

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data (Reduksi Data)

1. Karakteristik Penggunaan Media Sosial di PT. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara

Seiring dengan kemajuan teknologi, banyak lembaga keuangan yang memanfaatkan adanya media sosial, diantaranya untuk memasarkan, mengenalkan dan mempromosikan produknya. Begitu juga Pegadaian Syariah Jepara, memanfaatkan adanya media sosial untuk mempromosikan produk dan sebagai sarana komunikasi dengan para karyawan yang lain.

a. Promosi

Tenaga promosi atau pemasaran di Pegadaian Syariah terdiri atas RO (*Relationship Officer*) dan AO (*Account Officer*). *Relationship Officer* adalah bagian dari tenaga marketing atau sales, yang dikhususkan memasarkan produk, pengumpulan dana dan menjaga hubungan baik dengan nasabah. RO bertanggung jawab atas performace keuntungan dengan tujuan meningkatkan laba perusahaan dan bertanggung jawab atas akuisisi penjualan dengan kualitas calon nasabah yang baik. Sedangkan *Account Officer* dikhususkan dalam memasarkan produk kepada calon nasabah dan tugas lainnya

yaitu menjaga hubungan antara nasabah dengan Pegadaian atau lembaga keuangan itu sendiri.

PT. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara dalam memperkenalkan produk dan menjangkau nasabah menggunakan media pemasaran baik online ataupun offline. Media pemasaran offline diantaranya menggunakan tenaga pemasar langsung atau marketing sales dan Radio, sedangkan untuk pemasaran online menggunakan media sosial diantaranya Whatsapp dan Facebook.

Para karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara lebih aktif melakukan promosi dengan media sosial Whatsapp , Instagram dan Facebook, walaupun Pegadaian Syariah Jepara tidak memiliki akun media sosial sendiri yang dikarenakan oleh: Pegadaian Syariah merupakan perusahaan BUMN sehingga hanya memiliki akun media sosial yang dipegang oleh pusat, belum tersedianya SDM yang mengelola akun media sosial dan juga untuk menghindari adanya penipuan dimana sekarang ini banyak sekali akun *fake* yang mengatas namakan Pegadaian Syariah Jepara

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa walaupun Pegadaian Syariah Jepara tidak mempunyai akun media sosial Instagram tetapi para karyawan aktif melakukan promosi pada

akun media sosial pribadi masing-masing. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi memberikan kemudahan bagi setiap karyawan dan juga nasabah.

Tabel 4. 1. Analisis data wawancara dengan narasumber

No	Narasumber	Pertanyaan	Hasil wawancara	Analisis
1.	Meida Rizkiani selaku nasabah	Anda tau darimana tentang produk dari PT. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara ?	Pertamanya saya liat produk Pegadaian Syariah di Instagram, kemudian saya cari lagi di website dan akun media sosial yang lain, setelah itu saya datang ke kantor untuk menanyakan tentang produk tabungan akhirnya saya ikut bergabung.	Media sosial Instagram merupakan sarana yang digunakan untuk promosi pada Pegadaian Syariah, tetapi Pegadaian Syariah Jepara belum memiliki akun media sosial Instagram sendiri.
2.	Roifatuz Zahra selaku nasabah	Apakah anda sering melihat promosi di media	Saya sering melihat dan tertarik dengan promosi yang dilakukan	Narasumber merasa tertarik dengan promosi yang dilakukan

		<p>sosial tentang produk Pegadaia Syariah Jepara ?</p>	<p>karyawan Pegadaian Syariah Jepara, dimana mereka menggunakan <i>caption</i> yang menarik dan juga tampilan yang menarik tidak pula kadang promo-promo yang diadakan oleh kantor.</p>	<p>karyawan Pegadaian Syariah Jepara, hal ini membuktikan pengaruh yang positif terhadap media sebagai sarana promosi</p>
3.	<p>Bapak Akhil selaku nasabah</p>	<p>Apakah anda pernah melihat promosi di media sosial tentang produk Pegadaian Syariah Jepara ?</p>	<p>Saya jarang melihat promosi produk Pegadaian Syariah di Instagram dan Facebook, tapi lebih sering di Whatsapp lewat story para karyawan disini.</p>	<p>Dari pernyataan Bapak Akhil, promosi yang dilakukan Pegadaian Syariah belum terlalu efektif karena hanya menggunakan Whatsapp saja.</p>

