

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EMAS PADA PT.PEGADAIAN
CABANG SIDOARJO**

TUGAS AKHIR

Sebagai Pemenuhan Salah Satu Syarat Pencapaian
Derajat Ahli Madya Keuangan dan Perbankan



Oleh:

CHIESA ADAM KAUSAR

202010190511051

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN

PROGRAM DIPLOMA TIGA

DIREKTORAT VOKASI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2023

TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EMAS
PADA PT. PEGADAIAN CABANG SIDOARJO**

oleh :

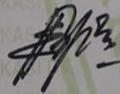
Chiesa Adam Kautsar

202010190511051

Diterima dan disetujui

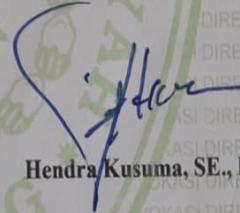
Pada tanggal 13 November 2023

Pembimbing I,



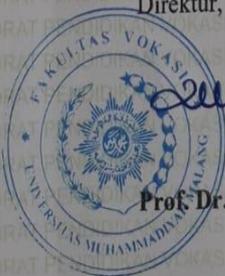
Eris Tri Kurniawati, S.E., M.M., Ak

Pembimbing II,



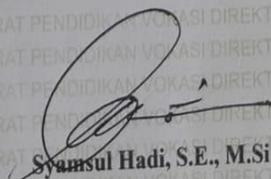
Hendra Kusuma, SE., M.S.E

Direktur,



Prof. Dr. Tulus Winarsunu, M.Si

Ketua Program Studi,



Syamsul Hadi, S.E., M.Si

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EMAS PADA PT. PEGADAIAN CABANG SIDOARJO

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Chiesa Adam Kautsar

NIM : 202010190511051

Jurusan : D3 Perbankan dan Keuangan

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 13 November 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Ahli Madya Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

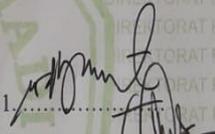
Susunan Tim Penguji :

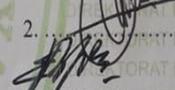
Penguji I : Dr. Wahyu Hidayat Riyanto, MM.

Penguji II : Venus Kusumawardana, SE., MM

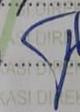
Penguji III : Eris Tri Kurniawati, S.E., M.M., Ak

Penguji IV : Hendra Kusuma, SE., M.S.E

1. 

2. 

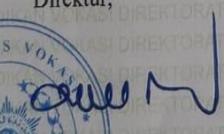
3. 

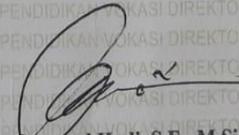
4. 

Direktur,

Ketua Program Studi,




Prof. Dr. Tulus Winarsunu, M.Si


Syamsul Hadi, S.E., M.Si

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Chiesa Adam Kautsar
NIM : 202010190511051
Program Studi : D-3 Perbankan dan Keuangan
Email : adamkautsar123@gmail.com

Dengan demikian menyatakan bahwasanya :

1. Tugas Akhir ini ialah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian ataupun keseluruhan, bukan merupakan karangan penulis/peneliti lain yang mengatasnamakan saya, dan bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarisms) dari hasil karya orang lain ;
2. Karya serta pendapat penulis/peneliti lain yang saya jadikan acuan pada Tugas Akhir ini, saya cantumkan sebagai bahan/sumber acuan di mana nama pengarangnya dituliskan pada daftar pustaka secara jelas dan disesuaikan dengan ketentuan penulisan ilmiah yang ada;
3. Keterangan pada darikali ini peneliti tulis dengan sejujur-jujurnya, serta bila didapati penyimpangan ataupun sesuatu yang tidak benar pada pernyataan ini di kemudian hari, saya bersedia mendapatkan sanksi akademik, serta sanksi lain yang disesuaikan dengan aturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Chiesa Adam Kautsar

TUGAS AKHIR
STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EMAS PADA
PT. PEGADAIAN CABANG SIDOARJO
CHIESA ADAM KAUTSAR
adamkautsar123@gmail.com

ABSTRAK

Maksud dari kajian ilmiah ini ialah guna mengidentifikasi bauran promosi layanan tabungan emas di Pegadaian Cabang Sidoarjo. Ilmiah kali ini memiliki tujuan dalam memperkenalkan dan meningkatkan layanan tabungan emas dari pegadaian. Hasil kajian ini menjelaskan tentang bauran promosi PT Pegadaian Cabang Sidoarjo. Dengan adanya bauran promosi menunjukkan bahwa potensi pasar produk tabungan emas sangat besar, namun kesadaran masyarakat tentang manfaat tabungan emas masih rendah. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu strategi promosi menjadi kunci penting dalam meningkatkan kesadaran merek dan kerjasama dengan influencer dibidang keuangan untuk memberikan testimoni positif tentang produk tabungan emas

Kata Kunci : Tabung Emas, Strategi Promosi

FINAL PROJECT
MARKETING STRATEGY FOR GOLD SAVINGS PRODUCT AT
PT PEGADAIAN SIDOARJO BRANCH

CHIESA ADAM KAUTSAR

adamkautsar123@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this scientific study is to identify the promotional mix for gold savings services at the Sidoarjo branch of the pawnshop. The result of this study explain the promotional mix of PT Pegadaian Sidoarjo branch. The existence of promotion shows that the market potential for gold savings product is very large, but public awareness about the benefits of gold savings is still low. The conclusion of this research is that promotional strategy is an important key in increasing brand awareness and collaborating with influencers in the financial sector to provide positive testimonials about gold savings product

Keywords : Gold Savings, Promotion Planning

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas petunjuk dan rahmat-Nya. Tak lupa shalawat serta salam senantiasa saya curahkan pada nabi Muhammad SAW, berkat-Nya lah penulis diizinkan menuntaskan penulisan tugas akhir ini yang berjudul “ STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EMAS PADA PT.PEGADAIAN CABANG SIDOARJO ”.

