

Implikasi Inovasi Kualitas Produk Pegadaian Terhadap Minat Masyarakat dalam Berinvestasi (Studi Kasus PT Pegadaian Cabang UPC Putussibau Kapuas Hulu)

Widya Ashari¹, Lukman², Syarif Agusaid Alkadrie³

¹²³ Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak

Email: ashariwidya06@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is to find out: (1) To find out that product quality innovations carried out by pawnshops can increase public interest in investing (2) To find out that the Digital Pawnshop application can attract public interest in gold investment This study uses qualitative research methods. The data sources of this study are primary and secondary data. The primary data sources are in the form of observations, interviews and documentation with five informants where four informants are customers of the Putussibau pawnshop, Kapuas Hulu who use the digital pawnshop application and one informant is the Putussibau Kapuas upstream branch pawnshop and for secondary data sources of books, journals, theses and pawnshop websitesIndonesia. The techniques used to collect data are observation, interviews and documentation. The result of this research is that product quality innovations carried out by Pegadaian can increase public interest in investing through the products offered, especially Gold Savings products. Furthermore, the role of Pegadaian Digital Service (PDS) is also very important in increasing customers because of the various conveniences offered so that it is easier for people to set aside their income or savings to invest.

Keywords Pawnshop, Investment, Pawnshop Digital Service

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui : (1) Untuk mengetahui inovasi kualitas produk yang dilakukan oleh pihak pegadaian dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi (2) Untuk mengetahui aplikasi Pegadaian Digital dapat menarik minat masyarakat dalam investasi emas Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Sumber data dari penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Sumber data primer berupa observasi, wawancara dan dokumentasi dengan lima informan yang dimana empat informannya yaitu nasabah pegadaian putussibau, kapuas hulu yang menggunakan aplikasi pegadaian digital serves dan satu informan merupakan pihak pegadaian cabang putussibau Kapuas hulu dan untuk sumber data sekunder buku, jurnal, skripsi dan website pegadaian indonesia. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah, inovasi kualitas produk yang dilakukan oleh pihak Pegadaian dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi melalui produk-produk yang ditawarkan, terutama produk Tabungan Emas. Lebih lanjut lagi, peran Pegadaian Digital Service (PDS) juga sangat penting dalam peningkatan nasabah karna berbagai kemudahan yang ditawarkan sehingga masyarakat lebih mudah untuk menyisihkan pendapatan atau tabungannya untuk berinvestasi.

Kata kunci: Pegadaian, Investasi, Pegadaian Digital Service

I. Pendahuluan

Investasi merupakan instrumen penting dalam pengelolaan kekayaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, sekaligus berperan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi. Menurut Kamiruddin dan Ahmed (2015), tujuan berinvestasi adalah untuk menginvestasikan uang dengan harapan memperoleh keuntungan tambahan dari uang tersebut. Investasi ini juga merupakan kegiatan transaksi yang sangat direkomendasikan bagi para investor, karena aset tersebut bermanfaat dan produktif. (Gustina, 2013 : 45).

Di Kabupaten Kapuas Hulu, tren investasi menunjukkan peningkatan yang signifikan pada periode 2022–2023, yang tercermin dari naiknya nilai investasi baik dari PMDN maupun PMA. Salah satu sektor yang turut mendorong peningkatan tersebut adalah investasi emas melalui PT Pegadaian. PT Pegadaian telah melakukan inovasi dalam bentuk pengembangan produk, seperti Tabungan Emas dan layanan berbasis digital melalui Pegadaian Digital Service (PDS). Inovasi ini bertujuan untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi kepada masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan, khususnya investasi emas. Kehadiran aplikasi digital tersebut berhasil menarik minat masyarakat, khususnya generasi milenial yang mengutamakan aksesibilitas dan kecepatan transaksi.

