

**TINJAUAN BAURAN PROMOSI PADA NASABAH TABUNGAN
EMAS PT PEGADAIAN UNIT PELAYANAN CABANG (UPC)
PURUS DI KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III
Manajemen Perdagangan sebagai salah satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya*



RIFOOH ILAHI
NIM 22134063

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERDAGANGAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2025**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rifqoh Ilahi
NIM/TM : 22134063/2022
Tempat/ Tanggal Lahir : Situjuh Gadang, 30 Juli 2003
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Sekolah Vokasi
Alamat : Padang Jariang
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Bauran Promosi Pada Nasabah Tabungan Emas PT Pegadaian Unit Pelayanan (UPC) Purus di Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik, baik Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku di Sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang.

Padang, Agustus 2025

Yang menyatakan,


Rifqoh Ilahi

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**TINJAUAN BAURAN PROMOSI PADA NASABAH TABUNGAN EMAS
PT PEGADAIAN UNIT PELAYANAN CABANG (UPC) PURUS
DI KOTA PADANG**

Nama : Rifqoh Ilahi

NIM : 22134063

Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan

Fakultas : Sekolah Vokasi

Diketahui Oleh:

Koordinator Program Studi Diploma III
Manajemen Perdagangan



Yuki Pitria, S.E., M.M.
NIP. 198207222010122002

Padang, Agustus 2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Silvi Delfiani, S.E., M.M.
NIP. 199402262022032014

HALAMAN PENGESAHAN

TINJAUAN BAURAN PROMOSI PADA NASABAH TABUNGAN EMAS PT PEGADAIAN UNIT PELAYANAN CABANG (UPC) PURUS DI KOTA PADANG

Nama : Rifqoh Ilahi

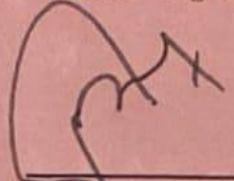
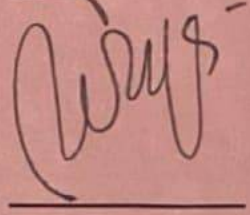
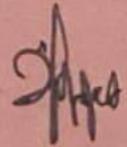
NIM : 22134063

Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan

Fakultas : Sekolah Vokasi

*Dinyatakan Lulus setelah diuji di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Sekolah Vokasi
Universitas Negeri Padang*

Padang, Agustus 2025

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Silvi Delfiani, S.E., M.M	(Ketua)	
Whyosi Septrizola, SE, MM	(Penguji)	
Fitria Ridhaningsih, S.E., M.M	(Penguji)	

ABSTRAK

**Rifqoh Ilahi (22134063) : Tinjauan Bauran Promosi Pada Nasabah
Tabungan Emas PT Pegadaian Unit Pelayanan
Cabang (UPC) Purus di Kota Padang.
Pembimbing : Silvi Delfiani, S.E., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau Bauran promosi Produk Tabungan Emas yang diterapkan oleh PT Pegadaian Unit Pelayanan Cabang (UPC) Purus di Kota Padang dalam menarik minat nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bauran promosi Pegadaian mengacu pada bauran promosi : *advertising* (periklanan), *sales promotion* (promosi penjualan), *even experiences* (acara dan pengalaman), *personal selling* (penjualan perseorang), *public relations* (hubungan masyarakat), *direct marketing* (penjualan langsung), *interactive online marketing* (pemasaran interaktif), *word of mouth marketing* (pemasaran getuk tular). Penerapan bauran promosi yang diarahkan pada upaya mengedukasi dan pendekatan secara personal terbukti efektif dalam mendorong ketertarikan serta keterlibatan masyarakat terhadap layanan Tabungan Emas.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Tabungan Emas, Pegadaian

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan rasa syukur yang tulus penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya yang begitu luas. Atas izin dan kasih-Nya penulis senantiasa diberi kesehatan, kekuatan lahir dan batin, serta kelancaran dalam menjalani seluruh tahapan penelitian hingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW teladan sepanjang masa yang telah menuntun umat manusia dari masa kebodohan menuju zaman yang terang oleh ilmu pengetahuan, iman, dan kemuliaan akhlak. Perjuangan beliau menjadi inspirasi yang tak lekang oleh waktu dan masih kita rasakan manfaatnya hingga hari ini.

