

BAB V

PENUTUP

Pada bab terakhir ini penulis akan menguraikan kesimpulan yang telah di dapat dari keseluruhan pembahasan yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Kemudian dilanjutkan dengan pemberian saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi pembaca agar mampu mengembangkan kemampuannya dalam memahami tentang aktivitas *telemarketing* pada produk Kredit Cepat Aman (KCA) pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Terendam Padang.

5.1 Kesimpulan

Aktivitas *telemarketing* pada produk Kredit Cepat Aman (KCA) pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Terendam Padang diberlakukan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh PT. Pegadaian pusat. Oleh karena itu penulis memberikan beberapa kesimpulan yaitu :

1. *Telemarketing* merupakan salah satu aspek pendukung dalam kelancaran produk Kredit Cepat Aman (KCA). Jika peranan *telemarketing* berjalan lancar maka proses dalam Kredit Cepat Aman (KCA) sendiri dapat berlangsung dengan singkat dan menghemat waktu serta biaya yang dikeluarkan dengan cara menerapkan penjelasan terlebih dahulu mengenai *telemarketing* sehingga nasabah dapat mengetahui keuntungan *telemarketing*.
2. *Telemarketing* dapat dilakukan oleh seluruh karyawan PT. Pegadaian (persero) Cabang Terendam Padang untuk menghubungi nasabahnya.
3. Terdapat beberapa kekurangan dari *telemarketing* yaitu terbatas dalam

penyampaian informasi karena kebanyakan menggunakan sms sehingga kurang efektif. Namun apabila dilakukan melalui media telepon informasi yang disampaikan akan lebih jelas dan nasabah dapat memahami maksud dari karyawan tersebut.

5.2 Saran

Untuk semakin meningkatkan aktivitas *telemarketing* dalam menunjang keefektivitasan melayani nasabah PT. Pegadaian (persero) Cabang Terendam Padang, maka penulis akan memberikan beberapa saran yaitu:

1. PT. Pegadaian (perseo) diharapkan lebih sering melakukan upaya penyuluhan agar menggunakan *telemarketing* kepada karyawan dan nasabah supaya lebih menunjang keefektivitasannya.
2. Dengan menggunakan *telemarketing* yang baik maka akan memudahkan kinerja pelayanan tanpa perlun antrian yang panjang dalam mendapatkan informasi sehingga menghemat waktu dan biaya.
3. Meningkatkan pelayanan agar lebih baik agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan.