Sumber: Data Primer hasil wawancara

Dengan adanya kemudahan yang didapatkan melalui media sosial yang menjadi tujuan utama dari kegiatan promosi

adalah produk-produk Pegadaian Syariah Jepara dapat dikenal dan akhirnya memutuskan untuk melakukan kerja sama dan pembiayaan produk yang ditawarkan dan dipromosikan melalui media sosial. Dari data hasil wawancara responden banyak mengemukakan tanggapan yang positif tentang penggunaan media sosial untuk kegiatan promosi. Hal ini dibuktikan dengan penilaian narasumber terhadap postingan berupa gambar dan caption yang menarik, penyampaian isi pesannya pun sudah jelas dan lengkap untuk memenuhi rasa ingin tahu responden untuk mengambil keputusan bekerja sama dengan Pegadaian Syariah Jepara. Walaupun demikian promosi yang dilakukan Pegadaian Syariah Jepara masih memiliki kekurangan dilihat dari data wawancara dengan narasumber yang mengatakan tidak sering melihat postingan kalau sedang mencari produk-produk dari Pegadaian Syariah Jepara.

b. Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang sangat dibutuhkan karena dapat menembus batas waktu dan ruang. Kecanggihan ilmu pengetahuan teknologi mengantarkan seorang karyawan kepada era modern yaitu era media sosial. Pada sekarang ini kebutuhan komunikasi lewat media sosial merupakan salah

satu sarana yang mempermudah pelayanan dan transaksi terhadap nasabah.

Kegunaan media sosial sebagai sarana komunikasi pada Pegadaian Syariah Jepara berpengaruh pada pelayanan nasabah, dimana media sosial Whatsapp menjadi akun chatting paling digemari dan banyak digunakan oleh karyawan dan nasabah karena tidak memakan banyak kuota, pesan cepat terkirim dan dilengkapi fitur mengirim gambar, rekaman suara, video bahkan file dokumen yang penting. Tidak hanya personal namun dapat dibuat grup yang berisikan beberapa orang yang terkait. Dengan ini informasi dapat langsung diakses, dinikmati dan dibagi dalam waktu yang singkat.

Grup Whatsapp biasanya terdapat grup kantor, grup setiap divisi pekerja, grup setiap cabang pelayanan Pegadaian Syariah. Hal ini membuat hubungan antara karyawan menjadi semakin dekat dan tak terbatas, kapanpun dan dimanapun komunikasi antara rekan kerja dapat dilakukan. Dilihat dari lampiran gambar menjelaskan bahwa Pegadaian Syariah Jepara memiliki grup Whatsapp untuk memudahkan komunikasi antara rekan kerja yang lain.

Dari hasil observasi menjelaskan bahwa adanya media sosial Whatsapp menjadikan pekerjaan dari karyawan menjadi

lebih efisien dan efektif, kegunaan dari adanya media sosial Whatsapp pada Pegadaian Syariah Jepara yaitu untuk menanyakan tentang produk-produk Pegadaian Syariah Jepara, menitipkan angsuran atau pembiayaan dan juga mengabarkan jatuh tempo dari barang yang digadai.

Dengan menjaga komunikasi yang baik dalam bermedia sosial yang tidak melupakan etika dalam berbahasa yang sopan dan santun. Dalam penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi yang jelas dan tepat agar tidak terjadi ambigu atau kesenjangan informasi. Sehingga komunikasi tidak hanya berjalan searah namun bisa saling memahami dan mengerti satu sama lainnya.

