

BAB V

PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan komunikasi pemasaran terpadu atau Integrated Marketing Communication pada produk Tabungan Emas di PT Pegadaian Padang Panjang memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman dan minat masyarakat terhadap investasi emas. Penerapan komunikasi pemasaran dilakukan melalui beberapa elemen seperti advertising, sales promotion, public relation, personal selling, direct marketing, digital marketing, event and experience, dan word of mouth marketing yang saling mendukung dalam menyampaikan informasi produk kepada masyarakat. Kegiatan sosialisasi dan edukasi yang dilakukan kepada sekolah, kelompok PKK, serta berbagai instansi juga memberikan pengalaman langsung kepada masyarakat mengenai manfaat investasi emas. Selain itu rekomendasi yang diberikan oleh nasabah kepada keluarga, teman maupun rekan kerja turut membantu memperluas penyebaran informasi mengenai produk tabungan emas dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk Tabungan emas yang ditawarkan. Dalam pelaksanaannya personal selling menjadi bentuk komunikasi yang paling sering digunakan karena komunikasi langsung antara pegawai dan nasabah dinilai lebih efektif dalam menjelaskan manfaat dan kemudahan produk Tabungan Emas. Selain itu, penggunaan media promosi dan aplikasi TRING by Pegadaian juga membantu masyarakat memperoleh informasi dan melakukan transaksi secara lebih mudah. Penerapan IMC sangat membantu meningkatkan penggunaan produk Tabungan Emas naik sekitar 65% dan pembukaan rekening meningkat sekitar 80% dari tahun 2025 hingga awal tahun 2026 menjadi faktor pendukung meningkatnya minat masyarakat. Meskipun demikian peningkatan tersebut tidak hanya disebabkan oleh penerapan IMC. Banyak faktor lain yang hanya mendukung peningkatan ini, seperti kenaikan harga emas, meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya investasi, serta kemudahan layanan

digital yang tersedia melalui aplikasi TRING by Pegadaian. Masyarakat semakin tertarik dengan investasi emas dan kemudahan layanan digital melalui Aplikasi TRING by Pegadaian. Dengan demikian IMC yang diterapkan PT Pegadaian UPC Padang Panjang berperan dalam meningkatkan transaksi dan pembukaan rekening Tabungan Emas serta membantu memperluas pemahaman masyarakat mengenai pentingnya investasi emas.



5.2. SARAN

Berdasarkan hasil observasi dan pembahasan mengenai penerapan komunikasi pemasaran terpadu pada produk Tabungan Emas di PT Pegadaian UPC Padang Panjang, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran produk Tabungan Emas. PT Pegadaian UPC Padang Panjang diharapkan dapat terus meningkatkan kegiatan edukasi kepada masyarakat mengenai manfaat investasi emas dan pengelolaan keuangan jangka panjang. Edukasi tersebut penting dilakukan karena masih terdapat sebagian masyarakat yang menganggap Pegadaian hanya sebagai tempat untuk melakukan transaksi gadai. Melalui edukasi yang berkelanjutan, masyarakat dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai berbagai produk dan layanan yang dimiliki Pegadaian khususnya Tabungan Emas. Kegiatan komunikasi pemasaran melalui pendekatan langsung kepada nasabah juga perlu terus dipertahankan dan ditingkatkan. Berdasarkan pengamatan selama magang, personal selling menjadi salah satu bentuk komunikasi yang cukup efektif karena memberikan kesempatan kepada pegawai untuk menjelaskan manfaat, kemudahan, serta keuntungan produk Tabungan Emas secara lebih rinci sesuai kebutuhan nasabah. Komunikasi yang baik dapat membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

Kegiatan hubungan masyarakat melalui sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat perlu dilakukan secara luas dan berkelanjutan. Kegiatan tersebut dapat dilaksanakan melal kerja sama dengan sekolah, perguruan tinggi, kelompok PKK, instansi pemerintahan, kantor SAMSAT, kantor pajak, maupun komunitas masyarakat lainnya. Melalui kegiatan tersebut, informasi mengenai investasi emas dapat, menjangkau lebih banyak kalangan sehingga dapat meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Pemanfaatan media digital dan aplikasi TRING by Pegadaian juga perlu terus dioptimalkan sebagai sarana komunikasi dan pelayanan kepada nasabah, pegadaian juga perlu mendorong terciptanya pengalaman positif bagi nasabah dapat menumbuhkan rekomendasi dari mulut kemulut. Rekomendasi yang diberikan oleh nasabah yang merasa puas dapat menjadi salah satu sarana promosi yang efektif dalam meningkatkan

kepercayaan dan minat masyarakat terhadap produk Tabungan emas, perkembangan teknologi saat ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbiasa memperoleh informasi dan melakukan transaksi secara digital dapat diharapkan dapat lebih aktif, menarik, dan mudah dipahami sehingga mampu meningkatkan minat masyarakat terhadap produk Tabungan Emas. Secara keseluruhan, penerapan komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan PT Pegadaian UPC Padang Panjang telah berjalan dengan baik, namun penguatan pada aspek edukasi, sosialisasi, komunikasi langsung dan pemanfaatan media digital diharapkan dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat serta memperluas penggunaan produk Tabungan Emas sebagai salah satu alternatif investasi yang aman, mudah dan terjangkau.

