



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 6309-6318

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Implementasi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli

Hasrat Nonifili Hati Gulo<sup>1✉</sup>, Emanuel Zebua<sup>2</sup>, Yuterlin Zalukhu<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen, Univeritas Nias

Email: [Hasratgulo12@gmail.com](mailto:Hasratgulo12@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli merupakan sebuah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat. PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli menyediakan berbagai produk layanan seperti layanan gadai emas, gadai kendaraan bermotor, produk mulia, produk tabungan emas, dan lain sebagainya. PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli berlokasi di Jl. Jend Sudirman No. 2, Kelurahan Pasar Kota Gunungsitoli Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana implementasi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli dan untuk mengetahui apa saja yang menjadi kendala dalam mengimplementasikan *marketing mix* pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli. Untuk mencapai tujuan tersebut peneliti mengolah data dengan menggunakan kualitataif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan instrument wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan juga menggunakan teknik *purposive sampling* berupa pertanyaan kepada 1 informan kunci dan 3 informan pendukung berdasarkan dari analisis diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu: mengimplementasikan *marketing mix* sangat berperan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli.

Kata kunci : *Implementasi Marketing Mix, Peningkatan Jumlah Nasabah*

## Abstract

PT. Pegadaian Gunungsitoli Branch is a State-Owned Enterprise (BUMN) company engaged in lending services to the public. PT. Pegadaian Gunungsitoli Branch provides a variety of service products such as gold pawn services, motor vehicle pawn services, noble products, gold savings products, and so on. PT. Pegadaian Gunungsitoli Branch is located on Jl. General Sudirman No. 2, Pasar Village, Gunungsitoli City, North Sumatra. This study aims to analyze how the concept of implementation marketing mix in increasing the number of customers in gold savings products at PT. Gunungsitoli Branch and to find out what are the obstacles in implementing the marketing mix for gold savings products at PT. Pegadaian Gunungsitoli Branch. To achieve this goal, the researcher processed the data using descriptive qualitative methods using in-depth interviews and also using purposive sampling techniques in the form of questions to 1 key informant and 3 supporting informants. Based on the analysis above, it can be concluded that: implementing marketing mix is very instrumental in increasing the number of customers at PT. Pegadaian Gunungsitoli Branch.

*Keywords: Implementation of Marketing Mix, Increasing Number of Customers*

## PENDAHULUAN

Bentuk dari usaha Pegadaian di Indonesia berawal dari Bank Van Lening pada masa VOC pada tanggal 20 Agustus 1746 yang didirikan di Batavia. Pada awal berdirinya Pegadaian pada tahun 1746 produk utama Pegadaian adalah pengalihan system kredit dengan sistem Pegadaian. Pegadaian melakukan sejumlah inovasi yang disertai dengan perubahan status Pegadaian. Salah satu produk Lembaga keuangan adalah tabungan, namun tabungan di Pegadaian tidak seperti tabungan lainnya melainkan berupa Tabungan Emas. Produk tabungan emas sudah ada sejak tahun 2015, tabungan emas mulai dipasarkan Kepada masyarakat pada tahun 2016 di Gunungsitoli oleh PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan pada Jumat, 28 April 2023, yang mana data tabungan emas mengalami peningkatan pada tahun (2016,2017,2019,2020,2021) dan mengalami penurunan pada tahun (2018 dan 2022), dikarenakan produk tabungan emas ini masih belum banyak dikenal masyarakat, dan kurangnya promosi dan sosialisasi terhadap produk, kurangnya literasi produk, dan kurangnya kepercayaan dari masyarakat terhadap produk tabungan emas.

PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli perlu melakukan pemasaran yang tepat untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Pemasaran yang baik dan berhasil juga harus memiliki konsep pemasaran yang baik yaitu perencanaan, pelaksanaan, pelaksanaan pengarahannya, dan pengendalian. Pemasaran adalah keseluruhan sistem dari kegiatan bisnis yang merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang,

jasa, dan gagasan kepada pasar sasaran guna mencapai tujuan organisasi.

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan dan Jenis Penelitian

Menurut Arikunto (2019: 136), metode penelitian adalah cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan. Jenis-jenis metode penelitian dapat diklarifikasikan berdasarkan tujuan dan tingkat kealamiah objek yang diteliti. Peneliti menarik kesimpulan bahwa jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif yang digunakan untuk memahami fenomena akurat.

### Lokasi Penelitian

lokasi penelitian di PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli yang berlokasi di Jl. Jend Sudirman No.2, Kelurahan Pasar Kota Gunungsitoli Sumatera Utara.

### Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:156) menyatakan bahwa instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrument penelitian sebagai alat yang dibutuhkan untuk mengumpulkan informasi oleh peneliti sendiri dengan cara datang kelapangan bertanya langsung kepada informan. Dalam penelitian ini yang menjadi instrument penelitian adalah observasi, wawancara dokumentasi lapangan penelitian.

Untuk mengumpulkan informasi dari informan menurut Syafrida (2021 : 372) yaitu dengan pedoman wawancara mendalam terdiri dari informasi yang harus dikumpulkan dan dokumentasi. Manfaatnya adalah untuk memperoleh informasi yang melengkapi penelitian ini, informan dalam penelitian ini yakni : 1 orang informan kunci (Pimpinan Cabang Kantor Pegadaian Cabang Gunungsitoli) serta 3 orang informan pendukung (*Marketing Officer, Relation Officer, Account Officer*).

### Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2014:225) juga menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer.

#### a. Observasi

Menurut Widoyoko (2014) observasi ialah pengamatan yang dilakukan peneliti terhadap unsur serta objek yang diteliti kemudian dilakukan pencatatan terhadap unsur-unsur yang terlihat yang dianggap suatu gejala pada objek yang diteliti. Observasi dalam penelitian ini yaitu mengamati secara langsung serta mencatat fenomena permasalahan yang terjadi.

b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2010:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara dalam penelitian ini dengan menggunakan pertanyaan terstruktur dan wawancara tertutup karena peneliti menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data yang dicari.

c. Dokumentasi

Menurut Suharsini Arikunto (2010:274) dokumentasi ialah, metode mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, transkrip, surat kabar, majalah, agenda serta foto-foto kegiatan. Dokumentasi dalam penelitian ini dipergunakan untuk melengkapi data dari hasil pengamatan (observasi).

### Teknik Analisa Data

Arikunto (2017:309) berpendapat bahwa "penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dalam suatu fenomena yang terjadi pada saat penelitian dilakukan serta bisa diukur secara matematis. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teknik analisis data dekriptif kualitatif yaitu :

1. Reduksi data dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dengan pembuatan ringkasan, penggambaran topik, menulis memo atau catatan dengan tujuan menghapus informasi atau data yang asing.
2. Penyajian data yaitu data yang disajikan relatif jelas dan informatif, karena data disajikan dalam bentuk kumpulan informasi berupa tabel bagan, dan penjelasan deskriptif.
3. Triangulasi merupakan salah satu pendekatan yang digunakan peneliti untuk memperoleh dan menerapkan teknik pengolahan data kualitatif. Triangulasi, diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.
4. Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan akhir dari analisa data. Pengambilan keputusan berdasarkan susunan narasi yang telah disusun, sehingga dapat memberi jawaban atas masalah penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli dilakukan dengan teknik wawancara dan menggunakan teknik *purposive sampling*, karena teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas kriteria-kriteria yang dibuat peneliti.

Berdasarkan tujuan penelitian wawancara dilakukan peneliti pada tempat penelitian secara langsung dengan menjumpai informan kunci dan informan pendukung yaitu pihak yang mengetahui tentang Implementasi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli informasi tersebut pada prinsipnya untuk menggali data kondisi internal dan eksternal, sehingga memperoleh data yang akurat dari hasil wawancara yang mendalam (*in-depth interview*) yang telah dilakukan peneliti.

1. Bagaimana konsep implementasi *marketing mix* PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan emas?

Dengan demikian hasil dari pertanyaan diatas : dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan emas bahwa implementasi *marketing mix* di PT. Pegadaian melakukan beberapa program salah satunya program optimasi tabungan emas, program literasi yang artinya program ini merupakan implementasi *marketing mix* di PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli.

2. Bagaimana PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli menentukan harga jual pada produk tabungan emas?

Dengan demikian hasil dari pertanyaan diatas: penentuan harga jual pada produk tabungan emas bahwasanya harga jual dan beli tabungan emas ditetapkan setiap hari oleh PT. Pegadaian Galeri Dua Empat dan penetapan harga tabungan emas berpedoman kepada pergerakan/fluktuasi harga emas dunia.

3. Bagaimana cara agar PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli dalam menunjang pertumbuhan serta mendapatkan laba?

Dengan demikian hasil dari pertanyaan diatas: bahwasanya dalam menunjang pertumbuhan serta mendapatkan laba PT. Pegadaian melakukan kegiatan promosi, memperluas target penjualan, melakukan inovasi produk dan layanan, mengembangkan bisnis digital dalam hal ini memperbanyak agen-agen pegadaian. Dengan melakukan hal tersebut, PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli dapat menunjang pertumbuhan dan mendapatkan laba yang besar.

