kantor: 10 kategori utama

Dengan jumlah sumber daya manusia yang cukup dan kelengkapan sarana prasarana yang memadai, PT Pegadaian Manado Selatan mampu menjalankan kegiatan operasional secara efektif, baik dalam pelayanan konvensional maupun digital.

### **3.1.5 Organisasi Perusahaan**

Untuk mendukung pelaksanaan tugas dan tanggung jawab dalam memberikan layanan kepada nasabah, PT Pegadaian Manado Selatan memiliki struktur organisasi yang tersusun secara sistematis. Struktur ini mencerminkan pembagian fungsi dan wewenang antar bagian, serta menjadi dasar koordinasi dalam menjalankan operasional perusahaan, termasuk dalam upaya transformasi digital. Berikut merupakan gambaran struktur organisasi Kantor Cabang PT Pegadaian Manado Selatan.



Gambar 3.2  
Struktur Organisasi Kantor Cabang

*Sumber: Website PT. Pegadaian, 2025*

Berdasarkan struktur organisasi yang di tampilkan di atas, berikut ini merupakan uraian tugas dan tanggung jawab masing-masing posisi/jabatan yang ada di PT Pegadaian Cabang Manado Selatan:

### 1. Pemimpin Cabang

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait tugas dan tanggung jawab utama Pemimpin Cabang meliputi:

1. Memberikan arahan dan mengawasi operasional seluruh unit kerja di bawah tanggung jawabnya.
2. Memastikan koordinasi berjalan sesuai kebijakan yang berlaku.

3. Mengelola dan memantau penyaluran produk serta memastikan operasional sesuai SOP dan regulasi.
4. Merancang strategi pemasaran produk serta memastikan pelaksanaannya untuk meningkatkan portofolio unit kerja.
5. Mengelola SDM Sales Professional mulai dari seleksi, pelatihan, penempatan, pembinaan, hingga evaluasi kinerja agar tercipta tim penjualan yang kompeten.
6. Menjamin penerapan standar layanan dan outlet, serta memastikan nasabah mendapat layanan terbaik sesuai etika perusahaan.
7. Mempersiapkan dan menjamin ketersediaan modal operasional, uang tunai, serta dana perbankan untuk mendukung kelancaran aktivitas unit kerja.
8. Bermitra dengan berbagai organisasi dan komunitas di area kerja untuk mendukung kegiatan penjualan, seperti mengumpulkan informasi calon nasabah bagi tenaga penjual.
9. Membimbing penyusunan rencana kerja tahunan, program, dan inisiatif strategis yang sejalan dengan visi misi perusahaan.
10. Mengarahkan pelaksanaan sistem manajemen kinerja, mulai dari penetapan target hingga evaluasi dan penilaian kinerja.
11. Mengawasi dan mengevaluasi kinerja cabang dan outlet guna meningkatkan penjualan produk dan pencapaian target.
12. Menindaklanjuti hasil audit sesuai dengan wewenang yang ada untuk meningkatkan efektivitas pengendalian internal.
13. Menjalankan peran pengendalian internal dalam aspek keuangan, operasional, dan lainnya sesuai dengan prosedur yang berlaku.

14. Mengimplementasikan manajemen risiko secara menyeluruh di unit kerja yang dipimpinnya.
15. Memastikan seluruh sarana dan prasarana operasional tersedia dan berfungsi dengan baik.
16. Menjaga sistem keamanan agar tetap optimal demi mencegah dan mengatasi ancaman.
17. Menjamin lingkungan kerja tetap bersih dan tertib untuk menciptakan suasana pelayanan yang nyaman dan profesional.

## **2. Unit Pelayanan Nasabah**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama Kepala Unit Pelayanan Nasabah Meliputi:

1. Mengatur dan menjalankan operasional unit kerja agar sesuai ketentuan dan mendukung pencapaian target.
2. Mengelola penyaluran produk dan memastikan operasional berjalan sesuai SOP.
3. Mengawasi pelaksanaan kode etik perusahaan di seluruh unit kerjanya.
4. Mengatur standar layanan dan outlet agar kualitas pelayanan seragam.
5. Mengatur ketersediaan modal kerja, uang tunai, dan sumber dana dari bank untuk menjalankan fungsi unit kerja.
6. Menyusun rencana kerja tahunan, program strategis, dan anggaran sesuai visi misi perusahaan.