Namun demikian, tantangan utama dalam implementasi produk investasi ini di wilayah seperti Kapuas Hulu adalah rendahnya tingkat literasi keuangan masyarakat, terutama di daerah pedesaan. Masih banyak masyarakat yang belum memahami cara kerja serta manfaat dari investasi digital, yang mengakibatkan rendahnya partisipasi dalam produk investasi modern. Oleh karena itu, keberhasilan inovasi Pegadaian sangat bergantung pada peningkatan edukasi dan penyuluhan keuangan yang menyeluruh dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, inovasi produk investasi yang dilakukan oleh Pegadaian, baik dari sisi produk maupun teknologi digital, telah memberikan kontribusi positif terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi. Namun, untuk memperluas dampaknya secara merata, diperlukan sinergi antara pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat dalam meningkatkan literasi serta inklusi keuangan di daerah-daerah tertinggal.

II. Kajian Teori

A. Implikasi

Implikasi adalah akibat atau dampak yang muncul dari suatu tindakan, keputusan, atau hasil penelitian. Dalam dunia penelitian, implikasi menunjukkan bagaimana hasil penelitian bisa memengaruhi teori, kebijakan, praktik di lapangan, atau penelitian selanjutnya.

Menurut Sugiyono (2017), implikasi adalah hasil lanjutan dari penelitian yang bisa berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun kehidupan sehari-hari. Sebagai contoh, apabila suatu penelitian menemukan bahwa layanan digital Pegadaian meningkatkan minat masyarakat dalam berinvestasi, maka terdapat berbagai bentuk implikasi yang muncul. Secara praktis, Pegadaian dapat memperluas layanan digital ke wilayah terpencil guna meningkatkan aksesibilitas. Dari sisi teoritis, temuan tersebut dapat memperkuat teori bahwa digitalisasi mampu mendorong inklusi keuangan. Sedangkan secara sosial, masyarakat akan menjadi lebih sadar akan pentingnya berinvestasi sebagai bentuk perencanaan keuangan yang bijak.

B. Inovasi Layanan Digital

Inovasi dapat dianggap sebagai aspek yang mendukung kesuksesan ekonomi, berkat adanya pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasikan input menjadi output yang menciptakan perubahan besar dalam hubungan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada Konsumen atau pengguna, khususnya di era globalisasi saat ini, menjadikan inovasi sebagai hal yang krusial dan salah satu faktor utama yang menentukan kesuksesan perusahaan atau unit bisnis. (Murdani, B. (2023)). Di era persaingan yang semakin ketat, Saingan kini tidak terbatas pada pelaku usaha dalam negeri, melainkan juga dari luar negeri, di mana mereka berpartisipasi dalam pasar dan berusaha menarik pelanggan. Inovasi, dalam pandangan Drucker, adalah produksi sesuatu yang baru dan berbeda dari masa lalu. Dengan kata lain, inovasi adalah merupakan hasil 21 temuan baru yang tidak sama dengan apa yang telah ada atau dikenal sebelumnya

Inovasi layanan digital menjadi kunci utama dalam meningkatkan kualitas dan efisiensi layanan di berbagai sektor. Inovasi ini mengacu pada penerapan teknologi baru untuk menciptakan, mengembangkan, atau menyempurnakan layanan agar lebih cepat, responsif, dan bernilai tambah bagi pengguna. Menurut Ostrom et al. (2010) inovasi dalam layanan digital berfokus pada penciptaan solusi baru yang berbasis teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan, pengalaman pengguna, dan efektivitas organisasi dalam memberikan layanan yang lebih cepat, responsif, dan personalisasi. (M. Wijaya, 2019 : 590).

C. Inovasi produk

Inovasi adalah penciptaan hal baru atau pembaruan dari hal yang sudah ada, yang memberikan dampak ekonomi dan sosial secara signifikan. Inovasi mencakup perubahan cara mengubah input menjadi output yang lebih bernilai bagi konsumen (Fontana, Drucker, Sukmadi).

Produk didefinisikan sebagai segala sesuatu, baik berwujud maupun tidak, yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Keberhasilan produk di pasar dapat dilihat dari meningkatnya minat beli konsumen, terutama minat eksploratif dalam mencari informasi dan nilai dari produk (Kotler & Keller, Ferdinand).