Tabel 4. 2. Analisis data wawancara

No.	Narasumber	Pertanyaan	Hasil wawancara	Analisis
1.	Sholikatur Lidia Wati selaku Marketing	Media sosial apa saja yang anda gunakan untuk sarana komunikasi ?	Menggunakan Whatsapp untuk komunikasi dengan nasabah diantaranya untuk: memberikan informasi jatuh tempo angsuran, memberitahukan adanya	Dari pemaparan narasumber dijelaskan media sosial digunakan untuk sarana komunikasi antara karyawan dengan

			lelang barang.	nasabah.
2.	Meida Rizkiani Selaku Nasabah	Media sosial apa saja yang anda gunakan untuk sarana komunikasi dengan karyawan ?	Untuk komunikasi saya menggunakan Whatsapp, biasanya untuk menanyakan produk kemudian promo	Media sosial whatsapp disini digunakan nasabah untuk menanyakan produk-produk dari Pegadaian Syariah Jepara
3.	Roifatuz Zahra selaku nasabah	Media sosial apa saja yang anda gunakan untuk komunikasi dengan karyawan?	Untuk komunikasi saya menggunakan Whatsapp, kalau saya lagi tidak ada waktu saya nitip angsuran atau tabungan emas ke karyawan	Menurut Roifatuz Zahra whatsapp digunakan untuk menitipkan uang angsuran dan tabungan emas.

4.	Bapak Akhil selaku Nasabah	Media sosial apa saja yang anda gunakan untuk komunikasi dengan karyawan ?	Saya sering menggunakan Whatsapp untuk menanyakan produk dan juga jadwal lelang di Pegadaian Syariah Jepara	Bapak Akhil mengatakan adanya media sosial Whatsapp membantu dalam komunikasi dengan karyawan.
----	----------------------------	--	---	--

Sumber: Data Primer hasil wawancara

Dari analisis data wawancara para nasabah, hadirnya media sosial sebagai sarana komunikasi sangat membantu dalam melakukan transaksi pembiayaan, dimana misalnya: seorang nasabah tidak memiliki waktu untuk datang ke kantor dan malas untuk mengantri, nasabah akan menjalin komunikasi dengan karyawan Pegadaian Syariah Jepara untuk menitipkan angsuran tersebut tetapi pihak karyawan tetap memilih nasabah yang bisa mereka bantu dengan melihat latar belakang dari nasabah tersebut supaya tidak terjadi penyalahgunaan data dan yang lain.

Media sosial pada Pegadaian Syariah Jepara menjadi sarana penghubung antara nasabah dengan karyawan dan antara rekan kerja yang lainnya. Komunikasi pada Pegadaian Syariah dengan menggunakan media sosial membawa pengaruh yang positif untuk peningkatan pelayanan.

2. Dampak Penggunaan Media Sosial pada Pelayanan di PT. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara

Di era globalisasi sekarang ini banyak sekali bermunculan media sosial, tidak dipungkiri lagi bahwa hampir setiap orang dari mulai anak-anak, remaja sampai kalangan orang tua sudah pasti mengenal yang namanya Instagram, Whatsapp, Facebook dan masih banyak lainnya. Bagi pengguna sebaiknya kita dapat memilih dan jangan sampai media sosial dapat menjerumuskan diri kita sendiri.

Penggunaan Media Sosial saat ini memiliki dampak terhadap para penggunanya, berupa dampak positif dan dampak negatif. Dengan penggunaan media sosial bagi karyawan disaat jam kerja dapat berdampak negatif jika tidak digunakan dengan baik, sementara dampak positif memudahkan karyawan dalam memberikan informasi tentang produk-produk Pegadaian Syariah. Sehingga dengan adanya pemanfaatan media sosial ini pekerjaan akan lebih efektif dan berkualitas.

a. Dampak positif penggunaan media sosial pada pelayanan di Pegadaian Syariah Jepara:

1) Sumber informasi, dimana nasabah akan lebih mudah dan cepat mendapatkan informasi mengenai produk-produk yang dimiliki Pegadaian Syariah Jepara.

2) Media komunikasi, dengan jangkauan yang luas, kemudahan penggunaan dan biaya yang relative murah. Contohnya dengan Whatsapp nasabah yang berada dirumah bisa melakukan komunikasi dengan karyawan yang sedang berada dikantor dengan biaya relative murah.

3) Ajang promosi, adanya media sosial yang dapat menjangkau dengan sangat luas memudahkan karyawan Pegadaian Syariah Jepara untuk mempromosikan produk-produk dari Pegadaian Syariah.

