

**Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Produk Tabungan Emas di PT.
Pegadaian (PERSERO) CP. Kalianyar, Surabaya dalam Menarik Minat Nasabah**

Vara Ayu Shafa Styanty¹, Awin Mulyati², Ni Made Ida Pratiwi³

Program Studi Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : varaayushafa20@gmail.com¹, awinmulyati@untag-sby.ac.id², idapratiwi@untag-sby.ac.id³

ABSTRAK

Selama magang di PT Pegadaian (Persero) Cabang Pusat Kalianyar Surabaya, saya mendapatkan pengalaman luas di industri keuangan, khususnya dalam layanan pelanggan dan strategi pemasaran. Tanggung jawab saya termasuk membantu pelanggan dalam transaksi gadai, menjelaskan berbagai produk keuangan seperti Pegadaian KCA Prima, Gadai Fleksi, dan Gadai Bisnis, serta memfasilitasi pendaftaran nasabah untuk menjadi agen Pegadaian. Saya aktif terlibat dalam kampanye pemasaran dan mengambil bagian dalam inisiatif literasi keuangan, mengedukasi masyarakat tentang penawaran Pegadaian. Magang ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran saya tetapi juga menegaskan peran Pegadaian dalam mendukung ekonomi lokal dan nasional melalui solusi keuangan inovatif.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Tabungan Emas, Pegadaian

ABSTRACT

During my internship at PT Pegadaian (Persero) Central Branch Kalianyar Surabaya, I gained extensive experience in the financial industry, particularly in customer service and marketing strategies. My responsibilities included assisting customers with pawn transactions, explaining various financial products such as Pegadaian KCA Prima, Flexible Pawn, and Business Pawn, and facilitating customer registrations for Pegadaian agents. I actively participated in marketing campaigns and engaged in financial literacy initiatives, educating the public about Pegadaian's offerings. This internship not only enhanced my industry knowledge and marketing skills but also underscored Pegadaian's role in supporting the local and national economy through innovative financial solutions.

Keywords : *Marketing Mix, Gold Deposit, Pawnshop.*

PENDAHULUAN

Strategi bauran pemasaran (marketing mix) adalah fondasi utama dalam upaya perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dan menarik minat nasabah. PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pusat Kali Anyar, Surabaya, sebagai institusi keuangan yang terkemuka di Indonesia, telah mengimplementasikan strategi pemasaran yang terfokus untuk produk tabungan emasnya. Dalam konteks ini, tabungan emas menjadi salah satu produk unggulan yang menarik perhatian masyarakat dengan berbagai keunggulan dan manfaatnya.

Pemilihan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pusat Kalianyar, Surabaya sebagai tempat magang merupakan keputusan yang strategis bagi penulis, mengingat statusnya sebagai salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang terkemuka di Indonesia dalam bidang usaha gadai. Pegadaian tidak hanya dikenal sebagai lembaga keuangan yang solid, tetapi juga menawarkan berbagai produk dan layanan keuangan yang beragam, seperti pinjaman dengan jaminan, tabungan emas, dan layanan fidusia.

Magang di PT. Pegadaian Cabang Pusat Kalianyar memberikan kesempatan yang berharga bagi penulis untuk mendalami lebih dalam tentang produk dan layanan keuangan yang ditawarkan. Selain itu, Pegadaian juga menawarkan berbagai layanan yang melibatkan aspek - aspek penting dalam bisnis seperti pemasaran, manajemen risiko, dan teknologi informasi. Hal ini sangat relevan bagi mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu, termasuk program studi administrasi niaga di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah menjalin kemitraan dengan PT. Pegadaian Cabang Pusat Kalianyar.

Dengan demikian, magang di PT. Pegadaian Cabang Pusat Kalianyar tidak hanya memberikan pengalaman praktis dalam dunia keuangan dan pemasaran, tetapi juga memungkinkan penulis untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang dapat diterapkan secara langsung dalam konteks dunia kerja yang sesungguhnya.

Artikel ini akan mengeksplorasi secara mendalam mengenai strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh PT. Pegadaian Cabang Pusat Kali Anyar, khususnya dalam mempromosikan dan meningkatkan penetrasi pasar untuk produk tabungan emas. Dengan memahami lebih dalam tentang strategi ini, diharapkan pembaca dapat mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang praktik terbaik dalam pemasaran produk keuangan, khususnya dalam konteks produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Pusat Kali Anyar, Surabaya.

METODE PELAKSANAAN

Selama menjalani magang di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pusat Kalianyar Surabaya, penulis terlibat dalam serangkaian kegiatan yang memberikan pengalaman mendalam dalam industri keuangan, khususnya dalam konteks pelayanan nasabah dan strategi pemasaran. Salah satu peran utama penulis adalah dalam pelayanan kepada nasabah yang ingin menggadaikan barang. Ini melibatkan tidak hanya proses administratif seperti pengisian formulir dan penilaian barang yang digadaikan, tetapi juga

pentingnya memberikan informasi yang jelas dan mendetail mengenai berbagai produk gadai yang tersedia di Pegadaian.

