



**SISTEM PEMASARAN PRODUK MIKRO KREASI PADA PT. PEGADAIAN
(Persero) CABANG GENTENG BANYUWANGI**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Disusun oleh :

KHOTIBUL UMAM SEPTIAN

NIM 150803101025

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS JEMBER

2018



**SISTEM PEMASARAN PRODUK MIKRO KREASI PADA PT. PEGADAIAN
(Persero) CABANG GENTENG BANYUWANGI**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)
Program Studi Dlipoma III Manajemen Perusahaan Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Disusun oleh :

KHOTIBUL UMAM SEPTIAN

NIM 150803101025

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2018



**MARKETING SYSTEM OF MICRO KREASI PRODUCTS AT PT.
PEGADAIAN (PERSERO) CABANG GENTENG BANYUWANGI**

REAL WORK PRACTICE REPORT

A final report submitted as a partial fulfillment of the requirements for the degree of Ahli Madya (A.Md), Major in Company Administration in the Study Program of Company Administration Department of Management, Faculty of Economics and Business

By

KHOTIBUL UMAM SEPTIAN

NIM 150803101025

**STUDY PROGRAM OF COMPANY ADMINISTRATION
DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS
JEMBER UNIVERSITY**

2018

JUDUL
LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

**SISTEM PEMASARAN PRODUK MIKRO KREASI PADA PT.
PEGADAIAN (Persero) CABANG GENTENG BANYUWANGI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Khotibul Umam Septian
NIM : 150803101025
Program Studi : Manajemen Perusahaan (D3)
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada Tanggal:

09 MEI 2018

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Program Diploma III pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Deasy Wulandari, S.E., M.Si.
NIP. 19730908 200003 2 001

Drs. Marmono Singgih, M.Si.
NIP. 19660904 199002 1 001

Anggota,

Drs. Sampeadi, M.Si.
NIP. 19560404 198503 1 002

Mengetahui/ Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dekan

Dr. Muhammad Miqdad, S.E.,M.M., Ak.,CA
NIP 19710727 199512 1 001

LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

NAMA : KHOTIBUL UMAM SEPTIAN
NIM : 150803101025
FAKULTAS : EKONOMI
PROGRAM STUDI : DIII MANAJEMEN PERUSAHAAN
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL LAPORAN : SISTEM PEMASARAN PRODUK MIKRO KREASI PADA
PT. PEGADAIAN (Persero) CABANG GENTENG
BANYUWANGI

Jember, 25 April 2018

Mengetahui

Ketua Program Studi
Manajemen Perusahaan

Laporan Praktek Kerja Nyata
Telah disetujui Oleh Dosen
Pembimbing

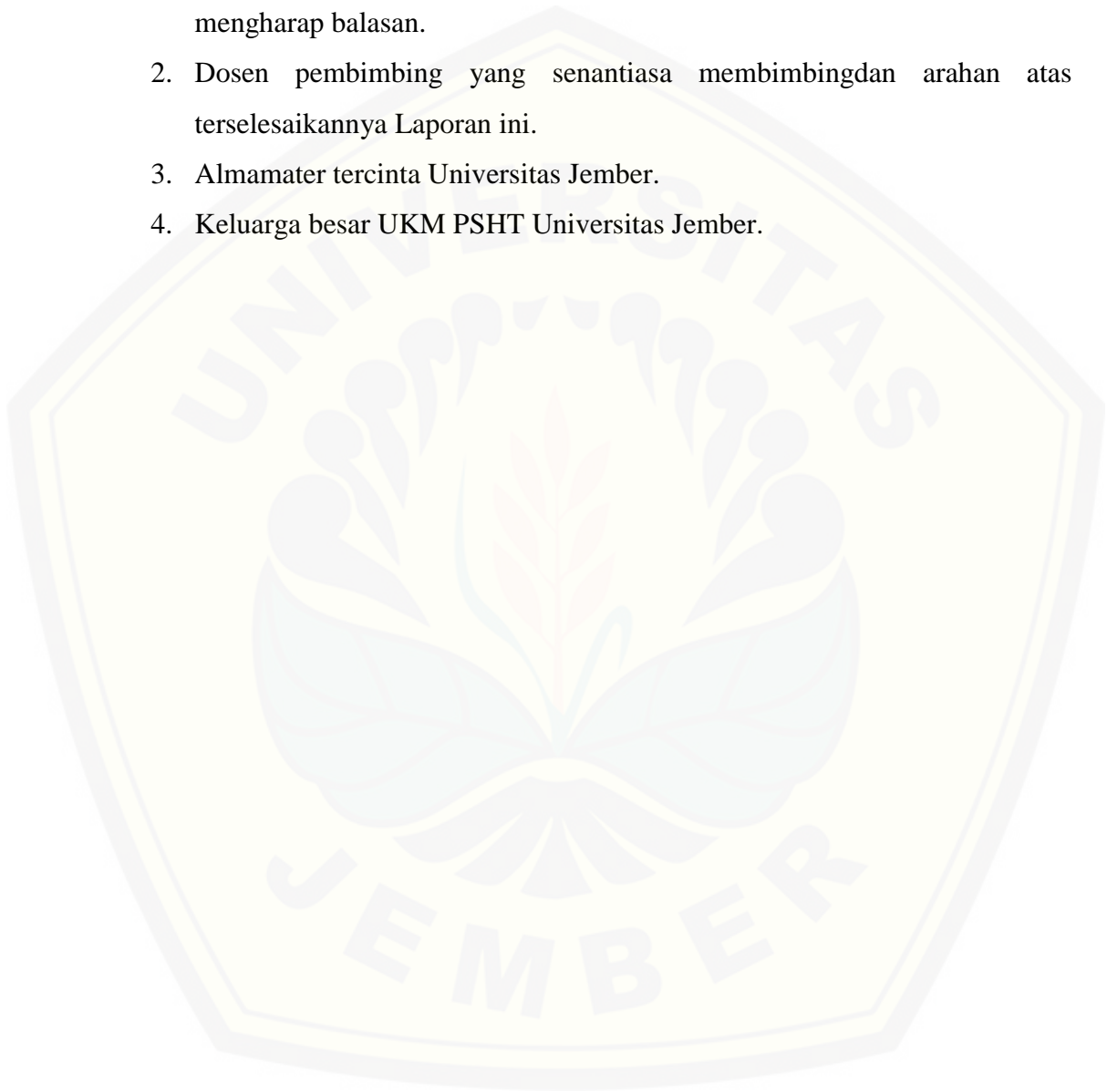
Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D.
NIP. 19660408 199103 001

Ana Mufidah, S.E., M.M.
NIP. 19800201 200501 001

PERSEMBAHAN

Laporan Praktek Kerja Nyata ini saya persembahkan untuk:

1. Orangtua yang selalu memberikan semangat, kasih sayang dan do'a tanpa mengharap balasan.
2. Dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dan arahan atas terselesaikannya Laporan ini.
3. Almamater tercinta Universitas Jember.
4. Keluarga besar UKM PSHT Universitas Jember.



MOTTO

“Barang siapa yang menempuh suatu jalan untuk menuntut ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga”.

(HR. Muslim)

“Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bias kamu gunakan untuk merubah dunia”.

(Nelson Mandela)

“Pendidikan adalah tiket ke masa depan. Hari esok dimiliki oleh orang-orang yang mempersiapkan dirinya sejak hari ini”.

(Malcolm X)

“Pendidikan bukanlah proses mengisi wadah yang kosong. Pendidikan adalah proses menyalakan api pikiran”.

“W.B. Yeats”

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan Laporan Praktek Kerja Nyata dengan judul “Sistem Pemasaran Produk Mikro Kreasi pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng Banyuwangi” dengan baik dan tepat waktu dan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada program studi Diploma III Manajemen Perusahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember.

Selama Praktek Kerja Nyata sampai penulisan laporan ini penyusun telah mendapatkan bimbingan, pengarahan, petunjuk dan saran serta fasilitas yang membantu hingga terselesainya laporan ini. Oleh karena itu penyusun menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Mohammad Miqdad. SE. MM. Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember.
2. Drs. Sudaryanto, MBA. PhD. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember. yang telah memberikan pengalaman dan arahan selama masa studi penulis.
3. Ibu Ana Mufidah, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, mengarahkan dan membimbing penulisan dengan penuh keikhlasan dan waktunya, sehingga penulisan Laporan Praktek Kerja Nyata ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dr. Deasy Wulandari, S.E, M.Si., Bapak Drs. Marmono Singgih, M.Si., Drs. Sampeadi, MS. Selaku dosen penguji atas segala arahan dan masukan untuk kelancaran proses penyempurnaan Laporan Tugas Akhir ini.
5. Bapak/Ibu dosen dan semua staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis atas ilmu serta perhatian yang diberikan dengan penuh kesabaran.
6. Drs. Heru Winarto selaku Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng Banyuwangi yang telah memberikan izin Praktek Kerja Nyata, dan semua karyawan yang telah membantu selama Praktek Kerja Nyata.

7. Kedua orang tua yang selalu memberi semangat dan mendoakan yang terbaik untuk penulis.
8. Teman-teman seperjuangan Diploma III Manajemen Perusahaan Angkatan 2015 yang selalu ada dan memberikan dukungan serta canda tawa setiap hari.
9. Keluarga besar UKM PSHT Universitas Jember yang selalu memberikan dukungan kepada penulis serta menjadi tempat berbagi keluh kesah dan canda tawa.
10. Semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan Laporan Praktek Kerja Nyata.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa, Laporan Praktek Kerja Nyata ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan waktu dan kemampuan, serta kesempatan dalam mendapatkan data-data yang penulis perlukan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Semoga Laporan Praktek Kerja Nyata ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Jember, 25 April 2017

Penyusun

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1.PENDAHULUAN	1
1.1 Alasan Pemilihan Judul.....	1
1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata	2
1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyaa.....	2
1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata.....	3
1.3 Objek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	4
1.3.1 Objek Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	4
1.3.2 Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	4
1.4 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Strategi Pemasaran	6
2.1.3 Bauran Pemasaran	7
2.2 Promosi	8
2.2.1 Pengertian Promosi	8
2.2.2 Tujuan Promosi	10
2.2.3 Bauran Promosi.....	11
2.3 Produk	12
2.3.1 Produk Mikro Kreasi	12

BAB 3. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	13
3.1 Latar Belakang Sejarah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng	13
3.1.2 Visi dan Misi	13
3.2 Struktur Organisasi	14
3.2.1 Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero).....	14
3.2.2 Fungsi dan Tugas Pokok Jabatan Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng	15
3.3 Kegiatan Pokok PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng	21
3.4 Kegiatan Bagian Yang Dipilih	22
BAB 4. HASIL KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA.....	23
4.1 Sistem Pemasaran Produk Mikro Kreasi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng	23
4.2 Pelaksanaan Pemasaran Produk Mikro Kreasi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng	24
4.2.1 Menyiapkan Brosur yang sudah disediakan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng untuk Promosi Produk Mikro Kreasi	24
4.2.2 Membagikan Brosur (<i>Door to Door</i>)	25
4.2.3 Mencatat/Mendata Informasi terkait calon nasabah yang tertarik untuk menggunakan Produk Mikro Kreasi dari PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng.....	26
4.3 Identifikasi Permasalahan Pemasaran Produk Mikro Kreasi dan Solusinya	28
4.3.1 Permasalahan selama kegiatan pemasaran produk mikro Kreasi	28
4.3.2 Solusi	29
BAB 5. KESIMPULAN	30
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN-LAMPIRAN	32

DAFTAR TABEL

Halaman

1.1 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	4
---	---



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
3.1 Struktur Organisasi	15
4.1 Sistem Pemasaran Produk Mikro Kreasi.....	24
4.2 Formulir Pengisian Calon Nasabah Mikro Kreasi	29



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Contoh Brosur.....	32
Lampiran 2 Kegiatan Promosi	33
Lampiran 3 Formulir Pemasaran Kredit Mikro Kreasi	34
Lampiran 4 Surat Permohonan Tempat Praktek Kerja Nyata.....	35
Lampiran 5 Surat Persetujuan Tempat Praktek Kerja Nyata	36
Lampiran 6 Surat Permohonan Nilai Praktek Kerja Nyata	37
Lampiran 7 Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata	38
Lampiran 8 Daftar Hadir Praktek Kerja Nyata	39
Lampiran 9 Kartu Persetujuan Penyusunan Laporan Praktek Kerja Nyata	40
Lampiran 10 Kartu Konsultasi Dengan Dosen Pembimbing	41
Lampiran 11 Kartu Konsultasi Dengan Dosen Pembimbing	42