Tugas Akhir yang berjudul: **“Tinjauan Bauran Promosi Pada Nasabah Tabungan Emas PT Pegadaian Unit Pelayanan Cabang (UPC) Purus di Kota Padang”** ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan, Sekolah Vokasi, Universitas Negeri Padang.

Penyelesaian Tugas Akhir ini tentu tidak lepas dari dukungan dan kontribusi dari berbagai pihak, baik dalam bentuk dukungan moral maupun materi. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak di antaranya adalah:

1. Ibu Silvi Delfiani, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak memberikan bimbingan, nasihat dan arahan bagi penulis.

2. Ibu Whyosi Septrizola, SE, MM dan Ibu Fitria Ridhaningsih, S.E., M.M, selaku Dosen Penguji Tugas Akhir yang telah menguji dan memberi saran yang membangun.
3. Bapak Dr. Yudi Antomi, M.Si, selaku Direktur Sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Yuki Fitria, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang.
5. Ibu Rosyeni Rasyid, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberi nasehat dengan sangat baik selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Negeri Padang.
6. Bapak/Ibu Dosen serta Staf Pengajar Sekolah Vokasi Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis selama mengikuti studi ini.
7. Staf Administrasi atas bantuan, dukungan, dan pelayanan tulus yang sangat berkontribusi dalam kelancaran serta keberhasilan penyusunan tugas akhir ini.
8. Pustakawan yang telah memberikan bantuan dan petunjuk, serta layanan sehingga saya dapat mengakses referensi yang dibutuhkan dalam tugas akhir ini.
9. Seluruh Pegawai PT Pegadaian UPC Purus di Kota Padang yang telah membantu penulis dalam proses penelitian penulis.
10. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Kadarusman dan Ibunda Afrida atas cinta yang tak pernah putus, doa yang selalu menyertai, dan segala dukungan yang diberikan dengan penuh ketulusan. Selanjutnya kepada abang dan kakak

tercinta atas segala cinta, semangat, dan nasihat yang selalu hadir di setiap waktu.

11. Teman teman se-Angkatan dan kepada dua sahabat tersayang, Sindy Putri Anriani dan Ghina Annisa Asmi

12. semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga segala bentuk bantuan dan semoga kebaikan yang diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih belum sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun guna perbaikan di masa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua Amin.

Padang, Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Pengertian Bauran Promosi	9
B. Langkah langkah Strategi Promosi	11
C. Tabungan Emas	14
BAB III PENDEKATAN PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian	18
B. Tempat dan Waktu Penelitian	18
C. Jenis dan Sumber Data	18
D. Teknik Pengumpulan Data	19

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	21
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	21
B. Hasil Penelitian	30
C. Pembahasan	44
BAB V PENUTUP	60
A. Simpulan	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pembukaan Rekening Tabungan Emas Pada Pegadaian Unit Palayanan Cabang Purus di Kota Padang	4
---	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Kenaikan Harga Emas dari bulan Januari-April 2025	1
Gambar 2. Tampilan PT Pegadaian UPC Purus dari Luar	6
Gambar 3. Bagan Struktur PT Pegadaian Cabang Ulak Karang	27
Gambar 4. Bagan Struktur Organisasi PT Pegadaian UPC Purus di Kota Padang	28
Gambar 5. Logo PT Pegadaian	29
Gambar 6. Brosur Tabungan Emas	31
Gambar 7. Promosi Produk Pegadaian	33
Gambar 8. Even Pegadaian	35
Gambar 9. Kegiatan Promosi Tabungan Emas	36
Gambar 10. Sosialisasi Promosi Tabungan Emas	38
Gambar 11. Ulasan Nasabah PT Pegadaian UPC Purus di Kota Padang	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	65
Lampiran 2. Transkrip Pertanyaan Wawancara	66
Lampiran 3. Dokumentasi	70
Lampiran 4. Link Youtube Hasil Wawancara dengan Pengelola PT Pegadaian UPC Purus di Kota Padang	71