Pegadaian tidak hanya menyediakan layanan gadai konvensional, tetapi juga berinovasi dengan berbagai produk keuangan yang mengakomodasi kebutuhan beragam nasabah, termasuk pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penulis terlibat aktif dalam memasarkan produk - produk seperti Pegadaian KCA (Kredit Cepat Aman) Prima, Gadai Fleksi, Gadai Bisnis, Krasida, Kreasi, Pembiayaan Arrum BPKB, Amanah, Arrum Haji, Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah, dan Arisan Tabungan Emas. Melalui kegiatan ini, penulis tidak hanya belajar tentang berbagai produk keuangan, tetapi juga mengembangkan keterampilan dalam memberikan solusi finansial yang tepat sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Selain itu, penulis juga terlibat dalam proses pendaftaran nasabah yang berminat untuk menjadi agen Pegadaian, yang merupakan bagian penting dari strategi distribusi perusahaan. Tugas ini melibatkan pengumpulan data nasabah, penyampaian informasi mengenai keuntungan menjadi agen Pegadaian, serta mendukung dalam proses administratif yang terkait.

Sebagai tambahan, penulis aktif dalam melakukan follow-up terhadap nasabah yang sudah jatuh tempo pembayaran, menunjukkan komitmen Pegadaian dalam memastikan layanan yang berkualitas dan mendukung nasabah dalam memenuhi kewajibannya. Keterlibatan dalam kegiatan literasi keuangan juga menjadi bagian penting dari magang ini, di mana penulis turut berkontribusi dalam memberikan informasi edukatif kepada masyarakat mengenai manfaat produk - produk keuangan Pegadaian dan prosedur yang terlibat dalam penggunaannya.

Secara keseluruhan, magang di PT. Pegadaian Cabang Pusat Kalianyar Surabaya tidak hanya memperluas wawasan dan keterampilan penulis dalam industri keuangan dan pemasaran, tetapi juga memberikan pengalaman berharga dalam mengelola hubungan dengan nasabah serta kontribusi dalam edukasi masyarakat tentang produk keuangan yang tersedia. Pengalaman ini tidak hanya mempersiapkan penulis untuk karir di dunia keuangan, tetapi juga memberikan pemahaman yang mendalam tentang peran penting Pegadaian dalam mendukung ekonomi lokal dan nasional melalui solusi keuangan yang inovatif dan inklusif.

HASIL dan PEMBAHASAN

Selama menjalani kegiatan magang selama 40 hari di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pusat Kalianyar Surabaya, penulis telah meraih berbagai pengalaman berharga dan pengetahuan baru yang memperkaya kualifikasi profesionalnya. Magang ini tidak hanya memberikan kesempatan untuk memperdalam pemahaman tentang produkproduk yang ditawarkan oleh Pegadaian, tetapi juga mengasah berbagai soft skill yang krusial dalam dunia kerja.

Salah satu aspek penting yang diperoleh penulis adalah peningkatan dalam kemampuan berkomunikasi yang efektif dan tepat dengan berbagai pihak, termasuk nasabah dan rekan kerja.

Kemampuan ini sangat penting dalam konteks pelayanan nasabah dan promosi produk. Selain itu, penulis juga berhasil mengembangkan kemampuan adaptasi dengan lingkungan kerja baru serta kemampuan untuk bekerja secara mandiri maupun dalam tim.

Hasil - hasil konkret yang diperoleh oleh penulis selama magang di PT. Pegadaian Cabang Pusat Kalianyar Surabaya antara lain: Penulis berhasil menguasai informasi tentang berbagai produk dan layanan yang ditawarkan oleh Pegadaian kepada nasabah. Penulis memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai prosedur teknis dalam menaksir dan menyimpan barang gadai, yang merupakan kegiatan inti di Pegadaian. Penulis mampu mengaplikasikan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat nasabah terhadap produk-produk Pegadaian, termasuk dalam hal promosi dan distribusi brosur kepada masyarakat. Penulis mempelajari dengan detail prosedur dan regulasi yang terlibat dalam proses pengadaian barang, mulai dari permohonan hingga penyelesaian transaksi.

Kemampuan berkomunikasi dengan nasabah dalam konteks memasarkan produk mengalami peningkatan signifikan, memperkuat keterampilan interpersonal penulis. Penulis mengalami peningkatan dalam disiplin, ketelitian, dan tanggung jawab dalam menyelesaikan setiap tugas yang diberikan. Melalui kegiatan promosi dan pendistribusian brosur, penulis melatih mental dan kesiapan untuk menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

Magang ini juga memberikan kesempatan kepada penulis untuk melatih kemampuan bekerja sama dalam tim, yang merupakan keterampilan yang sangat bernilai dalam lingkungan kerja modern. Magang membantu penulis mengatasi ketakutan dan meningkatkan keberanian untuk berkomunikasi dengan nasabah, khususnya dalam konteks mempromosikan produk Pegadaian.

Dengan demikian, magang di PT. Pegadaian Cabang Pusat Kalianyar Surabaya tidak hanya memberikan pengalaman praktis dalam dunia keuangan dan pemasaran, tetapi juga mengasah berbagai keterampilan lunak yang esensial dalam mempersiapkan penulis untuk memasuki pasar kerja yang kompetitif dan dinamis.



Gambar 1. Canvassing / bagi brosur ke pasar pecindilan, Surabaya.



Gambar 2. Menginput data formulir taksiran barang gadai



Gambar 3. Melaksanakan kegiatan menginput data nasabah pinjaman KUR



Gambar 3. Berbagi jum'at berkah Bersama agen pegadaian

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan magang selama 40 hari di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Pusat Kalianyar, Surabaya, telah memberikan pengalaman praktik kerja yang sangat berharga bagi penulis. Magang ini tidak hanya memberikan kesempatan untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat selama perkuliahan, tetapi juga mengasah berbagai keterampilan yang essensial dalam dunia kerja, terutama dalam bidang pemasaran dan interaksi dengan pelanggan.

Salah satu hal yang sangat ditekankan selama magang adalah penerapan ilmu pemasaran yang telah dipelajari selama perkuliahan. Penulis berhasil mengembangkan kemampuan dalam memasarkan dan mempromosikan produk-produk Pegadaian kepada calon nasabah. Strategi pemasaran yang efektif

seperti kegiatan canvassing dan literasi menjadi fokus utama dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk-produk Pegadaian.

Selain itu, magang juga memberikan pengalaman berharga dalam memahami budaya dan dinamika kerja di lingkungan korporat yang berbeda dengan lingkungan akademik. Penulis belajar tentang etos kerja yang diterapkan di Pegadaian, bagaimana berinteraksi dengan baik bersama rekan kerja, serta hubungan yang baik dengan atasan dan pimpinan perusahaan.

Kegiatan magang ini juga membantu penulis untuk meningkatkan berbagai kemampuan, seperti kemampuan bekerja dalam tim yang lebih baik, disiplin dan tanggung jawab terhadap tugas-tugas yang diberikan sesuai dengan unit kerja yang ditangani, serta kemampuan adaptasi dan menjalin relasi baik dengan karyawan dan nasabah. Manajemen waktu yang efektif juga menjadi hal yang dipelajari dengan baik selama magang ini, serta peningkatan dalam keberanian dalam berkomunikasi.

Secara keseluruhan, pengalaman magang di PT. Pegadaian Cabang Pusat Kalianyar tidak hanya memperluas pengetahuan dan keterampilan praktis penulis dalam industri keuangan, tetapi juga membantu dalam persiapan untuk menghadapi tantangan dunia kerja yang lebih luas dan dinamis di masa depan. Magang ini memberikan landasan yang kokoh bagi penulis untuk memulai karir profesional dengan keyakinan dan kompetensi yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA.

- Pai, F. S., Mandey, S.L., & Tawas, H. N. (2023). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Istiqlal Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(02), 227-239
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 57-78Fitrianingsih. (2021). Laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) Prosedur Pelayanan Produk Pegadaian Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Jombang. 1762023, 60.
[http://repository.stiedewantara.ac.id/2247/1/Laporan Magang Pegadaian.pdf](http://repository.stiedewantara.ac.id/2247/1/Laporan%20Magang%20Pegadaian.pdf)
- Kotler, P., & Gary Armstrong (2014). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12.Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga (diakses pada tanggal 12 Mei 2024). Priyo Utomo, Nur Aini Anisa,
- Syamsul Arifin (2023). “Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Ahass Daya Motor Surabaya”. Vol 5 (diakses pada tanggal 12 Mei 2024)
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(1), 70–90. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>

Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian (PERSERO) CP. Ka.docx

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.harianbhirawa.co.id

Internet Source

2%

2

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya

Student Paper

1%

3

dilib.uinsby.ac.id

Internet Source

1%

4

dilib.uinsa.ac.id

Internet Source

1%

5

jurnal.un>tag-sby.ac.id

Internet Source

1%

6

businessnews.co.id

Internet Source

1%

7

ecampus.iainbatusangkar.ac.id

Internet Source

1%

8

repository.unhas.ac.id

Internet Source

1%

9

repository.upi.edu

Internet Source

1%

10	www.myperpus.com Internet Source	1 %
11	core.ac.uk Internet Source	<1 %
12	ejournal.stieba.ac.id Internet Source	<1 %
13	gaya.tempo.co Internet Source	<1 %
14	kumparan.com Internet Source	<1 %
15	projects.co.id Internet Source	<1 %
16	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
17	repository.ut.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude bibliography On

Exclude matches Off