7. Mengarahkan pelaksanaan sistem manajemen kinerja, mulai dari penetapan target hingga evaluasi.
8. Memantau dan mengevaluasi kinerja unit kerja serta memberi rekomendasi untuk pencapaian target.
9. Menindaklanjuti hasil audit sebagai bagian dari penguatan sistem pengendalian internal.
10. Menjamin bahwa dokumen *Risk and Control Self Assessment* (RCSA) dan *Business Continuity Plan* (BCP) ada dan diimplementasikan.
11. Mengelola penyusunan laporan operasional unit kerja sesuai ketentuan.

### **3. Penaksir**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama Penaksir meliputi:

1. Melakukan penaksiran barang jaminan secara cepat, tepat, dan akurat sesuai SOP.
2. Menentukan jumlah pinjaman dan harga dasar lelang berdasarkan hasil taksiran sesuai kewenangan.
3. Mempersiapkan barang jaminan untuk disimpan dan menyerahkannya kepada Pengelola Agunan.
4. Mengatur administrasi dan keuangan untuk mendukung kegiatan cabang.
5. Mengawasi kredit yang bermasalah atau yang hampir jatuh tempo dan berkomunikasi dengan CSO/Kasir untuk mengingatkan nasabah.

6. Menyusun dan menetapkan Harga Pasar Setempat (HPS) secara rutin sesuai dengan ketentuan.
7. Membuat laporan dan dokumentasi terkait tugas Penaksir.

#### **4. Pengelola Agunan**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama Pengelola Agunan meliputi:

1. Menyimpan barang jaminan, dokumen kredit mikro, bisnis emas, dan layanan lainnya dengan teratur dan tepat sesuai dengan standar operasional prosedur.
2. Melaksanakan penyerahan barang jaminan dan memastikan bahwa semuanya sesuai dengan dokumen yang ada.
3. Mengeluarkan barang jaminan untuk perpanjangan, pelunasan, pemeriksaan, atau keperluan lain berdasarkan ketentuan yang berlaku.
4. Mencatat semua perubahan penerimaan dan pengeluaran barang jaminan.
5. Memastikan keamanan dan kebersihan.

#### **5. Kasir**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama kasir meliputi:

1. Melakukan penerimaan dan pengeluaran uang atas transaksi produk dan operasional sesuai SOP.
2. Menghitung, mencatat, dan mengadministrasikan dokumen atau bukti transaksi keuangan sesuai SOP.

3. Mengambil dan menyetorkan modal kerja untuk mendukung berbagai transaksi di unit kerja.
4. Mencatat kas buka dan tutup serta menjaga saldo kas tetap seimbang dan akuntabel.
5. Melakukan kegiatan lelang, termasuk entri data dan penerimaan hasil lelang.

#### **6. Customer Service Officer (CSO)**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama Customer Service Officer (CSO) meliputi:

1. Menyediakan pelayanan sesuai dengan prosedur standar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Mempersiapkan fasilitas dan alat seperti leaflet, formulir, dan media promosi untuk mendukung pelayanan.
3. Menyampaikan informasi mengenai produk dan layanan dengan jelas sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
4. Mengelola umpan balik dan keluhan pelanggan dari pencatatan hingga penanganan sesuai dengan aturan yang berlaku.
5. Melakukan pemrosesan data pelanggan ke dalam sistem, baik untuk pelanggan baru maupun yang sudah ada.
6. Mengelola pelanggan yang datang langsung di dalam dan luar lokasi layanan.
7. Menghubungi pelanggan mengenai tenggat waktu pembayaran kredit yang akan datang atau sudah lewat.
8. Menyusun laporan terkait tugasnya sesuai ketentuan.