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi ekonomi global yang semakin tidak menentu membuat masyarakat cenderung lebih berhati-hati dalam menentukan pilihan investasi. Keadaan ini membuat banyak orang mulai beralih ke jenis investasi yang dianggap lebih aman dan tidak mudah terpengaruh oleh gejolak pasar. Salah satu bentuk investasi yang kini banyak diminati oleh masyarakat adalah emas. Minat terhadap investasi emas mengalami peningkatan besar, seiring dengan tren kenaikan harga emas dunia yang terus berlanjut sejak awal tahun 2025. Berikut ini adalah grafik kenaikan harga emas:



Gambar 1. Grafik Kenaikan Harga Emas

Sumber: Aplikasi Pegadaian Digital Service Tahun 2025.

Berdasarkan Gambar 1 di atas menandakan bahwa sumbu Y (vertikal) menunjukkan nilai atau harga emas dalam satuan Rupiah (Rp) dengan rentang

harga yang ditampilkan mulai dari sekitar Rp. 14.190,- hingga Rp. 20.210,- per gramnya. Sedangkan sumbu X (horizontal) menunjukkan jangka waktu perkembangan harga emas yang mana dimulai dari tanggal 12 Januari hingga akhir April 2025. Selama periode yang ditampilkan dalam grafik, harga emas tampak mengalami kenaikan secara bertahap dan konsisten. Hal ini mencerminkan peningkatan minat atau nilai investasi terhadap emas.

Puncak tertinggi harga tercatat pada tanggal 22 April 2025, yaitu sebesar Rp. 19.710,- yang menandai titik tertinggi dalam kurung waktu pengamatan tersebut. Pada grafik juga menggambarkan pergerakan harga emas dari bulan ke bulan, dengan titik-titik waktu penting yang ditandai secara berurutan, yaitu: 12 Januari, 11 Februari, 13 Mei, dan 12 April. Pergerakan ini mencerminkan keyakinan pasar terhadap emas, sekaligus memperlihatkan bahwa minat terhadap investasi emas tersebut semakin menguat selama awal tahun 2025.

Fenomena meningkatnya minat masyarakat terhadap investasi yang aman seperti emas mendorong berbagai lembaga keuangan, baik yang berbasis bank maupun non-bank untuk berlomba-lomba menawarkan produk-produk unggulannya guna menarik minat nasabah. Salah satu lembaga keuangan yang turut aktif dan berperan besar dalam persaingan ini adalah PT Pegadaian.

PT Pegadaian adalah institusi keuangan non-bank yang berperan sebagai jembatan investasi dan kepemilikannya berada di bawah pengendalian pemerintah melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Pegadaian menjadi

salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia yang bergerak di bidang jasa keuangan dengan fokus utama pada penyaluran kredit kepada masyarakat melalui mekanisme hukum gadai. Layanan pegadaian banyak dimanfaatkan oleh berbagai kalangan khususnya oleh masyarakat umum serta pelaku usaha kecil dan menengah sebagai jalan lain sumber pembiayaan di luar lembaga perbankan.

Sistem utama yang ditawarkan pegadaian adalah pemberian pinjaman dengan sistem gadai, di mana masyarakat dapat mengajukan pinjaman dengan menyerahkan barang bergerak, seperti: emas, kendaraan, serta barang berharga lainnya sebagai jaminan. Dalam perkembangan usahanya, PT Pegadaian tidak hanya bergerak di bidang gadai, tetapi juga berinovasi dengan memperkenalkan berbagai produk keuangan modern, salah satunya adalah tabungan emas.