4. Bagaimana strategi yang dilakukan PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli dalam melakukan promosi kemasyarakat?

Dengan demikian hasil dari pertanyaan diatas: strategi yang dilakukan PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli dalam melakukan kegiatan promosi kemasyarakat bahwasanya PT. Pegadaian melakukan beberapa kegiatan promosi salah satunya yaitu mengadakan kegiatan promosi (literasi dan sosialisasi) untuk memperkenalkan produk dan layanan yang ditawarkan kepada masyarakat, menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk misalnya Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp maupun media sosial lainnya. Sehingga dengan melakukan beberapa kegiatan tersebut dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli.

5. Apakah PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli memberikan layanan pengiriman atau pengambilan emas untuk nasabah yang ingin membeli atau menjual saldo tabungan emas?

Dengan demikian hasil dari pertanyaan diatas: PT. Pegadaian sudah mempunyai layanan pengiriman atau pengambilan emas bahwasanya berdasarkan wawancara dengan Bapak Khalisman Sarumaha PT. Pegadaian sudah mempunyai aplikasi yaitu Pegadaian *Digital System* (PDS) dimana aplikasi ini mempermudah calon nasabah bahkan nasabah yang sudah duluan bertransaksi di Pegadaian dalam membuka tabungan emas, gadai tabungan emas, menjual tabungan emas bahkan aplikasi ini bisa memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi lainnya yang berkaitan dengan Pegadaian.

6. Apakah PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli melakukan riset pasar untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan target pasar terkait produk tabungan emas?

Dengan demikian hasil dari pertanyaan diatas: bahwasanya kegiatan riset pasar yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap produk tabungan emas serta menentukan strategi bauran pemasaran yang tepat untuk meningkatkan jumlah nasabah.

7. Bagaimana PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli merencanakan produk tabungan emas yang akan ditawarkan kepada masyarakat?

Dengan demikian hasil dari pertanyaan diatas: perencanaan produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli dapat membantu perusahaan untuk melakukan perencanaan komunikasi untuk mensosialisasikan produk tabungan emas ini sehingga dapat menunjang keberhasilan perusahaan dan peningkatan jumlah nasabah.

8. Apa saja yang menjadi kendala dalam mengimplementasikan produk tabungan emas di PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli?

Dengan demikian hasil pertanyaan diatas: menjadi kendala dalam mengimplementasikan *marketing mix* pada produk tabungan emas, peneliti menyimpulkan saat ini kendala yang sering dialami oleh PT. Pegadaian yaitu adanya penolakan yang dilakukan oleh sebuah insatansi/kantor, sekolah ketika tim pemasar PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli melakukan kegiatan literasi/sosialisasi dikarenakan dengan berbagai alasan baik dari faktor eksternal dan internal.

#### Pembahasan

Implementasi *marketing mix* berperan sangat penting untuk keberhasilan dalam mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dalam hal ini PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli untuk mewujudkan tujuan perusahaan dengan menggunakan 7 unsur bauran pemasaran yang terdiri dari 7P (*product, price, promotion, place, process, people, physical evidience*).

#### *Product* (produk)

Produk merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran sehingga perusahaan harus mampu menyediakan produk yang tepat bagi konsumen agar dapat memuaskan konsumen serta dapat meningkatkan penjualan perusahaan

#### *Price* (harga)

Simulasi Tabungan Emas nilai Rp 5.000 sama dengan 0,01 gram emas, setoran ringan mulai dari Rp 5.000-an bisa menabung setiap hari. Bisa pilih ambil hasil tunai atau cetak emas tidak ada denda dan tidak ada masa jatuh tempo. Hanya dengan menyetorkan uang, dan saldo nasabah menjadi emas. Nasabah bebas untuk melakukan penarikan tabungannya kapan pun. Harga emas tergantung kepada harga emas yang berlaku pada saat nasabah menarik tabungannya.

#### *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan secara aktif dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Salah satu tujuan promosi adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru maupun nasabah lama.

#### *Place* (lokasi)

PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli lokasi PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli sudah sangat strategis karena mudah diakses oleh masyarakat, dan terletak di keramaian dan juga banyak tempat-tempat untuk memasarkan produk Tabungan Emas seperti Perkantoran,

Bank, Sekolah, dan masyarakat umum yang berada di sekitar lokasi Pegadaian Cabang Gunungsitoli.

*Process* (proses)

PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli menyediakan proses yang mudah dan cepat dalam pembukaan dan pengelolaan tabungan emas. Nasabah dapat melakukan transaksi dengan mudah melalui kantor cabang atau layanan online.