## **7. Unit Penjualan**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama Unit Penjualan meliputi:

1. Merencanakan, melaksanakan, mengorganisir, mengawasi, memonitor, dan mengevaluasi kegiatan penjualan sesuai SOP.
2. Menetapkan strategi penjualan produk untuk meningkatkan portofolio cabang dan memastikan implementasinya.
3. Mengelola proses Sales Professional, mulai seleksi hingga evaluasi kinerja untuk menghasilkan tim penjualan yang handal.
4. Menyusun rencana kerja, program, inisiatif strategis, dan anggaran tahunan sesuai visi misi perusahaan.
5. Mengkoordinasikan pelaksanaan Performance Management System dari penetapan hingga evaluasi target.
6. Memantau dan mengevaluasi kinerja unit kerja serta memberikan rekomendasi pencapaian target.
7. Menindaklanjuti hasil audit sesuai kewenangan untuk mendukung pengendalian internal.
8. Menyusun laporan terkait kegiatan penjualan unit kerja sesuai ketentuan.

## **8. Relationship Officer**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama Relationship Officer meliputi:

1. Memperkenalkan, memasarkan, dan menjual produk melalui cross-selling dan up-selling, baik kepada nasabah walk-in, nasabah aktif, maupun non-aktif melalui berbagai saluran komunikasi.
2. Melaksanakan tugas lain sesuai SOP dan bertanggung jawab atas pencapaian target.
3. Membuat daftar kegiatan pemasaran dan nasabah potensial untuk mendorong pertumbuhan produk dan target perusahaan.
4. Memberikan informasi, saran, dan masukan kepada atasan untuk meningkatkan kinerja.
5. Menjalin komunikasi dengan nasabah guna mengetahui kondisi debitur terkait risiko kredit, penambahan saldo, atau referral.
6. Menyusun laporan terkait tugasnya.

#### **9. Sales Professional**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama Sales Professional meliputi:

1. Mencari calon nasabah, terutama di sektor usaha yang sudah dikenal, untuk mencapai target pemasaran kredit.
2. Melakukan prospek dan follow up calon nasabah hingga terjadi transaksi.

3. Menganalisis karakteristik dan kebiasaan calon nasabah untuk mengetahui kebutuhan produk.
4. Memasarkan produk perusahaan sesuai segmen pasar dan melaporkan hasil kunjungan kepada atasan.
5. Melaksanakan tugas lain sesuai SOP dan bertanggung jawab atas pencapaian target.
6. Menyusun laporan terkait tugas Sales Professional.

#### **10. Sales Channel**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama Sales Channel meliputi:

1. Melakukan pencarian calon agen, menerima permohonan, menjalankan survei kelayakan, dan mengolah calon agen sesuai dengan syarat yang ditetapkan.
2. Mengelola agen sebagai saluran perusahaan dengan meningkatkan kemampuan melalui pelatihan produk dan strategi merek.
3. Menyediakan perangkat penjualan seperti spanduk, banner, dan brosur.
4. Menangani masalah yang dihadapi agen, mulai dari pelaporan hingga pengajuan kepada pihak berwenang jika belum terselesaikan.
5. Memantau dan menganalisis kinerja agen, mendorong efisiensi melalui pelatihan, kunjungan rutin, dan pertemuan.
6. Membantu nasabah dalam proses instalasi, pendaftaran, dan sosialisasi aplikasi digital Pegadaian.

7. Membantu nasabah yang mengalami kesulitan dalam transaksi melalui aplikasi digital Pegadaian.
8. Melakukan pengisian dan pembaruan data unit kerja untuk aplikasi Sistem Informasi Geografis (GIS).

### **11. Pengelola Unit Pelayanan Cabang (UPC)**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama Pengelola Unit Pelayanan Cabang (UPC) meliputi:

1. Mengatur dan mengawasi kegiatan unit kerja supaya berjalan sesuai dengan prosedur dan peraturan yang ada.
2. Menangani dan menanggapi saran atau keluhan dari pelanggan sesuai dengan aturan yang berlaku.
3. Mengelola keuangan Unit Pelayanan Cabang (UPC) yang berkaitan dengan transaksi produk dan operasional serta mencatat dokumen transaksi dengan cara yang transparan.
4. Mengambil dan menyetor dana operasional untuk mendukung berbagai transaksi di unit tersebut.
5. Melakukan penilaian terhadap barang sebagai agunan, menentukan nilai pinjaman dan batasan yang tepat sesuai dengan wewenang yang ada.
6. Memantau kredit bermasalah atau yang telah jatuh tempo dan menghubungi pelanggan untuk mengingatkan tentang pembayaran atau proses lelang.

7. Menyusun laporan mengenai operasional yang berkaitan dengan keuangan, transaksi, administrasi, dan hal-hal lainnya.
8. Mengawasi kegiatan operasional untuk memastikan bahwa outlet beroperasi sesuai dengan peraturan yang ditetapkan.
9. Memastikan bahwa fasilitas dan perlengkapan kerja tersedia serta berfungsi secara baik.
10. Melaksanakan pengendalian internal sesuai dengan prosedur operasional produk.
11. Menerapkan manajemen risiko di dalam unit kerja.
12. Memastikan sistem keamanan berfungsi secara optimal untuk menghindari potensi ancaman.
13. Menjaga agar lingkungan Unit Pelayanan Cabang (UPC) teratur dan bersih untuk menciptakan suasana pelayanan yang nyaman.

## **12. Penaksir Unit Pelayanan Cabang (UPC)**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama Penaksir Unit Pelayanan Cabang (UPC) meliputi:

1. Melaksanakan penilaian terhadap barang jaminan dengan cepat, akurat, dan tepat sesuai dengan prosedur operasi standar.
2. Menentukan besaran pinjaman dan harga awal lelang berdasar hasil penilaian sesuai dengan kewenangan yang ada.
3. Mempersiapkan barang jaminan untuk penyimpanan dan menyerahkan kepada Pengelola Agunan.

4. Memantau kredit yang bermasalah atau jatuh tempo dan berkoordinasi dengan Kasir untuk mengingatkan nasabah.
5. Menyusun dan mengajukan Harga Pasar Setempat (HPS) secara berkala mengikuti ketentuan yang berlaku.
6. Menghasilkan laporan dan dokumentasi yang berkaitan dengan tugas Penaksir.
7. Mengatur aspek administrasi dan keuangan untuk mendukung operasional Unit Pelayanan Cabang (UPC).

### **13. Pengelola Agunan Unit Pelayanan Cabang (UPC)**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama Pengelola Agunan Unit Pelayanan Cabang (UPC) meliputi:

1. Menyimpan barang jaminan, dokumen kredit kecil, bisnis emas, dan layanan lainnya secara teratur dan tepat sesuai standar operasional prosedur.
2. Melaksanakan penyerahan barang jaminan dan menjamin kesesuaian dengan dokumen yang ada.
3. Mengeluarkan barang jaminan untuk perpanjangan, pelunasan, pemeriksaan, atau tujuan lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.
4. Mencatat perubahan penerimaan dan pengeluaran barang jaminan.
5. Memastikan keamanan dan kebersihan barang jaminan serta tempat penyimpanan agar barang tetap terawat dengan baik.
6. Menyusun laporan berkaitan dengan tanggung jawab Pengelola Agunan.

### **14. Kasir Unit Pelayanan Cabang (UPC)**

Berdasarkan Peraturan Direksi No. 14 Tahun 2020 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Kantor Cabang terkait Tugas dan tanggung jawab utama Kasir Unit Pelayanan Cabang (UPC) meliputi:

1. Menjalankan proses penerimaan dan pengeluaran dana untuk transaksi produk dan operasional sesuai dengan prosedur standar.
2. Menghitung, mendokumentasikan dan mengelola dokumen terkait transaksi keuangan sesuai dengan prosedur standar.
3. Mengambil dan menyetorkan dana operasional untuk mendukung beragam transaksi di area kerja.
4. Mencatat jumlah kas awal dan akhir serta memastikan saldo kas tetap seimbang dan dapat dipertanggungjawabkan.
5. Melaksanakan kegiatan lelang, yang mencakup penginputan data dan penerimaan hasil dari lelang.

