

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Menurut tim pemasar dan juga pemimpin cabang di Pegadaian Cabang Metro Kurangnya pemahaman pelanggan terhadap produk Pegadaian dapat timbul dari berbagai faktor yang berbeda, Salah satunya adalah kompleksitas produk itu sendiri. Produk yang rumit atau memiliki fitur yang kompleks seringkali sulit dipahami oleh pelanggan. kurangnya informasi yang disediakan oleh perusahaan juga dapat menyebabkan ketidakpahaman. Jika perusahaan gagal menyampaikan informasi yang memadai tentang produk mereka melalui saluran pemasaran, situs web, atau materi promosi, pelanggan mungkin tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang produk tersebut. Komunikasi yang buruk antara perusahaan dan pelanggan juga merupakan faktor penting, Lambatnya tanggapan terhadap pertanyaan pelanggan atau kesulitan dalam menghubungi dukungan pelanggan dapat menyebabkan pelanggan tidak mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Selain itu, dalam pasar yang kompetitif, pelanggan mungkin memiliki banyak pilihan produk dan tidak memperhatikan secara mendalam produk dari satu perusahaan tertentu. Oleh karena itu, memahami sumber kurangnya pemahaman nasabah adalah langkah penting bagi Pegadaian untuk meningkatkan strategi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan mereka. Dengan menyadari faktor-faktor tersebut, perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk menyediakan informasi yang lebih baik, meningkatkan komunikasi, dan memperbaiki persepsi pelanggan terhadap produk mereka.

Pemahaman yang kuat tentang produk dari pegadaian memungkinkan pelanggan membuat keputusan yang lebih tepat dan informatif saat memilih atau membeli produk. Dengan pengetahuan yang memadai tentang fitur, manfaat, dan kekurangan produk, mereka dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Hal ini membantu mengurangi risiko pembelian yang salah atau kekecewaan di kemudian hari, menurut jurnal (Daud, 2011).

Selain itu, menurut (Rosyda Nur, 2022) produk knowledge juga memainkan peran penting dalam penggunaan produk secara efektif. Pelanggan yang memiliki pemahaman yang baik tentang cara menggunakan produk dapat mengoptimalkan kinerja dan manfaat produk tersebut. Mereka dapat menghindari kesalahan penggunaan yang dapat menyebabkan kerusakan atau ketidakpuasan, serta dapat memanfaatkan semua fitur dan fungsionalitas yang tersedia. Menurut Artikel (Anindyadevi Aurellia, 2022) memiliki produk knowledge yang baik juga memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi secara lebih efektif dengan perusahaan. Mereka dapat memberikan umpan balik yang lebih bermakna, bertanya tentang fitur atau layanan tambahan, dan memperoleh dukungan atau bantuan lebih lanjut jika diperlukan. Ini membantu membangun hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas merek.

Pada Jurnal (Huda, 2020) Website tidak hanya menjadi titik kontak utama antara perusahaan dan nasabah, tetapi juga platform yang efektif untuk menyampaikan informasi produk secara menyeluruh dan mudah diakses. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan pegadaian untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas website mereka agar dapat memberikan pengalaman yang informatif dan memuaskan bagi nasabah, sehingga membantu meningkatkan pengetahuan produk nasabah dan pada gilirannya meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Pada artikel yang ditulis (Pikub, 2023) menjelaskan bahwa website memberikan banyak keuntungan bagi konsumen. Pertama, website menyediakan akses informasi yang mudah dan cepat mengenai produk atau layanan yang ditawarkan. Konsumen dapat menemukan detail produk, harga, ulasan pelanggan, dan informasi lainnya kapan saja dan dari mana saja, tanpa perlu mengunjungi outletnya, website sering kali menawarkan berbagai promosi, diskon, atau penawaran eksklusif yang hanya tersedia secara online, sehingga konsumen dapat menghemat uang. Keempat, dengan adanya fitur interaktif seperti chat langsung atau formulir kontak, konsumen dapat dengan mudah mengajukan pertanyaan dan mendapatkan dukungan pelanggan, yang meningkatkan pengalaman pengetahuan produk mereka. Terakhir, website yang dikelola dengan baik sering kali

menyediakan konten edukatif, seperti artikel, video, atau panduan penggunaan produk, yang membantu konsumen membuat keputusan yang lebih informasional dan memaksimalkan manfaat dari produk yang mereka beli.

