



**ANALISIS *COSTUMER TRUST* PT PEGADAIAN SETELAH
AKUISISI OLEH PT BANK RAKYAT INDONESIA (Studi Kasus
Pegadaian Co-Location BRI Unit Pekapuran)**

SKRIPSI

Dibuat Oleh :

Rulan Yulinar

021119336

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2023**

LEMBAR PERSETUJUAN
UJIAN SIDANG SKRIPSI

Kami selaku Ketua Komisi dan Anggota Komisi telah melakukan bimbingan skripsi mulai tanggal: 01/11/2022 dan berakhir 21/03/2023

Dengan ini menyatakan bahwa,

Nama : Rulan Yulinar (Perempuan)

Npm : 021119336

Program Studi : Manajemen

Mata Kuliah : MBKM

Ketua Komisi : Salmah, SE.,MM.

Anggota Komisi : Doni Wihartika , S.Pi., M.M.)

Judul Skripsi :ANALISIS *COSTUMER TRUST* PT PEGADAIAN
SETELAH AKUISISI OLEH PT BANK RAKYAT
INDONESIA (Studi Kasus Pegadaian *Co-Location* BRI Unit
Pekapuran)

Menyetujui bahwa nama tersebut di atas dapat disertakan mengikuti ujian sidang skripsi yang dilaksanakan oleh pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Pakuan.

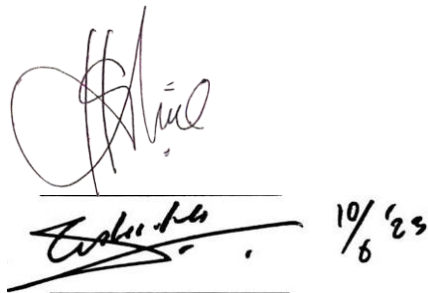
Disetujui,

Ketua Komisi Pembimbing

(Salmah, SE.,MM.)

Anggota Komisi Pembimbing

(Doni Wihartika , S.Pi., M.M.)



The image shows two handwritten signatures. The first signature is in cursive and appears to be 'Salmah'. The second signature is also in cursive and appears to be 'Doni Wihartika'. To the right of the second signature, the date '10/6/23' is written.

Diketahui,

Ketua Program Studi Manajemen

(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA)



**ANALISIS *COSTUMER TRUST* PT PEGADAIAN SETELAH AKUISISI
OLEH PT BANK RAKYAT INDONESIA (Studi Kasus Pegadaian *Co-Location*
BRI Unit Pekapuran)**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan

Rulan Yulinar

021119336

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA)



Ketua Program Studi
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., M.M., CA)

**ANALISIS *COSTUMER TRUST* PT PEGADAIAN SETELAH AKUISISI
OLEH PT BANK RAKYAT INDONESIA (Studi Kasus Pegadaian *Co-Location*
BRI Unit Pekapuran)**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

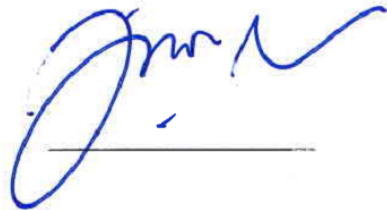
Pada hari Senin, 26 Juni 2023 :

Rulan Yulinar

0211 19 336

Disetujui,

Ketua Sidang Penguji
(Fredri Andria, STp., MM)



Ketua Komisi Pembimbing
(Salmah, SE.,MM.)

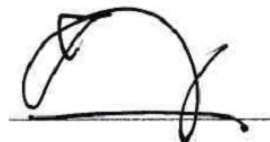


Anggota Komisi Pembimbing
(Doni Wihartika , S.Pi., M.M.)



Diketahui,

Ketua Program Studi
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., M.M., CA)



Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rulan Yulinar

NPM : 021119336

Judul Skripsi :ANALISIS *COSTUMER TRUST* PT PEGADAIAN
SETELAH AKUISISI OLEH PT BANK RAKYAT
INDONESIA (Studi Kasus Pegadaian *Co-Location* BRI Unit
Pekapuran).

Dengan ini saya menyatakan bahwa paten dan Hak Cipta dari produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari Karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.



**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pakuan,tahun 2023**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang
Hak Cipta**

Dilarang mengutip Sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak Sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

RULAN YULINAR. 021119336. Analisis *Costumer Trust* PT Pegadaian Setelah Akuisisi Oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Studi Kasus Pegadaian *Co-Location* BRI Unit Pekapuran). Di bawah bimbingan: SALMAH, SE.,MM. dan DONI WIHARTIKA, S.Pi., M.M. 2023

Suatu perusahaan melakukan berbagai praktek atau pengembangan strategi untuk mencapai tujuan yang mereka rencanakan. Salah satunya adalah dengan melakukan ekspansi dengan strategi akuisisi. Proses akuisisi tentunya akan sangat memberikan dampak terhadap perilaku nasabah. Hal ini setidaknya berdampak pada tingkat keyakinan dan kepercayaan nasabah terhadap munculnya hasil akuisisi tersebut. Para nasabah masing-masing yang melakukan akuisisi tersebut akan mulai menilai apakah dengan penyatuan bank tersebut akan meningkatkan kualitas jasa atau sebaliknya. Dalam pembahasan skripsi ini bertujuan untuk melihat apakah kepercayaan nasabah pegadaian meningkat setelah terjadinya akuisisi oleh PT Bank Rakyat Indonesia (BRI). Penelitian ini ditujukan untuk menjelaskan bagaimana proses akuisisi berdampak terhadap *costumer trust* di PT Pegadaian menggunakan metode jaring laba-laba.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah ini adalah penelitian kualitatif, objek dalam penelitian ini adalah PT Pegadaian dengan menggunakan data primer. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan proses akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia sangat berdampak terhadap peningkatan *costumer trust*. Hal ini dapat terlihat dari setiap indikator yang mengalami peningkatan dan perbandingan nilai *mean score* yang cukup tinggi untuk setiap parameternya.

Kata kunci: *costumer trust*, Akuisisi, Metode jaring laba-laba

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat jasmani maupun rohani karena atas Rahmat-Nya penulis masih di berikan kesempatan untuk menyelesaikan Skripsi ini yang merupakan salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Pakuan.

Adapun judul yang diambil penulis dalam penelitian ini adalah “**ANALISIS COSTUMER TRUST PT PEGADAIAN SETELAH AKUISISI OLEH PT BANK RAKYAT INDONESIA (Studi Kasus Pegadaian Co-Location BRI Unit Pekapuran)** “. Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan petunjuk-petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kepada kedua orang tua saya Bapak Susendi dan Ibu Dian Sugarini, serta adik-adikku Firman Rido dan Rindang Tri Utari yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi, kasih sayang dan semangat tiada henti selama penyusunan Proposal Penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M.Sc. selaku Rektor Universitas Pakuan yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Pakuan selama ini.
3. Bapak Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., M.M., CA. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan .
5. Ibu Salmah, SE.,MM. Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Penelitian penelitian dengan baik.
6. Bapak Doni Wihartika , S.Pi., M.M. Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Penelitian penelitian dengan baik.
7. Seluruh dosen, staff tata usaha dan karyawan di Universitas Pakuan.
8. Ibu Haryati, S.Pd. dan Bapak Bani Rizal Muttaqien selaku mentor saya di kantor *co-location* BRI Unit Pekapuran yang telah membimbing dan memberikan dukungan kepada penulis.
9. Seluruh Karyawan di UPC BRI Unit Pekapuran Depok yang telah membantu dalam terlaksananya program Magang-MBKM.
10. Seluruh staff dan karyawan di PT. Pegadaian area Bogor yang telah bekerjasama dan membantu dalam melaksanakan program Magang-MBKM selama 6 bulan.
11. Seluruh dosen, staff tata usaha dan karyawan di Universitas Pakuan.

12. Afriyanti, Athaya Alysha, Fadia Cahyati, Annisa Nur Oktavia, dan Rizky Cahya Oktaviani yang selalu mendampingi dan memberikan dukungan penuh kepada penulis.
13. Teman-teman kelas J 2019 yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
14. Diri sendiri yang telah semangat berjuang menyusun skripsi ini secara mandiri mulai dari nol hingga skripsi ini selesai dan pantang menyerah untuk memahami mengenai konsep, isi, penggunaan metode, dan pengolahan hasil penelitian yang merupakan lintas bidang keahlian penulis.

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis berharap pembaca tak segan memberikan kritik dan saran. Sehingga penulis bisa melakukan perbaikan di masa depan. Agar tidak melakukan kesalahan yang sama kedua kalinya. Tak perlu panjang-panjang, penulis berharap skripsi ini memberikan manfaat untuk para pembaca.

Universitas Pakuan

Bogor, Mei 2023

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN & PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	v
LEMBAR HAK CIPTA.....	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Perumusan Masalah	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1. Maksud Penelitian	8
1.3.2. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1. Kegunaan Praktis	8
1.4.2. Kegunaan Akademis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	10
2.2 Akuisisi.....	11
2.2.1 Pengertian Akuisisi	11
2.2.2 Klasifikasi Akuisisi.....	11
2.2.3 Motif Akuisisi	12
2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan dan Kegagalan Akuisisi	12
2.2.5 Kelebihan dan Kekurangan Akuisisi	13
2.2.6 Teknik Melakukan Akuisisi.....	13
2.2.7 Proses Akuisisi.....	14
2.3 Customer Trust	14
2.3.1 Pengertian <i>Customer Trust</i>	14
2.3.2 Jenis - Jenis <i>Customer Trust</i>	15
2.3.3 Indikator <i>Customer Trust</i>	15

2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Costumer Trust</i>	17
2.4 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran.....	17
2.4.1 Penelitian Sebelumnya.....	17
2.4.2 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	21
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	21
3.3.1 Jenis Data.....	21
3.3.2 Sumber Data	21
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	22
3.5 Metode Penarikan Sampel.....	23
3.6 Metode Pengumpulan Data	23
3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data	25
3.7.1 Analisis Deskriptif	21
3.7.2 Jaring Laba-laba.....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	28
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	28
4.1.1 Sejarah Perkembangan PT Pegadaian.....	28
4.1.2 Struktur Organisasi PT Pegadaian Cabang Cisolak.....	29
4.2 Karakteristik Responden	33
4.3 Hasil Pembahasan.....	34
4.3.1 Analisis <i>Costumer Trust</i> PT Pegadaian Sebelum Akuisisi Oleh PT Bank Rakyat Indonesia.....	36
4.3.2 Analisis <i>Costumer Trust</i> PT Pegadaian Setelah Akuisisi Oleh PT Bank Rakyat Indonesia.....	44
4.3.3 Analisis Dampak <i>Costumer Trust</i> PT Pegadaian Sebelum dan Sesudah Akuisisi Oleh PT Bank Rakyat Indonesia	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1 Simpulan.....	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	53
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	57
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kepemilikan Saham Pegadaian di BRI	3
Gambar 1.2 Data Pra survei rasa kepercayaan nasabah untuk melakukan transaksi di PT Pegadaian.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Pegadaian	29
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden	33
Gambar 4.3 Usia Responden.....	34
Gambar 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	34
Gambar 4.5 Pekerjaan Responden	35
Gambar 4.6 Pernyataan responden sudah melakukan transaksi di Pegadaian sebelumnya.....	35
Gambar 4.7 Grafik jaring laba-laba sebelum akuisisi	36
Gambar 4.8 Grafik jaring laba-laba untuk <i>Benevolence</i> (Niat baik) sebelum akuisisi	37
Gambar 4.9 Grafik jaring laba-laba untuk <i>Integrity</i> (Integritas) sebelum akuisisi	39
Gambar 4.10 Grafik jaring laba-laba untuk <i>Competence</i> (Kompetensi) sebelum akuisisi	42
Gambar 4.11 Grafik jaring laba-laba setelah akuisisi	45
Gambar 4.12 Grafik jaring laba-laba untuk <i>Benevolence</i> (Niat baik) setelah akuisisi	46
Gambar 4.13 Grafik jaring laba-laba untuk <i>Integrity</i> (Integritas) setelah akuisisi	48
Gambar 4.14 Grafik jaring laba-laba untuk <i>Competence</i> (Kompetensi) setelah akuisisi	51
Gambar 4.15 Grafik jaring laba-laba sebelum dan sesudah akuisisi	54
Gambar 4.16 Grafik jaring laba-laba sebelum dan sesudah akuisisi untuk <i>benevolence</i> (niat baik)	54
Gambar 4.17 Grafik jaring laba-laba sebelum dan sesudah akuisisi untuk <i>integrity</i> (integritas)	55
Gambar 4.18 Grafik jaring laba-laba sebelum dan sesudah akuisisi untuk <i>competence</i> (kompetensi).....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Realisasi dari target RKAP tahun 2020	2
Tabel 1.2 Data Evaluasi Bulanan Pegawai	5
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	17
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	22
Tabel 3.2 Definisi istilah pada diagram jaring laba-laba	26
Tabel 4.1 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah	37
Tabel 4.2 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian memberikan kemudahan akses	38
Tabel 4.3 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah.....	38
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah.....	38
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah	39
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah.....	40
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian menjaga reputasi para nasabah	40
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah.....	40
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah	41
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian melakukan transaksi secara <i>transparent</i>	41
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap para pegawai memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk Pegadaian	43
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah.....	43
Tabel 4.13 Tanggapan Responden terhadap Para pegawai pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah.....	43
Tabel 4.14 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain	44
Tabel 4.15 Tanggapan Responden terhadap para pegawai Pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah	44
Tabel 4.16 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah setelah akuisisi	46
Tabel 4.17 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian memberikan kemudahan akses setelah akuisisi	47

Tabel 4.18 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah setelah akuisisi	47
Tabel 4.19 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah setelah akuisisi	47
Tabel 4.20 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah setelah akuisisi	48
Tabel 4.21 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah setelah akuisisi.....	49
Tabel 4.22 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian menjaga reputasi para nasabah setelah akuisisi	49
Tabel 4.23 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah setelah akuisisi	49
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah setelah akuisisi	50
Tabel 4.25 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah setelah akuisisi	50
Tabel 4.26 Tanggapan Responden terhadap Para pegawai memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk Pegadaian setelah akuisisi.....	51
Tabel 4.27 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah setelah akuisisi.....	52
Tabel 4.28 Tanggapan Responden terhadap Para pegawai pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah setelah akuisisi	52
Tabel 4.29 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain setelah akuisisi.....	52
Tabel 4.30 Tanggapan Responden terhadap ara pegawai pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah setelah akuisisi <i>Sumber: Data diolah penulis 2023</i>	53
Tabel 4.31 Perbandingan sebelum dan setelah akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia.....	53
Tabel 4.32 Perbandingan sebelum dan setelah akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia untuk <i>benevolence</i> (niat baik)	55
Tabel 4.33 Perbandingan sebelum dan setelah akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia untuk <i>integrity</i> (integritas).....	56
Tabel 4.34 Perbandingan sebelum dan setelah akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia untuk <i>competence</i> (kompetensi).....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Data Kuesioner	65
Lampiran II Koding.....	68
Lampiran III Hasil Kuesioner	69

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Situasi pasca pandemi Covid-19 ini, dimana semua aspek terpengaruhi terutama untuk bidang ekonomi. Banyak perubahan yang terjadi serta semakin berkembangnya kehidupan masyarakat yang beriringan dengan tuntutan era globalisasi ini. Perilaku masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya terlihat ketika mereka melakukan kegiatan transaksi dengan pihak lain. Salah satunya, melakukan investasi untuk menunjang kehidupan di masa yang akan datang. Investasi dilakukan dengan banyak cara, diantaranya dengan menabung dan menanamkan saham. Kegiatan investasi sangat erat hubungannya dengan lembaga keuangan baik konvensional maupun syariah. Lembaga keuangan saat ini banyak diminati masyarakat untuk melakukan investasi. Hal ini bertujuan sebagai penunjang kebutuhan di masa depan.

Sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan ekonomi masyarakat adalah lembaga keuangan. Kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat yang kemudian dana tersebut disalurkan kembali kepada masyarakat untuk memenuhi berbagai macam kebutuhannya ada didalam salah satu kegiatan ekonomi masyarakat yang dilakukan dalam lembaga keuangan (Jamal Wiwoho,2014). Contohnya untuk kebutuhan pembiayaan ataupun investasi. Berdasarkan jenisnya, lembaga keuangan terbagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank.

Berdasarkan UU Nomor 14 Tahun 1967, lembaga keuangan adalah badan yang memiliki aktivitas atau kegiatan di bidang keuangan yang berperan untuk menarik uang serta menyalurkannya ke masyarakat. Meskipun secara umum sama-sama memiliki kegiatan untuk mengelola keuangan, lembaga keuangan bank dan bukan bank memiliki peran dan fungsi yang berbeda. Lembaga keuangan bank memiliki peran untuk menerima dana dan memberi pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan lembaga keuangan bukan bank, memiliki peran dalam mengumpulkan dan menyalurkan uang dengan mengeluarkan surat-surat berharga untuk pembiayaan investasi perusahaan yang membutuhkan pinjaman.

Dampak positif dari perkembangan yang cepat di era globalisasi ini telah membawa para pelaku di lembaga keuangan ke persaingan yang sangat ketat untuk memperebutkan nasabah. Berbagai pendekatan untuk memperebutkan dana dari seorang nasabah baik melalui peningkatan sumber daya manusianya yaitu kinerja karyawan agar mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah, sarana dan prasarana, serta fasilitas dengan berteknologi tinggi untuk memudahkan setiap proses transaksi (Fauzul Azhar, 2021). Persaingan yang didapatkan dari proses hasil

memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah telah menjadikan nasabah sebagai pengambil keputusan akhir. Dengan berbagai fasilitas dan kemudahan yang ditawarkan, membuat nasabah dapat menentukan pilihannya sendiri sesuai dengan kebutuhannya.

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa nasabah yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu jasa dan harapan-harapannya (Kotler dan Keller, 2009:173). Jika dilihat dari dua sudut pandang antara kinerja keuangan dalam hal penjualan produk dengan kinerja operasional dalam menjalin hubungan merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam penilaian bahwa suatu bank itu lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan produk ini hanya dapat mewujudkan tujuan jangka pendek perusahaan, sedangkan keunggulan dalam layanan dapat mewujudkan orientasi jangka panjang perusahaan. (Yelli, 2017).

Faktor dasar yang sangat penting dalam melihat perkembangan perusahaan adalah melalui kinerja keuangan. Kinerja keuangan perusahaan merupakan suatu hasil yang dapat menggambarkan kinerja sebuah perusahaan dalam periode tertentu. Peningkatan kinerja keuangan perusahaan dengan kualitas kinerja yang baik disetiap periodenya membuat perusahaan itu memiliki daya saing tinggi dan sekaligus memiliki kemampuan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Pratiwi dan Sedana, 2017). Suatu perusahaan melakukan berbagai praktek atau pengembangan strategi untuk mencapai tujuan yang mereka rencanakan. Salah satunya adalah dengan melakukan ekspansi dengan strategi akuisisi. Pada dasarnya akuisisi merupakan suatu pengambilalihan aset sebuah perusahaan oleh perusahaan lain dimana perusahaan yang diakuisisi pengendaliannya beralih kepada perusahaan yang mengakuisisi (Aji, 2010).

Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan bukan bank yang didalamnya melakukan kegiatan berupa menyalurkan dana pinjaman kepada masyarakat dengan sistem gadai. Pegadaian berdiri sejak tahun 1746 dan sempat beberapa kali berubah status hukum hingga sampai tahun 2011 berdasarkan PP No.51 Tahun 2011 Pegadaian berubah status menjadi PERSERO. Produk pembiayaan yang ada didalam PT. Pegadaian diantaranya; tabungan emas, pinjaman usaha, pinjaman usaha syariah, pinjaman serbaguna, cicil kendaraan, cicil emas, cicil emas arisan, cicil emasKu, dan gadai sertifikat.

Tabel 1. 1Realisasi dari target RKAP tahun 2020

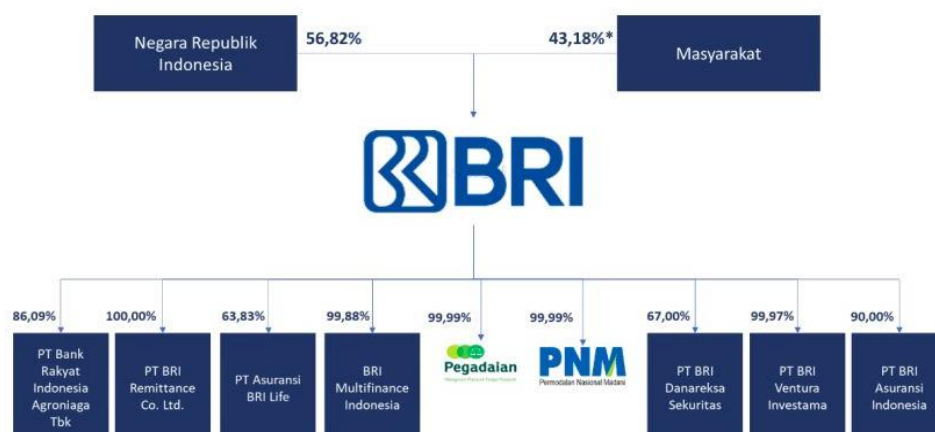
Uraian (dalam juta Rupiah)	Target RKAP 2020	Realisasi 2020	Pencapaian RKAP
Total Nasabah (orang)	15.155.892	16.927.596	111,69%
Total Rekening Pembiayaan	11.957.021	11.626.268	97,23%
Total Rekening Tabungan Emas	6.373.897	7.413.117	116,30%

Uraian (dalam juta Rupiah)	Target RKAP 2020	Realisasi 2020	Pencapaian RKAP
Total Aset (jutaan rupiah)	70.549.453	71.468.958	101,30%
Pinjaman yang Diberikan (jutaan rupiah)	54.157.147	54.696.744	101,00%
Pendapatan Usaha (jutaan rupiah)	19.233.468	21.964.403	114,20%
Beban Usaha (jutaan rupiah)	16.862.145	19.173.144	113,71%
Laba Usaha (jutaan rupiah)	2.371.323	2.791.259	117,71%
Laba Bersih (jutaan rupiah)	1.834.386	2.022.447	110,25%

Sumber: https://www.pegadaian.co.id/uploads/laporan/Laporan_Tahunan_2020.pdf

Namun demikian kinerja bisnis yang tumbuh positif tersebut tidak serta merta berdampak positif pula pada kinerja keuangan. Berdasarkan laporan keuangan PT Pegadaian (Persero) dan Entitas Anak yang dipublikasikan Selasa (10/08/2021) perseroan melaporkan bahwa jumlah Aset per 30 Juni 2021 turun 0,9% dari Rp.68,44 triliun per 30 Juni 2020 menjadi Rp.67,8 triliun per 30 Juni 2021. Sementara Pendapatan naik tipis 2,9% dari 10,13 triliun menjadi 10,43 triliun. Sedangkan laba bersih turun 15% dari Rp.1,53 triliun menjadi Rp.1,3 triliun di semester I tahun ini.

Negara Republik Indonesia melakukan penambahan penyertaan modal ke dalam modal saham Perusahaan Perseroan (Persero) PT Bank Rakyat Indonesia Tbk yang statusnya sebagai Perusahaan Perseroan (Persero) ditetapkan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 1992 tentang “Penyesuaian Bentuk Hukum Bank Rakyat Indonesia Menjadi Perusahaan Perseroan (Persero)”. Penambahan penyertaan modal negara sebagaimana dimaksud pada ayat (21) berasal dari pengalihan seluruh saham Seri B milik Negara Republik Indonesia pada Perusahaan Perseroan (Persero) PT Pegadaian yang statusnya sebagai Perusahaan Perseroan (Persero) ditetapkan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2011 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian Menjadi Perusahaan Perseroan (Persero).



Gambar 1. 1 Kepemilikan Saham Pegadaian di BRI

Penambahan penyertaan modal negara sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 sebanyak 6.249.999 (enam juta dua ratus empat puluh sembilan ribu sembilan ratus

sembilan puluh sembilan) saham Seri B pada Perusahaan Perseroan (Persero) PT Pegadaian.

Pembentukan Holding Ultra Mikro (UMi) yang terdiri dari BRI, Pegadaian dan Permodalan Nasional Madani (PNM) tercipta untuk adanya berbagai terobosan dan inisiatif untuk menyebarkan pemberdayaan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Holding UMi membentuk tim sinergi budaya kerja yang dinamai “BRIGADE MADANI”. Aktivasi program BRIGADE MADANI merupakan bagian dari gerakan sinergi ekosistem ultra mikro yang diluncurkan pada Jumat, 11 Maret 2022 di BRILiaN Stadium, Jakarta. Kegiatan Aktivasi program BRIGADE MADANI dihadiri oleh Direktur Utama BRI Sunarso, Direktur Utama Pegadaian Koeswiyoto dan Direktur Utama PNM Arief Mulyadi.

Sebagai salah satu strategi untuk memastikan keberhasilan Holding UMi dalam mewujudkan penyebaran, pemberdayaan, pertumbuhan dan pemerataan ekonomi di Indonesia diperlukan *culture* atau perilaku kolektif yang efektif untuk mencapai target-target yang ditetapkan. Hal itulah yang mendasari dibentuknya *culture activation* berupa program sinergi budaya “BRIGADE MADANI”.

“BRIGADE MADANI merupakan kepanjangan dari BRI, Gade (Pegadaian) dan Madani (Permodalan Nasional Madani) ditujukan untuk menginternalisasi *Core Values* AKHLAK, mengakselerasi pencapaian target bisnis dan *strategic initiatives*, serta memperkuat ketangguhan UMKM dan mengakselerasi inklusi keuangan dimana ditargetkan sinergi Ultra Mikro akan mampu melayani 55 juta nasabah baru hingga tahun 2024 sehingga dapat menggerakkan ekonomi kerakyatan”, (Sunarso, 13 Maret 2022).

Target di akhir tahun 2022, Holding UMi diharapkan dapat melayani 5 juta nasabah baru di segmen Ultra Mikro, mengimplementasikan 100% pencairan *cashless* di ekosistem PNM dan Pegadaian, terbentuknya 1.000 *Co-location* Senyum (Sentra Layanan Ultra Mikro) dan 500 ribu referral sukses dari Senyum Mobile serta Akuisisi 60 ribu ketua/anggota Kelompok Mekaar menjadi Agen BRILink.

Proses akuisisi PT. Pegadaian oleh bank BRI cukup menarik perhatian masyarakat khususnya sekitar Pekapuran dan wilayah lainnya. Meskipun belum banyak diketahui orang tetapi, sampai saat ini beberapa nasabah memilih untuk melakukan transaksi di Pegadaian yang ada di bank BRI. Tetapi, tidak ada peningkatan nasabah secara signifikan. Hal ini, dikarenakan kurangnya efektifitas sosialisasi dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian di unit-unit BRI. Berdasarkan kondisi tersebut, penulis menyajikan hasil evaluasi bulanan untuk menunjang penelitian. Data didapatkan dari 4 pegawai diantaranya 3 *Relationship Officier* dan 1 Magenta Senyum. Hasil data sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Data Evaluasi Bulanan Pegawai

Nama	Divisi Pekerjaan	Faktor-faktor yang membuat tidak adanya peningkatan nasabah secara signifikan di Pegadaian <i>Co-Location</i> Unit BRI
Icha Anggieta	Magenta	Kurangnya tenaga pemasaran di <i>co-location</i> setiap unit senyum di Bank BRI dan kurangnya tiang atau pamflèt di depan <i>co-location</i> .
Sylvia Rahmi	<i>Relationship Officier</i>	Masih kurangnya sosialisasi serta tidak meratanya informasi yang diberikan kepada masyarakat sekitar <i>co-location</i> Bank BRI.
Ghefira Citra Lestari	<i>Relationship Officier</i>	Kurangnya karyawan marketing di <i>co-location</i> , logo Pegadaian yang kurang besar sehingga nasabah dan masyarakat sekitar kurang <i>notice</i> adanya Pegadaian di dalam BRI, kurangnya promosi ke masyarakat sekitar bahwa di dalam unit senyum BRI sudah ada pelayanan untuk transaksi Pegadaian.
Rizky Cahya Oktaviani	<i>Relationship Officier</i>	Kurangnya strategi <i>marketing</i> yang dilakukan oleh Pegadaian <i>co-location</i> Unit BRI unit Pekapuran sehingga masih banyak masyarakat sekitar pekapuran belum mengetahui bahwa pelayanan transaksi Pegadaian sudah berada didalam Kantor BRI Pekapuran.

Sumber: Data dikelola oleh peneliti 2023

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa data evaluasi para pegawai mengenai faktor-faktor yang membuat tidak adanya peningkatan nasabah secara signifikan di Pegadaian *Co-location* Unit BRI dikarenakan kurang efektifnya sosialisasi dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian.

Proses akuisisi tentunya akan sangat memberikan dampak terhadap perilaku nasabah. Hal ini setidaknya berdampak pada tingkat keyakinan dan kepercayaan nasabah terhadap munculnya hasil akuisisi tersebut. Para nasabah masing-masing yang melakukan akuisisi tersebut akan mulai menilai apakah dengan penyatuan bank tersebut akan meningkatkan kualitas jasa atau sebaliknya. Karena dari sisi kepercayaan nasabah, bank yang melakukan akuisisi akan berusaha untuk membangun kepercayaan para nasabah dari masing-masing perusahaan yang menyatu tersebut. Harapan terhadap kualitas jasa yang semakin baik tentunya menjadi tuntutan nasabah dengan adanya proses akuisisi.

Akuisisi adalah pembelian sebagian atau seluruh kepemilikan perusahaan lain biasanya perusahaan yang mengalami kesulitan-kesulitan baik dibidang manajemen

maupun keuangan. Oleh karena itu, setelah kegiatan akuisisi terselenggara ada satu perusahaan yang akan memegang kendali atas aset netto dan operasional perusahaan. Pada merger terjadi penggabungan dua atau lebih perusahaan dengan cara pengalihan aktiva dan kewajiban satu perusahaan ke perusahaan yang lain sehingga satu perusahaan tetap bertahan dengan namanya sementara perusahaan yang lain berhenti sebagai entitas legal. Setelah akuisisi diharapkan keadaan jumlah nilai dari perusahaan yang bergabung lebih besar daripada nilai-nilai perusahaan sebelum digabung. Penggabungan usaha baik merger atau akuisisi dilakukan oleh perusahaan dengan maksud dan tujuan untuk memperoleh sinergi, efisiensi, diversifikasi, penghematan pajak, tujuan pengendalian atau untuk maksud yang lain seperti memperluas segmen pasarnya bahkan juga monopoli (Barnes 2002).

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mengeluarkan Kebijakan baru sebagai salah satu langkah untuk melakukan pemulihan, penyehatan serta penguatan industri bidang keuangan. Salah satu yang terkena dampak dari penerapan kebijakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) adalah PT. Pegadaian. Efektifnya akuisisi antara Bank Republik Indonesia (BRI) dan PT. Pegadaian perlu diidentifikasi sebagai evaluasi strategi layanan lembaga keuangan di masa yang akan datang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat kurangnya rasa kepercayaan untuk melakukan transaksi di PT Pegadaian. Kemudian untuk mendukung penelitian dan memberikan alasan yang lebih kuat, maka peneliti melakukan pra survei untuk mengetahui rasa kepercayaan nasabah untuk melakukan transaksi di PT Pegadaian. Peneliti melakukan pra survei dengan 20 responden melalui google form. Karena teori menurut Nahartyo bahwa setiap sel item pertanyaan diperlukan minimal 10 sampel. Pra survei dalam penelitian ini memuat 1 sel pertanyaan, maka syarat minimal sampel penelitian pra survey yaitu 10 responden, namun peneliti mengambil 20 responden untuk dijadikan responden pra survei.

Gambar 1. 2 Data Pra survei rasa kepercayaan nasabah untuk melakukan transaksi di PT Pegadaian



Sumber: Data dikelola oleh peneliti 2023

Berdasarkan hasil pra survei pada Gambar 1.2 yang dilakukan pada bulan April 2023 dengan menggunakan google form pada 20 responden, diperoleh hasil yaitu 11 responden (55%) menjawab ragu-ragu memiliki rasa kepercayaan untuk melakukan transaksi, 7 responden (35%) menjawab ya memiliki rasa kepercayaan untuk melakukan transaksi dan 2 responden (10%) menjawab tidak memiliki rasa kepercayaan untuk melakukan transaksi di PT Pegadaian. Berdasarkan hasil dari pra survey tersebut nasabah PT Pegadaian Cabang Cimanggis dapat mendukung penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT Pegadaian masih ragu-ragu untuk melakukan transaksi di PT Pegadaian karena kurangnya rasa kepercayaan dengan nilai pra survei 55% serta tidak adanya rasa kepercayaan sama sekali untuk melakukan transaksi di PT Pegadaian dengan nilai pra survei 10%.

Kepercayaan dianggap sebagai cara yang sangat mempengaruhi dalam membangun hubungan dengan nasabah dalam jangka waktu yang panjang. Kepercayaan, dalam pemasaran industri, dikonseptualisasikan sebagai *feature of relationship quality* (Dwyer, Schurr, dan Oh, 1987), dan sebagai *determinant of relationship quality* (Anderson dan Weitz, 1990). Kepercayaan memiliki dua dimensi, yaitu kredibilitas dan *benevolence*. Kredibilitas didasarkan pada keyakinan akan keahlian *partner* untuk melakukan tugasnya secara efektif dan dapat diandalkan. *Benevolence* adalah suatu keyakinan bahwa maksud dan motivasi *partner* akan memberikan keuntungan bersama (Doney dan Canon, 1997). Hal ini menjelaskan bahwa penciptaan awal hubungan dengan *partner* didasarkan pada *trust* (kepercayaan). Kepercayaan timbul dari suatu proses yang membutuhkan waktu relatif lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai satu sama lain. Kurangnya rasa kepercayaan di dalam diri nasabah dalam memutuskan pemilihan produk Pegadaian mengakibatkan adanya penurunan angka transaksi oleh nasabah.

Sebelum adanya proses akuisisi banyak asumsi di kalangan masyarakat bahwa melakukan transaksi di Pegadaian tidak aman. Faktor yang mendasari hal tersebut adalah kurangnya informasi dan pengetahuan sehingga membuat keputusan yang diambil nasabah tidak diambil dengan baik. Keputusan nasabah menjadi hal terpenting untuk menentukan jalannya kerjasama dengan Pegadaian. Semakin tinggi rasa kepercayaan yang diberikan kepada nasabah, maka semakin tinggi juga transaksi yang dilakukan. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah kepercayaan nasabah Pegadaian meningkat setelah terjadinya akuisisi oleh PT Bank Rakyat Indonesia (BRI).

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas permasalahan yang timbul adalah sebagai berikut:

1. Adanya perubahan kebijakan dikarenakan proses akuisisi PT. Pegadaian oleh PT. Bank Rakyat Indonesia.
2. Kurangnya rasa kepercayaan nasabah terhadap PT. Pegadaian
3. Kurang efektifnya sosialisasi dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian di UPC BRI Unit Pekapuran.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *customer trust* nasabah Pegadaian sebelum Akuisisi oleh PT. Bank Rakyat Indonesia?
2. Bagaimana *customer trust* nasabah Pegadaian setelah Akuisisi oleh PT. Bank Rakyat Indonesia ?
3. Bagaimana dampak akuisisi terhadap *customer trust* nasabah Pegadaian setelah Akuisisi oleh PT. Bank Rakyat Indonesia ?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini menganalisis dampak akuisisi PT. PEGADAIAN oleh PT. BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) terhadap *customer trust* di BRI Unit Pekapuran sehingga dapat meningkatkan transaksi nasabah di Pegadaian *co-location* UPC BRI Unit Pekapuran.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis *customer trust* nasabah Pegadaian sebelum Akuisisi oleh PT. Bank Rakyat Indonesia
2. Untuk menganalisis *customer trust* nasabah Pegadaian setelah Akuisisi oleh PT. Bank Rakyat Indonesia
3. Untuk menganalisis dampak akuisisi terhadap *customer trust* nasabah Pegadaian setelah Akuisisi oleh PT. Bank Rakyat Indonesia

1.4. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi penambah pengetahuan serta wawasan bagi penulis lewat proses yang dilakukan selama kegiatan penelitian dan selama proses ini penulis dapat menerapkan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari.

2. Bagi Universitas Pakuan

Penelitian ini dapat menambah koleksi kepustakaan dan bagi mahasiswa/i Universitas Pakuan dapat dihunakan sebagai referensi dalam kegiatan pembelajaran.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan lindung nilai dalam melakukan kegiatan perdagangan internasional.

1.4.2. Kegunaan Akademis

Secara akademis diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat, diantaranya:

1. Bagi pengembang ilmu pengetahuan, dapat memberikan suatu karya peneliti baru yang dapat mendukung dalam pengembangan sistem informasi.
2. Bagi peneliti dapat menambah wawasan dengan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh secara teori di lapangan.
3. Bagi peneliti lain dapat dijadikan sebagai acuan terhadap pengembangan ataupun pembuatan dalam penelitian yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran

2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Assauri (2018), manajemen pemasaran merupakan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2017), manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik.

Manajemen pemasaran memberikan penemuan yang optimal dengan tingkat kombinasi penawaran dan permintaan, yaitu kecepatan yang akan menggabungkan tingkat kemunculan ide yang paling disukai, implementasinya dalam produksi, konsumsi, distribusi, dan promosi produk dengan biaya minimum (Musthai, 2019).

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan yang direncanakan dan dijalankan oleh perusahaan. Perencanaan membutuhkan strategi dan keahlian yang tepat untuk menentukan rencana tersebut. Peran manajemen pemasaran dalam sebuah perusahaan sangatlah penting, ini termasuk menyiapkan produk yang lebih inovatif, dengan memilih pangsa pasar yang diharapkan perusahaan, dan mempromosikan produk baru kepada pembeli yang potensial.

Berdasarkan pernyataan yang telah dijelaskan oleh beberapa para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan ilmu yang diterapkan pada suatu kegiatan diperusahaan maupun organisasi untuk menunjang bisnis agar tetap hidup melalui proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program penciptaan konsep pemasaran.

2.1.2 Fungsi Manajemen Pemasaran

a. Fungsi Manajemen Pemasaran

Fungsi manajemen pemasaran menurut Panjaitan (2018) :

1. Perencanaan pemasaran

Perencanaan segala sesuatu sebelum melakukan kegiatan pemasaran yang meliputi tujuan, strategi, kebijaksanaan, dan taktik yang akan dijalankan.

2. Implementasi pemasaran

Implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sasaran. Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari secara efektif dalam pelaksanaan rencana pemasaran. Kegiatan ini dibutuhkan tindakan yang menarik semua orang atau semua aktivitas serta

struktur organisasi formal yang dapat memainkan peranan penting dalam mengimplementasikan strategi pemasaran.