Tabungan emas merupakan sebuah layanan yang memungkinkan nasabah untuk membeli dan menyimpan emas secara mudah melalui sistem titipan. Dengan harga yang kompetitif dan terjangkau, maka layanan ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berinvestasi emas, tanpa harus membeli fisik secara langsung. Produk tabungan emas ini merupakan produk non mikro yang memungkinkan masyarakat untuk memiliki emas secara bertahap melalui mekanisme menabung dengan nominal kecil yang sangat terjangkau mulai dari Rp. 15.000,- Tabungan emas menjadi solusi investasi yang aman, mudah, dan fleksibel untuk masyarakat luas.

Namun di samping produk tabungan emas yang inovatif dan terjangkau, masih banyak masyarakat yang belum mengenal dan memahami tabungan emas. Terutama bagi masyarakat yang masih minim pemahaman tentang investasi, serta kurangnya edukasi yang menyeluruh dan strategi promosi yang kurang terarah dapat menjadi penghambat utama dalam meningkatkan partisipasi nasabah baru secara konsisten.

PT Pegadaian memiliki cabang dan unit di seluruh Indonesia, di mana PT Pegadaian UPC Purus merupakan salah satu dari unit tersebut. Berikut ini adalah data tentang jumlah pembukaan rekening tabungan emas di PT Pegadaian UPC Purus Kota Padang:

Tabel 1. Jumlah Pembukaan Rekening Tabungan Emas di PT Pegadaian Unit Palayanan Cabang (UPC) Purus Kota Padang

Tahun	Buka Rekening Tabungan
2021	58
2022	43
2023	41
2024	75
2025 (s.d. April)	109
Total	326

Sumber: PT Pegadaian UPC Purus, Tahun 2025.

Berdasarkan data tabel di atas dapat dilihat selama periode 2021 hingga April 2025, tercatat total 326 nasabah baru yang membuka rekening tabungan

emas di PT Pegadaian UPC Purus. Pada tahun 2021, tercatat 58 nasabah baru. Kemudian menurun secara berturut-turut di tahun 2022 dan 2023 menjadi masing-masing 43 dan 41 nasabah. Penurunan ini mencerminkan adanya tantangan dalam menarik minat masyarakat terhadap produk Tabungan Emas selama periode tersebut. Namun kondisi tersebut mulai mengalami perbaikan pada tahun 2024, dengan peningkatan cukup tajam menjadi 75 nasabah. Tren positif ini bahkan berlanjut secara signifikan di tahun 2025, di mana hingga bulan April saja, jumlah pembukaan rekening sudah mencapai 109 nasabah.

Peningkatan besar terjadi pada tahun 2024 dan awal 2025 dapat dikaitkan dengan tingginya minat masyarakat terhadap investasi emas, terutama di tengah ketidakpastian ekonomi dan gejolak politik global. Hal ini sekaligus menunjukkan adanya peluang besar bagi PT Pegadaian untuk memperluas pasarnya. Namun ketidakstabilan yang terjadi pada tahun-tahun sebelumnya juga menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan masih perlu dioptimalkan, PT Pegadaian UPC Purus menghadapi tantangan dalam menarik minat calon nasabah dari sisi lokasi. Kantor yang terletak di antara toko fotokopi dan toko kacamata ini cenderung kurang menonjol, sehingga peluang untuk terlihat oleh masyarakat menjadi terbatas. Keadaan tersebut berpotensi menghambat upaya dalam menjangkau masyarakat, terutama mereka yang belum mengetahui secara jelas manfaat produk, khususnya tabungan emas. Untuk mengatasi hal ini maka diperlukan strategi promosi yang lebih efektif agar dapat menutupi kekurangan dari segi lokasi, seperti: meningkatkan kesadaran publik, membangun kepercayaan, serta menciptakan

kedekatan emosional antara nasabah dan produk. Seperti yang dapat di lihat kendala yang terjadi pada Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Tampilan PT Pegadaian UPC Purus dari Luar
Sumber: PT Pegadaian UPC Purus, Tahun 2025.