Inovasi produk adalah proses berkelanjutan yang melibatkan pengembangan atau penyempurnaan produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Keberhasilan inovasi bergantung pada keterpaduan proses, dukungan lingkungan, dan perencanaan yang matang (Myers & Marquis, Ernawati, Vikriyah). Dalam Islam, inovasi produk harus memperhatikan nilai-nilai syariah, termasuk kehalalan, manfaat, dan kualitas produk. Produksi dipandang sebagai aktivitas yang bertujuan meningkatkan nilai guna barang dengan memanfaatkan sumber daya dari Allah SWT untuk kebaikan umat. (Vikriyah et al., 2023: 17).

Kualitas produk adalah sekumpulan fitur dan karakteristik suatu barang atau jasa yang mampu memenuhi atau melampaui kebutuhan dan harapan konsumen. Produk dikatakan berkualitas jika dapat menjalankan fungsinya secara optimal dan memberikan kepuasan kepada pengguna. Indikator kualitas produk menurut Tonce dan Rangga meliputi kinerja, fitur, kesesuaian standar, keandalan, daya tahan, estetika, persepsi konsumen, dan kemudahan perbaikan. (Riyono & Budiharja, 2017 : 97).

D. Faktor yang Mempengaruhi Produk

Menurut Kotler dan Armstrong, ada enam faktor utama yang memengaruhi produk:

- a. Kualitas Produk. sejauh mana produk dapat memuaskan kebutuhan konsumen.
- b. Fitur Produk. karakteristik pembeda yang memberikan keunggulan kompetitif.
- c. Desain dan Gaya. tampilan fisik dan nilai estetika produk.
- d. Merek Dagang. identitas produsen melalui nama, simbol, atau tanda.
- e. Kemasan. pelindung dan daya tarik visual produk.
- f. Label Produk. informasi penting tentang isi dan karakteristik produk.

E. Pegadaian

Pegadaian merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memberikan layanan pinjaman kepada masyarakat dengan sistem gadai, di mana barang bergerak dijadikan jaminan utang sebagaimana diatur dalam Pasal 1150 KUH Perdata. Tujuan utamanya adalah membantu masyarakat yang membutuhkan dana cepat dan aman, serta melindungi dari praktik lembaga keuangan nonformal yang merugikan. Untuk menjangkau masyarakat yang menginginkan layanan berbasis syariah, Pegadaian juga menyediakan Pegadaian Syariah melalui Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS), yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan berdasarkan Fatwa DSN- MUI No. 25 dan 26 Tahun 2002, dengan menggunakan akad Rahn (jaminan) dan Ijarah (sewa). (Dewi, 2023 : 45)

Seiring perkembangan teknologi, Pegadaian meluncurkan

Pegadaian Digital Service (PDS) pada tahun 2017 sebagai inovasi layanan digital berbasis aplikasi mobile dan web, yang memudahkan nasabah bertransaksi kapan saja dan di mana saja dengan cepat dan efisien. Salah satu produk unggulannya adalah Tabungan Emas, yang memungkinkan nasabah menabung emas mulai dari Rp 5.000,- dengan sistem yang fleksibel dan sesuai syariah. Produk ini menggunakan tiga jenis akad, yaitu Murabahah (jual beli dengan margin), Wadi'ah (titipan tanpa imbalan), dan Istishna (pemesanan emas fisik). Melalui layanan digital dan produk syariah yang inovatif, Pegadaian bertransformasi menjadi lembaga keuangan yang inklusif, modern, dan berbasis kepercayaan.