3. Pengendalian/evaluasi kegiatan pemasaran

Usaha memberikan petunjuk pada para pelaksana agar mereka selalu bertindak sesuai dengan rencana. Menurut Panjaitan (2018), tujuan manajemen perusahaan adalah menemukan, menarik, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan sasaran dengan menciptakan, memberikan, dan mengomunikasikan keunggulan produk atau jasa kepada konsumen.

2.2 Akuisisi

2.2.1 Pengertian Akuisisi

Akuisisi merupakan pengambilalihan suatu perusahaan oleh perusahaan lain dengan tetap mempertahankan identitas dari perusahaan yang diambil alih. Kata *acquisition* berasal dari *acquire* yang berarti mendapatkan sesuatu atau keuntungan atas usaha sendiri. Jadi akuisisi adalah setiap perbuatan hukum untuk mengambil alih seluruh atau sebagian besar saham atau aset dari perusahaan lain.

Menurut PSAK No.22 akuisisi adalah suatu penggabungan usaha dimana salah satu perusahaan yaitu pengakuisisi sehingga akan mengakibatkan berpindahnya kendali atas perusahaan yang diambil alih tersebut. Menurut PSAK No. 2 paragraf 08 tahun 1999, akuisisi (*acquisition*) adalah suatu penggabungan usaha di mana salah satu perusahaan yaitu pengakuisisi (*acquirer*) memperoleh kendali atas aktiva neto dan operasi perusahaan yang diakuisisi (*acquiree*), dengan memberikan aktiva tertentu, mengakui suatu kewajiban, atau mengeluarkan saham.

Menurut Josua Tarigan dan Grace Natalia, SE (2016) akuisisi sering dianggap sebagai investasi pada anak perusahaan, yaitu suatu penguasaan mayoritas saham perusahaan lain, sehingga tercipta hubungan induk-anak perusahaan. Perusahaan yang sahamnya dimiliki oleh perusahaan lain akan tetap utuh sebagai satu kesatuan usaha dan sebagai badan usaha yang berdiri sendiri. Jadi, kedua atau lebih perusahaan tersebut tetap berdiri sebagai suatu badan usaha.

Menurut Ali Riza Fahlevi (2011) dalam pelaksanaan strategi akuisisi, perusahaan mengharapkan *reward* atau pengembalian yang dapat diterima perusahaan atas pelaksanaan strategi tersebut. *Reward* yang diharapkan perusahaan atas pelaksanaan strategi tersebut dapat berupa meningkatnya laba perusahaan, meningkatnya harga saham perusahaan, semakin banyaknya investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan, serta semakin dikenalnya perusahaan oleh masyarakat.

2.2.2 Klasifikasi Akuisisi

Menurut Haryani, dkk, 2011, dalam perkembangannya akuisisi itu dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan objek yang diambil alih, akuisisi dibagi menjadi empat, yaitu:
 1. Akuisisi Terhadap Saham Perusahaan
 2. Akuisisi Aset atau Aktiva Perusahaan
 3. Akuisisi Kombinasi (Saham dan Aset)
 4. Akuisisi Secara Bertahap
- b. Berdasarkan motivasi dilakukannya akuisisi atau motif keuntungan yang ingin diraih, akuisisi dibagi menjadi dua, yaitu:
 1. Akuisisi Finansial
 2. Akuisisi Strategis
- c. Berdasarkan aspek pemasarannya akuisisi dibagi menjadi tiga, yaitu:
 1. Akuisisi Horizontal
 2. Akuisisi Vertikal
 3. Akuisisi Konglomerat
- d. Berdasarkan segi lokalisasi antara perusahaan pengakuisisi dan perusahaan target maka akuisisi dibagi menjadi dua, yaitu:
 1. Akuisisi Eksternal
 2. Akuisisi Internal

2.2.3 Motif Akuisisi

Pada prinsipnya terdapat dua motif yang mendorong sebuah perusahaan melakukan akuisisi yaitu motif ekonomi dan motif non ekonomi. Motif perusahaan melakukan akuisisi menurut Hariyani, dkk (2011) ada 4 yaitu:

1. Motif Ekonomi
2. Motif Sinergi
3. Motif Diversifikasi
4. Motif Non-ekonomi

2.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan dan Kegagalan Akuisisi

Keberhasilan atau kegagalan suatu akuisisi sangat bergantung pada ketepatan analisis dan penelitian yang menyeluruh terhadap faktor-faktor penyalaras antara organisasi yang akan bergabung. Faktor-faktor yang dianggap member kontribusi terhadap keberhasilan akuisisi yaitu Hariyani, dkk (2011):

1. Melakukan audit sebelum akuisisi.
2. Perusahaan target dalam keadaan baik.
3. Memiliki pengalaman akuisisi sebelumnya.
4. Perusahaan target relatif kecil.
5. Melakukan akuisisi yang bersahabat.

Sedangkan faktor-faktor yang yang memicu kegagalan akuisisi yaitu Hariyani, dkk (2011):

1. Perusahaan target memiliki kesesuaian strategi yang rendah dengan perusahaan pengambilalih.

2. Hanya mengandalkan analisis strategik yang baik tidaklah cukup untuk mencapai keberhasilan akuisisi.
3. Tidak adanya kejelasan mengenai nilai yang tercipta dari setiap program akuisisi.
4. Pendekatan-pendekatan integrasi yang tidak disesuaikan dengan perusahaan target yaitu absorpsi, preservasi atau simbiosis.
5. Rencana integrasi yang tidak disesuaikan dengan kondisi lapangan.
6. Tim negosiasi yang berbeda dengan tim implementasi yang akan menyulitkan proses integrasi.
7. Ketidakpastian, ketakutan dan kegelisahan diantara staf perusahaan yang tidak ditangani.
8. Pihak pengambilalih tidak mengkomunikasikan perencanaan dan pengharapan mereka terhadap karyawan perusahaan target sehingga terjadi kegelisahan diantara karyawan.

2.2.5 Kelebihan dan Kekurangan Akuisisi

Secara spesifik, kelebihan dan kekurangan akuisisi antara lain adalah (Hariyani, dkk, 2011) :

a. Kelebihan dari akuisisi adalah sebagai berikut:

1. Akuisisi Saham tidak memerlukan rapat pemegang saham dan suara pemegang saham.
2. Dalam Akuisisi Saham, perusahaan yang membeli dapat berurusan langsung dengan pemegang saham perusahaan yang dibeli dengan melakukan tender penawaran (*tender offer*) sehingga tidak diperlukan persetujuan manajemen perusahaan.
3. Karena tidak memerlukan persetujuan manajemen dan komisaris perusahaan, akuisisi saham dapat digunakan untuk pengambilalihan perusahaan yang tidak bersahabat (*hostile takeover*).
4. Akuisisi aset memerlukan suara pemegang saham tetapi tidak memerlukan mayoritas suara pemegang saham.

b. Kekurangan dari akuisisi saham dan akuisisi aset sebagai berikut :

1. Jika cukup banyak pemegang saham minoritas yang tidak menyetujui pengambilalihan tersebut, maka akuisisi akan batal.
2. Apabila perusahaan mengambil alih seluruh saham yang dibeli maka terjadi merger.
3. Pada dasarnya pembelian setiap aset dalam akuisisi aset harus secara hukum dibalik nama sehingga menimbulkan biaya legal yang tinggi.

2.2.6 Teknik Melakukan Akuisisi

Sebelum perusahaan menetapkan pilihan untuk melakukan merger maupun akuisisi, maka perlu diperhatikan teknik pengambilan dasar yang digunakan

perusahaan untuk mengambil alih perusahaan lain. Berdasarkan cara pelaksanaannya, akuisisi dapat dibagi menjadi dua klasifikasi (Kamaludin dkk, 2015) yaitu:

- 1) Akuisisi Saham
- 2) Akuisisi saham yaitu transaksi jual beli perusahaan. Perusahaan yang memiliki kepemilikan saham yang besar akan menjadi pemilik perusahaan tersebut.
- 3) Akuisisi aset
- 4) Akuisisi aset yaitu perusahaan mengambil alih sebagian atau seluruh aktiva pada perusahaan target.

2.2.7 Proses Akuisisi

Menurut Moin (2007) proses akuisisi dibagi atas tiga bagian yaitu:

- 1) Perencanaan yaitu dengan mengumpulkan informasi terhadap perusahaan target dan melakukan *screening* menyaring dan kemudian memilih target yang akan diakuisisi.
- 2) Proses dengan melakukan *due diligence* (investigasi perusahaan target), negosiasi, serta *closing* (persetujuan telah terjadinya pengambilan alih perusahaan target).
- 3) 3) Pasca akuisisi yang artinya dimulainya “kehidupan yang baru” setelah merger dan akuisisi.

2.3 Customer Trust

2.3.1 Pengertian *Customer Trust*

Kepercayaan merupakan kemauan konsumen dalam mengonsumsi jasa yang ditawarkan perusahaan yang didasarkan pada sikap yakin dan percaya jika perusahaan mempunyai kehandalan dalam pemenuhan janji yang disampaikan pada konsumen sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan (Wardani dalam Mu'idatul: 2018).

Menurut Flavian dan Giunaliu dalam Mulyati (2017) kepercayaan terbentuk dari tiga hal, yaitu :

1. Kejujuran (*honesty*)
2. Kebaikan (*benevolence*)
3. Kompetensi (*competence*)

Rotter (Rawlins, 2017) menyatakan bahwa kepercayaan sebagai sebuah harapan yang dipegang oleh seorang individu atau sebuah kelompok ketika perkataan, pernyataan lisan atau tulisan dari seorang individu atau kelompok lainnya

dapat diwujudkan. Pengukuran kepercayaan yaitu kinerja lembaga secara keseluruhan memenuhi harapan, pelayanan yang diberikan lembaga atau perusahaan secara konsisten terjaga kualitasnya, kepercayaan bahwa lembaga tersebut akan bertahan lama.

Menurut Rousseau et. al., kepercayaan adalah keinginan untuk menerima kekurangan dengan pemikiran yang positif terhadap perilaku ataupun ketertarikan pada orang lain atau produk. Mowen dan Minor menyatakan bahwa kepercayaan adalah suatu pengetahuan yang dimiliki seseorang dan semua kesimpulan yang dibuat tentang suatu objek, atribut dan manfaatnya.

Pemahaman yang lengkap tentang keputusan konsumen tidak dapat diperoleh tanpa penjelasan mengenai kepercayaan terhadap merek (*trust in a brand*) dan bagaimana hubungannya dengan keputusan pemilihan keputusan akhir seorang nasabah. Hal yang menjadi sumber keputusan seseorang untuk melakukan pembelian adalah adanya kepercayaan antara *sales* dan *supplier*.

2.3.2 Jenis - Jenis *Customer Trust*

Kepercayaan pelanggan dibangun atas sejumlah aspek yang berkenaan dengan jenis kepercayaan pelanggan. Mowen dan Minor menyatakan tiga jenis kepercayaan, yaitu:

1. Kepercayaan atribut objek

Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki atribut khusus yang disebut kepercayaan atribut objek. Kepercayaan atribut objek menghubungkan sebuah atribut objek, seperti seseorang, barang atau jasa. Melalui kepercayaan atribut objek, pelanggan menyatakan apa yang diketahui tentang sesuatu dalam hal variasi atributnya.

2. Kepercayaan manfaat produk

Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dan memenuhi kebutuhannya dengan kata lain memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal. Hubungan antara atribut dan manfaat ini menggambarkan jenis kepercayaan kedua. Kepercayaan atribut manfaat merupakan persepsi pelanggan tentang seberapa jauh sebuah atribut tertentu menghasilkan, atau memberikan manfaat tertentu.

3. Kepercayaan manfaat objek

Jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan manfaat objek merupakan persepsi pelanggan tentang seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu yang akan memberikan manfaat tertentu.

2.3.3 Indikator *Customer Trust*

Menurut Kotler & Amstrong, kepercayaan seorang pelanggan dapat terbentuk jika terciptanya sebuah kepuasan setelah mengonsumsi atau menggunakan produk

maupun jasa, kemudian akan menimbulkan kepercayaan pelanggan dengan perusahaan. Menurut Ramadania yang dikutip oleh Rezah Pahlevi (2014) terdapat beberapa indikator kepercayaan, sebagai berikut:

- a. Reputasi yang dimiliki produk.
- b. Keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan produk.
- c. Manfaat yang ada di produk.

Customer trust sesuai dengan penelitian oleh Mayer et al (1995) menyebutkan bahwa trust terdiri dari 3 unsur utama:

1. *Ability*
2. *Benevolenced*
3. *Integrity*

McKnight et al., (2002) menyatakan bahwa ada dua dimensi kepercayaan konsumen, yaitu:

1. *Trusting Belief Trusting*

Belief adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi. *Trusting belief* adalah persepsi pihak yang percaya (konsumen) terhadap pihak yang dipercaya yang mana perusahaan memiliki karakteristik yang akan menguntungkan konsumen.

Ada tiga elemen yang membangun *trusting belief*, antara lain:

(a) *Benevolence* (niat baik), berarti seberapa besar seseorang percaya kepada perusahaan untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan perusahaan untuk melayani kepentingan konsumen.

(b) *Integrity* (integritas), adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran perusahaan untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

(c) *Competence* (kompetensi), adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan perusahaan untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2. *Trusting Intention Trusting*

Intention adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung pada orang lain dalam suatu situasi. Ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain. *Trusting intention* didasarkan pada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain. Ada dua elemen yang membangun *trusting intention* yaitu:

a. *Willingness to depend*; adalah kesediaan konsumen untuk bergantung kepada perusahaan berupa penerimaan resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.

b. *Subjective probability of depending*; adalah kesediaan konsumen secara subyektif berupa pemberian informasi pribadi kepada perusahaan, melakukan transaksi, serta bersedia untuk mengikuti saran atau permintaan dari perusahaan.

2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Customer Trust*

Ada beberapa faktor yang memberi pengaruh terhadap customer trust antara lain:

1. *Customer experience* (Chinomona, 2013; Nasution et al, 2014)
2. *Customer satisfaction* (Suki, 2011; Shpetim, 2012)
3. *Perceived service quality* (Amin et al, 2012)
4. *Relationship satisfaction level* (Caceres dan Paparoidamis, 2007).

2.4 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.4.1 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya

NO	Nama Peneliti, Tahun & Judul Peneliti	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Nurul Laily Abdullah Putri dan Wahyu Dwi Warsitasari (2022) PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) PASCA MERGER	Kepercayaan	1. <i>Ability</i> 2. <i>Benevolence</i> 3. <i>Integrity</i>	Metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca adanya merger.
2.	Zahriatul Aini (2018) Pengaruh <i>Service Quality</i> Dan <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Serta Dampaknya Pada <i>Customer Loyalty</i> Perbankan Syariah	<i>Customer Trust</i>	<i>Customer trust</i> sesuai dengan penelitian oleh Mayer et al (1995) menyebutkan bahwa trust terdiri dari 3 unsur utama: 1. <i>Ability</i> 2. <i>Benevolenced</i> 3. <i>Integrity</i> .	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>service quality</i> , <i>customer trust</i> , <i>customer satisfaction</i> dan <i>customer loyalty</i> pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh sudah relatif baik, <i>service quality</i> mempunyai pengaruh terhadap <i>customer satisfaction</i> , <i>customer trust</i>

NO	Nama Peneliti, Tahun & Judul Peneliti	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					berpengaruh terhadap <i>customer satisfaction</i> , <i>service equality</i> berpengaruh terhadap <i>customer loyalty</i> , <i>customer trust</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>customer loyalty</i> dan terdapat pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i> serta terdapat pengaruh <i>direct</i> dan <i>indirect service</i>
3.	Eka Prasetya Wardaya (2017) Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Trust</i> pada Pelanggan Bengkel Auto 2000 di Surabaya	<i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Trust</i>	1. <i>Customer experience</i> (Chinomona, 2013; Nasution et al, 2014) 2. <i>Customer satisfaction</i> (Suki, 2011; Shpetim, 2012) 3. <i>Perceived service quality</i> (Amin et al, 2012) 4. <i>Relationship satisfaction level</i> (Caceres dan Paparoidamis, 2007)	Metode Kuantitatif	Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa <i>customer experience</i> berpengaruh terhadap <i>customer satisfaction</i> , <i>customer trust</i> , dan <i>customer loyalty</i> . <i>Customer satisfaction</i> berpengaruh terhadap <i>customer trust</i> dan <i>customer loyalty</i> . <i>Customer trust</i> berpengaruh terhadap <i>customer loyalty</i> .
4.	Indirasari Cynthia Setyoparwati (2019) Pengaruh <i>Ability</i> , <i>Benevolence</i> , dan <i>Integrity</i> terhadap Partisipasi <i>E-Commerce</i> (Studi Kasus Konsumen <i>E-Commerce</i> di Indonesia)	Variabel X: 1. <i>Ability</i> 2. <i>Benevolence</i> 3. <i>Integrity</i> Variabel Y: 1. <i>Trust</i> 2. <i>Participation</i>	1. Kompetensi 2. Pengalaman 3. Pengetahuan luas 4. Pengesahan Institusional 1. Perhatian 2. Kemauan berbagi 3. Dapat diharapkan 1. Pemenuhan 2. Keterusterangan 3. Kehandalan 1. Kenyamanan 2. Kepuasan 3. Tanggung jawab 1. Keberlanjutan 2. Frekuensi 3. Rekomendasi	Penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data <i>Struktural Equation Modeling (SEM)</i>	Hasil dari penelitian ini adalah variabel <i>ability</i> tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap partisipasi <i>E-Commerce</i> di konsumen Indonesia. Hal ini berarti faktor <i>ability</i> tidak menjadi penentu untuk partisipasi <i>E-Commerce</i> di Indonesia. Tetapi, ada dua variabel lain yang dapat menjadi penentu untuk partisipasi <i>E-Commerce</i> yaitu <i>benevolence</i> dan <i>integrity</i> . Variabel <i>benevolence</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap partisipasi <i>E-Commerce</i> konsumen di Indonesia, hal ini merupakan suatu faktor menentukan partisipasi konsumen dan menjadi informasi penting untuk supplier agar menjadi tolak ukur yang penting untuk meningkatkan partisipasi

NO	Nama Peneliti, Tahun & Judul Peneliti	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
					konsumen dalam dunia <i>E-Commerce</i> . Variabel <i>integrity</i> juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap partisipasi <i>E-Commerce</i> . Faktor <i>integrity</i> yang diukur melalui pemenuhan, kejujuran, dan kehandalan merupakan suatu faktor yang menentukan partisipasi pada konsumen <i>E-Commerce</i> di Indonesia. Selain itu, menjadi faktor penting yang dapat dipertimbangkan agar dapat meningkatkan partisipasi konsumen <i>E-Commerce</i> di Indonesia.
5.	Eka Apriliyah Tarwiyanti (2018) PENGARUH KEPERCAYAAN (<i>TRUST</i>) PADA TOKO <i>ONLINE</i> (<i>ONLINESHOP</i>) TERHADAP INTENSI MEMBELI PRODUK	<i>Trust</i>	1. <i>Ability</i> 2. <i>Benevolence</i> 3. <i>Integrity</i>	Metode Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas belanja <i>online</i> dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu adanya kepercayaan (<i>trust</i>) terhadap <i>e-commerce</i> , adanya kemudahan dalam berbelanja <i>online</i> , kualitas informasi produk, kualitas toko, serta jaminan keamanan dalam bertransaksi.