Berdasarkan masalah pada fenomena latar belakang diatas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai: **“Tinjauan Bauran Promosi Pada Nasabah Tabungan Emas PT Pegadaian Unit Pelayanan Cabang (UPC) Purus di Kota Padang”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi promosi produk tabungan emas yang diterapkan di PT Pegadaian UPC Purus di Kota Padang?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam melakukan promosi produk tabungan emas di PT Pegadaian UPC Purus di Kota Padang?
3. Apa saja upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat nasabah dalam membuka tabungan emas di PT Pegadaian UPC Purus di Kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui strategi promosi yang digunakan PT Pegadaian UPC Purus di Kota Padang dalam mempromosikan produk tabungan emas.
2. Mengetahui kendala yang dihadapi PT Pegadaian UPC Purus di Kota Padang dalam melakukan promosi tabungan emas.
3. Mengetahui upaya-upaya yang dilakukan untuk mengidentifikasi minat nasabah dalam membuka tabungan emas pada PT Pegadaian UPC Purus di Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari Penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam

pengembangan pengetahuan di bidang promosi, terutama yang berkaitan dengan strategi promosi produk keuangan seperti tabungan emas. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga dapat dijadikan acuan atau referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan rekomendasi yang berguna bagi PT Pegadaian UPC Purus dalam merancang dan melaksanakan strategi promosi yang lebih efisien dan tepat sasaran, sesuai dengan kebutuhan serta minat masyarakat, sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah sekaligus memaksimalkan potensi produk tabungan emas.

a. Bagi Penulis

Menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari selama masa studi, sekaligus mengasah keterampilan analitis serta menambah pemahaman terkait penerapan strategi promosi dalam praktik nyata di dunia kerja.

b. Bagi Akademis

Dapat memberikan sumbangan pada pengembangan ilmu pemasaran, khususnya strategi promosi produk keuangan. Selain itu, hasilnya dapat dimanfaatkan sebagai acuan belajar dan perbandingan oleh kalangan akademisi maupun mahasiswa.

c. Bagi Perusahaan

meningkatkan kualitas pemasaran, memperbaiki kelemahan yang ada, serta memaksimalkan potensi produk tabungan emas agar lebih diminati oleh masyarakat.

d. Bagi Pembaca

Pembaca bisa mendapatkan gambaran langsung tentang strategi pemasaran yang berhasil maupun kendala yang dihadapi di lapangan.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat memperdalam pembahasan, membandingkan dengan cabang Pegadaian lain, atau mengaitkan dengan strategi digital marketing yang lebih terbaru.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian, maka dapat di simpulkan bahwa strategi promosi untuk produk Tabungan Emas di PT Pegadaian UPC Purus Kota Padang sebagai berikut:

1. PT Pegadaian UPC Purus Kota Padang telah melaksanakan kegiatan promosi secara menyeluruh dengan memanfaatkan berbagai pendekatan. Strategi promosi yang diterapkan meliputi: pemanfaatan media sosial, penyebaran brosur, pemasangan spanduk, serta edukasi langsung kepada masyarakat. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman sekaligus menarik minat nasabah terhadap manfaat produk tabungan emas..
2. Produk ini dinilai berhasil menarik perhatian masyarakat karena sifatnya yang fleksibel, harga yang terjangkau, serta keuntungan jangka panjang sebagai instrumen investasi. Harga awal yang rendah menjadikan produk ini mudah dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, lokasi unit yang strategis serta promosi yang di lakukan melalui media sosial, kegiatan edukasi, dan interaksi langsung turut menambah daya tariknya. Meski demikian, masih terdapat kendala seperti rendahnya pemahaman masyarakat tentang keuangan, kurangnya pembaruan materi promosi, dan pandangan yang salah bahwa emas hanya dapat dimiliki dalam bentuk fisik. Walaupun ada kendala, peningkatan jumlah pembukaan rekening dalam dua

tahun terakhir menjadi indikator bahwa strategi promosi yang diterapkan cukup berhasil dalam menarik minat masyarakat terhadap tabungan emas