F. Investasi

Investasi adalah proses penempatan uang ke dalam aset tertentu dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa depan. Terdapat tiga aspek penting dalam menilai investasi, yaitu: aspek nilai uang yang diinvestasikan, aspek waktu (sekarang dan masa depan), serta aspek manfaat (keuntungan dibandingkan biaya). (Faessal 2024)

Dalam Islam, investasi dipandang sebagai bentuk ibadah, sehingga harus memenuhi prinsip halal, thayyib, bebas dari riba, gharar (ketidakjelasan), maysir (judi), dan spekulasi. Islam tidak menjanjikan hasil pasti dari investasi karena hasilnya tergantung pada faktor yang diketahui dan tidak diketahui. Prinsip investasi syariah mengacu pada Al-Qur'an dan Hadis, serta dipandu oleh ketentuan dari Dewan Syariah Nasional (DSN) agar pelaksanaannya sesuai syariat. Umat Islam dianjurkan untuk mengembangkan harta melalui investasi, bukan menimbunnya, sebagai bentuk pengelolaan karunia Allah secara produktif. . (Gustina, 2013 : 45)

G. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan individu, kelompok, atau organisasi dalam merencanakan, membeli, dan menggunakan barang atau jasa, yang dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi, persepsi, kepribadian, pembelajaran, dan sikap, serta faktor eksternal seperti budaya, kelas sosial, keluarga, kelompok referensi, dan komunikasi. (Totok Subianto, 2020 : 299).

Konsumen membuat keputusan pembelian berdasarkan kombinasi dari proses psikologis internal dan pengaruh lingkungan eksternal. Sementara itu, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor utama, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, dan biaya. Produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, layanan yang sesuai harapan, serta proses pembelian yang efisien akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

III. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggali makna dan memahami fenomena secara mendalam dalam konteks alamiah (Nurrisaa & , Dina Herminab, 2025 :

795). Lokasi penelitian berada di Kantor Pegadaian UPC Putussibau, dengan objek penelitian berupa karyawan dan nasabah yang menggunakan layanan Pegadaian serta aplikasi digital Pegadaian, yang berlangsung dari tanggal 1 Juli 2024 hingga 4 Juni 2025.

Sumber data terdiri atas data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap karyawan dan nasabah, serta data sekunder berupa buku, jurnal, dan situs resmi Pegadaian. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, dengan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan analisis data. Analisis data dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data (penyaringan data penting), penyajian data (penampilan informasi secara terstruktur), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (pencarian makna dan pola yang relevan). Untuk memastikan validitas, reliabilitas, dan objektivitas hasil penelitian, keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, penggunaan bahan referensi, serta pemeriksaan dokumen pendukung.

IV. Hasil dan Pembahasan

A. Inovasi Kualitas Produk yang Dilakukan Pegadaian dalam Meningkatkan Minat Masyarakat dalam berinvestasi

Inovasi produk, menurut Kotler dan Keller dalam penelitian Murdani (2023:869), merupakan upaya untuk meningkatkan atau mengembangkan kualitas suatu produk, yang mencakup lebih dari sekadar pengenalan barang atau jasa baru, melainkan juga melibatkan penciptaan konsep dan taktik baru yang memberikan manfaat bagi pelanggan. Di Pegadaian UPC Putussibau, inovasi kualitas produk tercermin melalui pengembangan layanan Tabungan Emas, yaitu produk investasi berbasis Emas yang terjangkau dan mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Produk ini terus ditingkatkan dari segi kemudahan transaksi, transparansi harga, serta keamanan investasi. Salah satu inovasi yang signifikan adalah integrasi layanan digital melalui aplikasi Pegadaian Digital, yang memungkinkan nasabah untuk menabung emas secara online, mengecek saldo Serta memberikan kemudahan dalam melakukan jual beli emas secara fleksibel, tanpa batas waktu dan tempat.