2.4.2 Kerangka Pemikiran

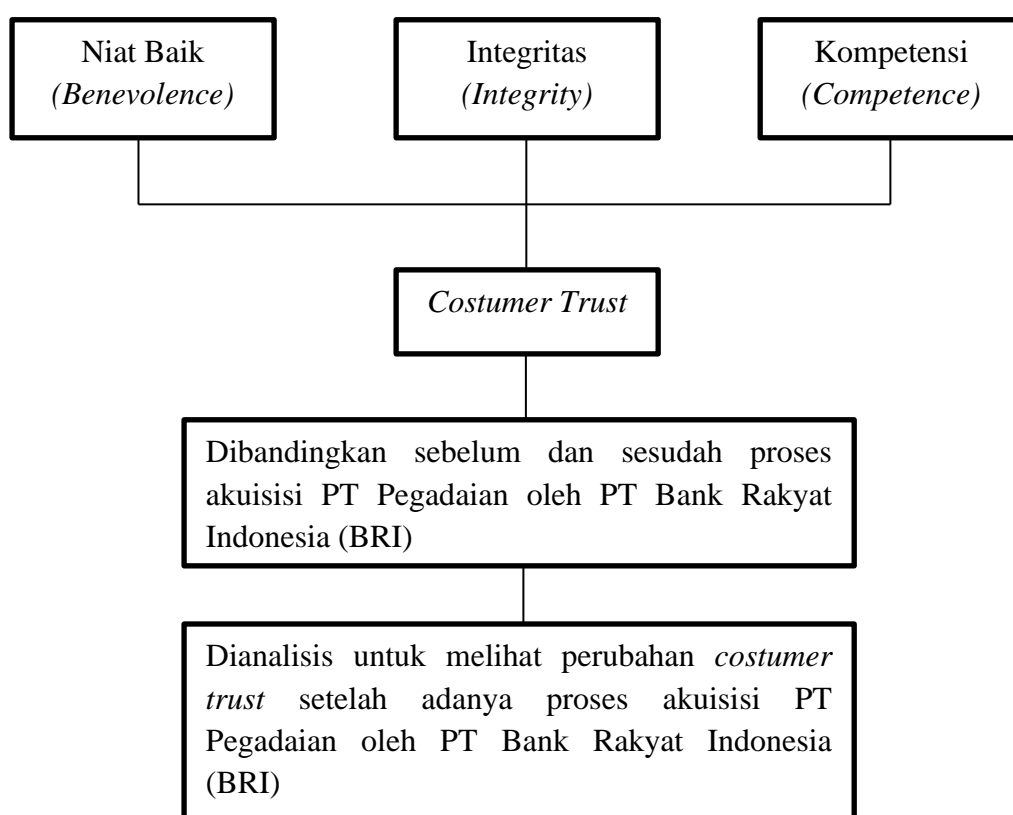
Persaingan yang terus melaju dengan cepat antara lembaga keuangan di Indonesia membuat pemerintah menggabungkan perusahaan BUMN dalam *holding* BUMN Ultra Mikro (UMi). Pembentukan *holding* ini dinilai memperkuat masing-masing usaha di lini bisnisnya. Pembentukan *holding* ini dilakukan dengan cara akuisisi saham PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia (BRI).

Dengan masuknya Pegadaian ke dalam ekosistem ultra mikro akan membuat bisnis perusahaan menjadi lebih sustain dan tetap bergerak di *core bussiness*. Pegadaian bisa menjadi fokus untuk menangani layanan pinjaman secara gadai kemudian dengan begitu kapasitasnya bisa diperbesar di *core* kompetensinya di gadai.

Hal ini berdampak terhadap *costumer trust* dikarenakan adanya kegiatan akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia (BRI). Setelah akuisisi

nasabah berpotensi untuk naik kelas ke sistem pembiayaan yang lebih kompleks. Pembentukan *holding* ini akan membawa setidaknya tiga manfaat utama yaitu peningkatan valusi dan efisiensi bisnis, penurunan *cost of funds*, peningkatan kepercayaan nasabah sehingga menarik banyak nasabah baru untuk melakukan transaksi. Akuisisi pada PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) meningkatkan kepercayaan para nasabah untuk melakukan pembelian produk Pegadaian karena adanya keamanan dan terjaminnya proses transaksi setelah proses akuisisi dilakukan.

Berdasarkan pada kerangka pemikiran di atas dapat digambarkan pada kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model penelitian deskriptif dengan metode komparatif dimana penelitian ini bertujuan untuk membandingkan fenomena-fenomena tertentu sehingga dapat memahami persamaan maupun perbedaan antara satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda serta menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung di lapangan atau pada responden. Selain itu, dalam penelitian ini juga digunakan penelitian pustaka (*library research*) sebagai pendukung kesempurnaan data untuk dilakukan pengolahan. Dikarenakan penelitian ini akhirnya akan dilakukan analisis lebih lanjut, maka proses penelitian mengangkat data dan permasalahan yang ada di lapangan (lokasi penelitian) yang berkenaan dengan *customer trust* terhadap keputusan pengambilan produk pembiayaan di Pegadaian.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian dalam tulisan ini: *Customer Trust*

Unit analisis dalam penelitian ini penulis menggunakan unit analisis individu atau orang dalam suatu kelompok atau organisasi yaitu sumber data yang diperoleh dari setiap individu. Dimana individu disini merupakan nasabah yang melakukan transaksi terhadap produk Pegadaian di UPC BRI Unit Pekapuran.

Lokasi dalam penelitian ini berlokasi di kantor UPC BRI Unit Pekapuran Depok.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan penulis dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berbentuk informasi dari observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner, dimana peneliti akan mengumpulkan informan untuk merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik itu pertanyaan tertulis maupun lisan. Sumber data adalah subjek utama dalam proses penelitian masalah di atas. Adapun sumber data dari penelitian ini yaitu. Pertama sumber data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari nasabah yang melakukan transaksi produk Pegadaian di UPC BRI Unit Pekapuran. Kemudian sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku-buku, literatur, artikel yang memiliki relevansi

terhadap objek penelitian ini. Data sekunder ini digunakan untuk mendapatkan landasan teori penelitian dan memperkuat data primer yang telah diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kuesioner dilapangan.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Costumer Trust</i>	1. <i>Benevolence</i> (Niat baik)	<ul style="list-style-type: none"> a. Pelayanan yang diberikan Pegadaian setelah akuisisi lebih baik dibanding sebelum akuisisi. b. Pegadaian setelah akuisisi memberikan kemudahan akses transaksi lebih baik dibanding sebelum akuisisi. c. Keinginan serta kebutuhan para nasabah lebih terpenuhi setelah akuisisi dibanding sebelum akuisisi. d. Kritik dan saran dari nasabah setelah akuisisi selalu dijadikan bahan evaluasi dibanding sebelum akuisisi. e. Pegadaian setelah akuisisi merespon dengan cepat keluhan para nasabah dibanding sebelum akuisisi. 	Skala Ordinal
	2. <i>Integrity</i> (Integritas)	<ul style="list-style-type: none"> a. Pegadaian setelah akuisisi menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah lebih baik dibanding sebelum akuisisi. b. Pegadaian setelah akuisisi menjaga reputasi untuk nasabah jauh lebih baik dibanding sebelum akuisisi. c. Pegadaian setelah akuisisi handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah dibanding sebelum akuisisi. d. Pegadaian setelah akuisisi mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah dibanding sebelum akuisisi. e. Pegadaian setelah akuisisi melakukan transaksi secara <i>transparat</i> dibanding sebelum akuisisi. 	Skala Ordinal
	3. <i>Competence</i> (Kompetensi)	<ul style="list-style-type: none"> a. Para pegawai Pegadaian setelah akuisisi memiliki pengetahuan lebih luas dan dalam mengenai produk Pegadaian dibanding sebelum akuisisi. b. Pegadaian setelah akuisisi selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah dibandingkan sebelum akuisisi. c. Para pegawai Pegadaian setelah akuisisi memiliki sikap dan perilaku yang profesional 	Skala Ordinal

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
		<p>dalam melayani nasabah dibanding sebelum akuisisi.</p> <p>d. Pegadaian setelah akuisisi telah diakui keberadaannya oleh pihak lain dibanding sebelum akuisisi.</p> <p>e. Para pegawai Pegadaian setelah akuisisi mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah dibanding sebelum akuisisi.</p>	

3.5 Metode Penarikan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Populasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah aktif yang menggunakan jasa layanan Pegadaian di UPC BRI Unit Pekapuran.

b. Sampel

Menurut Arikunto, sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, dimana sampel digunakan bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian. Adapun yang dimaksud dengan menggeneralisasikan hasil penelitian yaitu mengangkat kesimpulan penelitian sebagai sesuatu yang berlaku bagi populasi dari sampel tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85) "*accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data".

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 26 orang nasabah di UPC BRI Pekapuran yang sudah mengalami perubahan situasi sebelum dan sesudah adanya proses akuisisi. Jumlah nasabah Pegadaian di UPC BRI Pekapuran belum diketahui dengan pasti dikarenakan kegiatan operasional yang dilakukan masih dalam kurun waktu di bawah 1 tahun. Oleh karena itu, sampel yang didapatkan dalam penelitian ini dilakukan secara langsung ketika sedang kegiatan transaksi berlangsung, bila nasabah memenuhi kriteria maka langsung dijadikan sebagai responden.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Penentuan permasalahan yang ada pada para nasabah adalah dengan cara melakukan observasi, wawancara, dan kuesioner kepada 26 nasabah di UPC BRI Unit Pekapuran. Dalam menggali data penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu

1) Observasi

Observasi bisa dengan cara pengamatan yang berperan serta dan pengamatan tanpa peran serta. Dengan pengamatan akan diperoleh data yang benar-benar asli yang berasal dari spontanitas tindakan dan kewajaran dari sikap aktor. Dalam pengamatan ini, peneliti berperan langsung didalam setiap kegiatan para nasabah yang melakukan transaksi di UPC BRI Unit Pekapuran. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya dari subjek, yaitu UPC BRI Unit Pekapuran dalam pelaksanaan kegiatan dilihat dari proses pelaksanaan transaksi, penyampaian materi setiap produk Pegadaian, pengisian data diri, dan respon dari peserta.

2) Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab atau lisan antara dua orang atau lebih yang saling berhadapan secara fisik. Dengan metode wawancara bertujuan sebagai pendekatan untuk mendapatkan sebuah informasi dari seseorang dengan sebuah komunikasi. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara yang bebas, dimana pewawancara bebas menanyakan apa saja, tetapi juga tetap mengingat data yang akan dikumpulkan. Dengan hal ini peneliti tidak terikat dengan batasan-batasan dalam melaksanakan wawancara, sehingga proses wawancara bisa berjalan nyaman dan tidak kaku. Adapun wawancara yang dilakukan di penelitian ini adalah kepada para nasabah yang melakukan transaksi di UPC BRI Unit Pekapuran.

3) Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara menyediakan daftar pernyataan atau pertanyaan yang akan penulis ajukan pada responden. Adapun kelemahan pengumpulan data menggunakan kuesioner yaitu:

- a. Responden sering tidak teliti dalam menjawab sehingga ada pertanyaan yang terlewat dan tidak terjawab, padahal sukar diulangi dan diberikan lagi padanya.
- b. Sering kali sukar di cari validitasnya.
- c. Responden sering kali sengaja memberikan jawaban yang tidak betul atau tidak jujur.

4) Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan bisa berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya. Adapun dokumen yang dimaksud adalah data-data yang berhubungan dengan kegiatan transaksi. Seperti foto kegiatan *canvassing*, literasi, maupun proses ketika transaksi.

3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016) Analisis Deskriptif merupakan Menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Sedangkan menurut Sugiyono (2016) pendekatan yang digunakan dalam analisis deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, perhitungan modus, median, mean, standar deviasi, perhitungan rumus panjang kelas untuk menentukan interval kriteria.

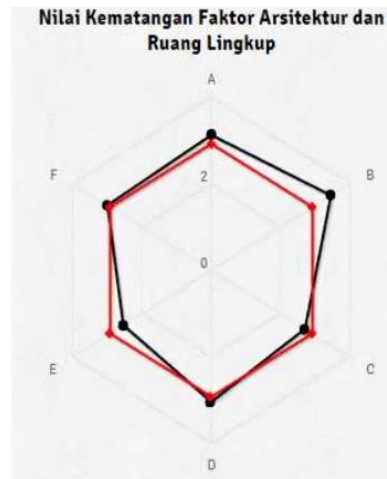
Data-data dan informasi yang telah diperoleh kemudian diproses untuk dilakukan analisis. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi sedemikian rupa, sehingga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. Setelah dilakukan analisis, dengan mengacu pada landasan teori untuk mendukung kerangka pikiran, maka data diinterpretasikan yaitu dengan melakukan pencarian atau pengertian lebih luas dari penemuan-penemuan yang ada untuk kemudian ditarik suatu kesimpulan.

Metode penelitian ini akan menerangkan bagaimana analisis dilakukan, mulai dari data mentah yang ada sampai pada hasil penelitian yang dicapai. Untuk melihat apakah kepercayaan nasabah Pegadaian meningkat setelah terjadinya akuisisi oleh PT Bank Rakyat Indonesia (BRI), penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu suatu metode yang mencoba menganalisa dan memberikan gambaran secara terperinci mengenai dampak setelah proses akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia (BRI), berdasarkan kenyataan di lapangan dan hasilnya akan disajikan dalam bentuk tabel yang di lengkapi dengan uraian yang dikaitkan dengan teori dan memberikan keterangan yang mendukung untuk menjawab masing-masing masalah, serta interpretasi terhadap hasil yang relevan dan diambil kesimpulan serta saran.

3.7.2 Jaring Laba-laba

Model jaring laba-laba (*webbed*) adalah pembelajaran terpadu yang menggunakan pendekatan tematik. Menurut Lestari (2008), diagram ini digunakan agar pembaca dapat dengan mudah mengamati suatu pemisahan logis antara variabel-variabel yang akan dibandingkan. Sehingga akan terlihat karakteristik objek terhadap variabel-variabel yang dibandingkan. Penggunaan diagram jaring laba-laba juga didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu dalam ruang lingkup penelitian yang sama, serta penelitian mengenai variabel multivarian lain. Selanjutnya data yang terkumpul diolah dengan menggunakan satu metode grafis yaitu diagram jaring laba-laba (*spider web chart*).

Menurut Fajriya, dkk. (2015) diagram ini berbentuk segi-n yang ditarik garis-garis simetris dan plot garis dari sumbu utama menyerupai jaring laba-laba. Tabel 3.2 berikut akan memberikan penjelasan mengenai penggunaan diagram jaring laba-laba.



3.1 Contoh Gambar Diagram Laba-laba

Tabel 3. 2 Definisi istilah pada diagram jaring laba-laba

Keterangan Diagram	Interpretasi
Garis dan titik warna hitam (tentatif)	Garis ini diperoleh dari kumpulan titik-titik yang mendefinisikan nilai pengukuran dari pengolahan data partisipan untuk setiap instrumen (atribut) penilaian pada satu faktor penilaian. Sehingga jika ditarik garis dari kumpulan titik-titik ini, akan menghasilkan bentuk yang fluktuatif tergantung dengan nilai pengukuran yang diperoleh pada setiap faktor penilaian
Garis dan titik warna merah	Garis ini diperoleh dari kumpulan titik-titik yang mendefinisikan nilai pengukuran dari pengolahan data partisipan pada seluruh faktor penilaian. Artinya jika dimuat dalam diagram, maka bentuk dari garis ini akan selalu konstan (tidak berubah) dan memiliki bentuk yang simetris. Garis ini kemudian dijadikan tolak ukur dari pengukuran nilai kematangan pada setiap indikator penilaian. Dengan mengacu pada penelitian terdahulu, semakin dekat garis yang dihasilkan dengan sumbu diagram maka akan memiliki nilai yang semakin kecil pula. Begitupun sebaliknya, apabila garis yang dihasilkan menjauhi sumbu diagram maka nilai keselarasan strategi akan semakin besar.
Ukuran jari-jari diagram	Ukuran jari-jari dari diagram ini diperoleh dari banyaknya faktor penilaian pada satu indikator ataupun tergantung banyaknya indikator yang dinilai. Sehingga jari-jari ini bisa saja berubah, tergantung kepada jumlah faktor penilaian pada masing-masing indikator.

Penjelasan istilah pada tabel 3.2 di atas, maka cara membaca diagram pada tabel 3.2 tersebut yaitu bahwa terdapat 6 faktor penilaian yang diukur pada indikator arsitektur dan ruang lingkup teknologi, sehingga memunculkan diagram jaring laba-laba segi 6. Sedangkan melalui bentuk diagram yang telah diperoleh, maka dapat diketahui bahwa nilai pengukuran pada faktor

penilaian A, B, D dan F lebih besar daripada nilai pengukuran keseluruhan faktor penilaian. Hal ini dapat terlihat dari bentuk garis yang diperoleh dari titik-titik A, B, D dan F berada menjauh dari sumbu diagram, juga berada di luar dari garis merah. Maka keempat faktor ini telah dianggap matang (*mature*) karena memiliki nilai pengukuran lebih besar daripada nilai pengukuran keseluruhan faktor penilaian.

Bentuk yang diperoleh dari hasil pengukuran, nantinya akan memperlihatkan kesenjangan antara nilai pengukuran satu faktor penilaian dengan nilai pengukuran pada seluruh faktor penilaian. Sehingga kesenjangan tersebut dapat diperbaiki dengan diberikan rekomendasi pada tingkat berikutnya. Jika mengacu pada tabel 3.2 sebelumnya, maka terdapat 2 faktor penilaian yang bentuk garis dan titik-titiknya berada di dalam lingkup garis merah. Maka kedua faktor penilaian ini selanjutnya akan dibuat rekomendasi strategi.

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Perkembangan PT Pegadaian

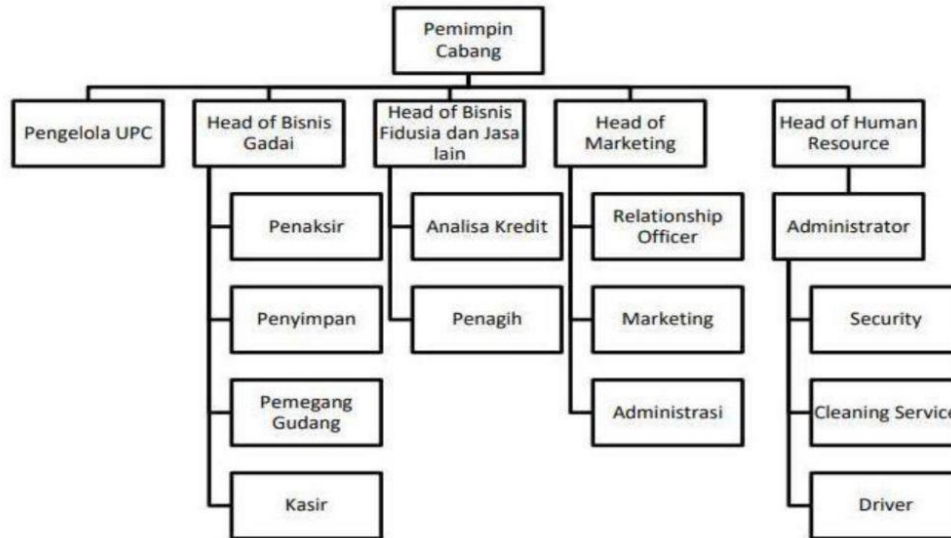
Sejarah pegadaian di Indonesia sudah dimulai sejak zaman Hindia Belanda, pada masa pemerintahan VOC dengan didirikannya Bank van Leening yang merupakan lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Lembaga ini pertama kali didirikan di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746. Namun Usaha gadai tersebut hanya status pengelolaannya saja yang mengalami beberapa kali perubahan sejalan dengan perubahan peraturan yang ditetapkan oleh Pemerintah. Saat pemerintah Inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari tangan Belanda pada tahun 1811-1816, Bank Van Leening dibubarkan, dan kepada masyarakat diberi keleluasaan untuk mendirikan usaha Pegadaian dengan mendapat lisensi dari pemerintah di daerah setempat. Metode ini dikenal dengan *liecentie stelsel*. Dalam perjalanannya, metode tersebut banyak menimbulkan dampak buruk bagi kehidupan masyarakat. Banyak pemegang lisensi menjalankan praktek rentenir atau lintah darat yang tidak saja membebani masyarakat, tapi juga dipandang kurang menguntungkan bagi pemerintahan yang berkuasa. Sehingga akhirnya metode *liecentie stelsel* diubah menjadi metode *pacht stelsel*, yaitu pendirian Pegadaian diberikan kepada umum yang mampu membayarkan pajak yang tinggi kepada pemerintah.

