

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK ARRUM HAJI
PADA PT.PEGADAIAN (PERSERO)
CABANG CIKUDAPATEUH BANDUNG**

Oleh :

Billah Azzaki

B00160042

Pembimbing :

Dr.Suryaman, SE., MM.

ABSTRAK

Tujuan penulis tugas akhir ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan produk Arrum Haji pada PT.Pegadaian (Persero) Cabang Cikudapateuh Bandung dan strategi pemasaran serta permasalahan dan solusi dalam penerapan strategi pemasaran tersebut.

Metode studi yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini adalah metode deskriptif yaitu menggambarkan dengan cara observasi langsung dan metode wawancara dan pengumpulan data yang dilakukan adalah studi pustaka dan penelitian lapangan pada PT.Pegadaian (Persero) Cabang Cikudapateuh Bandung.

Hasil studi menunjukkan strategi pemasaran produk Arrum Haji yang digunakan oleh PT.Pegadaian (Persero) Cabang Cikudapateuh Bandung yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran *segmenting* berdasarkan geografis, demografis, dan perilaku, *targeting* berdasarkan memilih segmen pasar dan *positioning* berdasarkan atas, menurut pengguna dan kelas produk. Kendala yang dihadapi ialah kurangnya sumber daya insani pemasaran, kurangnya pemahaman masyarakat, banyaknya pesaing dari pegadaian lain. Solusi yang ditempuh ialah melakukan perekrutan sumber daya insani pemasar, melakukan sosialisasi kepada masyarakat, dan mempunyai strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produk Arrum Haji

**MARKETING STRATEGIES OF ARRUM HAJI
PRODUCTS IN PT.PEGADAIAN (PERERO)
BRANCH CIKUDAPATEUH BANDUNG**

By :

Billah Azzaki

Mentor :

Dr.Suryaman, SE., MM.

ABSTRACT

The purpose of the authors of this thesis is to find out the implementation of Arrum Haji products at PT. Pegadaian (Persero) Branch of Cikudapateuh Bandung and marketing strategies as well as problems and solutions in implementing the marketing strategy.

The study method used in the preparation of this final assignment is a descriptive method that is describing by direct observation and interview methods and data collection conducted is a literature study and field research at PT. Pegadaian (Persero) Cikudapateuh Bandung Branch.

The results of the study show that the marketing strategy of Arrum Hajj products used by PT. Pegadaian (Persero) Cikudapateuh Bandung branch is by using segmenting marketing strategies based on geography, demographics, and behavior, targeting based on market segments and positioning based on, according to users and product classes. Constraints faced are lack of human marketing resources, lack of public understanding, many competitors from other pawnshops. The solution taken is to recruit marketer human resources, socialize to the public, and have an effective and efficient marketing strategy.

Keywords: Marketing Strategy, Arrum Haji Products