4) Bertukar informasi, dimana para karyawan di Pegadaian Syariah Jepara bisa bertukar informasi atau data dengan mudah dan cepat.

5) Meningkatnya *brand awareness*, maka sebuah *brand* mampu mengumpulkan komunitas-

komunitasnya dalam satu wadah tertentu. Hal ini tentu akan memudahkan *brand* untuk melakukan promosi atau sekedar berinteraksi dengan konsumen.

b. Dampak Negatif penggunaan media sosial pada pelayanan di Pegadaian Syariah Jepara

1) Terjadi kesenjangan informasi, baik antara nasabah dengan karyawan Pegadaian Syariah Jepara, misalnya dengan orang yang tidak menggunakan media sosial dan yang menggunakan media sosial.

2) Memperkenalkan produk yang tidak sesuai atau palsu, dimana semakin mudah seseorang mengakses media sosial maka semakin besar resiko kejahatan yang ditimbulkan. Dengan begitu nasabah harus memperhatikan informasi produk tersebut terbukti asli atau palsu. Nasabah juga bisa melihat hasil *review* nasabah yang lain. Selain itu nasabah juga bisa memberikan *feedback* atau laporan kepada perusahaan terkait dengan pemalsuan informasi.

3. Peran Media Sosial dalam Menunjang Kinerja Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara

Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan, program dalam mencapai tujuan perencanaan strategi perusahaan. Kehadiran media sosial akan mempermudah pekerjaan dari seorang karyawan jika dapat menggunakannya dengan baik itu juga memberikan pengaruh terhadap kinerja setiap karyawan, apakah mereka akan merasa terbantu atau mereka akan menjadi kecanduan dengan adanya media sosial yang menghambat kinerja karyawan tersebut.

Tabel 4. 3. Peran Media Sosial dalam Menunjang Kinerja Karyawan

No	Narasumber	pertanyaan	Hasil Wawancara	Analisis
1.	Bapak Agung Hadi selaku Manager	Bagaimana pendapat anda dengan adanya media sosial di Pegadaian Syariah Jepara?	Bisa dibbilang baik, karena lewat media sosial khususnya Whatsapp pekerjaan saya menjadi efektif dan efisien. Misalnya jika ada hal penting yang harus segera diambil keputusannya dapat segera saya putuskan lewat Whatsapp	Adanya media sosial whatsapp pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien

2.	Sholikatur Lidia Wati selaku Marketing	Bagaimana pekerjaan anda semenjak adanya media sosial ?	Semenjak adanya media sosial saya merasa menjadi lebih teliti dalam menjalankan pekerjaan dan lebih kreatif dan inovatif dalam melakukan promosi yang menarik, saya juga jadi semangat kerja.	Kinerja dari marketing menjadi lebih teliti, inovatif dan kreatif dalam memproseskan produk-produk Pegadaian Syariah Jepara.
3.	Eko Nur Cahyono selaku kasir	Bagaimana pendapat anda tentang adanya media sosial pada Pegadaian Syariah Jepara ?	Dengan hadirnya media sosial Saya menjadi bisa beradaptasi dengan perubahan teknologi dan kebijakan yang baru. Pekerjaan saya menjadi lebih ringan karena media sosial Whatsapp dapat mengirim file dan dapat	Kinerja kasir menjadi lebih ringan semenjak adanya media sosial Whatsapp.

			langsung diterima dan direspon.	
--	--	--	---------------------------------------	--

Sumber: Data Primer hasil wawancara

Berdasarkan hasil analisis wawancara dari beberapa responden di PT. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara bahwa media sosial berpengaruh terhadap produktivitas kerja diantaranya:

- a. Karyawan menjadi lebih teliti dalam melakukan pekerjaannya.
- b. Karyawan menjadi lebih kreatif dan inovatif dimana mereka harus memiliki cara untuk melakukan promosi di media sosial dengan se kreatif mungkin untuk menarik nasabah supaya melakukan kerja sama.
- c. Karyawan menjadi lebih mudah untuk menjalin komunikasi dengan rekan kerja.
- d. Menjadikan karyawan lebih bersemangat untuk mencapai target yang ditentukan.
- e. Karyawan lebih mudah untuk beradaptasi dengan teknologi dan kebijakan.
- f. Pekerjaan lebih efektif dan efisien, misalkan jika ada hal penting yang harus segera diambil keputusannya

maka bisa segera diputuskan lewat media sosial tersebut, bahkan penyelesaian pekerjaan dapat dilakukan lebih cepat karena dapat mengirim file atau data secara langsung. Sehingga waktu jam kerja akan lebih efektif dan juga dapat menolong karyawan untuk menyelesaikan pekerjaan yang lain. Dengan begitu karyawan dapat dikatakan produktif karena membantu memaksimalkan waktu jam kerja dan menghasilkan output yang baik.

Jika dilihat dari persepsi narasumber mengenai pemanfaatan dan dampak penggunaan media sosial di Pegadaian Syariah Jepara diperoleh pengaruh yang signifikan dan positif. Dalam hal ini pengaruh positif yang terbentuk artinya semakin baik kondisi lingkungan kerja akan memberikan kinerja yang baik bagi karyawan.

B. Pembahasan (Penyajian Data)

Dalam pembahasan ini bermaksud mengevaluasi dari hasil penelitian yang peneliti lakukan. Dengan adanya media sosial dalam peningkatan layanan di PT. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara memiliki peningkatan yang cukup signifikan bisa diakurasikan dalam bentuk persen yaitu sebesar 75% menurut Bapak Agung Hadi Santoso selaku Manager

Berdasarkan jawaban dari beberapa narasumber penggunaan media sosial di Pegadaian Syariah Jepara yaitu untuk sarana promosi dan komunikasi. Dimana untuk sarana promosi dilakukan oleh setiap karyawan dan menggunakan akun media sosial milik pribadi, peneliti menanyakan tentang kenapa Pegadaian Syariah Jepara tidak memiliki akun media sosial Instagram sendiri, dengan itu dari analisis data wawancara didapatkan bahwa Pegadaian merupakan perusahaan milik BUMN maka dari itu hanya menggunakan akun media sosial yang dipegang oleh pusat, dan juga karena Pegadaian Syariah Jepara belum memiliki SDM untuk mengelola akun media sosial tersebut, Bapak Agung juga menyatakan untuk menghindari adanya penipuan karena saat ini banyak sekali akun-akun *fake* yang mengatas namakan Pegadaian Syariah Jepara, Pegadaian Syariah tidak pernah melakukan lelang di media sosial. Maka dari itu kita meminimalisir supaya nasabah tidak tertipu dengan akun-akun *fake* yang ada. Media sosial juga dinilai efektif menjadi sarana promosi khususnya pada Pegadaian Syariah Jepara dilihat dari data responden yang menilai positif terhadap penggunaan media sosial dalam pencarian produk-produk yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah Jepara. Hal ini semakin menjelaskan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi semakin mempermudah jalannya transaksi dan pengenalan produk.

Aplikasi Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) di PT. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara terdiri dari:

1. *product*, dimana salah satu produk yang dimiliki di Pegadaian Syariah Jepara yaitu ada AR-RAHN.
2. *Price*, harga merupakan ukuran jumlah penentu bagi konsumen dalam menentukan pilihannya saat ingin membeli suatu barang ataupun jasa. Harga dari Pegadaian Syariah Jepara pada produk AR-RAHN berupa *ujrah* atau Biaya Sewa dimana dihasilkan dari nasabah yang sedang menjaminkan barang yang digadaikan sebagai biaya pemeliharaan atas barang yang digadai oleh nasabah.
3. *Promotion*, promosi yang dilakukan Pegadaian Syariah Jepara melalui periklanan dalam bentuk brosur, spanduk. Kemudian melalui pameran lelang emas yang diselenggarakan di cabang Syariah dan juga konvensional. Promosi yang dilakukan Pegadaian Syariah Jepara juga melalui media sosial.
4. *Place*, tempat untuk Pegadaian Syariah melakukan promosi di media sosial yaitu pada media sosial Whatsapp untuk media sosial Instagram, Facebook karyawan yang melakukan promosi dengan akun media sosial pribadi. Untuk mendukung adanya transaksi Pegadaian Syariah Jepara mementingkan kenyamanan tempat atau kantor dan juga letak dari kantor tersebut.
5. *People*, Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan penyedia jasa yang mempengaruhi kualitas jasa dalam memasarkan produk. Maka dari itu Pegadaian Syariah Jepara memotivasi dan memberikan semangat bagi

karyawan untuk membuat suasana kantor lebih hangat dan bersemangat dalam melakukan layanan kepada nasabah dengan baik.