Analisis terhadap hasil wawancara dengan karyawan Pegadaian di Unit Pelayanan Cabang (UPC) Putussibau mengenai inovasi kualitas produk dalam upaya meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi menunjukkan bahwa Pegadaian UPC Putussibau telah berhasil menerapkan berbagai inovasi produk yang efektif. Inovasi tersebut terbukti mampu mendorong peningkatan minat masyarakat, khususnya dalam bentuk investasi emas. Salah satu produk unggulan yang memperoleh respons positif dari masyarakat adalah Tabungan Emas. Produk ini

memberikan kemudahan akses bagi masyarakat untuk berinvestasi emas dengan modal yang relatif terjangkau, tanpa memerlukan agunan, serta menawarkan fleksibilitas dalam bertransaksi. Selain dinilai aman dan menguntungkan, Tabungan Emas juga dipandang sebagai alternatif investasi yang menarik, terutama bagi kalangan milenial dan masyarakat kelas menengah ke bawah.

Inovasi yang dilakukan oleh Pegadaian tidak hanya terbatas pada pengembangan produk, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas layanan melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya melalui Layanan Digital Pegadaian atau PDS. Kanal digital ini memberikan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi secara online dengan cepat, transparan, dan efisien, sehingga meningkatkan kenyamanan nasabah dalam berinvestasi. Layanan Digital Pegadaian atau Aplikasi PDS dilengkapi dengan berbagai fitur, seperti pembukaan rekening Tabungan Emas, pemantauan harga emas secara real-time, pembelian dan penjualan emas, serta pengisian saldo (top up). Kepraktisan dan keamanan yang ditawarkan oleh aplikasi ini menjadi daya tarik tersendiri, khususnya bagi masyarakat yang telah terbiasa menggunakan teknologi digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dan pemanfaatan teknologi digital tersebut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan minat masyarakat dalam berinvestasi. Ini terlihat dari pertumbuhan jumlah nasabah yang menggunakan layanan transaksi melalui aplikasi Pegadaian Digital Service, yaitu dari 50% pada tahun 2023 menjadi 80% pada tahun 2024. Selain mempermudah masyarakat dalam menyisihkan pendapatan untuk berinvestasi, aplikasi ini juga memperluas jangkauan strategi pemasaran secara interaktif, baik melalui pendekatan langsung maupun melalui media digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, serta optimalisasi teknologi digital secara terpadu telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan jumlah nasabah dan peningkatan kesadaran serta minat masyarakat terhadap investasi emas di Pegadaian UPC Putussibau.

B. Peran Pegadaian Digital Service dalam Peningkatan Minat Masyarakat pada Investasi emas

Kotler dan Keller dalam penelitian Mochtar et al. (2022:1817), minat konsumen terhadap suatu produk atau layanan sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kemudahan, manfaat, dan nilai yang ditawarkan. Aplikasi yang dirancang dengan antarmuka 96 yang mudah digunakan, informatif, serta memberikan nilai tambah akan lebih mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakannya secara berkelanjutan.

Aplikasi Pegadaian Digital Service telah mampu memenuhi ekspektasi masyarakat dalam hal kemudahan, kecepatan, dan keamanan

dalam berinvestasi, khususnya pada produk Tabungan Emas. Aksesibilitas melalui ponsel pintar memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi keuangan seperti pembelian emas, pembayaran cicilan, pengecekan saldo, hingga investasi secara berkala, tanpa harus mengunjungi kantor Pegadaian. Hal ini memberikan fleksibilitas yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat modern yang memiliki mobilitas tinggi. Beberapa informan yang diwawancarai menyatakan bahwa aplikasi ini sangat membantu mereka dalam mengelola keuangan sesuai dengan kondisi dan kesibukan masing-masing. Proses transaksi yang berlangsung secara real-time serta fitur keamanan yang memadai, seperti verifikasi melalui PIN dan kode OTP, turut meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan dalam menggunakan layanan tersebut. Secara umum, investasi melalui aplikasi Pegadaian Digital dinilai praktis, efisien, dan sesuai dengan gaya hidup masyarakat masa kini yang mengutamakan fleksibilitas waktu dan tempat. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital yang dilakukan oleh 97 Pegadaian telah berhasil menghadirkan solusi keuangan yang inklusif, mudah dijangkau, dan relevan dengan kebutuhan berbagai lapisan masyarakat.

V. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Pegadaian telah berhasil melakukan inovasi dalam peningkatan kualitas produk, khususnya melalui pengembangan produk Tabungan Emas. Produk ini memungkinkan masyarakat untuk berinvestasi emas dengan cara yang lebih mudah, terjangkau, dan tanpa memerlukan agunan, sehingga menjadi alternatif investasi yang menarik, terutama bagi kalangan milenial dan masyarakat menengah ke bawah. Inovasi ini tidak hanya menyentuh aspek produk, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas pelayanan, seperti transparansi, efisiensi, dan fleksibilitas dalam bertransaksi.

Selain itu, kehadiran aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) menjadi salah satu faktor utama yang mendorong minat masyarakat dalam berinvestasi emas. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur yang memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi secara online, seperti pembukaan rekening Tabungan Emas, pembelian dan penjualan emas, serta pemantauan harga emas secara real time. Kemudahan, kecepatan, dan keamanan yang ditawarkan oleh kanal 97 98 digital ini memberikan pengalaman bertransaksi yang nyaman bagi nasabah, sekaligus mendorong peningkatan partisipasi masyarakat dalam investasi. Dengan demikian, inovasi produk yang berkualitas dan pemanfaatan teknologi digital secara optimal telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan minat dan jumlah nasabah investasi emas di Pegadaian.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat disampaikan kepada pihak terkait. Bagi Pegadaian Cabang Putussibau,

disarankan untuk terus mengembangkan produk investasi, khususnya Tabungan Emas, serta meningkatkan edukasi keuangan kepada masyarakat, terutama di wilayah pedesaan, melalui sosialisasi langsung maupun pemanfaatan media digital. Optimalisasi layanan digital seperti Pegadaian

Digital Service (PDS) juga perlu terus ditingkatkan agar akses terhadap produk investasi semakin mudah dan efisien.

Bagi nasabah, diharapkan agar lebih proaktif dalam memanfaatkan produk investasi seperti Tabungan Emas sebagai bagian dari perencanaan keuangan jangka panjang, serta meningkatkan literasi keuangan dengan mengikuti program edukasi yang disediakan oleh Pegadaian. Sementara itu, bagi penulis, disarankan untuk terus memperdalam pengetahuan di bidang keuangan dan investasi, serta menelusuri referensi ilmiah yang relevan terkait inovasi produk di sektor jasa keuangan, di mana pengalaman penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan kajian yang lebih luas dan mendalam di masa mendatang.

Daftar Pustaka

Dewa Pratama Putra, A. W. (2023). Analisis Perbandingan Gadai Syariah Dan Gadai Konvensional Di Tinjau Hukum Dan Prinsip. *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 9. 42-57.

Faessal Et Al. (2024). Analisis Minat Masyarakat Untuk Investasi Emas Di Pegadaian. 3(3), 661–678.

Gustina. (2013). *Investigasi Investasi: “Sebuah Kajian Teoritis Tentang Alternatif Pilihan”*.

Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Padang.

Mochtar, M. M. I., Mandey, S. L., & Pondaag, J. J. (2022). (55). Pengaruh 100 Media Sosial, Metode Pembayaran, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman Di Cinema Xxi Manado Town Square. *Jurnal Emba*, 10(4), 1807–1818.

Murdani, B. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Studi Kasus Showroom The King Cobra Auto Jakarta Timur). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, <https://doi.org/10.36987/ECobi.V10i2.4505> 10(2), 116–128.

Nurrisaa, F., & , Dina Herminab, N. (2025). Pendekatan Kualitatif Dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, Dan Analisis Data. 02(03), 793–800.

Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aqua (Studi Pada Mahasiswa Program Studi

Pendidikan
Riau). Jurnal
1-12. Abdul
Manajemen.Pdf%0ahttp://Jom.Unri.Ac.Id/Index.Php/Jomfkip/Article/View/9535.

