

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro dalam memasarkan produk hasil lelangnya dengan penerapan 4 strategi, yakni antara lain strategi produk, harga, lokasi, serta promosi. Strategi produk yang diterapkan PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro yaitu memberikan layanan yang terbaik dengan menawarkan pembayaran secara kredit. Strategi harga yang ditetapkan PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro yakni penetapan harga yang disesuaikan dengan harga taksiran awal barang tersebut, dimana harga yang ditetapkan relatif lebih murah dari harga yang ada di pasaran. Strategi lokasi yang dipilih PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro sangat strategis, lokasi yang berada di tengah-tengah Kota Metro, dimana lokasi tersebut dekat dengan pemukiman warga dan kerap kali dilintasi oleh Masyarakat. Strategi promosi yang dilakukan PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro yaitu lewat media sosial, dan juga penjualan pribadi yang dilaksanakan di kantor PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro.

B. Saran

1. PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro haruslah lebih selektif dalam pemberian jaminan kepada calon nasabah supaya tidak timbul masalah seperti kredit macet yang tidak bisa dibayarkan oleh nasabah, maka PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro terkait ini tidak banyak mengadakan pelelangan atas barang jaminan nasabah, dimana ini dapat berakibat pada karyawan PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro haruslah ekstra memikirkan bagaimana strategi pemasaean untuk melakukan pemasaran produk lelangnya, sebab produk lelang membutuhkan waktu dalam pemasarannya.

2. PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro haruslah memaksimalkan lagi strategi harganya, karena strategi harga berperan krusial dalam menarik minat nasabah. Dalam hal ini, PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro dapat memberikan diskon atau potongan harga bagi nasabah yang melakukan pelunasan angsuran produk lelang sebelum jangka waktu pinjaman yang telah ditentukan.
3. PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro haruslah memaksimalkan lagi strategi promosinya, karena strategi promosi ini berperan krusial dari keempat strategi yang diterapkan PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro. Terkait ini, PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro dapat membuat pamflet dengan semenarik mungkin agar menarik minat masyarakat. PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro juga dapat membuat akun khusus sebagai pemasaran produk lelangnya, misal membuat akun di media sosial *Facebook* dan *Instagram*, maka cara ini bisa mempengaruhi minat Masyarakat untuk melihat produk-produk lelang apa saja yang ditawarkan PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro tanpa harus datang ke kantor PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro.