

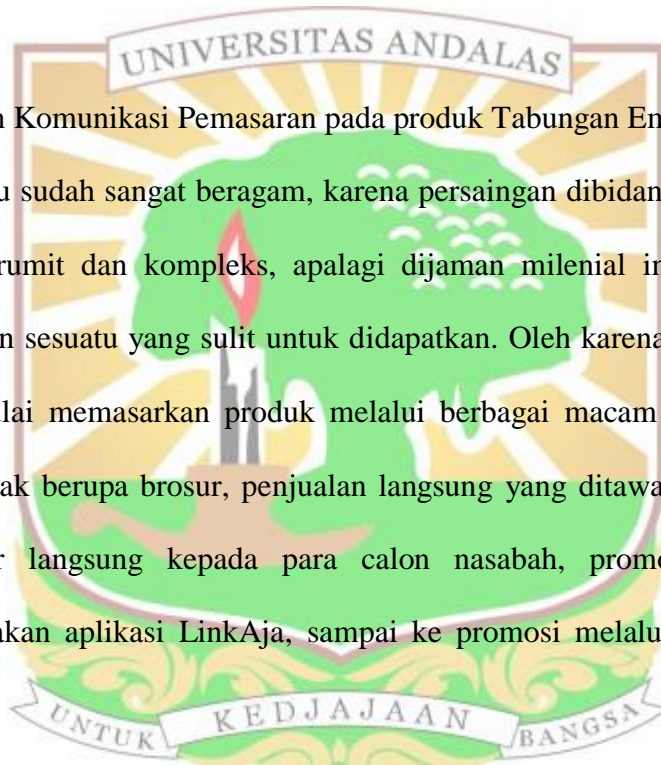
BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada Penerapan Komunikasi Pemasaran Pada Produk Tabungan Emas PT Pegadaian UPC Balai Baru Selama Pandemi dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Penerapan Komunikasi Pemasaran pada produk Tabungan Emas Pegadaian UPC Balai Baru sudah sangat beragam, karena persaingan dibidang pemasaran sudah semakin rumit dan kompleks, apalagi di zaman milenial ini teknologi bukan merupakan sesuatu yang sulit untuk didapatkan. Oleh karena itu Pegadaian pun sudah mulai memasarkan produk melalui berbagai macam media, mulai dari media cetak berupa brosur, penjualan langsung yang ditawarkan oleh penaksir dan kasir langsung kepada para calon nasabah, promosi *cashback* jika menggunakan aplikasi LinkAja, sampai ke promosi melalui webinar (*website seminar*)
- 2) Produk Tabungan Emas Pegadaian merupakan salah satu produk yang sangat layak untuk digunakan sebagai investasi pada saat sekarang ini, mengingat harga emas yang setiap tahun selalu naik. Selain itu tabungan emas pegadaian bisa dibuka mulai dari Rp.10.000,- saja terlebih lagi tabungan emas pegadaian tidak seperti tabungan bank seperti biasanya yang akan dikenakan biaya administrasi setiap bulan, namun hanya dikenakan Rp.30.000,-/tahun. Dan jika



menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service maka pengguna tidak akan dikenakan biaya administrasi untuk pembukaan rekening tabungan emas.

- 3) Produk tabungan emas tidak hanya bisa untuk ditabung, namun juga bisa ditransfer ke antar rekening seperti mentransfer uang antar bank, lalu tabungan emas juga bisa digadai kembali dengan syarat meninggalkan saldo minimal 0,1 gram, dan jika saldo tabungan ingin dicairkan tabungan emas juga memberikan beberapa pilihan, bisa dicairkan menjadi uang atau emas batangan. Ada 4 jenis emas batangan bisa di cetak yaitu emas batangan UBS GOLD, emas batangan ANTAM, logam mulia LOTUS AR, dan logam mulia GALERI24. Terakhir tabungan emas juga di jual kembali atau lebih dikenal dengan *buyback*

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan penulis kepada PT Pegadaian UPC Balai Baru Padang dalam Penerapan Komunikasi Pemasaran Pada Produk Tabungan Emas yaitu sebagai berikut ini :

- 1) PT Pegadaian diharapkan untuk lebih mengoptimalkan lagi komunikasi pemasaran terhadap produk emas, karena sampai saat ini masih banyak orang-orang awam yang tidak mengetahui adanya produk ini, dengan cara lebih variatif dalam memasarkan produk, misalnya melalui baliho, iklan tv, atau iklan-iklan dimedia sosial.
- 2) PT Pegadaian diharapkan lebih jelas dalam memberikan informasi tentang produk tabungan emas di brosur-brosur yang tersebar, jangan hanya karena ingin memasarkan produk, namun keliru menjelaskan kepada calon nasabah apa saja peraturan yang ada dan harus diikuti jika mengambil produk ini

- 3) PT Pegadaian diharapkan lebih meningkatkan aktivitas yang menarik perhatian masyarakat, seperti memberikan hadiah atau undian terhadap para nasabah yang mempunyai saldo tabungan emas paling banyak disetiap cabang.