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Alasan Pemilihan Judul

Pemerintah Indonesia untuk saat ini sangat gencar untuk meningkatkan perekonomian melalui pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini dikarenakan bahwa sektor UMKM sangat berpeluang besar untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan tentu hal ini akan meningkatkan perekonomian negara. Upaya Pemerintah terhadap pengembangan UMKM ditunjukkan melalui beberapa tindakan, diantaranya adalah memberikan bantuan permodalan, perlindungan usaha, pengembangan kemitraan, pelatihan, mengembangkan promosi, mengembangkan kerjasama, mengembangkan sarana dan prasarana.

Bantuan permodalan untuk UMKM dimaksudkan agar pelaku usaha dapat memperoleh pinjaman/kredit khusus dengan syarat-syarat yang tidak memberatkan. PT Pegadaian (Persero) adalah salah satu Badan Usaha Milik Pemerintah (BUMN) yang turut mendukung kebijakan Pemerintah tersebut. Kredit angsuran Mikro (KREASI) Pegadaian adalah produk kredit mikro yang dikhususkan untuk mengembangkan UMKM dengan jaminan Bukti Pemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB) dan Surat Keterangan Usaha (SIUP).

PT Pegadaian (Persero) merupakan badan usaha keuangan non bank yang bergerak di bidang pembiayaan dengan hukum gadai pertama di Indonesia yang sesuai dengan kitab Undang – Undang Hukum Perdata pasal 1150 dengan motto “mengatasi masalah tanpa masalah” yang bertujuan untuk mencegah terjadinya peminjaman dana kepada para ijon, rentenir atau pihak lainnya yang memberikan pinjaman yang tidak wajar dengan bunga yang relatife tinggi yang dapat merugikan masyarakat. Meskipun Pegadaian untuk saat ini masih menjadi *market leader* dibidang usaha gadai, tidak membuat Pegadaian berhenti berinovasi dalam produk jasanya seperti kredit berbasis fiduisa, pembiayaan investasi emas dan produk jasa lainnya. Pegadaian senantiasa melakukan pelayanan terbaik untuk menciptakan kepuasan bagi nasabahnya. PT Pegadaian menyadari bahwa saat ini persaingan di bidang gadai dan kredit sudah semakin ketat. Hal ini terlihat dimana lembaga keuangan seperti bank juga sudah memiliki lini bisnis dalam bidang gadai dan pemberian kredit terhadap nasabahnya. Hal ini menunjukkan bahwa

produk KREASI juga telah memiliki banyak pesaing, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dari BRI, Kredit Mikro BNI, dan sebagainya. Tentu hal ini bisa memicu ancaman bagi Pegadaian. Ancaman yang akan dihadapi oleh Pegadaian adalah beralihnya nasabah kepada pesaing, sehingga dibutuhkan suatu sistem pemasaran yang baik untuk diterapkan di dalam perusahaan supaya meningkatkan penjualan.

Sistem pemasaran merupakan suatu pola hubungan dari pelaku-pelaku kegiatan pemasaran (lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasar barang, jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan) yang saling memberikan pengaruh, dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dan pasarnya, yang memiliki suatu tujuan transaksional. Sistem pemasaran memiliki dua unsur yang saling berinteraksi, kedua unsur tersebut adalah organisasi yang dipasarkan dan pasar yang dituju. Kedua unsur tersebut dihubungkan oleh dua pasang aliran, yaitu aliran organisasi pemasaran (perusahaan) yang mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen, yang kemudian mendapatkan imbalan berupa uang pembayaran dari konsumen sebagai kontra prestasinya. Yang kedua adalah aliran informasi, di sini informasi dimaksudkan untuk perusahaan yang akan mendistribusikan ataupun memperkenalkan produk-produknya kepada konsumen dapat melalui promosi untuk mengkomunikasikan dengan pasarnya. Kemudian perusahaan akan mendapatkan informasi dari pasar sebagai umpan baliknya, dan promosi yang dilakukan harus memiliki sebuah perencanaan, pelaksanaan dan sasaran yang tepat. Seperti memiliki tujuan dan sasaran yang spesifik, terukur, dapat diterima oleh logika dan memiliki waktu pencapaian ataupun pelaksanaannya.

