

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran sebelumnya terkait “Kegiatan dan Peran *Personal Selling* untuk Meningkatkan Minat Nasabah memilih Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA) pada PT. Pegadaian Terendam Padang” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bentuk kegiatan *personal selling* yang dilakukan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam 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 Krasida saja, masih ada Produk KCA ataupun Amanah yang lingkupannya 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. Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang terdapat beberapa ketentuan dalam pemberian produk Krasida. Krasida pada dasarnya adalah pinjaman yang diberikan pihak pegadaian kepada nasabah yang mewajibkan pihak nasabah untuk melunasinya pada jangka waktu yang telah ditentukan. Setiap pinjaman yang diberikan selalu ada risiko, yaitu tidak terpagihnya pinjaman yang diberikan. Lama kelamaan jangka waktu kredit semakin besar risikonya. Untuk meminimalisir risiko tersebut pihak pegadaian memiliki beberapa ketentuan yaitu: Merekap data nasabah yang menunggak mulai dari tunggakan 1 bulan sampai 3 bulan. Untuk nasabah yang menunggak 1-2 bulan akan ditelpon oleh operator, sedangkan untuk nasabah yang

menunggak 3 bulan ditelpon oleh BPO. Dan bagi nasabah yang menunggak diatas 3 bulan akan dikunjungi dan dibuat perjanjian. Apabila nasabah melanggar perjanjian maka barang jaminan akan ditarik oleh pihak Pegadaian. Sedangkan untuk nasabah yang ingin melakukan pelunasan dapat dilakukan di outlet

3. Peran *personal selling* dalam meningkatkan minat nasabah untuk memilih Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA) pada PT. Pegadaian Cabang Terendam adalah untuk menginformasikan lebih lanjut bagaimana produk Krasida. 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 dalm memilih Krasida. Contoh program area yang bisa meningkatkan minat nasabah dalam memilih Kredit Sistem Gadai (KRASIDA) pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang adalah program Miramen (Miliki Krasida Arum Emas). Pada program ini calon nasabah diberikan kebebasan biaya administrasi. Selain itu ada yang namanya program CLBK (Cicil Belikan Handpone) 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 nasabah memilih Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA) pada PT. Pegadaian Terendam Padang yaitu:

Adapun beberapa saran yang diberikan penulis kepada PT. Pegadaian cabang Terendam Padang dalam kegiatan dan peran *personal selling* untuk meningkatkan minat nasabah memilih Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA) ini yaitu sebagai berikut:

1. Walaupun produk Krasida bukan produk utama dari PT. Pegadaian, namun prospek produk ini cukup menjanjikan. Diharapkan kedepannya PT. Pegadaian lebih giat lagi dalam mempromosikan produk Krasida ini. Sehingga total kredit yang disalurkan akan meningkat dan bisa membantu lebih banyak ibu rumah tangga serta pengusaha mikro lainnya.
2. Dalam meningkatkan minat nasabah untuk memilih produk Krasida sebaiknya pegadaian menyediakan program-program yang lebih menarik lagi selain program yang telah ada seperti MIRAMEN dan CLBK tersebut.
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.