### **3.2 Gambaran Permasalahan**

Gambaran permasalahan yang penulis temukan di PT Pegadaian Manado Selatan menunjukkan bahwa meskipun perusahaan telah melakukan berbagai upaya transformasi digital, tingkat pemanfaatan layanan digital oleh nasabah masih tergolong rendah. Layanan berbasis aplikasi seperti Pegadaian Digital Service (PDS) belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh seluruh nasabah. Berdasarkan pengamatan dan identifikasi permasalahan, terdapat beberapa faktor utama yang menghambat optimalisasi pemanfaatan layanan digital, yaitu:

1. Kurangnya Pemahaman Penggunaan Aplikasi

Banyak nasabah belum memahami secara menyeluruh cara mengunduh, mengakses, serta menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Ketidaktahuan ini menyebabkan sebagian besar nasabah lebih memilih layanan konvensional yang dianggap lebih mudah dan familiar.

## 2. Minimnya Sosialisasi Layanan Digital

Sosialisasi mengenai layanan digital kepada nasabah masih kurang aktif dan belum merata. Banyak nasabah yang bahkan belum mengetahui adanya aplikasi PDS ataupun manfaat yang bisa diperoleh dari penggunaan layanan digital tersebut.

## 3. Kurangnya Pendampingan bagi Nasabah

Tidak tersedia petugas atau sistem pendampingan khusus yang membantu nasabah saat pertama kali mencoba layanan digital. Akibatnya, nasabah yang mengalami kendala saat mencoba aplikasi cenderung merasa enggan untuk melanjutkan penggunaan.

## 4. Keterbatasan Kompetensi Digital Karyawan

Beberapa karyawan belum memiliki keterampilan digital yang memadai untuk memberikan edukasi kepada nasabah secara efektif. Hal ini menyebabkan proses edukasi tidak berjalan optimal, sehingga nasabah kurang mendapatkan bimbingan yang dibutuhkan.

## 5. Pemanfaatan Media Sosial yang Belum Optimal

Akun media sosial Pegadaian belum digunakan secara maksimal sebagai sarana edukasi digital. Padahal, media sosial dapat menjadi alat yang sangat efektif

untuk menjangkau nasabah dalam skala yang lebih luas dan menyampaikan informasi dengan cara yang menarik.

Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital nasabah merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan agar proses transformasi digital di PT Pegadaian Manado Selatan dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

### **3.3 Pembahasan**

#### **3.3.1 Literasi Digital Nasabah pada PT Pegadaian Manado Selatan**

Literasi digital nasabah di PT Pegadaian Manado Selatan masih tergolong rendah. Banyak nasabah belum memahami cara mengunduh dan menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS), termasuk fitur-fitur yang tersedia di dalamnya. Sebagian besar nasabah merasa lebih nyaman menggunakan layanan konvensional yang dianggap lebih mudah dan telah mereka kenal sejak lama. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara penyediaan teknologi dan kesiapan pengguna dalam mengadopsi layanan digital.

Untuk menjembatani kesenjangan ini, PT Pegadaian perlu mengambil langkah-langkah edukatif seperti menyediakan pelatihan singkat, panduan penggunaan berbentuk booklet atau video tutorial, dan bantuan langsung dari petugas di kantor cabang. Langkah ini sejalan dengan pendekatan literasi digital yang menekankan kemampuan memahami dan menggunakan teknologi secara efektif. Dengan meningkatnya literasi digital, nasabah akan memiliki kepercayaan diri dalam bertransaksi secara digital dan memahami manfaat yang diperoleh dari transformasi layanan ini.