Ekonomi
Stie Semarang,
Http://Eprints.Upnyk.Ac.Id/23916/1/Buku
Ghofar Perspektif

Universitas
8(2),
Http://Eprints.Upnyk.Ac.Id/23916/1/Buku
Perspektif

Totok Subianto. (2020). Studi Tentang Perilaku Konsuemn Beserta Impilaksinya Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekonomi Modernisasi, 5(3), 298-312

Vikriyah, Z., Studi, P., Syariah, P., Ekonomi, J., Keuangan, D. A. N., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2023). Pada Minat Investasi

Generasi Milenial (Studi Kasus Pt Pegadaian Cabang Purwokerto) Skripsi. Wijaya, M. (2015). Analisa Deskriptif Inovasi Pada Ron's Laboratory Surabaya. Agora,3(1), 587-594.

Lampiran 1.

Kisi-Kisi Wawancara

Judul	Fokus Masalah	Indikator	Item
Implikasi Inovasi Kualitas Produk Pegadaian Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berinvestasi (Studi Kasus Pt Pegadaian Cabang Upc Putussibau Kapuas Hulu)	1. Bagaimana inovasi kualitas produk yang dilakukan oleh pihak pegadaian dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi?	Kualitas produk	1-4
		Fitur produk	5-8
		Strategi pemasaran	9-11
	2. Bagaimana aplikasi pegadaian digital dapat menarik minat masyarakat dalam investasi emas	Pengalaman Menggunakan Aplikasi Digital Pegadaian	12-13
		Persepsi kemudahan dan keamanan penggunaan	14-17
		Ketertarikan dan niat investasi digital	18-19
		Tantangan dan Hambatan	20

Lampiran 1

Pedoman Wawancara Terhadap Pihak Pegadaian dan Nasabah pegadaian UPC Putussibau

1. Apa saja inovasi produk yang telah diluncurkan oleh Pegadaian dalam beberapa tahun terakhir?
2. Bagaimana Anda mendefinisikan kualitas produk dalam konteks layanan Pegadaian, khususnya Tabungan Emas?
3. Bagaimana respon masyarakat sejauh ini terhadap kualitas layanan dan produk yang ditawarkan, terutama di UPC Pegadaian Putussibau?
4. Menurut Anda, produk apa yang paling mencerminkan kualitas unggul dari Pegadaian dan mengapa?
5. Berapa rata-rata jumlah nasabah yang menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) untuk bertransaksi?
6. Bagaimana fitur-fitur yang ditawarkan oleh Pegadaian dapat membantu meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi?
7. Fitur apa yang paling sering menjadi alasan nasabah memilih produk Pegadaian?
8. Umpan balik apa yang paling sering diterima dari nasabah mengenai penggunaan aplikasi Pegadaian Digital Service?
9. Strategi apa dalam bidang pemasaran yang diterapkan pada Pegadaian untuk menarik nasabah baru?
10. Jika turun langsung kelapangan target pasar seperti apa yang kalian targetkan
11. Melihat masih banyaknya nasabah yang bertransaksi langsung pada outlet Pegadaian, Apakah terdapat strategi pemasaran untuk aplikasi Pegadaian Digital Service?
12. Apa yang membuat anda tertarik untuk menggunakan aplikasi Pegadaian Digital ini?
13. Sejak kapan Anda mulai menggunakan aplikasi Pegadaian Digital, dan bagaimana pengalaman Anda sejauh ini?
14. Apakah anda merasa lebih mudah dan praktis saat bertransaksi menggunakan aplikasi ini dibandingkan dengan transaksi di kantor?
15. Apa fitur yang menurut Anda paling bermanfaat di aplikasi Pegadaian Digital?
16. Apakah anda merasa aman saat menggunakan aplikasi ini untuk melakukan transaksi keuangan?
17. Apa alasan Anda tertarik berinvestasi melalui Pegadaian Digital, jika ada?
18. Jenis investasi apa yang paling menarik bagi Ibu di aplikasi ini?
19. Apakah Ibu berencana meningkatkan investasi dalam waktu dekat?
20. Apakah ada kendala atau masalah yang anda alami saat menggunakan aplikasi Pegadaian Digital?