*People* (manusia)

PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli memiliki tim yang terlatih dan berkompoten dan terlatih dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Mereka memberikan informasi yang jelas dan membantu nasabah dalam memahami produk tabungan emas.

*Physical Evidence* (bukti fisik)

PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli memberi bukti fisik atau bukti kepemilikan tabungan emas kepada nasabah sebagai bentuk transparansi dan kepercayaan.

PT. Pegadaian memiliki jaringan kantor cabang yang luas termasuk PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli sehingga memudahkan nasabah untuk mengakses dan melakukan transaksi tabungan emas.

## SIMPULAN

PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, proses, manusia/orang, bukti fisik. Dari pelaksanaan bauran pemasaran tersebut secara keseluruhan sudah dilaksanakan dengan baik, hanya saja masih ada kekurangan dalam harganya. Kekurangan ini terlihat dari harga emas yang fluktuatif dan sulit diprediksi, adanya berat minimal untuk dicairkan pada produk tabungan emas di Pegadaian bahwasanya nasabah tidak dapat mencairkan seluruh emas yang di investasikan dalam bentuk tabungan emas nasabah harus memenuhi syarat berat minimal tertentu untuk dapat mencairkan tabungan emas.

Mengimplementasikan *marketing mix* sangat berperan penting di PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli dalam meningkatkan jumlah nasabah. PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli berusaha meningkatkan *marketing mix* dengan cara penerapan produk, harga, peningkatan promosi, menentukan lokasi yang strategis, penerapan *people*, bukti fisik dan penerapan proses untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan emas. Pengelolaan produk tabungan emas pada PT. Pegadaian Cabang Gunungsitoli yaitu dengan mengelola rekening nasabah dan menyetor dana nasabah serta melakukan transaksi pada hari itu. Pihak Pegadaian dapat mengelola saldo rekening nasabah yang sudah mencapai berat gram dan telah memenuhi syarat berat minimal dan nasabah ingin mencetak emas tersebut

menjadi fisik emas batangan. Cara pemasarannya dapat dilakukan secara *canvassing*, yaitu sistem *offline* dan sistem *online*. Dari ketujuh unsur tersebut *Promotion* dan *People* yang lebih ditekankan karena dari semua unsur, promosi sangat berpengaruh dengan dibantu oleh *people* sebagai perantara sampainya produk ke konsumen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2017) *Pengembangan instrumen Penelitian dan Penilaian Program Yogyakarta: Pustaka Pelajar*
- Andriyanto, Lilik, Siti Syamsiar, and Indah Widowati. "Analisis pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix* 7-p) terhadap keputusan pembelian di thiwul ayu mbok sum." *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi* 20.1 (2020): 26-38.
- Azkiya, U. D. A. M. F., & Kismawadi, S. S. U. E. R. (2017). Implementasi *Marketing Mix* Tabungan Haji Pada Pt. Panin Bank Syariah, Tbk Cabang Malang. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*.
- Basu Sastra Dharmmesta. (2015) *Manajemen Pemasaran*. Bs Dharmmeta, TH Handoko, BPFE Yogyakarta. Buchari Alma.
- Corey Tjiptono Chandra. (2015) *Indikator Bauran Pemasaran* Erlangga. Jakarta
- Fadlilah, Azizah Nurul, and Saidah Masfiah. "Implementasi Strategi *Marketing Mix* Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Tk Al Huda Kota Malang." *Journal Evaluasi* 5.1 (2021): 94.
- Jamilah, Zahrotul. *Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Cabang Prenduan Sumenep*. Diss. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA, 2021.
- Jannah, A. R. (2018). *Implementasi marketing mix dalam meningkatkan jumlah nasabah rahn di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Kotler Amstrong 2017. *Aspek-aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)* Mandar Maju. Bandung
- Mukhtazar, M. Pd. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Absolute Media, 2020.
- Perdana, A., Hamid, A., & Arqam, A. (2019). Implementasi Marketing Mix Dalam Tabungan Barata IB Bank BTN Syariah KCPS Parepare. *BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, 7(1), 93-115.
- Purba, Caesar Octoviandy; NURHALIZA, Lisa; PUTRIANTI, Septiana Dwi. Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Emas di PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Ujungberung Bandung. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2022, 10.3: 169-180.

Rukin, S. Pd. *Metodologi penelitian kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019.

Rijali, Ahmad. "Analisis data kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17.33 (2019): 81-95.

Supriono, Hamdan. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Pt Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada Pt. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Raden Intan Bandar Lampung)*. Diss. UIN Raden Intan Lampung, 2017.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Universitas Nias, 2022. *Pedoman Penulisa Karya Ilmiah Gunungsitoli* 28 Agustus 2022