6. *Procces*, proses Pegadaian Syariah Jepara dalam memasarkan atau mempromosikan produk melalui media sosial yaitu: yang pertama karyawan mengupload produk di akun media sosial milik masing-masing dengan *caption*, promo dan tampilan yang menarik setelah itu nasabah ataupun calon nasabah akan tertarik untuk melakukan kerjasama.

7. *Physical evidence*, fasilitas fisik yang diterapkan di Pegadaian Syariah Jepara yaitu menyediakan internet bagi para karyawan untuk melakukan promosi di media sosial, peralatan kantor dalam menunjang promosi melalui media sosial hal tersebut diberikan untuk mengoptimalkan kinerja karyawan dalam memberikan layanan bagi nasabah.

Media sosial yang digunakan untuk mengkomunikasikan segala bentuk pemberitahuan dan aktifitas yang maksimal digunakan di Pegadaian Syariah Jepara yaitu melalui Whatsapp, untuk Facebook dan Instagram hanya digunakan untuk sarana promosi saja. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator yang melekat dalam penggunaan media sosial seperti dalam peningkatan pelayanan selalu menggunakan teknologi informasi, bantuan dalam teknologi informasi sangat membantu pekerjaan, dimana perusahaan memberikan fasilitas internet, penggunaan akun-akun media

sosial dengan tujuan untuk berbagi informasi tentang produk-produk yang dimiliki dan sebagai alat komunikasi. Dengan begitu calon nasabah semakin mudah untuk menjalin komunikasi dan terhubung dengan karyawan.

Dampak yang diberikan media sosial bisa berupa dampak positif maupun dampak negatif, berdasarkan wawancara dengan responden dampak yang didapatkan dengan adanya media sosial berupa dampak positif yaitu dari hasil analisis data wawancara dimana pekerjaan karyawan menjadi terbantu dan lebih ringan, memudahkan untuk mencari informasi, bertukar informasi dan data dari rekan kerja yang lain. Dampak yang dirasakan oleh nasabah juga berupa dampak positif dimana nasabah cenderung lebih mengakses informasi produk-produk Pegadaian Syariah Jepara melalui media sosial Instagram dan story dari pada karyawan, tetapi dengan adanya media sosial juga memberikan dampak negative yaitu berupa kesenjangan informasi dimana akan terjadi salah pemahaman antara karyawan dengan nasabah atau sesama rekan kerja.

Peran media sosial dalam menunjang kinerja karyawan di Pegadaian Syariah Jepara menjadikan karyawan lebih teliti, kreatif dan inovatif dalam melakukan pekerjaannya. Adanya media sosial juga memberikan kemudahan dalam menjalin kerja sama dengan rekan kerja yang lain, dengan begitu kehadiran media sosial membuat kinerja karyawan menjadi lebih baik dan berkualitas.

1. Karakteristik Penggunaan Media Sosial untuk Peningkatan Pelayanan di PT. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara.

a. Promosi

Tabel 4. 4. media sosial sebagai sarana promosi

No	Media Sosial	Analisis
1.	Instagram	Untuk akun media sosial Instagram hanya dimiliki oleh pusat, cabang tidak memiliki akun media sosial Instagram dikarenakan untuk menghindari penipuan dan belum tersedianya SDM yang mengelolanya. Tetapi karyawan dari Pegadaian Syariah Jepara memiliki akun media sosial pribadi dan melakukan promosi disetiap akun mereka masing-masing.
2.	Whatsapp	Media sosial Whatsapp yang paling aktif dan signifikan digunakan di Pegadaian Syariah Jepara. Dimana karyawan mempromosikan produk dari Pegadaian Syariah Jepara lewat <i>story</i> Whatsapp
3.	Facebook	Untuk Facebook Pegadaian Syariah

		Jepara juga belum memiliki akun sendiri, semua dipegang oleh pusat dikarenakan Pegadaian merupakan perusahaan milik BUMN sehingga hanya membutuhkan satu akun media sosial Facebook saja.
--	--	---

Sumber: Data Primer dari hasil wawancara dan observasi terletak pada lampiran 2 gambar 7,8 dan 9 tahun 2021

b. Komunikasi

Tabel 4. 5. Media Sosial sebagai sarana komunikasi

No	Media sosial	Analisis
1.	Whatsapp	Whatsapp merupakan media sosial yang paling signifikan digunakan dalam sarana komunikasi di Pegadaian Syariah Jepara, diantaranya: digunakan untuk memberitahukan jatuh tempo angsuran, perpanjangan dari barang yang digadai dan juga jika nasabah ingin menitip angsuran ataupun tabungan emas bisa menitipkannya dengan karyawan.
2.	Facebook	Facebook digunakan untuk komunikasi dengan cara melalui kolom komentar yang ada, contohnya karyawan

		Pegadaian Syariah Jepara meng upload produk maka pengikut ataupun pengguna Facebook bisa memberikan komentar dan bisa direspon dengan karyawan tersebut.
3.	Instagram	Media sosial Instagram untuk sarana komunikasi bisa menggunakan <i>Direct Message</i> yang tersedia di aplikasi Instagram ataupun bisa dilakukan di kolom komentar <i>feed</i> Instagram. Dilakukan oleh karyawan Pegadaian Syariah Jepara dengan nasabah ataupun calon nasabah.

Sumber: Data Primer analisis penelitian terletak pada lampiran 2 gambar 11, 12,13 dan 14 tahun 2021

2. Dampak Penggunaan Media Sosial Untuk Peningkatan Pelayanan di PT. Pegadaian Cabang Syariah Pasar Ngabul Jepara.

Tabel 4. 6. Dampak penggunaan media sosial

No	Media Sosial	Analisis
1.	Whatsapp	Dampak dari media sosial Whatsapp yaitu mempercepat proses pembuatan keputusan, menurunkan perselisihan, bertukar

		informasi dan data dengan rekan kerja menjadi cepat dan mudah dan juga mampu meningkatkan hubungan nasabah dengan Pegadaian Syariah Jepara
2.	Facebook	Meningkatkan <i>brand awareness</i> , dimana misalnya pembuatan <i>facebook fanspages</i> atau komunitas dari nasabah Pegadaian Syariah.
3.	Instagram	Adanya media sosial Instagram memberikan dampak berupa meningkatnya pencarian, meningkatnya keuntungan dari penjualan produk yang dipromosikan karyawan Pegadaian Syariah Jepara di akun media sosial Instagram pribadi.

Sumber: Data Primer hasil observasi dan penelitian tahun 2021

3. Peran Media Sosial dalam Menunjang Kinerja Karyawan di PT. Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara.

Tabel 4. 7. Peran media sosial dalam menunjang kinerja karyawan

No	Media Sosial	Pembahasan
1.	Instagram	Karyawan Pegadaian Syariah Jepara menjadi lebih kreatif dan inovatif dengan adanya media sosial Instagram khususnya Marketing, dimana pekerjaan mereka memang harus mempromosikan produk yang ada dengan cara sekreatif

		dan semenarik mungkin untuk menarik nasabah dalam melakukan kerja sama.
2.	Whatsapp	Media sosial Whatsapp memberikan pengaruh besar pada kinerja karyawan di Pegadaian Syariah Jepara. Adanya media sosial karyawan harus teliti dalam pekerjaannya, Whatsaap juga memudahkan untuk menjalin hubungan kerja sama dengan rekan kerja dan dengan nasabah. Hal ini membuat pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien.
3.	Facebook	media sosial Facebook sama perannya dengan Instagram dalam menunjang kinerja karyawan, dimana karyawan menjadi lebih bersemangat dalam mencapai target yang dituju.

Sumber: Data Primer dari analisis penelitian terletak pada lampiran 2 gambar 7 tahun 2021