### **3.3.2 Proses Transformasi Digital yang Dilakukan oleh PT Pegadaian Manado Selatan**

PT Pegadaian Manado Selatan telah memulai proses transformasi digital melalui penyediaan aplikasi digital, sistem pembayaran non-tunai, serta digitalisasi proses administrasi dan pelayanan. Transformasi ini bertujuan meningkatkan efisiensi kerja, memperluas jangkauan layanan, dan memberikan kemudahan kepada nasabah. Namun, dalam pelaksanaannya, transformasi ini belum sepenuhnya optimal karena masih terkendala oleh rendahnya literasi digital dan keterbatasan kompetensi karyawan dalam memberikan edukasi kepada nasabah.

Untuk menyukseskan transformasi ini, perusahaan perlu memberdayakan karyawan melalui pelatihan intensif agar mereka memiliki kemampuan digital dan komunikasi yang memadai. Karyawan yang terampil dapat menjadi agen perubahan yang mendampingi nasabah dalam proses transisi ke layanan digital. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai saluran informasi dan edukasi perlu ditingkatkan agar informasi layanan digital dapat menjangkau nasabah secara lebih luas dan menarik.

### **3.3.3 Pentingnya Literasi Digital Nasabah dalam Mendukung Transformasi Digital di PT Pegadaian Manado Selatan**

Literasi digital merupakan elemen kunci dalam mendukung keberhasilan transformasi digital. Nasabah yang memiliki pemahaman dan keterampilan digital akan lebih siap memanfaatkan layanan yang berbasis teknologi. Mereka dapat mengakses aplikasi dengan mudah, memahami cara kerja sistem digital, serta menjaga keamanan data dalam bertransaksi. Sebaliknya, jika literasi digital rendah,

maka nasabah akan merasa ragu dan enggan untuk beralih dari layanan konvensional ke layanan digital.

Oleh karena itu, peningkatan literasi digital harus menjadi bagian dari strategi transformasi digital PT Pegadaian Manado Selatan. Edukasi dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, seperti penyuluhan di kantor cabang, pembuatan konten edukatif di media sosial, serta pemberian insentif kepada karyawan yang berperan aktif dalam mendampingi nasabah. Dengan menerapkan prinsip-prinsip teori difusi inovasi, perusahaan juga dapat memetakan kelompok pengguna yang cepat mengadopsi teknologi untuk mendorong pengguna lainnya agar ikut serta. Jika strategi ini diterapkan secara konsisten, maka adopsi layanan digital akan meningkat, dan transformasi digital dapat berjalan dengan lebih efektif.

**Pendekatan/Teori yang digunakan:**

Teori *Diffusion of Innovation* (Rogers, 2003) digunakan untuk menganalisis dan memetakan adopsi teknologi di kalangan nasabah. Teori ini menjelaskan bahwa penerimaan inovasi terjadi secara bertahap melalui beberapa kelompok: *innovators*, *early adopters*, *early majority*, *late majority*, dan *laggards*. Strategi literasi digital diarahkan untuk mempercepat adopsi layanan digital dengan fokus pada kelompok awal sebagai contoh bagi kelompok lain.

Kelebihan:

1. Membantu perusahaan memahami karakteristik dan kesiapan nasabah dalam menerima teknologi baru.
2. Memudahkan perusahaan merancang strategi komunikasi dan edukasi yang lebih tepat sasaran.

3. Memanfaatkan kelompok *early adopters* sebagai *role model* untuk mendorong adopsi lebih luas.

Kekurangan:

1. Kelompok late majority dan laggards biasanya memerlukan waktu lebih lama dan usaha lebih besar untuk diyakinkan.
2. Diperlukan pendekatan komunikasi dan edukasi yang berbeda-beda untuk setiap kelompok.
3. Jika strategi tidak disesuaikan dengan karakteristik kelompok, proses adopsi dapat terhambat.