Dalam era di mana teknologi digital merajalela, peran website dalam industri keuangan, khususnya pegadaian, semakin vital. Nasabah tidak lagi hanya mengandalkan kantor fisik untuk mendapatkan informasi tentang produk dan layanan yang ditawarkan. Sebaliknya, mereka cenderung mencari informasi secara online, di mana kemudahan akses dan kecepatan menjadi prioritas utama. Namun, menyampaikan informasi produk dengan efektif melalui platform online bukanlah tugas yang mudah. Oleh karena itu diperlukan pemasaran yang efisien dan menarik bagi nasabah agar meningkatkan product knowledge. Salah satunya pemasaran yang penulis ingin buat untuk meningkatkan pemahaman produk adalah Website karena memungkinkan untuk menampilkan produk dan layanan mereka kepada audiens serta dapat membuat sesuatu yang menarik seperti fitur – fitur website yang dapat menampilkan berbagai informasi dan social media dari pegadaian.

Perusahaan pegadaian dihadapkan pada tantangan untuk menyajikan informasi yang lengkap dan terperinci secara jelas dan mudah dimengerti, sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan beragam nasabah. Dalam konteks ini, peningkatan pengetahuan produk nasabah melalui website menjadi suatu keharusan. Dengan menyediakan konten yang informatif, interaktif, dan terpercaya, perusahaan pegadaian dapat meningkatkan kualitas layanan online mereka, sehingga memberikan pengalaman yang memuaskan bagi nasabah. Melalui upaya ini, diharapkan bahwa nasabah akan menjadi lebih terinformasi tentang produk dan layanan yang tersedia, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih baik dan meningkatkan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan nasabah.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemahaman produk nasabah Pegadaian CP Metro?
2. Sejauh mana website dapat membantu pengetahuan produk nasabah Pegadaian CP Metro?

1.3 Tujuan

1. Mengetahui pemahaman produk nasabah Pegadaian CP Metro?
2. Mengetahui sejauh mana website dapat membantu pengetahuan produk nasabah Pegadaian CP Metro?

1.4 Batasan Masalah

1. Ruang lingkup dari Perusahaan Pegadaian hanya sebatas pada cabang Metro
2. Pembahasannya hanya seputar produk Pegadaian

1.5 Penjadwalan Kerja

Pelaksanaan dalam satuan waktu bulan:

No	Deskripsi Kerja	Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Cross selling	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	canvasing			■				■				■				■					■
3	Penyusunan laporan							■								■	■	■	■	■	■
4	Pengerjaan website												■	■	■	■	■	■	■	■	■

Tabel 1. 1 Penjadwalan Kerja

1) Cross Selling

Kegiatan menawarkan produk atau layanan tambahan kepada pelanggan yang sudah melakukan pembelian, kegiatan menawarkan produk lain ini dilakukan kepada para setiap nasabah yang datang ke outlet pegadaian, kegiatan ini dilakukan setiap hari saat penempatan di outlet

2) Canvasing

Kegiatan menawarkan atau mengenalkan produk menggunakan brosur dan promo dengan metode door to door, aktifitas ini dilakukan seperti Pasar, komplek atau perumahan, toko, warung, pinggir jalan, kegiatan ini dilakukan seminggu satu kali pada hari sabtu saja.

3) Penyusunan Laporan

Kegiatan menyusun laporan magang berupa laporan project mengenai hasil project yang disusun guna meningkatkan dan menguntungkan Perusahaan, penyusunan laporan ini dibuat saat selesai pengujian project pada bulan juni 2024

4) Pengerjaan Website dan juga membuat konten

Kegiatan yang dilakukan Bersama rekan magang yaitu membuat konten pemasaran seperti video, penyusunan dialog dan memikirkan ide konten, kegiatan ini mulai di lakukan di minggu bulan maret selain itu penulis merancang Website untuk Perusahaan Pegadaian cabang Metro sebagai tugas project akhir