Ketika Pemerintahan Belanda berkuasa kembali, metode *pacht stelsel* tetap dipertahankan. Namun menimbulkan dampak yang sama, dimana pemegang hak ternyata banyak melakukan penyelewengan dalam menjalankan bisnisnya. Selanjutnya pemerintah Hindia Belanda menerapkan metode baru yang disebut dengan *cultur stelsel*, di mana kegiatan Pegadaian ditangani sendiri oleh pemerintah agar dapat memberikan perlindungan dan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pemerintah Hindia Belanda mengeluarkan Staatsblad (Stbl) No. 131 tanggal 12 Maret 1901 yang mengatur bahwa usaha Pegadaian merupakan monopoli Pemerintah dan tanggal 1 April 1901 didirikan Pegadaian Negara pertama di Sukabumi (Jawa Barat). Selanjutnya setiap tanggal 1 April diperingati sebagai Hari Ulang Tahun Pegadaian. Pada masa pendudukan Jepang, Gedung Kantor Pusat Jawatan Pegadaian yang terletak di Jalan Kramat Raya 162 dijadikan tempat tawanan perang dan Kantor Pusat Jawatan Pegadaian dipindahkan ke Jalan Kramat Raya 132. Tidak banyak perubahan yang terjadi pada masa pemerintahan Jepang, baik dari sisi kebijakan maupun Struktur Organisasi Jawatan Pegadaian. Jawatan Pegadaian dalam Bahasa Jepang disebut *Sitji Eigeikyuku*, Pimpinan Jawatan Pegadaian dipegang oleh orang Jepang yang bernama Ohno-San dengan wakilnya orang pribumi yang bernama M. Saubari. Pada masa awal pemerintahan Republik Indonesia, Kantor Jawatan Pegadaian sempat pindah ke Karang Anyar (Kebumen) karena situasi perang yang kian terus memanas. Agresi militer Belanda yang kedua memaksa Kantor Jawatan Pegadaian dipindah lagi ke Magelang. Selanjutnya, pasca perang kemerdekaan Kantor Jawatan Pegadaian kembali lagi ke

Jakarta dan Pegadaian kembali dikelola oleh Pemerintah Republik Indonesia. Dalam masa ini Pegadaian sudah beberapa kali berubah status, yaitu sebagai Perusahaan Negara (PN) sejak 1 Januari 1961, kemudian berdasarkan PP.No.7/1969 menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN), selanjutnya berdasarkan PP.No.10/1990 (yang diperbaharui dengan PP.No.103/2000) berubah lagi menjadi Perusahaan Umum (PERUM). Hingga pada tahun 2011, berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 51 tahun 2011 tanggal 13 Desember 2011, bentuk badan hukum Pegadaian berubah menjadi Perusahaan Perseroan (Persero).

4.1.2 Struktur Organisasi PT Pegadaian Cabang Cislak



Gambar 4 1 Struktur Organisasi PT Pegadaian

Sumber: PT Pegadaian (Persero)

Pada praktik kerja magang yang sudah dilakukan oleh penulis pada PT. Pegadaian (Persero), penulis ditempatkan di divisi *Relationship Officier* yang langsung dikepalai oleh Ibu Haryati, S.Pd selaku Pengelola UPC *Co-location* BRI Unit Pekapuran yang bertanggung jawab dalam segi pengelolaan di PT. Pegadaian (Persero). Berdasarkan Gambar 4.1, posisi penulis ketika melakukan kerja magang di perusahaan sebagai marketing & administration divisi *Relationship Officier* Pegadaian.

Deskripsi Struktur Organisasi PT Pegadaian (Persero):

1. Pemimpin Cabang

Fungsi dari pimpinan cabang adalah mengelola operasional cabang dengan menyalurkan uang pinjaman secara hukum gadai dan melaksanakan usaha-usaha lainnya secara mewakili kepentingan perusahaan dalam hubungan dengan 16 masyarakat serta mengawasi Unit Pelayanan Cabang (UPC) yang dibantu oleh pengelola UPC. Tugas Pimpinan Cabang yaitu sebagai berikut ;

- 1) Menyusun program kerja operasional cabang agar berjalan lancar dan sesuai dengan misi perusahaan.
- 2) Menetapkan taksiran dan mengkoordinasikan kegiatan penaksiran barang jaminan berdasarkan peraturan yang berlaku.
- 3) Mengkoordinasikan penyaluran uang pinjaman berdasarkan taksiran barang jaminan agar besarnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 4) Mengkoordinasikan pengembalian uang pinjaman, pendapatan sewa modal sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 5) Mengkoordinasikan pengolahan barang jaminan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka menjaga kualitas dan kuantitas barang jaminan.
- 6) Mengkoordinasikan mengenai kegiatan-kegiatan dalam Unit Pelayanan Cabang (UPC).

2. Pengelola UPC

Mempunyai fungsi mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan operasional, administrasi dan keuangan Kantor UPC. Pengelola UPC mempunyai tugas :

- 1) Mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan operasional UPC
- 2) Menetapkan besarnya taksiran dan uang pinjaman kredit sesuai dengan kewenangannya
- 3) Menangani barang jaminan bermasalah dan barang jaminan lewat jatuh tempo
- 4) Melakukan pengawasan melekat secara terprogram sesuai kewenangannya
- 5) Mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengawasi pengelolaan sarana dan prasarana, sistem pengamanan, ketertiban dan kebersihan Kantor UPC
- 6) Mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengawasi pengelolaan sarana dan prasarana, sistem pengamanan ketertiban dan kebersihan Kantor UPC

3. Penaksir

Fungsi seorang penaksir adalah menaksir barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan uang pinjama yang wajar serta citra baik perusahaan.

Tugas Penaksir adalah sebagai berikut :

- 1) Menyimpan sarana kerja agar pemberian kredit gadai berjalan lancar.
- 2) Memberikan pelayanan kerja agar nasabah dengan cepat, mudah dan aman dalam rangka mewujudkan citra perusahaan.
- 3) Menaksir barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk mengetahui mutu dan nilai barang dalam rangka menentukan dan menetapkan uang kredit gadai.

- 4) Menaksir barang jaminan yang akan dilelang berdasarkan peraturan yang berlaku untuk mengetahui mutu dan nilai barang dalam rangka menentukan harga dasar barang yang akan dilelang.
- 5) Menyiapkan barang jaminan yang akan disimpan dalam rangka keamanan barang jaminan.

4. Penyimpanan

Fungsi dari penyimpanan barang jaminan adalah mengelola gudang barang jaminan dengan menerima, menyimpam, merawat, mengeluarkan dan mengadministrasikan barang jaminan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk mengamankan dan menjaga keutuhan barang jaminan.

Tugas Penyimpanan Barang Jaminan adalah sebagai berikut:

- 1) Memeriksa keadaan gudang penyimpanan barang jaminan dalam rangka keamanan dan keutuhan barang jaminan.
- 2) Menerima barang jaminan dari pimpinan cabang untuk disimpan dalam gudang.
- 3) Mengeluarkan barang jaminan untuk keperluan pelunasan, pemeriksaan atasan dan pihak lain.
- 4) Merawat barang jaminan dan gudang penyimpanan agar barang jaminan terjaga dengan baik dan aman.
- 5) Mencatat mutasi penerimaan dan pengeluaran barang jaminan yang menjadi tanggung jawabnya.

5. Pemegang/Pengelola gudang

Fungsi dari Pengelola Gudang adalah melakukan pemeriksaan, penyimpanan dan pengeluaran barang jaminan sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam rangka ketertiban dan keamanan serta keutuhan barang jaminan.

Tugas Pengelola Gudang adalah sebagai berikut :

- 1) Memeriksa keadaan gudang penyimpanan barang jaminan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk menjamin keamanan dan keutuhan barang jaminan.
- 2) Menerima barang jaminan dari pimpinan cabang untuk disimpan dalam gudang.
- 3) Mengelompokkan barang jaminan sesuai dengan rubrik dan bulan kreditnya, disusun sesuai dengan nomor Surat Bukti Kredit (SBK), mengatur dalam penyimpanan agar tertata rapih dan mudah mengitung atau memindahkannya.
- 4) Merawat, memelihara dan membersihkan barang jaminan.

- 5) Mengeluarkan barang jaminan dari gudang penyimpanan untuk keperluan penebusan, pemeriksaan dan atau keperluan lainnya.

6. Kasir

Fungsi dari seorang kasir adalah melakukan tugas penerimaan dan pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional cabang.

Tugas Kasir adalah sebagai berikut :

- 1) Melaksanakan penerimaan pelunasan uang pinjaman dari nasabah.
- 2) Menerima modal kerja harian dari atasan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Menyiapkan uang kecil untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- 4) Membayar uang pinjaman dan kredit kepada nasabah berdasarkan Surat Bukti Kredit (SBK) yang telah ditandatangani oleh pejabat berwenang.
- 5) Menghitung jumlah uang pelunasan yang diterima dan uang pinjaman yang diberikan.

7. Analisa Kredit

Mempunyai fungsi melakukan analisis kelayakan kredit bisnis fidusia sesuai ketentuan yang berlaku. Analis Kredit mempunyai tugas:

- 1) Menerima berkas dan melakukan pemeriksaan administrasi terhadap pengajuan kredit oleh calon nasabah
- 2) Melakukan analisa kelayakan kredit dan pemeriksaan barang yang dijadikan agunan sesuai prosedur yang berlaku
- 3) Menyusun dan membuat laporan hasil analisis kelayakan kredit serta menyampaikannya kepada atasan untuk keputusan disetujui atau tidaknya kredit yang diajukan calon nasabah
- 4) Melakukan pencatatan dan pengadministrasian data kredit nasabah, serta penyimpanan dan pemeliharaan objek jaminan
- 5) Menyusun laporan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas pekerja.

8. Penagih

Mempunyai tugas untuk melakukan kegiatan penagihan sesuai dengan strategi penanganan yang telah ditentukan (telepon, surat, email, kunjungan) Melakukan monitoring/penagihan/penarikan unit atas kontrak customer yang tertunggak. Melakukan tindakan negosiasi dan persuasif dalam penyelesaian customer yang bermasalah.

9. *Relationship Officier*

- 1) Melakukan kegiatan penjualan produk pinjaman melalui *cross selling* dan *up selling* pada nasabah *existing* dan nasabah *walk in* di kantor cabang maupun UPC Pegadaian.
- 2) Mendorong pertumbuhan pinjaman dan mendukung pencapaian target
- 3) Memasarkan dan mengenalkan produk Pegadaian lainnya kepada nasabah
- 4) Mengingatkan debitur agar disiplin dalam membayar angsuran kredit
- 5) Memelihara hubungan baik dengan nasabah
- 6) Memberikan laporan periodik kepada atasan

10. Administrasi

- 1) Membantu nasabah mengisi Formulir dan dokumen pengajuan pembukaan rekening.
- 2) Mengelola seluruh transaksi keuangan pada Unit Gadai
- 3) Mampu mengoperasikan Aplikasi online yang membantu semua proses bisnis dan transaksi yang ada di PT. Pegadaian (Persero).

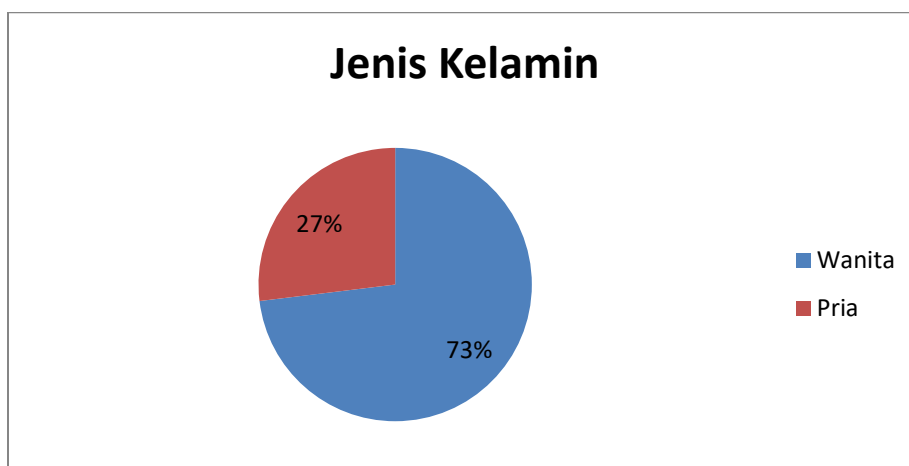
11. Marketing

- 1) Menjalin koordinasi dan komunikasi yang efektif dengan seluruh pihak baik internal maupun eksternal terkait efektifitas pemasaran dan penjualan produk
- 2) Mengadministrasikan seluruh kegiatan pemasaran dan penjualan di Unit Bisnis Gadai termasuk pencatatan progress prospek secara periodik.

4.2 Karakteristik Responden

Profil Responden dalam penelitian dibagi menjadi 6, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan apakah mereka sudah melakukan transaksi di PT Pegadaian sebelumnya.

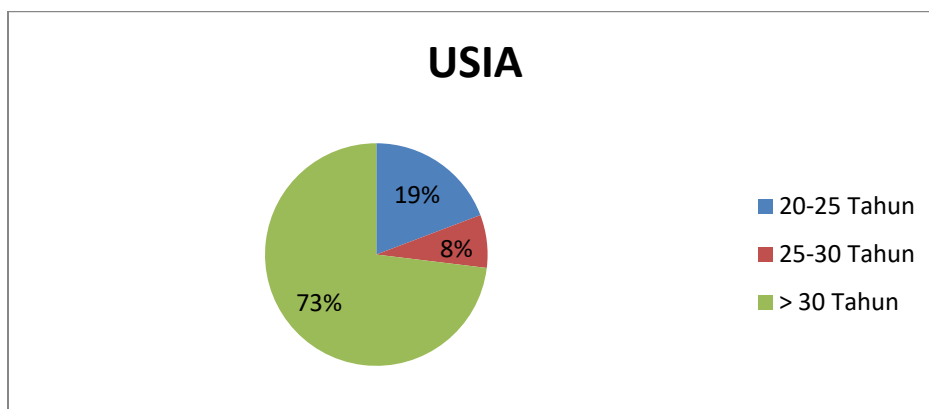
1. Data Responden berdasarkan pertanyaan jenis kelamin



Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa profil responden berdasarkan jenis kelamin, jumlah nasabah wanita lebih dominan dibanding dengan nasabah pria dengan persentase 73%, sedangkan jumlah responden pria 27%.

2. Data Responden berdasarkan pernyataan usia



Gambar 4.3 Usia Responden

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas dapat dilihat bahwa profil responden berdasarkan usia, jumlah responden terbesar usia >30 tahun dengan tingkat presentase 73%, lalu diikuti usia 20-25 tahun dengan jumlah presentase 19% dan dengan presentase paling sedikit yaitu 8% adalah nasabah dengan usia 25-30 tahun.

3. Data Responden berdasarkan pernyataan pendidikan terakhir

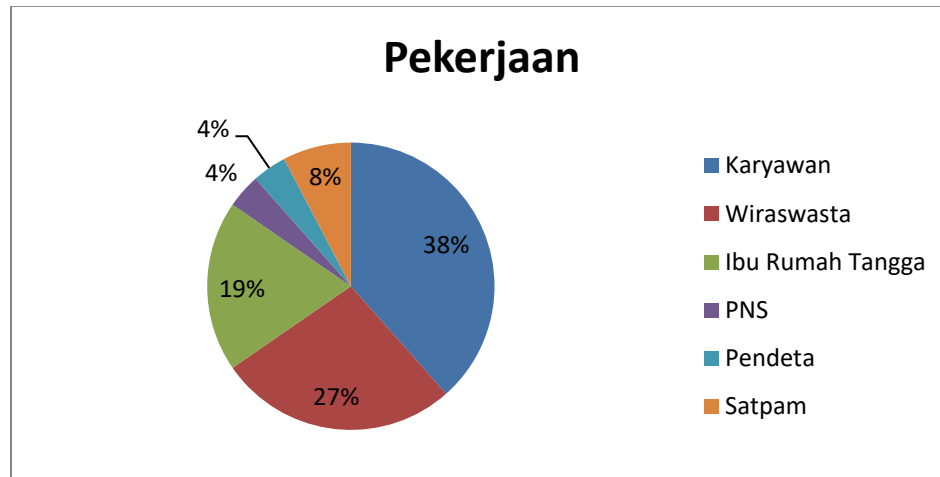


Gambar 4.4 Pendidikan Terakhir Responden

Berdasarkan Gambar 4.4 di atas dapat dilihat bahwa profil responden berdasarkan pendidikan terakhir, jumlah responden terbesar berpendidikan terakhir di SMU/SMK dengan

tingkat presentase 61%, lalu diikuti S1 dengan jumlah presentase 31% dan dengan presentase paling sedikit yaitu 8% adalah nasabah dengan pendidikan terakhir S2.

4. Data Responden berdasarkan pernyataan pekerjaan



Gambar 4.5 Pekerjaan Responden

Berdasarkan Gambar 4.5 di atas dapat dilihat bahwa profil responden berdasarkan pekerjaan, jumlah responden terbesar memiliki pekerjaan sebagai karyawan dengan tingkat presentase 38%, lalu diikuti wiraswasta dengan jumlah presentase 27%, ibu rumah tangga dengan presentase 19%, satpam dengan presentase 8% dan dengan presentase paling sedikit yaitu 4% adalah nasabah dengan pekerjaan PNS dan pendeta.

5. Data Responden berdasarkan pernyataan sudah melakukan transaksi dipegadaian sebelumnya atau belum sama sekali



Gambar 4.6 Pernyataan responden sudah melakukan transaksi di Pegadaian sebelumnya

Berdasarkan Gambar 4.6 di atas dapat dilihat bahwa profil responden berdasarkan pernyataan nasabah sudah melakukan transaksi di Pegadaian sebelumnya, jumlah responden adalah 100% sudah melakukan transaksi di Pegadaian sebelumnya.