**Strategi yang disarankan:**

Transformasi digital di PT Pegadaian Manado Selatan menghadapi sejumlah kendala yang utamanya berasal dari rendahnya literasi digital nasabah dan kurang optimalnya peran sumber daya manusia dalam mendukung layanan digital. Banyak nasabah masih kesulitan memahami cara menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) sehingga tetap mengandalkan layanan konvensional di loket. Untuk mengatasi hal ini, Pegadaian perlu menerapkan strategi edukasi langsung berupa panduan praktis (video tutorial, *leaflet*, atau *booklet*) dan berbasis praktik, seperti pendirian “Pojok Digital” di ruang pelayanan, di mana petugas mendampingi nasabah menggunakan aplikasi secara langsung saat bertransaksi.

Minimnya sosialisasi layanan digital juga menjadi faktor penghambat. Banyak nasabah belum mengetahui keberadaan maupun manfaat dari layanan digital yang disediakan. Strategi yang dapat diterapkan adalah kampanye informasi terpadu, dengan mengaktifkan media sosial, menyebarkan brosur digital, serta

menjalin kerja sama dengan komunitas lokal untuk memberikan sosialisasi rutin. Media sosial perusahaan juga perlu dimanfaatkan secara maksimal untuk menyebarkan konten edukatif yang menarik dan mudah dipahami. Penyampaian informasi yang konsisten dan menarik akan membantu meningkatkan kesadaran dan ketertarikan nasabah terhadap layanan digital.

Selanjutnya, keterbatasan SDM dan kurangnya motivasi karyawan juga menjadi tantangan dalam proses transformasi digital. Beberapa karyawan belum terlatih secara digital, dan tidak tersedia insentif bagi mereka yang berhasil mengedukasi nasabah. Untuk itu, strategi yang relevan adalah pelatihan digital berkelanjutan bagi seluruh karyawan, serta pemberian reward atau penghargaan kinerja digital. Program pelatihan tidak hanya fokus pada penguasaan aplikasi, tetapi juga keterampilan komunikasi digital agar karyawan mampu membimbing nasabah secara efektif dan ramah.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Transformasi digital di PT Pegadaian Manado Selatan telah menunjukkan kemajuan melalui penyediaan layanan digital seperti Pegadaian Digital Service (PDS). Namun, tingkat pemanfaatan layanan tersebut oleh nasabah masih tergolong rendah. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kurangnya pemahaman nasabah terhadap penggunaan aplikasi, minimnya sosialisasi layanan digital, tidak tersedianya pendampingan bagi nasabah, keterbatasan kompetensi digital karyawan, serta pemanfaatan media sosial yang belum optimal.

Tantangan utama yang dihadapi perusahaan adalah rendahnya literasi digital nasabah yang menjadi penghambat dalam proses adopsi layanan digital. Rendahnya literasi ini menyebabkan sebagian besar nasabah lebih memilih layanan konvensional. Selain itu, karyawan yang belum dibekali dengan kemampuan edukatif dan digital secara maksimal juga turut memperlambat proses transformasi digital yang sedang dijalankan.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Peningkatan Edukasi Literasi Digital Nasabah

Pegadaian perlu menerapkan strategi edukasi langsung berupa panduan praktis (video tutorial, *leaflet*, atau *booklet*) dan berbasis praktik, seperti pendirian

“Pojok Digital” di ruang pelayanan, di mana petugas mendampingi nasabah menggunakan aplikasi secara langsung saat bertransaksi.

## 2. Optimalisasi Sosialisasi Layanan Digital

Strategi yang dapat diterapkan adalah kampanye informasi terpadu, dengan mengaktifkan media sosial, menyebarkan brosur digital, serta menjalin kerja sama dengan komunitas lokal untuk memberikan sosialisasi rutin.

## 3. Pemberdayaan Karyawan sebagai Agen Edukasi Digital

Pelatihan digital berkelanjutan bagi seluruh karyawan, serta pemberian reward atau penghargaan kinerja digital. Program pelatihan tidak hanya fokus pada penguasaan aplikasi, tetapi juga keterampilan komunikasi digital agar karyawan mampu membimbing nasabah secara efektif dan ramah.

