



## Implementasi Promosi Produk Gadai Melalui Instagram Sebagai Upaya Menarik Minat Nasabah Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2

Adinda Arzeti Annaassya<sup>1</sup>, Nana Diana<sup>2</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang

---

### Abstract

Received: 15 Desember 2023

Revised: 29 Desember 2023

Accepted: 05 Januari 2024

This research uses a qualitative method using a descriptive approach through literature studies and interviews. The purpose of this research is to find out the implementation of pawn product promotions carried out by PT Pegadaian Regional Office IX Jakarta 2 through social media in the form of Instagram. The results of this study are the promotions carried out by PT Pegadaian Office Region IX Jakarta 2 through Instagram, namely Cashback, Interest-Free Pawn, Training and Mentoring MSMEs. In addition, to increase awareness of PT Pegadaian, there is a webinar program for entrepreneurs who want to start their business. Promotion of pawn products is carried out every other day with two to three contents in one upload.

**Keywords:** Promotion, Instagram.

(\*) Corresponding Author:

[2010631020002@student.unsika.ac.id](mailto:2010631020002@student.unsika.ac.id)

**How to Cite:** Annaassya, A. A., & Diana, N. (2024). Implementasi Promosi Produk Gadai Melalui Instagram Sebagai Upaya Menarik Minat Nasabah Studi Kasus Pada Pt. Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10469674>.

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri yang ada menciptakan kompetisi yang cukup ketat di dunia bisnis sehingga setiap perusahaan membangun berbagai strategi guna mempertahankan konsumennya, sehingga konsumen bisa merasa puas dan tentunya menciptakan konsumen yang loyal. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor yang salah satunya adalah faktor promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

Kotler dan Keller dalam Simamora 2018, menyatakan bahwa promosi merupakan segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, serta mengingatkan target pasar tentang produk yang telah dihasilkan oleh organisasi, individu, maupun rumah tangga. Promosi juga di definisikan oleh Laksana (2019:129) bahwa promosi merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat dan bertujuan untuk mengenalkan produk sehingga pembeli mampu mengingat produk yang dihasilkan oleh penjual.

Menurut hasil survey dari *We Are Social* pada Januari 2022, terdapat lebih dari 191 juta pengguna aktif media sosial, jumlah ini meningkat sebesar 12.35% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Sesuai dengan survey ini juga, Instagram menjadi media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia setelah Whatsapp yaitu dengan persentase 84,8%. Kenaikan jumlah pengguna aktif internet yang cukup signifikan serta tingginya minat masyarakat untuk menggunakan Instagram memberikan peluang bagi dunia usaha untuk

mempromosikan produknya melalui media sosial instagram, tidak terkecuali dengan Pegadaian.

Pegadaian adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertujuan untuk meminjamkan uang kepada masyarakat dengan menerima barang sebagai jaminan dari nasabah baik berupa emas, barang elektronik, maupun sertifikat rumah. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) pegadaian merupakan segala usaha yang menyangkut pemberian pinjaman dengan menggunakan jaminan berupa barang bergerak, jasa titipan, jasa taksiran, dan jasa lainnya berdasarkan dengan prinsip syariah.

Pengertian pegadaian juga didefinisikan oleh Kasmir (2016:231) bahwa pegadaian merupakan kegiatan dengan menjaminkan barang berharga untuk memperoleh uang dan bisa ditebus kembali oleh nasabahnya sesuai dengan perjanjian yang telah disetujui oleh kedua belah pihak dengan ciri terdapat barang berharga yang akan digadaikan, serta nilai jumlah pinjaman tergantung pada nilai barang yang akan digadaikan dan barang yang telah digadaikan juga bisa di tebus kembali.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pegadaian merupakan sebuah usaha gadai yang berkaitan dengan pemberian pinjaman dengan memberikan jaminan berupa barang berharga bisa emas, barang elektronik, maupun sertifikat agar bisa ditebus kembali oleh nasabah sesuai dengan kesepakatan diantara kedua belah pihak.