3. Upaya peningkatan minat nasabah di PT Pegadaian UPC Purus Kota Padang dilakukan melalui berbagai strategi, antara lain edukasi mendalam guna meningkatkan literasi keuangan masyarakat, perluasan promosi melalui media digital agar lebih menjangkau generasi modern, peningkatan pelayanan personal untuk membangun kedekatan dan kepercayaan nasabah, serta inovasi program dan penawaran menarik yang mampu memberikan nilai tambah. Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk lebih tertarik membuka tabungan emas sekaligus memperkuat posisi Pegadaian sebagai pilihan investasi yang aman, mudah, dan terjangkau.

B. Saran

Berdasarkan simpulan diatas maka dapat disarankan beberapa hal kepada PT Pegadaian UPC Purus Kota Padang sebagai berikut:

1. Memperbarui media promosi secara berkala Materi promosi seperti brosur, banner, dan media cetak lainnya perlu diperbarui secara rutin agar informasi yang di sampaikan tetap relevan dan sesuai dengan kondisi pasar, khususnya terkait harga emas dan prosedur layanan paling tidak 1 bulan sekali.
2. Melakukan promosi penjualan pada berbagai tempat dengan cara membagi petugas pegadaian untuk melakukan promosi penjualan diberbagai tempat yang ramai pengunjung pada hari yang berdekatan dalam rangka

memperingati hari tertentu yang memberikan potongan harga untuk pembukaan rekening tabungan emas.

3. Melakukan acara atau *event* setiap 3 bulan sekali dengan lebih menyeimbangkan antara hiburan dan edukasi dengan cara menyelipkan kegiatan edukatif yang bersifat saling berinteraksi di sela-sela acara hiburan, seperti: kuis dengan hadiah, simulasi investasi emas, atau penyampaian pengalaman dari nasabah. Cara ini dapat membuat pengunjung lebih mudah memahami informasi yang di sampaikan tanpa merasa jenuh
4. Untuk membangun hubungan dengan masyarakat seharusnya pegadaian melakukan sosialisasi kepada UMKM, Lembaga Lembaga pemerintahan, mengunjungi beberapa sekolah secara rutin agar nasabah mengenal lebih jauh produk tabungan emas ini.
5. Untuk penjualan perseorangan pegadaian lebih disarankan untuk menggunakan WhatsApp resmi atau yang ada centang birunya agar nanti nasabah yakin mengenai pesan atau telfon yang dikirim oleh Pegadaian itu berasal dari Pegadaian resmi.

DAFTAR PUSTAKA

- Darsana, I Made, S.E, M.M, D. 2023. *Strategi Pemasaran*. Bandung: Intelektual Manifes Media.
- Innayah, A. 2023. "Upaya Peningkatan Keterampilan Siswa Melalui Program Kelas Keterampilan TKR Di MAN 2 Ngawi". *Jurnal Tawadhu*, 7 (1), 24–32.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-14. New Jersey: Pearson Education, Inc. (terjemahan)
- Kota, T. P., dan S. Y. Kusumastuti. 2022. "Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM): Analysis of the Influence of Customer Interest in Using Mobile Banking Using the Technology Framework Acceptance Model (TAM)." *Jurnal* 10 (September): 276–88.
- Latief, Fitriani, dan Asniwati. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Makassar: Nobel Press.
- Rosyid, F. 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Nadi Pustaka Offset.
- Sembiring, Tamaulina Br., dkk. 2023. *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Karawang: Saba Jaya Publisher.
- Uluwiyah, A. N. 2022. *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Multi Pustaka Utama.
- "Sejarah PT.Pegadaian." 2025. Diakses 1 Juli 2025. <https://www.pegadaian.co.id/profile/sejarah-pegadaian>
- "Visi Misi PT. Pegadaian." 2025. Diakses 1 Juli 2025. <https://www.pegadaian.co.id/profile/visi-misi>