1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata

1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

- a. Mengetahui Sistem Pemasaran Produk Mikro Kreasi pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng.
- b. Membantu Pelaksanaan Sistem Pemasaran Produk Mikro Kreasi pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng.
- c. Mengidentifikasi Permasalahan Pemasaran Produk Mikro Kreasi pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng dan Solusi.

1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata

a. Bagi Mahasiswa

- 1) Sebagai sarana penerapan ilmu pengetahuan dan latihan kerja yang diperoleh di bangku kuliah.
- 2) Memperdalam dan meningkatkan kreatifitas serta ketrampilan diri mahasiswa.
- 3) Melatih diri agar tanggap dan peka menghadapi situasi dan kondisi yang berbeda antara teori dan praktek yang ada di lapangan.
- 4) Mengukur kemampuan mahasiswa dalam berorganisasi dan bekerjasama dalam suatu Perusahaan.

b. Bagi Universitas Jember

- 1) Sebagai sarana untuk menambah wawasan mahasiswa.
- 2) Sebagai pengenalan antara mahasiswa dengan Perusahaan dalam kreatifitas pribadi.
- 3) Terciptanya hubungan kerja sama yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.
- 4) Dapat meningkatkan kualitas lulusan melalui pengalaman kerja praktek/magang.
- 5) Mempererat hubungan antar universitas dengan instansi terkait.

c. Bagi Instansi yang bersangkutan

Merupakan sarana untuk menjembatani antara Perusahaan dengan lembaga pendidikan Universitas Jember khususnya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi DIII Manajemen Perusahaan untuk bekerja sama lebih lanjut baik bersifat akademis maupun organisasi dan dengan dilaksanakannya Praktik Kerja Lapangan bagi mahasiswa dituntut terhadap instansi baik berupa saran maupun kritikan yang bersifat membangun yang menjadi sumber masukan untuk meningkatkan kinerja dilingkungan Instansi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng, Banyuwangi.

1.3 Obyek Dan Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

1.3.1 Obyek Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Obyek pelaksanaan praktek kerja nyata ini dilaksanakan di PT Pegadaian (Persero) Genteng Banyuwangi, yang berlokasi di Jl. Gajah Mada No.242, Genteng Kulon, Kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur Telepone (0333) 845874.

1.3.2 Waktu pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata dilaksanakan dalam jangka waktu 1 bulan mulai tanggal 03 Januari 2018 sampai dengan 06 Februari 2018 atau 144 jam kerja efektif, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. Adapun jam kerja pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng

Senin s/d Jumat	: 07.30 – 15.00
Sabtu	: 07.30 – 12.00
Istirahat Senin s/d Kamis	: 12.00 – 13.00
Istirahat Jumat	: 11.00 – 13.00

1.4 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata meliputi kegiatan-kegiatan berikut:

Tabel 1.1 : Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

No	Kegiatan Praktek Kerja Nyata	Minggu Ke-				Jumlah Jam
		1	2	3	4	
1	Pengajuan Surat Permohonan PKN kepada Instansi yang terkait, mengurus surat izin PKN dan membuat Prosedur PKN	X				5
2	Perkenalan dengan Pimpinan dan Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng	X				3
3	Pengarahan dan Penjelasan tentang gambaran umum dari PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng	X	X			2
4	Pelaksanaan PKN serta mengumpulkan data-data dan informasi untuk digunakan dalam menyusun Laporan PKN		X	X	X	84
5	Konsultasi dengan Dosen Pembimbing secara periodic	X	X	X	X	15
6	Penyusunan Laporan PKN				X	20
7	Penggandaan Laporan PKN				X	5
	Total jam kegiatan Praktek Kerja Nyata					144