Pada saat ini, pegadaian menjadi sebuah jasa yang tentunya memberikan banyak manfaat bagi para nasabah, khususnya pada jasa peminjaman selain lembaga keuangan bank. Dengan begitu, pegadaian memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah dengan memperbanyak kantor-kantor cabang yang berfungsi untuk berhadapan langsung dengan nasabah.

Pelayanan yang ada di kantor cabang juga tentunya dipengaruhi oleh kebijakan yang ada pada kantor wilayah, dimana setiap kantor wilayah membawahi beberapa kantor-kantor cabang yang tersebar di wilayahnya. Salah satu kebijakan kantor wilayah yang mempengaruhi kantor cabang yaitu promosi, sebab promosi yang ada di kantor wilayah menjadi dasar acuan bagi kantor cabang dalam menghadapi nasabah. Sehingga apa yang menjadi keputusan di kantor wilayah sangat mempengaruhi kepuasan nasabah di kantor cabang.

Pada saat ini, terdapat 4300 kantor cabang yang ada di Indonesia dengan jumlah sebanyak 21,86 juta nasabah. Angka ini mengalami kenaikan selama pandemi yaitu sebesar 11,11%. Salah satu kantor wilayah yang ada adalah PT Pegadaian Wilayah IX Jakarta 2 yang membawahi beberapa kantor cabang yaitu kantor cabang area Kebayoran Baru, kantor cabang area Tanjung Priok, kantor cabang area Kalideres, kantor cabang area Tangerang, dan kantor cabang area Cirendeu.

Keaktifan PT Pegadaian Wilayah IX Jakarta 2 dalam penggunaan sosial media khususnya Instagram guna melakukan promosi untuk menarik minat nasabah memberikan ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian dengan judul Implementasi Promosi Produk Gadai Melalui Sosial Media Sebagai Upaya Menarik Minat Nasabah Studi Kasus Pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

## 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan metode kualitatif yang bersifat deskriptif, seperti transkripsi wawancara, foto, dan rekaman video. Penelitian kualitatif didefinisikan oleh Denzin dan Lincoln (1994) dalam Maleong (2012:5) adalah sebuah penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan bersumber dari data primer yang didapat dari seorang informan yaitu karyawan Dept. *Business Support* melalui proses wawancara serta data sekunder yang didapat melalui studi pustaka melalui sosial media, laporan, dokumen, artikel, serta sumber lain dari internet yang berkaitan dengan PT Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2.

## 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertempat di kantor PT. Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2. Adapun data didapatkan dalam bentuk studi pustaka serta wawancara dengan karyawan Dept. *Business Support*. Waktu penelitian yaitu selama enam bulan yang dimulai dari Januari hingga Juli 2023.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram menjadi pilihan PT. Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2 dalam melakukan promosi guna menarik konsumen, dengan jumlah pengikut sebanyak lebih dari 4000 pengikut tentunya membuat Instagram menjadi pilihan yang tepat untuk melakukan promosi, adapun beberapa promosi produk yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2 di Instagram, diantaranya yaitu :

### 1. Adanya *Cashback*



Terdapat promosi pada Instagram PT. Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2 yang berupa cashback pada produk gadai tabungan emas hingga Rp 25.000, cashback pinjaman usaha fleksibel hingga Rp 200.000, cashback emas bundling asuransi hingga Rp 50.000. Adanya cashback ini tentunya sangat menarik konsumen dimana menurut survey dari katadata promo cashback menjadi promo yang banyak digemari dengan poin sebanyak 14,1%.

### 2. Gadai Bebas Bunga



Promosi yang ada selanjutnya adalah produk gadai bebas bunga, seperti yang diketahui bersama bahwa Pegadaian menjadi sebuah bisnis yang juga mendorong perekonomian Indonesia dengan mampu menyelamatkan banyak UMKM dengan bantuan modal. Gadai bebas bunga tentunya menjadi pilihan banyak nasabah yang membutuhkan modal atau uang yang cepat dengan demikian tentunya promosi ini mampu menarik banyak konsumen.