4.3 Hasil Pembahasan

4.3.1 Analisis *Costumer Trust* PT Pegadaian Sebelum Akuisisi Oleh PT Bank Rakyat Indonesia

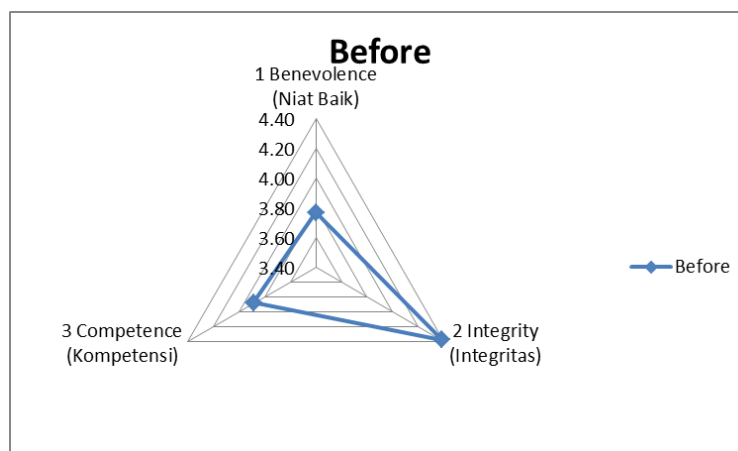
Costumer Trust merupakan suatu keyakinan yang dimiliki oleh konsumen dimana disini adalah nasabah terhadap bisnis, produk, jasa, atau layanan yang ditawarkan kepada mereka. Keyakinan tersebut dapat meliputi fungsi, manfaat, hingga kualitas dari produk itu sendiri. *Costumer trust* sendiri terdiri dari 3 indikator, yaitu:

(a) *Benevolence* (niat baik), berarti seberapa besar seseorang percaya kepada perusahaan untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan perusahaan untuk melayani kepentingan konsumen.

(b) *Integrity* (integritas), adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran perusahaan untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

(c) *Competence* (kompetensi), adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan perusahaan untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

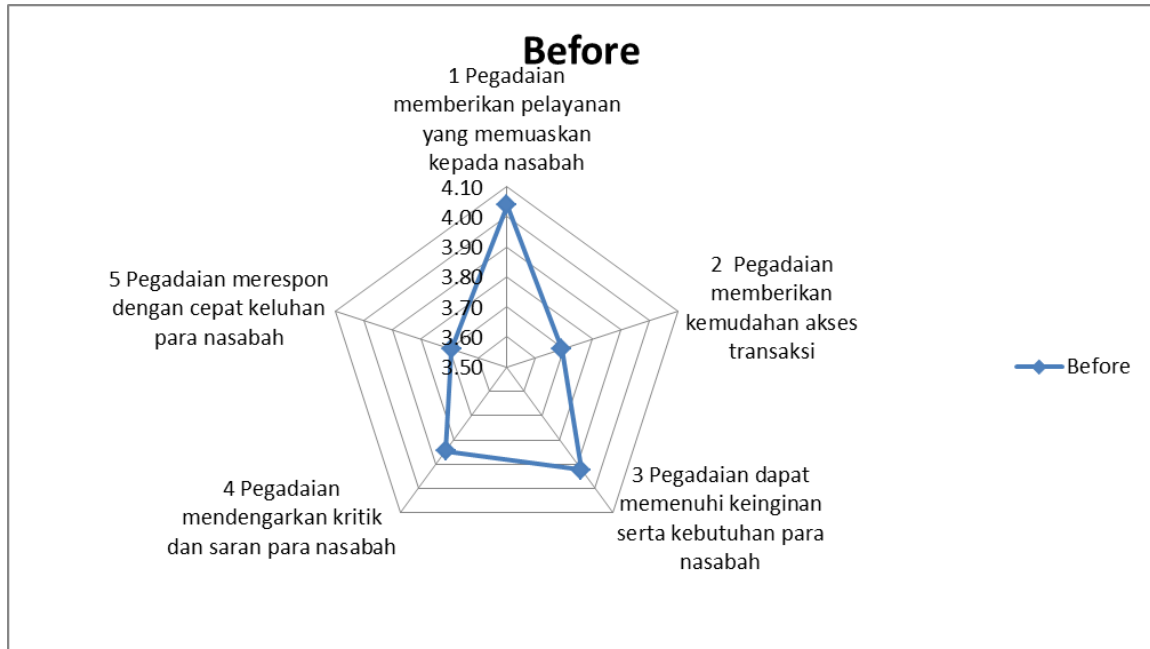
Dari ketiga indikator di atas, seperti yang terlihat pada Gambar 4.7 *costumer trust* pada PT Pegadaian sebelum akuisisi *benevolence* atau niat baik merupakan indikator yang memiliki parameter yang rendah dengan mean score 3.77.



Gambar 4.7 Grafik jaring laba-laba sebelum akuisisi

Sumber: Data diolah penulis 2023

Dilihat dari sisi *benevolence* (niat baik), PT Pegadaian sebelum adanya proses akuisisi oleh PT Bank Rakyat Indonesia masih dinilai kurang oleh konsumen dari sisi kemudahan dalam mengakses transaksi dan respon terhadap keluhan konsumen yang lambat. Hal ini terlihat dari hasil tanggapan responden sebagai berikut :



Gambar 4.8 Grafik jaring laba-laba untuk *Benevolence* (Niat baik) sebelum akuisisi

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pada gambar 4.8 di atas hasil menunjukkan bahwa parameter dengan nilai terendah adalah Pegadaian memberikan kemudahan akses transaksi dan Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah nilai *mean score* 3.69. Hal ini diakibatkan sebelum adanya proses akuisisi Pegadaian masih banyak melakukan kegiatan operasional mereka dengan cara manual. Salah satunya yaitu pembukaan rekening buku tabungan emas. Terkait respon nasabah juga sebelum adanya proses akuisisi evaluasi dilakukan setelah masa kerja sebulan dan di laporan hanya di akhir bulan hal tersebut pastinya membuat setiap keluhan yang dirasakan oleh nasabah selalu mendapatkan respon dengan memakan waktu yang cukup lama karena harus mengikuti prosedur evaluasi terlebih dahulu.

- 1) Tanggapan responden terhadap Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah

Tabel 4. 1 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah

P1 : Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah								
1	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	7	11	8	105	26	4.04

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah dengan *mean score* 4.04.

2) Tanggapan responden terhadap Pegadaian memberikan kemudahan akses

Tabel 4. 2 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian memberikan kemudahan akses

P2 : Pegadaian memberikan kemudahan akses								
2	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	12	10	4	96	26	3.69

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Pegadaian memberikan kemudahan akses dengan *mean score* 3.69.

3) Tanggapan responden terhadap Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah

Tabel 4. 3 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah

P3 : Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah								
3	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	9	10	7	102	26	3.92

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah dengan *mean score* 3.69.

4) Tanggapan responden terhadap Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah

Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah

P4 : Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah								
4	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	10	10	6	100	26	3.85

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah dengan *mean score* 3.85.

5) Tanggapan responden terhadap Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah

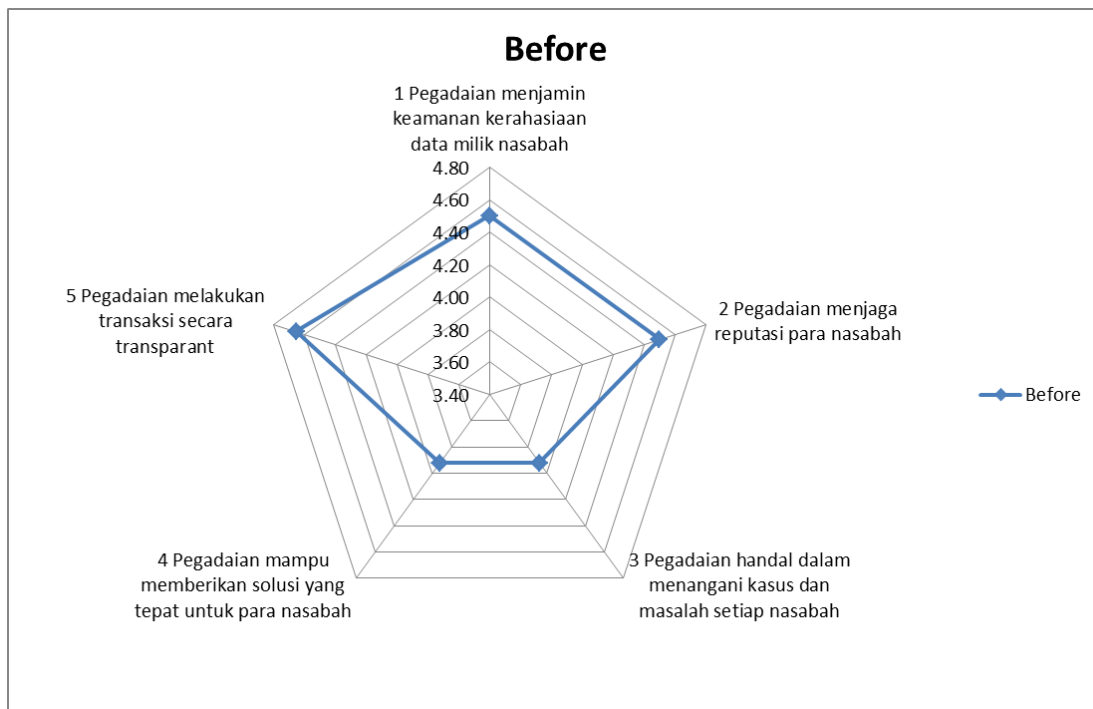
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah

P5 : Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah								
5	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	1	10	11	4	96	26	3.69

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah dengan *mean score* 3.69.

Dilihat dari sisi *integrity* (integritas), PT Pegadaian sebelum adanya proses akuisisi oleh PT Bank Rakyat Indonesia masih dinilai kurang oleh konsumen dari sisi handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah serta memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah. Hal ini terlihat dari hasil tanggapan responden sebagai berikut :



Gambar 4. 9 Grafik jaring laba-laba untuk *Integrity* (Integritas) sebelum akuisisi

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pada Gambar 4.9 di atas hasil menunjukkan bahwa parameter dengan nilai terendah adalah Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah serta Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah nilai *mean score* 3.92. Hal ini diakibatkan sebelum adanya proses akuisisi Pegadaian dalam menangani setiap kasus maupun permasalahan yang dihadapi nasabah harus mendapatkan *approval* dari pusat sehingga penyelesaian tidak dapat diberikan di saat itu juga. Faktor tersebut membuat penanganan setiap kasus dan masalah para nasabah membutuhkan waktu yang relatif lama.

- 1) Tanggapan responden terhadap Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah

Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah

P6 : Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah								
1	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	1	11	14	117	26	4.50

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah dengan *mean score* 4.50.

- 2) Tanggapan responden terhadap Pegadaian menjaga reputasi para nasabah

Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian menjaga reputasi para nasabah

P7 : Pegadaian menjaga reputasi para nasabah								
2	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	1	11	14	117	26	4.50

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Pegadaian menjaga reputasi para nasabah dengan *mean score* 4.50.

- 3) Tanggapan responden terhadap Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah

Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah

P8 : Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah								
3	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	8	12	6	102	26	3.92

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah dengan *mean score* 3.92.

- 4) Tanggapan responden terhadap Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah

Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah

P9 : Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah								
4	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	8	12	6	102	26	3.92

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah dengan *mean score* 3.92.

- 5) Tanggapan responden terhadap Pegadaian melakukan transaksi secara *transparant*

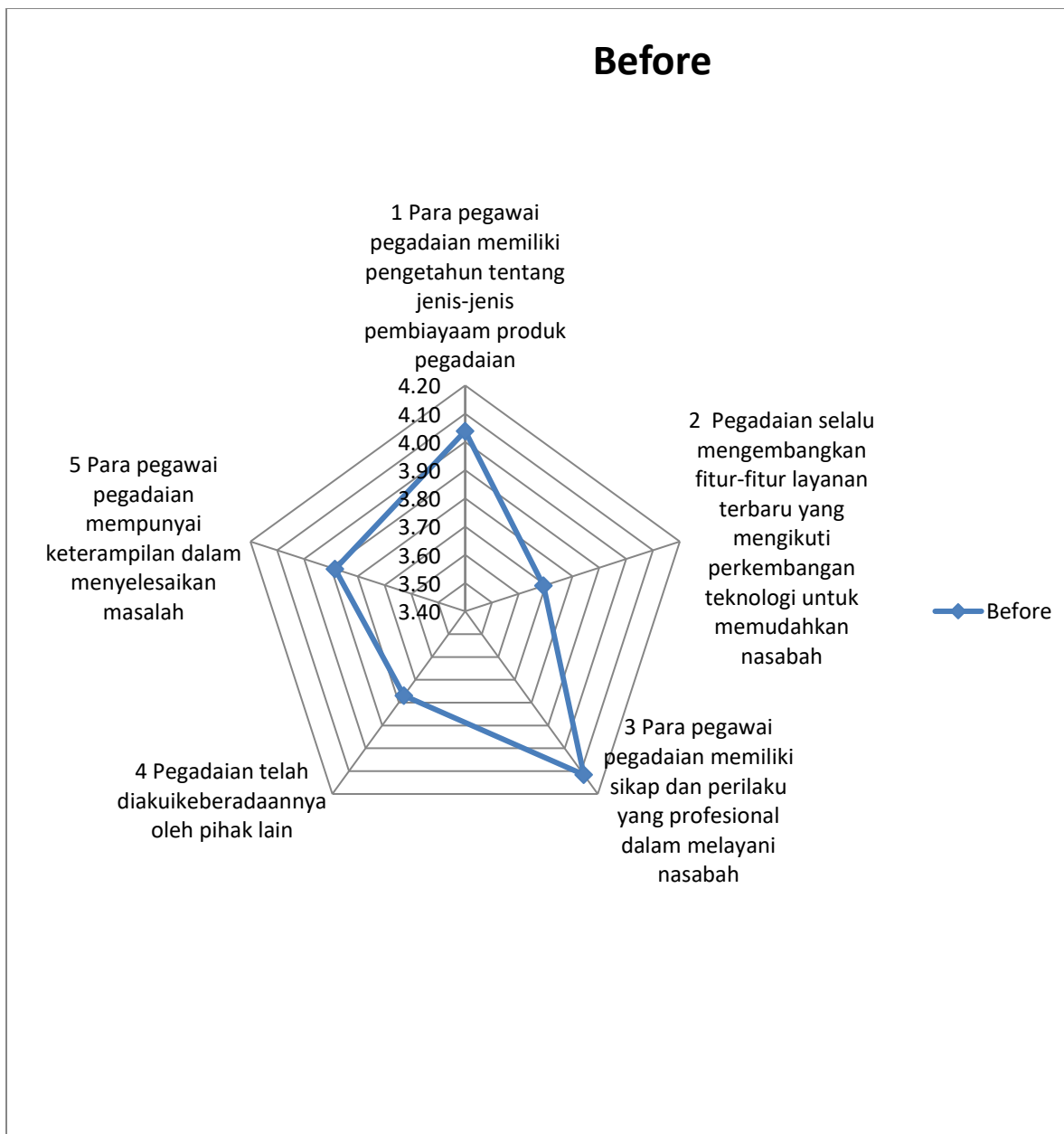
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian melakukan transaksi secara *transparant*

P10 : Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah								
5	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	1	7	18	121	26	4.65

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Pegadaian melakukan transaksi secara *transparant* dengan *mean score* 4.65.

Dilihat dari sisi *competence* (kompetensi), PT Pegadaian sebelum adanya proses akuisisi oleh PT Bank Rakyat Indonesia masih dinilai kurang oleh konsumen dari sisi mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah. Hal ini terlihat dari hasil tanggapan responden sebagai berikut :



Gambar 4. 10 Grafik jaring laba-laba untuk *Competence* (Kompetensi) sebelum akuisisi

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pada Gambar 4.10 di atas hasil menunjukkan bahwa parameter dengan nilai terendah adalah Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah nilai *mean score* 3.69. Hal ini diakibatkan sebelum adanya proses akuisisi Pegadaian masih belum melakukan berbagai pengembangan teknologi untuk proses transaksinya sehingga layanan dalam fitur-fiturnya masih belum membantu dalam memudahkan nasabah dan kegiatan operasionalnya.

- 1) Tanggapan responden terhadap para pegawai memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk Pegadaian

Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap para pegawai memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk Pegadaian

P11 : Para pegawai memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk Pegadaian								
1	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	7	11	8	105	26	4.04

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi para pegawai memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk Pegadaian dengan *mean score* 4.04.

- 2) Tanggapan responden terhadap Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah

Tabel 4. 12 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah

P12 : Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk								
2	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	10	14	2	96	26	3.69

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah dengan *mean score* 3.69.

- 3) Tanggapan responden terhadap Para pegawai Pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah

Tabel 4. 13 Tanggapan Responden terhadap Para pegawai Pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah

P13 : Para pegawai pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah								
3	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	3	17	6	107	26	4.12

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Para pegawai Pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah dengan *mean score* 4.12.

- 4) Tanggapan responden terhadap Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain

Tabel 4. 14 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain

P14 : Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain								
4	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	11	10	5	98	26	3.77

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain dengan *mean score* 3.77.

- 5) Tanggapan responden terhadap para pegawai Pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah

Tabel 4. 15 Tanggapan Responden terhadap para pegawai Pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah

P15 : Para pegawai pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah								
5	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Sebelum	0	0	5	19	2	101	26	3.88

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa sebelum adanya akuisisi para pegawai Pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah dengan *mean score* 3.88.

4.3.2 Analisis *Costumer Trust* PT Pegadaian Setelah Akuisisi Oleh PT Bank Rakyat Indonesia

Costumer Trust merupakan suatu keyakinan yang dimiliki oleh konsumen dimana disini adalah nasabah terhadap bisnis, produk, jasa, atau layanan yang ditawarkan kepada mereka. Keyakinan tersebut dapat meliputi fungsi, manfaat, hingga kualitas dari produk itu sendiri. *Customer trust* merupakan salah satu faktor pembentuk loyalitas konsumen. *Costumer trust* sendiri terdiri dari 3 indikator, yaitu:

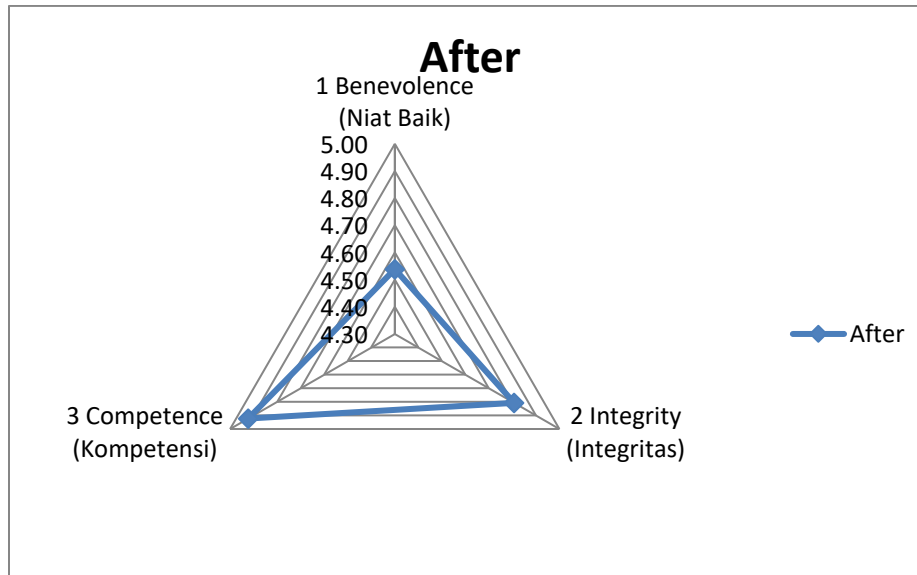
(a) *Benevolence* (niat baik), berarti seberapa besar seseorang percaya kepada perusahaan untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan perusahaan untuk melayani kepentingan konsumen.

(b) *Integrity* (integritas), adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran perusahaan untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

(c) *Competence* (kompetensi), adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar

keberhasilan perusahaan untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

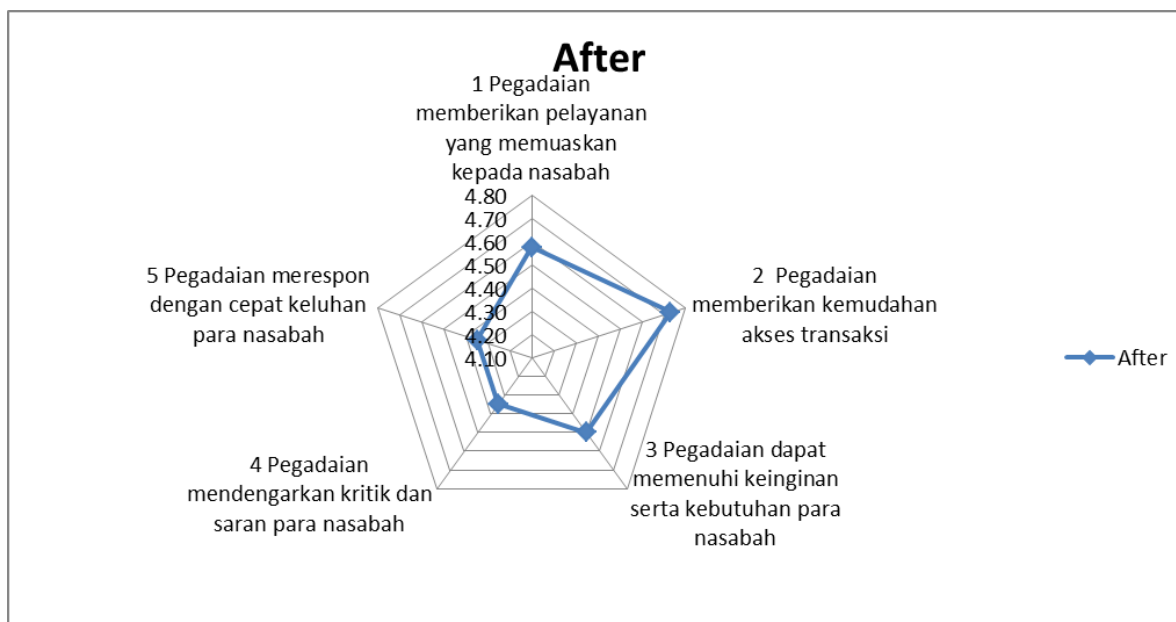
Dari ketiga indikator di atas, seperti yang terlihat pada Gambar 4.11 hasil menunjukkan bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter dengan nilai tertinggi adalah *competence* (kompetensi) dengan *mean score* 3.92.



Gambar 4.11 Grafik jaring laba-laba setelah akuisisi

Sumber: Data diolah penulis 2023

Dilihat dari sisi *benevolence* (niat baik), PT Pegadaian setelah adanya proses akuisisi oleh PT Bank Rakyat Indonesia dinilai mengalami peningkatan oleh konsumen dari sisi kemudahan dalam mengakses transaksi dan respon terhadap keluhan konsumen yang lambat. Hal ini terlihat dari hasil tanggapan responden sebagai berikut:



Gambar 4. 12 Grafik jaring laba-laba untuk *Benevolence* (Niat baik) setelah akuisisi
Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pada Gambar 4.12 di atas hasil menunjukkan bahwa parameter dengan nilai tertinggi setelah adanya proses akuisisi adalah Pegadaian memberikan kemudahan akses transaksi nilai *mean score* 4.73. Hal ini diakibatkan setelah adanya proses akuisisi Pegadaian oleh pihak PT Bank Rakyat Indonesia melakukan berbagai inovasi dalam mengembangkan teknologi baik untuk kegiatan operasional sehari-hari maupun keseluruhan. Salah satunya terlihat dengan adanya aplikasi Senyum dimana hal tersebut memudahkan dalam proses transaksi para nasabah maupun pegawai.

- 1) Tanggapan responden terhadap Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah setelah akuisisi

Tabel 4. 16 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah setelah akuisisi

P1 : Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah								
1	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	1	0	1	5	19	119	26	4.58

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.58.

- 2) Tanggapan responden terhadap Pegadaian memberikan kemudahan akses setelah akuisisi

Tabel 4. 17 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian memberikan kemudahan akses setelah akuisisi

P2 : Pegadaian memberikan kemudahan akses transaksi								
2	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	1	0	4	21	123	26	4.73

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Pegadaian memberikan kemudahan akses transaksi mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.73.

- 3) Tanggapan responden terhadap Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah setelah akuisisi

Tabel 4. 18 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah setelah akuisisi

P3 : Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah								
3	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	1	1	8	16	117	26	4.50

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.50

- 4) Tanggapan responden terhadap Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah setelah akuisisi

Tabel 4. 19 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah setelah akuisisi

P4 : Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah								
4	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	1	1	12	12	113	26	4.35

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.35.

- 5) Tanggapan responden terhadap Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah setelah akuisisi

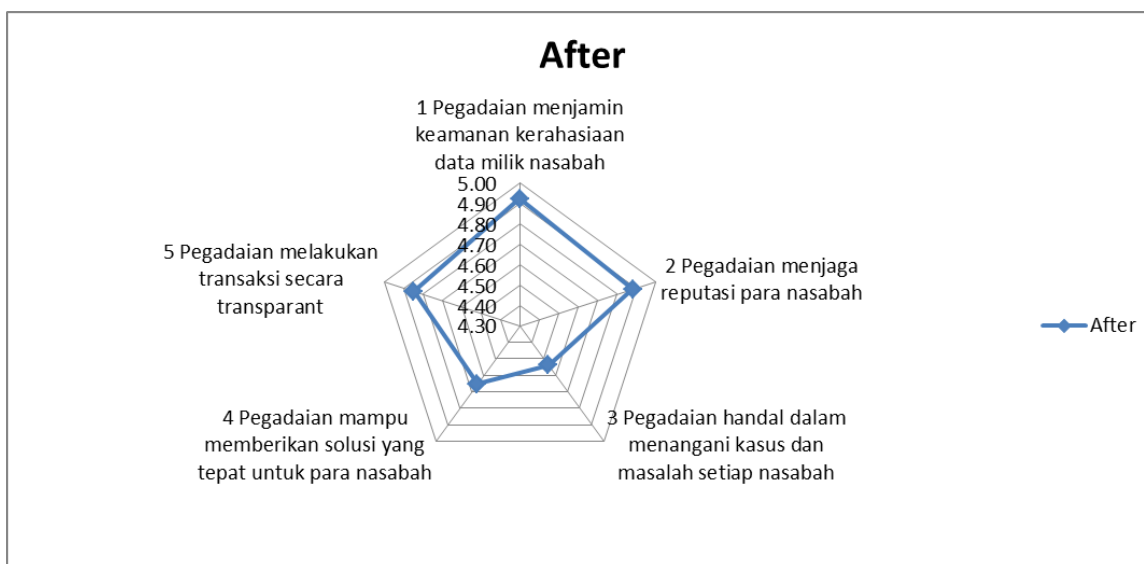
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah setelah akuisisi

P5 : Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah								
4	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	1	1	12	12	113	26	4.35

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.35.

Dilihat dari sisi *integrity* (integritas), PT Pegadaian setelah adanya proses akuisisi oleh PT Bank Rakyat Indonesia dinilai mengalami peningkatan oleh konsumen dari sisi keamanan kerahasiaan data milik nasabah. Hal ini terlihat dari hasil tanggapan responden sebagai berikut :



Gambar 4. 13 Grafik jaring laba-laba untuk *Integrity* (Integritas) setelah akuisisi

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pada Gambar 4.13 di atas hasil menunjukkan bahwa parameter dengan nilai tertinggi setelah adanya proses akuisisi adalah Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah nilai *mean score* 4.92. Terkait kerahasiaan data milik nasabah merupakan hal paling penting dalam membangun suatu kepercayaan untuk membangun hubungan yang baik dengan nasabah. Data milik nasabah merupakan data milik pribadi dan tidak untuk digunakan maupun dimanfaatkan untuk kepentingan atau tujuan lain dari perusahaan. Setelah melakukan akuisisi setiap transaksi di Pegadaian tidak dapat diwakilkan meskipun oleh anggota keluarga sendiri, setiap data juga tidak hanya disimpan didalam pemberkasan manual saja tetapi juga secara resmi dengan pengecekan dukcapil. Hal tersebut salah satu upaya yang dilakukan untuk

membangun *costumer trust* dengan cara memberikan rasa aman terhadap nasabah setelah adanya proses akuisisi.

- 1) Tanggapan responden terhadap Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah setelah akuisisi

Tabel 4. 21 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah setelah akuisisi

P6 : Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah								
1	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	0	0	2	24	128	26	4.92

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.50

- 2) Tanggapan responden terhadap Pegadaian menjaga reputasi para nasabah setelah akuisisi

Tabel 4. 22 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian menjaga reputasi para nasabah setelah akuisisi

P7 : Pegadaian menjaga reputasi para nasabah								
2	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	0	1	1	24	127	26	4.88

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Pegadaian menjaga reputasi para nasabah mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.88.

- 3) Tanggapan responden terhadap Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah setelah akuisisi

Tabel 4. 23 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah setelah akuisisi

P8 : Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah								
3	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	1	1	7	17	118	26	4.54

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.54.

- 4) Tanggapan responden terhadap Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah setelah akuisisi

Tabel 4. 24 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah setelah akuisisi

P9 : Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah								
4	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	1	0	6	19	121	26	4.65

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Pegadaian mampu memberikn solusi yang tepat untuk par nasabah mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.65.

- 5) Tanggapan responden terhadap Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah setelah akuisisi

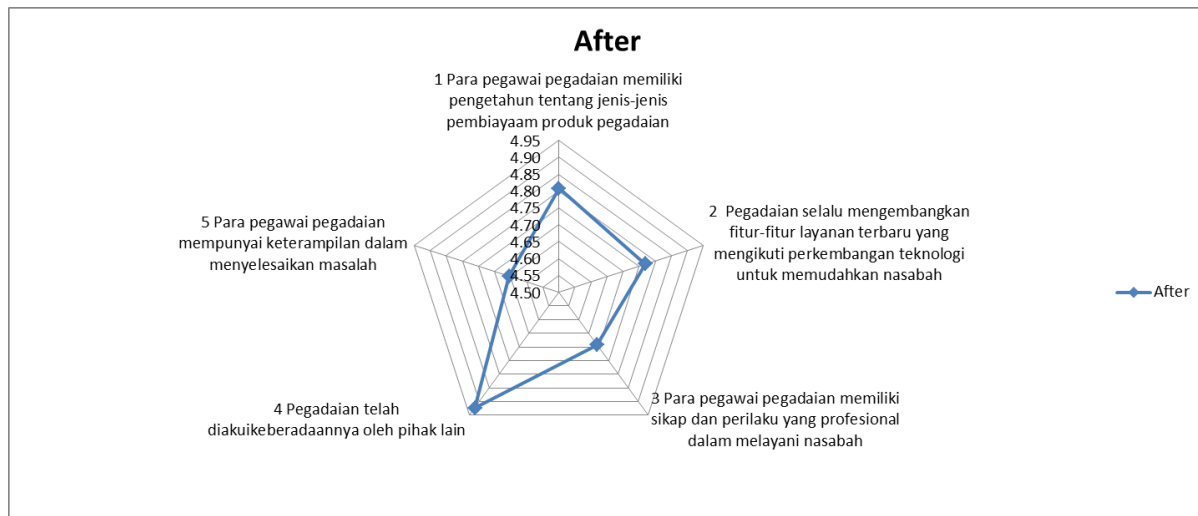
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah setelah akuisisi

P10 : Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah								
5	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	0	1	2	23	126	26	4.85

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Pegadaian mampu memberikn solusi yang tepat untuk par nasabah mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.65.

Dilihat dari sisi *competence* (kompetensi), PT Pegadaian setelah adanya proses akuisisi oleh PT Bank Rakyat Indonesia dinilai mengalami penigkatan oleh konsumen dari sisi telah diakui keberadaannya oleh pihak lain. Hal ini terlihat dari hasil tanggapan responden sebagai berikut :



Gambar 4. 14 Grafik jaring laba-laba untuk *Competence* (Kompetensi) setelah akuisisi
Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pada Gambar 4.14 di atas hasil menunjukkan bahwa parameter dengan nilai tertinggi setelah adanya proses akuisisi adalah Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain nilai *mean score* 4.92. Setelah adanya proses akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia dimana setelah itu terbentuknya Holding Umi, Pegadaian masuk ke beberapa unit Bank BRI dengan sebutan Senyum (Sentra Layanan Ultra Mikro) dimana ini adalah konsep untuk setiap *co-location* Bank BRI dan Pegadaian. Dimana nasabah dapat mengakses layanan ekosistem Ultra Mikro di dalam satu lokasi layanan bersama. Hal ini juga membuat keberadaan Pegadaian semakin banyak diketahui serta diakui keberadaannya oleh masyarakat umum.

- 1) Tanggapan responden terhadap Para pegawai memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk Pegadaian setelah akuisisi

Tabel 4. 26 Tanggapan Responden terhadap Para pegawai memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk Pegadaian setelah akuisisi

P11 : Para pegawai memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk Pegadaian								
1	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	0	1	3	22	125	26	4.81

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Para pegawai memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk Pegadaian mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.81.

- 2) Tanggapan responden terhadap Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah setelah akuisisi

Tabel 4. 27 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah setelah akuisisi

P12 : Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah								
1	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	0	1	4	21	124	26	4.77

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.77.

- 3) Tanggapan responden terhadap Para pegawai Pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah setelah akuisisi

Tabel 4. 28 Tanggapan Responden terhadap Para pegawai Pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah setelah akuisisi

P13 : Para pegawai pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah								
1	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	0	0	8	18	122	26	4.69

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Para pegawai Pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.69.

- 4) Tanggapan responden terhadap Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain setelah akuisisi

Tabel 4. 29 Tanggapan Responden terhadap Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain setelah akuisisi

P14 : Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain								
4	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	0	0	2	24	128	26	4.92

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.69.

- 5) Tanggapan responden terhadap para pegawai Pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah setelah akuisisi

Tabel 4. 30 Tanggapan Responden terhadap ara pegawai Pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah setelah akuisisi

P15 : Para pegawai pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah								
5	1	2	3	4	5	Jumlah	Total Responded	Mean Score
Setelah	0	0	1	7	18	121	26	4.65

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan pernyataan responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 26 responden yang menjawab bahwa setelah adanya proses akuisisi parameter para pegawai Pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah mengalami peningkatan *mean score* menjadi 4.65.

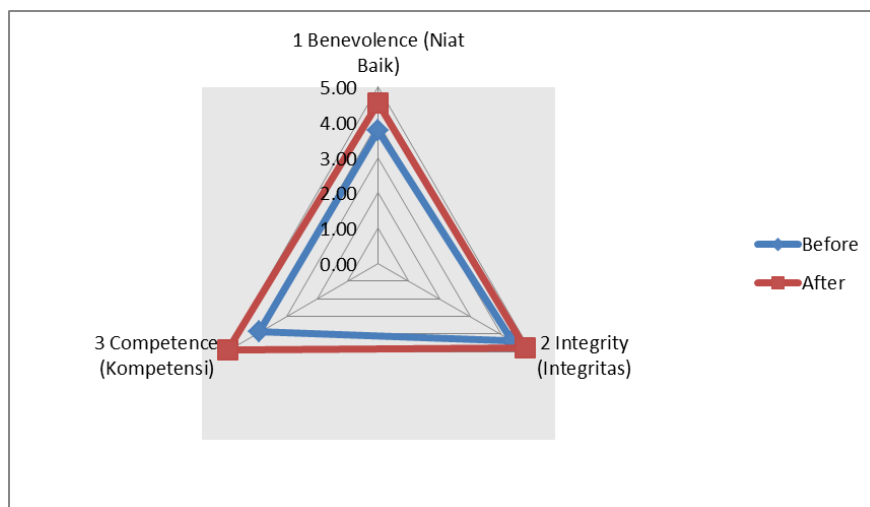
4.3.3 Analisis Dampak *Costumer Trust* PT Pegadaian Sebelum dan Sesudah Akuisisi Oleh PT Bank Rakyat Indonesia

Customer trust PT Pegadaian sebelum dan setelah akuisi mengalami kenaikan. Hal ini terlihat pada grafik jaring laba-laba pada Gambar 4.15, dimana terlihat pada titik parameter garis biru yang menunjukkan customer trust sebelum akuisisi dengan garis merah yang menunjukkan customer trust setelah akuisisi terdapat peningkatan yang terlihat dari titik variabel setelah akuisis lebih tinggi dibandingkan dengan sebelum akuisisi.

Tabel 4. 31 Perbandingan sebelum dan setelah akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia

No	Parameter	<i>Before</i>	<i>After</i>
1	Benevolence (Niat Baik)	3.77	4.54
2	Integrity (Integritas)	4.38	4.81
3	Competence (Kompetensi)	3.88	4.92
	Rata-Rata	4.01	4.76

Sumber: Data diolah penulis 2023

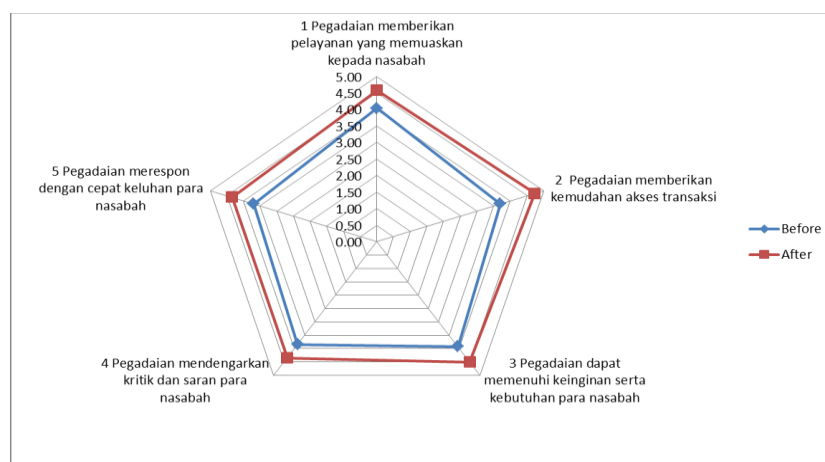


Gambar 4.15 Grafik jaring laba-laba sebelum dan sesudah akuisisi

Sumber: Data diolah penulis 2023

Indikator yang mengalami peningkatan signifikan setelah akuisisi adalah *competence* (kompetensi) dengan *mean score* 4.92, lalu diikuti dengan *benevolence* dan terakhir adalah *integrity*. Sebelum akuisisi *customer trust* PT Pegadaian menilai bahwa faktor yang membuat konsumen percaya terhadap Pegadaian adalah dari sisi integritas hal ini terlihat dari *mean score* integritas yang tinggi diantara dua indikator sebelum akuisisi 4.38 sedangkan setelah akuisisi faktor yang membuat konsumen semakin percaya dengan PT Pegadaian adalah dari sisi kompetensi, hal ini terlihat dari *mean score* 4.76

Dilihat dari masing-masing indikator, pada indikator *benevolence* seperti terlihat pada Gambar 4.16 peningkatan *customer trust* tertinggi terlihat pada kemudahan akses transaksi yang terlihat pada titik variabel garis hijau yang lebih tinggi dari titik variabel garis merah. Selain itu juga pada respon cepat keluhan nasabah yang tadinya sebelum akuisisi dinilai rendah oleh konsumen mengalami peningkatan setelah akuisisi, terlihat dari titik variabel no 5



Gambar 4.16 Grafik jaring laba-laba sebelum dan sesudah akuisisi untuk *benevolence* (niat baik)

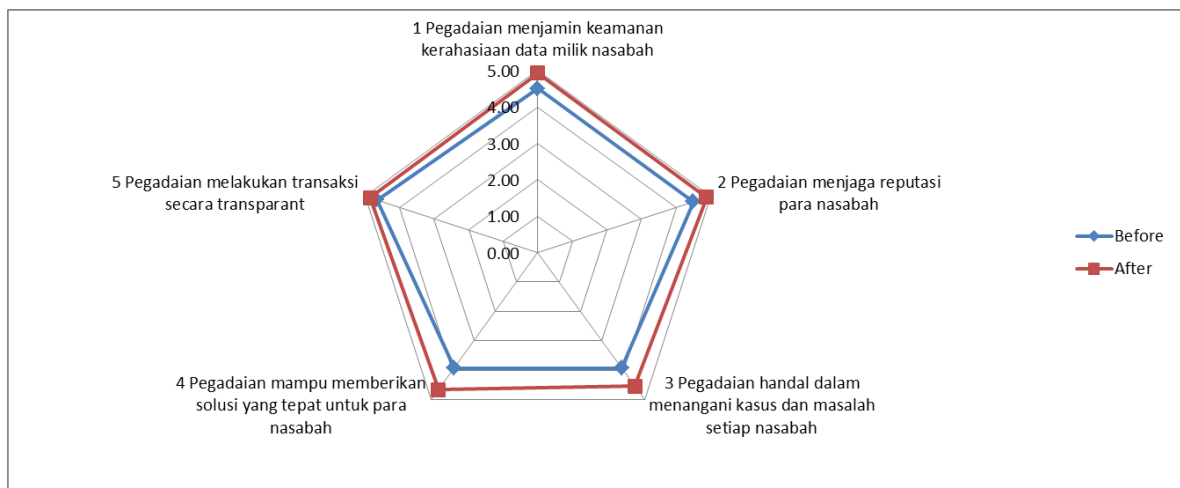
Sumber: Data diolah penulis 2023

Tabel 4. 32 Perbandingan sebelum dan setelah akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia untuk *benevolence* (niat baik)

No	Parameter	Before	After
1	Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah	4.04	4.58
2	Pegadaian memberikan kemudahan akses transaksi	3.69	4.73
3	Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah	3.92	4.50
4	Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah	3.85	4.35
5	Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah	3.69	4.35

Sumber: Data diolah penulis 2023

Dilihat dari masing-masing indikator, pada indikator *integrity* seperti terlihat pada Gambar 4.17 peningkatan *customer trust* tertinggi terlihat pada memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah yang terlihat pada titik variabel garis hijau yang lebih tinggi dari titik variabel garis merah. Selain itu juga dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah yang tadinya sebelum akuisisi dinilai rendah oleh konsumen mengalami peningkatan setelah akuisisi, terlihat dari titik variabel no 3



Gambar 4.17 Grafik jaring laba-laba sebelum dan sesudah akuisisi untuk *integrity* (integritas)

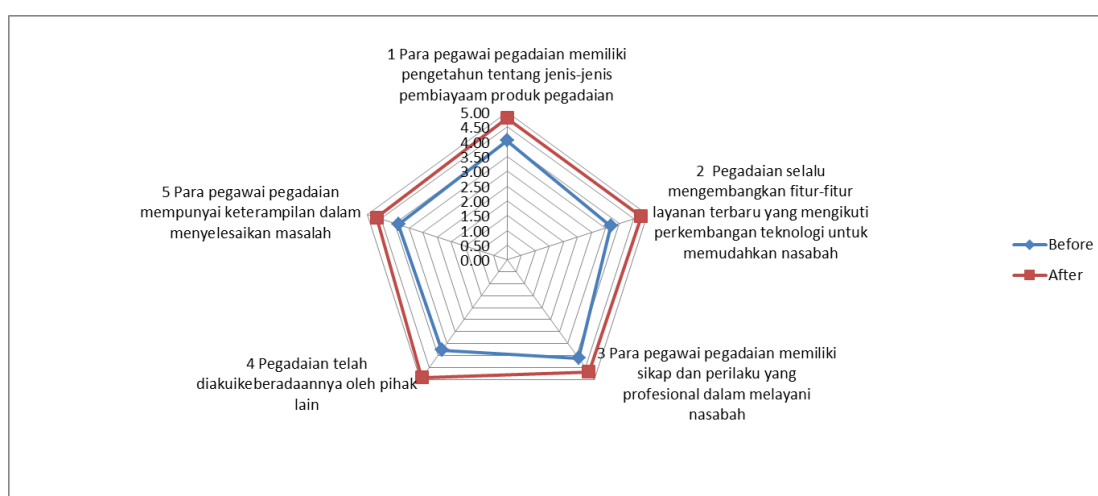
Sumber: Data diolah penulis 2023

Tabel 4. 33 Perbandingan sebelum dan setelah akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia untuk *integrity* (integritas)

No	Parameter	Before	After
1	Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah	4.50	4.92
2	Pegadaian menjaga reputasi para nasabah	4.50	4.88
3	Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah	3.92	4.54
4	Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah	3.92	4.65
5	Pegadaian melakukan transaksi secara <i>transparant</i>	4.65	4.85

Sumber: Data diolah penulis 2023

Dilihat dari masing-masing indikator, pada indikator *competence* seperti terlihat pada Gambar 4.18 peningkatan *customer trust* tertinggi terlihat pada Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain yang terlihat pada titik variabel garis hijau yang lebih tinggi dari titik variabel garis merah. Selain itu juga dalam mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah yang tadinya sebelum akuisisi dinilai rendah oleh konsumen mengalami peningkatan setelah akuisisi, terlihat dari titik variabel no 2.



Gambar 4. 18 Grafik jaring laba-laba sebelum dan sesudah akuisisi untuk *competence* (kompetensi)

Sumber: Data diolah penulis 2023

Tabel 4. 34 Perbandingan sebelum dan setelah akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia untuk *competence* (kompetensi)

No	Parameter	<i>Before</i>	<i>After</i>
1	Para pegawai Pegadaian memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk Pegadaian	4.04	4.81
2	Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah	3.69	4.77
3	Para pegawai Pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah	4.12	4.69
4	Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain	3.77	4.92
5	Para pegawai Pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah	3.88	4.65

Sumber: Data diolah penulis 2023

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pasca adanya merger. Begitupun dengan penelitian ini, dimana *costumer trust* nasabah Pegadaian dari semua indikator mengalami peningkatan setelah adanya proses akuisisi yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia. Hal tersebut membuktikan bahwa dengan adanya proses merger maupun akuisisi memberikan pengaruh terhadap tingkat kepercayaan nasabah. Nasabah menilai bahwa dengan penggabungan dua perusahaan dapat mengoptimalkan kebutuhan untuk kegiatan operasional serta meningkatkan kualitas pelayanan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis “Analisis *Costumer Trust* PT Pegadaian Setelah Akuisisi Oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Studi Kasus Pegadaian *Co-Location* BRI Unit Pekapuran)” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari pengolahan data metode jaring laba-laba di Bab IV, *costumer trust* sebelum adanya proses akuisisi dengan nilai terendah adalah *benevolence* (niat baik) yaitu 3.77. Hal ini dikarenakan sebelum akuisisi kemudahan akses transaksi dan respon untuk keluhan para nasabah masih dinilai rendah. Sedangkan dengan nilai tertinggi sebelum akuisisi adalah *integrity* (integritas) yaitu 4.38. Sebelum akuisisi Pegadaian dinilai menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah.
2. Berdasarkan hasil dari pengolahan data metode jaring laba-laba di Bab IV, setelah adanya proses akuisisi setiap parameter dalam indikator *costumer trust* mengalami peningkatan. parameter dengan nilai tertinggi adalah *competence* (kompetensi) dengan *mean score* 3.92. Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain dinilai memiliki peningkatan yang paling tinggi setelah akuisisi. Sedangkan untuk para pegawai Pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah mengalami peningkatan juga tetapi paling rendah dibanding parameter yang lain.
3. Berdasarkan hasil dari pengolahan data metode jaring laba-laba di Bab IV, proses akuisisi PT Pegadaian oleh PT Bank Rakyat Indonesia sangat berdampak terhadap peningkatan *costumer trust*. Hal ini dapat terlihat dari setiap indikator yang mengalami peningkatan dan perbandingan nilai *mean score* yang cukup tinggi untuk setiap parameternya. Dapat terlihat setelah proses akuisisi perbandingan di dalam indikator *competence* (kompetensi) mengalami peningkatan paling tinggi sedangkan didalam indikator *integrity* (integritas) mengalami peningkatan juga tetapi paling rendah dibanding yang lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Hendaknya Pegadaian lebih memperhatikan para nasabah dengan cara menunjukkan berbagai niat baik dalam melayani setiap transaksi maupun permasalahan setiap nasabah, sehingga para nasabah lebih merasa puas dan terciptanya rasa kepercayaan setelah melakukan transaksi di Pegadaian.
2. Hendaknya Pegadaian lebih mendengarkan kritik dan saran para nasabah untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi agar terciptanya rasa kenyamanan dan kepercayaan untuk melakukan transaksi di Pegadaian.

3. Hendaknya para pegawai Pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang lebih profesional dalam melayani nasabah, sehingga para nasabah lebih merasa puas dan terciptanya rasa kepercayaan setelah melakukan transaksi di Pegadaian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Z. (2019). Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Trust* Terhadap *Customer Satisfaction* serta Dampaknya pada *Customer Loyalty* Perbankan Syariah.
- Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi VI), (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006).
- Desmayanti, R., Wahyudin, A., & Rahman, E. F. Rancang Bangun Aplikasi IS And *Business Alignment Maturity* Level Sebagai Dasar Perencanaan Strategis Sistem Informasi Organisasi. *Jurnal Aplikasi Dan Teori Ilmu Komputer*.
- Dewi, P. Y. K., & Suryantini, N. P. S. (2018). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Sesudah Akuisisi. *E-Jurnalmanajemen Unud*.
- Fahlevi, A. R., & ROHMAN, A. (2011). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Merger Dan Akusisi (Studi Perusahaan Publik Pada BEI Tahun 2000-2009) (Doctoral Dissertation, UNDIP: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Hariyani, Iswi, dkk. 2011. *Merger, Akuisisi, Konsolidasi, & Pemisahaan Perusahaan: Cara Cerdas Mengembangkan & Memajukan Perusahaan*. Ctk 1. Jakarta : Visimedia.
- <https://Mahasiswa.Ung.Ac.Id/921411089/Home/2013/9/25/Akuisisi.Html>
- <https://www.Pegadaian.Co.Id/>
- Irmawati, I. G. S. (2012). Analisis Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah PT. Cimb Niaga Cabang Denpasar (Studi Komparasi Sebelum Dan Setelah Merger) (Doctoral Dissertation, Udayana University).
- Jesica, E. F. (2022). ANALISIS KEPERCAYAAN (*TRUST*) DALAM PEMBELIAN DI TOKO *ONLINE*.
- Kotler, & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran* Edisi 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and G Armstrong. (2004). *Principle of Marketing* : 10thEdition. New Jersey: prentice Hall.
- [Laporan](#) Tahunan 2020 Pegadaian

- MA Maskuri, EN Kurniawan, MK Wardani, M Andriyani - Jurnal Manajemen Kewirausahaan, 2019.
- Manurung, A. H., Foeh, J. E., Ni Nyoman, S., & Saragih, H. S. (2021). Restrukturisasi Perusahaan: Merger, Akuisisi Dan Konsolidasi Serta Pembiayaannya.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D., 1995. *An Integratif Model of Organizational Trust*, *Academy of Management Review*.
- McKnight et al., 2002. *The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact Website: A Trusting Building Model*. Jurnal sistem strategi informasi.
- Mulyati, Yofiana. 2017. Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah pada Tabungan Bank Rakyat (persero) Tbk Kantor Cabang Khatib Sulaiman. Dalam Jurnal Ekonomi.
- Nugraha, W. A., Sukomo, S., & Suhendi, R. M. (2023). ANALISIS PERBEDAAN KINERJA PERUSAHAAN SEBELUM AKUISISI DAN SESUDAH AKUISISI (Studi Pada PT. Bank Central Asia, Tbk. Periode 2016–2021).
- Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2021.
- Putri, N. L. A. (2022). PENGARUH KINERJA BANK TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) PASCA MERGER. *WADIAH*, 6(2).
- Roymon Panjaitan, SE., Ak., M. (2018). Manajemen Pemasaran (S. Sukarno, SIP (ed.)). Sukarno Pressindo.
- Samudra, A. W. (2011). Pengelolaan Keuangan PT Pegadaian (Persero) Terkait Dengan Adanya Perubahan Status Hukum Perum Menjadi Persero (Studi Di Kantor Pegadaian Cabang Turen Kabupaten Malang) (Doctoral Dissertation, Brawijaya University).
- Sari, D. C., Wardhana, A., Darwin, M., Sulaiman, E., Rahmawan, G., Ridwan, M., & Sangadji, S. S. (2021). Manajemen Pemasaran. Media Sains Indonesia.
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh *Ability*, *Benevolence*, Dan *Integrity* Terhadap Partisipasi *E-Commerce* (Studi Kasus Konsumen *E-Commerce* Di Indonesia). Jurnal Manajemen Dan Keuangan.

Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, (Bandung: ALFABETA,2015).

Sundari, R. I. (2017). Kinerja Merger Dan Akuisisi Pada Perusahaan Go Public. Telaah Bisnis.

Syaifudin, M., Kunci, K., & Budaya, F. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan. Jurnal Ekonomi Syariah.

Tarigan, J., Yenewan, S., & Natalia, G. (2016). Merger Dan Akuisisi: Dari Prespektif Strategis Dan Kondisi Indonesia (Pendekatan Konsep Dan Studi Kasus). Yogyakarta: Ekuilibria.

Tarwiyanti, E. A. (2018). Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) Pada Toko *Online (Onlineshop)* Terhadap Intensi Membeli Produk (Doctoral Dissertation, University Of Muhammadiyah Malang).

Tjahyadi, R. A. (2006). *Brand Trust* Dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. Jurnal Manajemen Maranatha.

Untung, B. (2020). *Hukum Merger*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Utami, E. S. (2015). Kinerja Finansial Perusahaan Yang Melakukan Akuisisi. Jurnal Akuntansi Universitas Jember.

UU BUMN Pasal 72

Wardaya, E. (2017). Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Dan *Customer Trust* Pada Pelanggan Bengkel Auto 2000 Di Surabaya. *Petra Business And Management Review*.

Wati, D. W. R., Fatmawatie, N., & Fauzia, N. (2020). Pengaruh *Customer Satisfaction* Dan *Customer Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Produk Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely. *ISTITHMAR: Journal Of Islamic Economic Development*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rulan Yulinar

Alamat : Dusun Pahing RT03/RW04, Desa Luragung Landeuh, Kecamatan Luragung, Kabupaten Kuningan, Kode Pos 45581

Tempat/Tanggal Lahir :Kuningan/05 Juli 2001

Agama : Islam

Pendidikan

- SD : SD Negeri 2 Luragung Landeuh
- SMP : SMP Negeri 1 Luragung
- SMA : SMA Negeri 1 Kuningan
- Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Mei 2023

Rulan Yulinar

LAMPIRAN

Lampiran I Data Kuesioner

KUESIONER

ANALISIS *COSTUMER TRUST* PT PEGADAIAN SETELAH AKUISISI OLEH PT BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) : Studi Kasus pada PT Pegadaian Cabang Cisalak

Responden yang terhormat,

Kami ucapkan banyak terima kasih atas kesediaan anda untuk mengisi kuisisioner ini sesuai dengan keadaan yang anda rasakan, di mana data yang telah terkumpul ini akan digunakan untuk menyusun penelitian saya sebagai mahasiswa di Universitas Pakuan.

Rulan

Profil Responden

1. Nama Peserta :

2. Jenis Kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita

3. Usia
 - a. 15 thn - 20 thn c. 25 thn – 30 thn
 - b. 20 thn - 25 thn d. > 30 thn

4. Pendidikan Terakhir
 - a. SMU/SMK D. S1
 - b. D1 E. Lainnya :
 - c. D3

5. Pekerjaan saat ini
 - a. Belum bekerja D. Wiraswasta
 - b. Mahasiswa E. Lainnya, yaitu :
 - c. Karyawan

6. Sudah pernah melakukan transaksi di Pegadaian sebelumnya :
 - a. Sudah pernah
 - b. Belum pernah

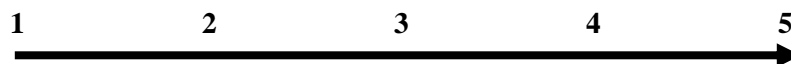
INSTRUMEN PENELITIAN

Petunjuk :

1. Isilah jawaban terhadap semua pertanyaan dalam kuesioner ini dengan memberikan pilihan sesuai dengan penilaian Anda.
2. Beri tanda (√) atau tanda (X) pada kotak yang tersedia untuk pilihan jawaban anda.

Skor jawaban dibagi dalam 5 kriteria :

Nilai 1 : adalah nilai paling rendah, dan nilai 5 : adalah nilai paling tinggi



I. BENEVOLENCE (Niat Baik)

No.	Variabel	Sebelum Akuisisi					Setelah Akuisisi				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah										
2.	Pegadaian memeberikan kemudahan akses transaksi										
3.	Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah										
4.	Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah										
5.	Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah										

II. INTEGRITY (Integritas)

No.	Variabel	Sebelum Akuisisi					Setelah Akuisisi				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah										
2.	Pegadaian menjaga reputasi para nasabah										
3.	Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah										
4.	Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah										
5.	Pegadaian melakukan transaksi secara transparant										

III. COMPETENCE (Kompetensi)

No.	Variabel	Sebelum Akuisisi					Setelah Akuisisi				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	Para pegawai pegadaian memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk pegadaian										

2.	Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah										
3.	Para pegawai pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah										
4.	Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain										
5.	Para pegawai pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah										

≈Terima Kasih Atas Partisipasi Saudara/Ri≈

Lampiran II Koding

Benevolence (Niat Baik)	Koding
1. Pegadaian memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah	P1
2. Pegadaian memberikan kemudahan akses transaksi	P2
3. Pegadaian dapat memenuhi keinginan serta kebutuhan para nasabah	P3
4. Pegadaian mendengarkan kritik dan saran para nasabah	P4
5. Pegadaian merespon dengan cepat keluhan para nasabah	P5
Integrity (Integritas)	Koding
1. Pegadaian menjamin keamanan kerahasiaan data milik nasabah	P6
2. Pegadaian menjaga reputasi para nasabah	P7
3. Pegadaian handal dalam menangani kasus dan masalah setiap nasabah	P8
4. Pegadaian mampu memberikan solusi yang tepat untuk para nasabah	P9
5. Pegadaian melakukan transaksi secara transparant	P10
Competence (Kompetensi)	Koding
1. Para pegawai pegadaian memiliki pengetahuan tentang jenis-jenis pembiayaan produk pegadaian	P11
2. Pegadaian selalu mengembangkan fitur-fitur layanan terbaru yang mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan nasabah	P12
3. Para pegawai pegadaian memiliki sikap dan perilaku yang profesional dalam melayani nasabah	P13
4. Pegadaian telah diakui keberadaannya oleh pihak lain	P14
5. Para pegawai pegadaian mempunyai keterampilan dalam menyelesaikan masalah	P15