Tugas Akhir ini merupakan bentuk pemenuhan syarat guna mendapatkan gelar Ahli Madya dalam penyelesaian pada program studi D-3 Perbankan dan Keuangan Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam hal ini, penulis menerima banyak dukungan serta bantuan dari banyak pihak. Sehingga di kesempatan ini saya sampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Fauzan, M.Pd. sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Assoc Prof Tulus Winarsunu, M. Si sebagai Direktur Vokasi Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Syamsul Hadi, S.E., M.Si sebagai Ketua Prodi D-3 Perbankan dan Keuangan.
4. Ibu Eris Tri Kurniawati, SE., MM. Ak sebagai pembimbing satu serta Bapak Hendra Kusuma,SE,M.S.E sebagai pembimbing dua
5. Bapak serta Ibu Dosen Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan yang sudah membimbing, mengarahkan dan mengajarkan banyak ilmu selama perkuliahan ini.
6. Seluruh staff PT PEGADADAIAN Sidoarjo yang sudah memberi informasi dan mengarahkan selama penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

7. Untuk keluarga tercinta, penulis menyampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya karena senantiasa medo'akan, mendukung dan memberikan kasih sayang pada penulis.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan Angkatan 2020 Program Studi D-3 Perbankan dan Keuangan yang sudah berjuang bersama sampai sekarang ini.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih karena telah mendukung dan mendo'akan penulis dalam pengerjaan Tugas Akhir ini. Penulis sadar bahwasanya masih banyak kekurangan pada penulisan ini. Suatu kehormatan bagi penulis apabila bapak / ibu berkenan untuk memberikan masukan yang membangun supaya kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi. Diharapkan Tugas Akhir ini bisa memberi manfaat bagi pembaca serta peneliti lainnya, terutama bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Billahittaufiq Wal Hidayah.

Malang, Juli 2023

Chiesa Adam Kautsar

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
<i>ABSTRACT</i>	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penulisan	4
1.4. DEFINISI ISTILAH DAN UNJUK KERJA	5
BAB II HASIL PRAKTIK KERJA LAPANG.....	7
2.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	7
A. Profil PT Pegadaian.....	7
B. Logo PT. Pegadaian.....	8
C. Visi Misi PT Pegadaian.....	8
D. Produk PT Pegadaian.....	9
E. Perkembangan PT Pegadaian.....	10
F. Profil PT Pegadaian Cabang Sidoarjo.....	11
G. Struktur Organisasi Pt Pegadaian Cabang Sidoarjo.....	12
H. Job Description.....	13
2.2 Gambaran Umum Unjuk Yang dijalankan.....	14
2.3 Masalah dan Bahasan Unjuk Kerja Yang Dijalankan.....	15
2.4 Pemecahan Masala Yang Diambil.....	20
BAB III PENUTUP.....	24
A.Kesimpulan	24

B.Saran	24
DAFTAR PUSTAKA	25
DAFTAR RIWAYAT PENULIS	26
DAFTAR LAMPIRAN	27



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Perkembangan Tabungan Emas Di Pegadaian Se Indonesia.....	2
TABEL 1.2 Unjuk Kerja.....	6



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Logo PT Pegadaian.....	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Pegadaian CabangSidoarjo.....	12
GAMBAR 2.3 Contoh Gambar Pemasaran Online.....	16
Gambar 2.4 Contoh Gambar Pemasaran Telepon.....	16
Gambar 2.5 Contoh Gambar penjualan Temu Muka.....	17
Gambar 2.6 Contoh Brosur Pegadaian Tabungan Emas.....	18



DAFTAR PUSTAKA

Muhammad Choirul Anwar. (2022). Mengenal Apa Itu Pegadaian: Pengertian, Sejarah, Dan Produknya

Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia. (2016). Skkni Kategori Jasa Profesional, Ilmiah Dan Teknis Golongan Pokok Kegiatan Kantor Pusat Dan Konsultasi Manajemen Bidang Manajemen Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management).

Nana Herdiana Abdurrahman. 2015. Manajemen Strategi Pemasaran

Pegadaian, S. (2017) Inilah 4 Alasan Tabungan Emas Baik Untuk Anda, Sahabat Pegadaian | Solusi Gadai Terbaik - Tips Menabung Emas - Inspirasi Investasi Terbaik. Available At: <https://Sahabat.Pegadaian.Co.Id/Artikel/Emas/Inilah-4-Alasan-Tabungan-Emas-Baik-Untuk-Anda>

Pegadaian Kantor Cabang Sidoarjo 1. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah 123dok.Com. <https://123dok.Com/Article/Pegadaian-Syariah-Kantor-Sidoarjo-Sejarah-Berdirinya-Pegadaian-Syariah.Y4kxwk5q>

Eprints.Ipb.Ac.Id

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EMAS PADA PT.PEGADAIAN CABANG SIDOARJO

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.umm.ac.id

Internet Source

3%

2

repository.umsu.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On