### 3. Training dan Mentoring UMKM Pada Program Gadepreneur 2023



4. Training dan mentoring pada UMKM menjadi sebuah langkah yang tepat untuk perkembangan usaha pada UMKM itu sendiri, PT. Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2 memberikan program gadepreneur dengan memberikan banyak manfaat bagi pada UMKM. Keberhasilan UMKM juga tentunya mendorong branding dari PT. Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2 sebagai penyokong UMKM tersebut untuk melakukan kemajuan yang positif. Webinar dengan hadiah menarik



Promosi yang selanjutnya ada pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2 adalah webinar dengan hadiah yang cukup menarik dan narasumber yang hebat pula, adanya webinar ini tentunya mendukung branding dari PT. Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2 guna menarik konsumen dengan memperkenalkan produk-produk yang sesuai dengan para perintis baru sebuah bisnis.

Dengan banyaknya promosi yang dilakukan oleh PT Pegadaian Kanwil IX Jakarta 2 ini tentunya meningkatkan jumlah nasabah dari periode sebelumnya. Selain promosi, PT. Pegadaian Kantor Wilayah IX Jakarta 2 juga meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah guna menarik minat nasabah. Dimana PT Pegadaian Kanwil IX Jakarta 2 memperpanjang jam layanan. Jika biasanya jam layanan hanya sampai pukul 16.00 WIB, adanya perpanjangan tersebut menjadi pukul 20.00 WIB. Perpanjangan jam layanan tersebut dilakukan melalui agen Pegadaian yang siaga di berbagai outlet Pegadaian Kanwil IX Jakarta 2.

## KESIMPULAN

Implementasi promosi produk gadai melalui Instagram sebagai upaya menarik minat nasabah pada PT pegadaian Kanwil IX Jakarta 2 dilakukan setiap dua hari sekali dengan mengunggah dua sampai dengan tiga konten diantaranya adalah promosi *cashback*, promosi gadai bebas bunga, training dan mentoring UMKM, serta adanya webinar.

Terdapat kendala yang dialami oleh PT pegadaian Kanwil IX Jakarta 2 yaitu kurangnya minat pengikut untuk menyukai konten, namun hal ini diatasi dengan membuat konten yang lebih menarik lagi pada jadwal selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- DataIndonesia.id. "Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022". Diakses pada 20 Juni 2023 melalui : <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Databoks. "Konsumen Paling Gemar Promo Gratis Ongkir Saat Belanja Daring". Diakses pada 23 Juni 2023 melalui :

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/konsumen-paling-gemar-promo-gratis-ongkir-saat-belanja-daring>
- Glints. 2023. Pegadaian: Pengertian, Sejarah, Manfaat, dan Produk yang digadaikan. Diakses Pada 6 Agustus 2023. Melalui: <https://glints.com/id/lowongan/pegadaian-adalah/>
- Instagram. "Pegadaian Kanwil IX Jakarta". Diakses pada 25 Juni 2023 melalui : <https://www.instagram.com/pegadaiankanwil9jakarta/?hl=id>
- Jatim Terkini, 2023. Layani Lebih Banyak Nasabah, Pegadaian Kanwil IX Jakarta Perpanjang jam Pelayanan Melalui Agen. Diakses Pada 6 Agustus 2023 melalui: <https://jatimterkini.com/layani-lebih-banyak-nasabah-pegadaian-kanwil-ix-jakarta-perpanjang-jam-pelayanan-melalui-agen/>
- Kotler, Philip. 2018. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kadmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Laksana, M.F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath Zumar
- Moleong, J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Tempo. 2019. Dorong Efisiensi, Pegadaian Tutup Lebih Dari 100 Kantor Cabang. Diakses Pada 6 Agustus 2023. Melalui: <https://bisnis.tempo.co/read/1231012/dorong-efisiensi-pegadaian-tutup-lebih-dari-100-kantor-cabang#:~:text=Saat%20ini%20Pegadaian%20memiliki%20lebih,cabang%20yang%20tersebar%20di%20Nusantara.>