Sumber data : Data primer, diolah 2018

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Perusahaan melakukan kegiatan pemasaran pada saat perusahaan ingin memuaskan kebutuhannya melalui sebuah proses transaksi. Pemasaran juga merupakan kegiatan yang pasti dilakukan oleh semua perusahaan selaku pelaku bisnis untuk menjalankan dan mempertahankan kelangsungan usahanya. Pemasaran adalah “sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain” (Kotler dan Keller, 2009:5). Menurut American Marketing Association (AMA) yang dikutip dalam buku Kotler dan Keller (2009:5), pemasaran adalah “suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Sedangkan menurut Mullins yang dikutip dalam buku tjiptono (2011:5), pemasaran adalah “proses sosial yang mencakup aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk memungkinkan individu dan organisasi mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan relasi pertukaran berkesinambungan”.

Dari beberapa pengertian, dapat dinyatakan bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran barang dan jasa.

2.1.2 Strategi Pemasaran

Pemasaran tidak terbatas pada proses penjualan barang, jasa atau ide saja. Tetapi pemasaran menggunakan berbagai strategi dalam menyampaikan nilai dan kegunaannya kepada konsumen. Strategi pemasaran adalah “strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha.

Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya” (Gitosudarmo, 1994:124). Menurut Kotler dan Amstrong (2008:58), strategi pemasaran adalah “logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Sebelum perusahaan dapat memuaskan konsumen ditengah persaingan, perusahaan harus lebih dulu memahami apa kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan memutuskan pelanggan mana yang akan dilayaninya (segmentasi dan penetapan target) dan bagaimana cara perusahaan melayaninya (diferensiasi dan *positioning*). Perusahaan mengenali keseluruhan pasar, lalu membaginya menjadi segmen-segmen yang lebih kecil, memilih segmen terbaik dan memusatkan perhatian pada pelayanan dan pemuasan dalam segmen ini”.

Selanjutnya Tull dan Kahle (dalam Tjiptono 2002:6) mendefinisikan bahwa, “strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan progam pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variable-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran”.

Dari beberapa defenisi strategi pemasaran diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah cara yang ditempuh oleh perusahaan dalam menentukan segmen pasar terbaik yang akan diambil dan menentukan target yang akan dicapai serta memposisikan diri pada segmen tertentu dengan cara membangun kombinasi elemen dari bauran pemasaran yaitu produk, distribusi, promosi, dan harga.

2.1.3 Bauran Pemasaran

Pemasaran mempunyai fungsi yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Dalam mencapai keberhasilan pemasaran, setiap perusahaan perlu menyusun strategi pemasaran yang efektif dengan mengkombinasikan elemen-elemen dalam bauran pemasaran. Menurut Gitosudarmo (1994:110), bauran pemasaran adalah “bagaimana cara pengusaha

agar dapat mempengaruhi konsumennya yang merupakan hal yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan kongkrit dan terprogram. Untuk keperluan tersebut pengusaha dapat melakukan tindakan-tindakan yang terdiri dari 4 macam yaitu tindakan mengenai:

- a. Produk (*Product*)
- b. Harga (*Price*)
- c. Promosi (*Promotion*)
- d. Distribusi (*Placement*)

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:62), bauran pemasaran adalah “kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya dalam di pasar sasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4 (empat) kelompok variabel disebut 4P, yaitu:

- a. *product* (produk) adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran;
- b. *price* (harga) adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk;
- c. *Place* (tempat) adalah meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran; dan
- d. *Promotion* (promosi) adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.

Dari definisi di atas dapat dipahami bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan serangkaian alat pemasaran yang saling terkait, diorganisir dengan tepat yang dikuasai dan digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran pada pasar sasaran sekaligus memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga dapat mencapai kepuasan pelanggan.