## 4. Pemanfaatan Media Sosial secara Maksimal

Media sosial perusahaan perlu dioptimalkan untuk membagikan informasi, tips penggunaan aplikasi, dan edukasi tentang manfaat layanan digital. Konten harus dibuat menarik dan mudah dipahami agar efektif dalam membangun literasi digital di kalangan nasabah.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut secara konsisten dan terarah, diharapkan proses transformasi digital di PT Pegadaian Manado Selatan dapat berjalan lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan, serta mampu meningkatkan kepuasan dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi secara digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., & Abdillah, L. A. (2022). *Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Bintang Cash & Credit Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)*. arXiv preprint arXiv:2207.00642.
- Ainiyah, F., & Yuliana, I. (2022). *Pengaruh Penggunaan Fintech dan Literasi Keuangan terhadap Inklusi Keuangan*. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 7(3).
- Azzahra, H. (2021). *Literasi Digital: Konsep dan Praktiknya dalam Masyarakat Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Budiman, A. (2020). *Transformasi Digital pada Lembaga Keuangan Non-Bank di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Chasanah, U., & Haikal, M. R. (2023). *Literasi Sebagai Strategi Menarik Minat Menabung Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya*. Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), 5(2), 28-43.
- Ghani, A. (2019). *Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumen dalam Mengakses Layanan Digital*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(2), 115–125.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley Computer Pub.
- Hamdani, M. (2022). *Digitalisasi Layanan Publik: Peluang dan Tantangan*. Jurnal Administrasi Publik Indonesia, 11(1), 23–34.
- Hariyati, F., Abdi, F., & Baining, M. E. (2020). *Efektifitas Aplikasi PSDS (Pegadaian Syariah Digital Service) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah*. Indonesian Journal of Islamic Economics and Business, 5(1), 61-69.
- Herzberg, F. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley & Sons.
- Kemkominfo. (2021). *Literasi Digital Nasional: Kerangka Kerja dan Implementasi*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Maulani, D. (2020). *E-Government: Efektivitas Layanan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service (PSDS) pada Cabang Pegadaian Syariah Bogor Baru*. Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis, 3(2), 185-194.

- Nasution, R. A. (2021). *Literasi Digital di Kalangan Masyarakat Menengah: Studi pada Penggunaan Aplikasi Keuangan*. Jurnal Teknologi dan Masyarakat, 6(1), 45–56.
- Nazmi, H., & Pinem, C. A. B. (2021). *Pengaruh Digital Service Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas Pada Pegadaian Kantor Wilayah 1 Medan Tahun 2019-2021*. Sumber, 3, 246-686.
- Nugroho, R. (2020). *Manajemen Transformasi Digital di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung: Alfabeta.
- Rizky, Y. A. & Sari, D. P. (2022). *Peran Literasi Digital dalam Mendukung Transformasi Layanan Keuangan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 5(3), 112–123.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.)*. New York: Free Press.
- Saputra, D., & Gürbüz, B. (2021). *Implementation of technology acceptance model (TAM) and importance performance analysis (IPA) in testing the ease and usability of e-wallet applications*. arXiv preprint arXiv:2103.09049.
- Sutrisno, E. (2020). *Perilaku Konsumen Digital dan Implikasinya terhadap Lembaga Keuangan*. Malang: UMM Press.
- Thomas, K. W., & Velthouse, B. A. (1990). *Cognitive Elements of Empowerment: An "Interpretive" Model of Intrinsic Task Motivation*. Academy of Management Review, 15(4), 666–681. <https://doi.org/10.5465/amr.1990.4310926>
- Tulasmı, T., & Mukti, T. (2020). *Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(2), 239-245.
- UNESCO. (2018). *A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org>
- Wahyuningsih, R. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Online*. Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (online), 4(3), 1361-1373.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Boston: Harvard Business Review Press.

Widodo, A. (2021). *Optimalisasi Layanan Digital pada Lembaga Keuangan Non-Bank: Studi Kasus Pegadaian*. Jurnal Inovasi Pelayanan Publik, 9(2), 55–67.