

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Pegadaian merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di industri keuangan dibidang pembiayaan, emas dan aneka jasa. PT. Pegadaian memiliki tagline yaitu *“Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”*, dengan tagline yang dimiliki PT. Pegadaian ingin membantu nasabah dalam menyelesaikan masalah tanpa adanya masalah lain yang akan dihadapi oleh nasabah. Di Kota Pontianak Kalimantan Barat, PT. Pegadaian memiliki sepuluh kantor cabang . PT. Pegadaian CP Siantan, merupakan salah satu kantor cabang dari PT. Pegadaian di Kota Pontianak, Kalimantan Barat.

PT. Pegadaian Cabang Siantan memiliki budaya perusahaan yaitu melakukan briefing pagi setiap hari oleh seluruh pegawai yang ada di kantor sebelum jam operasional dibuka. Dan budaya perusahaan yang juga diterapkan pada PT. Pegadaian Cabang Siantan ini adalah Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif atau dapat disingkat menjadi *“AKHLAK”*.



Gambar 1 Logo PT. Pegadaian

Sumber : PT. Pegadaian

Gambar 2.1 Logo PT. Pegadaian

PT. Pegadaian memiliki produk layanan seperti layanan gadai emas atau disebut dengan KCA (Kredit Cepat Aman) yaitu meliputi perhiasan emas maupun logam mulia, Krasida atau kredit pinjaman kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan cara sistem gadai, Kreasi atau kredit yang diberikan kepada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan agunan pinjaman berupa BPKB, Amanah yaitu pembiayaan dengan prinsip Syariah kepada pegawai negeri sipil dan karyawan swasta untuk dapat memiliki kendaraan seperti motor dan mobil dengan angsuran, Mulia yaitu layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat yang dibayar secara tunai maupun secara angsuran dalam jangka waktu yang fleksibel, Tabungan Emas dimana nasabah dapat melakukan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan, dan Multi Pembayaran *Online* (MPO) merupakan layanan yang diberikan kepada nasabah untuk melakukan pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon, dan pulsa ponsel (PT. Pegadaian, 2012).

Kantor PT. Pegadaian beroperasi pada hari Senin hingga Sabtu, dimana pada hari Senin hingga Jumat memiliki jam operasional yaitu pada pukul 08:00 pagi hingga 15:00 sore dan pada hari Sabtu memiliki jam operasional yaitu pada pukul 08:00 pagi hingga pukul 13:00 siang.

## 2.2 Profil Perusahaan

### 2.2.1 Lokasi Perusahaan



Gambar 2 Lokasi Kantor PT. Pegadaian Cabang Siantan

Sumber : (Dokumentasi Pribadi Penulis)

Gambar 2.2 Lokasi Kantor PT. Pegadaiana Cabang Siantan

PT. Pegadaian Cabang Siantan berada di Jl. Khatulistiwa No. 123 RT/RW: 02/01 Siantan, Pontianak Utara - Kalimantan Barat.

### 2.2.2 Visi Perusahaan

PT. Pegadaian yang bergerak di industri keuangan ini memiliki Visi yaitu menjadi “*The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Utama Pilihan Masyarakat”.

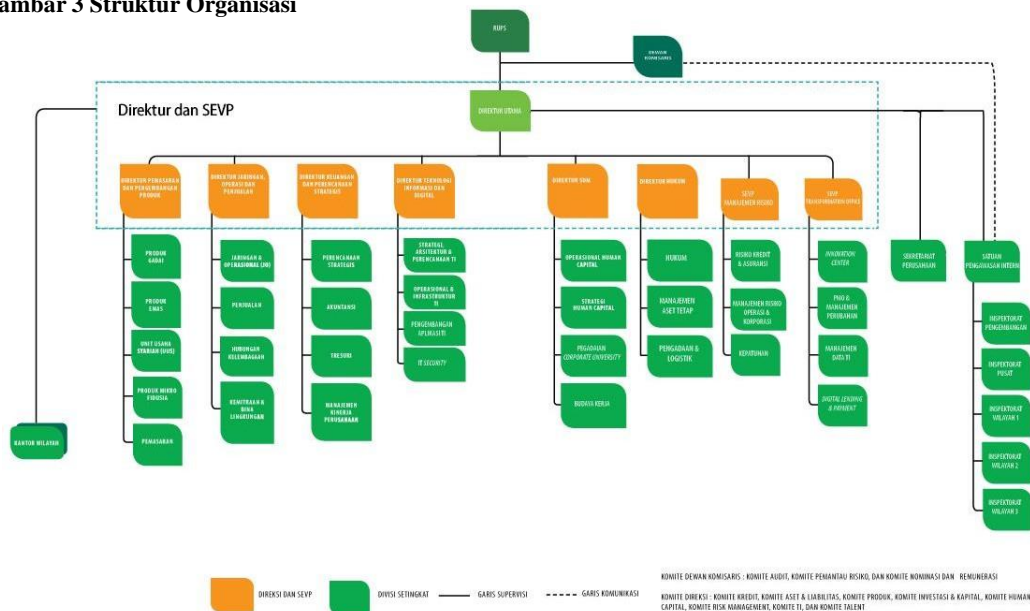
### 2.2.3 Misi Perusahaan

Dan Misi dari PT. Pegadaian adalah memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti, membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proporsi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan, dan membangun *service excellence*.

### 2.2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut ini adalah lampiran struktur organisasi dari PT. Pegadaian

Gambar 3 Struktur Organisasi



Sumber : (PT. Pegadaian, 2012)

Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Pegadaian

## 2.3 Landasan Teori

### 2.3.1 Marketing

*Marketing* merupakan suatu kegiatan memasarkan suatu kegiatan, produk, jasa, tempat, dan suatu acara (Kotler & Keller, Marketing Management, 2016). Kotler dan Armstrong (2011) mengatakan bahwa *marketing* merupakan suatu proses untuk menciptakan suatu nilai untuk konsumen dan untuk membangun hubungan yang baik dan kuat dengan konsumen.

### 2.3.2 Marketing Mix

*Marketing Mix* merupakan gabungan dari *tactical marketing tools* dimana yang berisi tentang harga (*price*), produk (*product*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) (Kotler & Armstrong, 2011).

#### 1. *Product*

Produk merupakan elemen utama dalam *marketing* atau pemasaran. Produk yang berkaitan dengan barang dan jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen yang memiliki fungsi dan nilai dimana terdapat fitur, *packaging*, nama produk, hingga *brand* yang melengkapi dari suatu produk dan jasa (Kotler, P., & Armstrong, G., 2011).

#### 2. *Price*

Harga merupakan elemen kedua setelah produk dari *marketing mix*, yang mana harga adalah sejumlah nilai yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk dapat memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa yang berkaitan dengan kualitas, nilai atau *value*, fitur yang terdapat pada produk dan jasa (Kotler, P., & Armstrong, G., 2011).

### 3. *Place*

Tempat atau *place* merupakan tempat dimana produk atau jasa didistribusikan ke pelanggan, disimpan, dan *channel* bagi *supplier* yang strategis atau tidak terlalu jauh dan mudah untuk dijangkau dan diakses (Kotler, P., & Amstrong, G., 2011).

### 4. *Promotion*

Promosi merupakan salah satu cara berkomunikasi kepada pelanggan terkait produk dan jasa yang berisi informasi produk, kegunaan, fungsi, kualitas, dan keunggulannya melalui iklan atau *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, serta *public relation* (Kotler, P., & Amstrong, G., 2011).

### **2.3.3 Administration**

Administrasi merupakan suatu proses yang memiliki tujuan untuk mendukung aktivitas suatu perusahaan (Thollander *et al.*, 2020). Administrasi merupakan suatu kegiatan yang bersifat kondisional dan situasional yang berhubungan dengan kondisi, situasi, waktu, dan tempat (Maxmanroe, 2020).