

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan sebelumnya terkait “Kegiatan dan Peran Personal Selling untuk Meningkatkan Minat Produk Kreasi Di PT. Pegadaian Terandam Padang” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bentuk kegiatan personal selling yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terandam Padang adalah melakukan canvassing ke pasar-pasar. Canvassing itu sendiri adalah kegiatan yang dilakukan untuk menawarkan produk atau jasa kepada nasabah. Namun pada prakteknya BPO mendatangi langsung nasabah jarang dilakukan, hal ini dikarenakan besarnya target BPO itu sendiri. Dimana BPO tidak hanya menawarkan produk Kreasi saja, masih ada Produk KCA ataupun Mulia yang lingkungannya lebih besar. Selain itu kondisi seperti sekarang ini yang tidak memungkinkan BPO untuk melakukan canvassing. Untuk mengatasinya pihak Pegadaian menawarkan produk kepada calon nasabah melalui web minar via zoom.

2. Peran personal selling dalam meningkatkan minat produk Kreasi pada PT. Pegadaian Cabang Terandam adalah untuk menginformasikan lebih lanjut bagaimana produk Kreasi. Sekarang ini suatu perusahaan harus gencar melakukan promosi, promosi yang bisa dilakukan adalah personal selling. Personal selling merupakan cara bagi penjual dan calon nasabah untuk memperkenalkan produk melalui komunikasi tatap muka dua arah yang ditawarkan agar bermanfaat bagi kedua belah pihak. Disamping itu untuk menunjang personal selling yang dilakukan harus ada

program-program pendukung yang nantinya akan meningkatkan minat nasabah dalam memilih Kreasi. Contoh program area yang bisa meningkatkan minat nasabah dalam memilih Kreasi pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang adalah program Kreasi Multi Guna. Pada program ini calon nasabah diberikan kebebasan biaya administrasi. Selain itu ada yang namanya program Kreasi Makro dimana nasabah menggadaikan emasnya dimana cicilan dibayar setiap bulannya.

5.2.Saran

Untuk kelancaran operasional dan pengembangan usahanya maka penulis dapat memberikan saran sehubungan kegiatan dan peran *personal selling* untuk meningkatkan minat produk Kreasi pada PT. Pegadaian Terendam Padang yaitu:

1. Walaupun produk Kreasi bukan produk utama dari PT. Pegadaian, namun prospek produk ini cukup menjanjikan. Diharapkan kedepannya PT. Pegadaian lebih giat lagi dalam mempromosikan produk Kreasi ini. Sehingga total kredit yang disalurkan akan meningkat dan bisa membantu lebih banyak pengusaha mikro.
2. Dalam meningkatkan minat nasabah untuk memilih produk Kreasi sebaiknya pegadaian menyediakan program-program yang lebih menarik lagi selain program yang telah ada seperti Kreasi Multi Guna dan Kreasi Makro.
3. Diharapkan kedepannya PT. Pegadaian lebih selektif lagi dalam merekrut karyawan terutama tenaga penjual yang berperan penting dalam memasarkan produk. Setidaknya calon karyawan memiliki pengalaman dibidang pemasaran dan memiliki communication skill yang bagus.
4. Melihat besarnya biaya administrasi yang dibebankan PT. Pegadaian dikhawatirkan

PT. Pegadaian akan sulit bersaing dengan Lembaga Keuangan Perbankan ataupun Lembaga Keuangan Bukan Bank lainnya.

