

TUGAS AKHIR

PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN EMAS DI PT PEGADAIAN CP SUNGAI PENUH

*Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk untuk memperoleh gelar Ahli Madya
Manajemen Pemasaran dari Program Diploma III Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas*



**Program Studi Manajemen Pemasaran
Program Diploma III Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas
Padang
2022**

ABSTRAK

Mengingat pentingnya berinvestasi atau menabung emas sudah disadari banyak orang, maka persepsi dan antusiasme masyarakat Indonesia terhadap investasi emas saat ini perlu diperhitungkan. Salah satu layanan jasa yang paling diminati masyarakat adalah tabungan emas. Produk tabungan emas Pegadaian saat ini menjadi salah satu produk terbaik untuk dijadikan sebagai investasi, mengingat harga emas yang terus naik setiap tahunnya. Banyaknya peminat dalam layanan tabungan emas tersebut tentu sangat diharapkan untuk memberikan pelayanan yang optimal serta memiliki sistem komunikasi yang baik agar memenuhi kebutuhan masyarakat akan jasa di PT Pegadaian CP Sungai Penuh. Komunikasi pemasaran menjadi suatu kebutuhan bagi perusahaan untuk mengembangkan segala produk yang akan dihasilkan. PT Pegadaian sebagai penyedia layanan produk tabungan emas menerapkan komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan emas. Dengan menggunakan metode observasi dalam mendukung penelitian, penerapan komunikasi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan minat nasabah menggunakan produk Tabungan Emas di PT Pegadaian CP Sungai Penuh adalah dengan cara melakukan bazar stand dihari tertentu, menyebarkan brosur disekitar kantor Pegadaian, periklanan melalui papan iklan dan media kabar, sosial media seperti Instagram dan Whatsapp, aplikasi Pegadaian Digital Service, dan hubungan masyarakat. Sehingga dengan menerapkan komunikasi pemasaran tersebut, PT Pegadaian CP Sungai Penuh mampu dalam meningkatkan jumlah minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan emas.