2.2 Promosi

2.2.1 Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang

memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen, segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan volumen penjualan dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan membeli di perusahaan tersebut. Untuk memperjelas tentang pengertian promosi, berikut ini beberapa definisi tentang promosi. Menurut Tjiptono (2002:219) “Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran”. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Selanjutnya Gitosudarmo (1994:120) menyatakan bahwa “Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut”.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat diketahui bahwa promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya di perusahaan. Promosi merupakan penyampaian informasi dari penjual kepada pembeli untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku dalam rangka menciptakan pertukaran, sehingga tujuan untuk meningkatkan kuantitas penjualan diharapkan dapat terealisasi. Promosi dapat dikatakan kegiatan komunikasi dimana seluruh keperluan untuk menggerakkan satu produk, pesan atau ide mengenai distribusi. Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

Komponen yang dilakukan memberitahukan dan meyakinkan pasar tentang produk suatu perusahaan dapat dilakukan melalui dua kegiatan utama yaitu periklanan dan *Personal selling*. Jadi pada dasarnya promosi itu adalah penyebaran informasi tentang kehadiran, ketersediaan produk, ciri-ciri, kondisi dan manfaat yang dapat diperoleh calon pembeli.

2.2.2 Tujuan Promosi

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran (Tjiptono, 2002:221). Secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Menginformasikan (*informing*), dapat berupa:
 - 1) menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru;
 - 2) memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk;
 - 3) menyampaikan perubahan harga kepada pasar;
 - 4) menjelaskan cara kerja suatu produk;
 - 5) menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan,
 - 6) meluruskan kesan yang keliru;
 - 7) mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli; dan
 - 8) membangun citra perusahaan.
- b. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:
 - 1) membentuk pilihan merk;
 - 2) mengalihkan pilihan ke merk tertentu;
 - 3) mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut pokok;
 - 4) mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga; dan
 - 5) mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (*salesman*).
- c. Mengingat (*reminding*), dapat terdiri atas:
 - 1) mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat;
 - 2) mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan;
 - 3) membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan; dan
 - 4) menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan. misalnya bila pembeli ingin membeli sabun mandi, diharapkan ingatan pertamanya adalah merk Lux.

2.2.3 Bauran Promosi

Bauran promosi (*Promotional Mix*) adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi lain, yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan (swastha dan irawan, 2005:349). Bauran promosi merupakan alat-alat yang digunakan dalam promosi yang terdiri dari periklanan (Advertising), promosi penjualan (sales Promotion) dan pemasaran langsung (direct Marketing).

a. Periklanan (Advertising)

Periklanan (Advertising) adalah salah satu dari kegiatan variasi promosi yang digunakan untuk mengkombinasikan barang atau jasanya dengan pembeli dan masyarakat yang ditargetkan. Periklanan (Advertising) merupakan salah satu alat dari variasi promosi yang terpopuler. Tujuan dari periklanan (Advertising) yaitu menjual atau meningkatkan penjualan dengan menyampaikan informasi tentang barang atau jasa.

b. Promosi Penjualan (sales Promotion)

Promosi penjualan adalah kumpulan alat-alat intensif yang beragam, sebagian besar berjangka pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk atau jasa cepat dan atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan dengan berulang-ulang serta tidak rutin yang ditujukan untuk mendorong lebih cepat respon pasar. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon atau sampel produk.

c. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

Pemasaran langsung adalah sistem pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media iklan untuk menghasilkan tanggapan dan atau transaksi yang dapat diukur pada suatu lokasi. Tujuan pemasaran langsung adalah untuk mengkomunikasikan produk atau jasa secara langsung kepada konsumen yang dianggap memiliki potensial yang tinggi. Kegiatan pemasaran langsung ini juga dilaksanakan dengan keterukuran agar jelas usaha mana yang berhasil dan mana usaha yang gagal.

2.3 Produk

Pemilihan akan sebuah produk merupakan hal yang penting. Konsumen aman membeli suatu produk jika produk tersebut dirasakan tepat untuk dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan. Dalam hal ini yang harus diperhatikan dalam pemasaran produk seberapa banyak konsumen yang akan membeli produk atau berapa banyak konsumen yang berminat untuk membeli produk tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:346), Produk adalah “segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan atau pun dikonsumsi sehingga mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk di dalamnya berupa fisik, tempat, orang, jasa, gagasan, serta organisasi”. Fandy Tjiptono (1999:95), Produk adalah “segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminya, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”.

Dari pendapat ahli di atas dapat disimpulkan produk adalah suatu barang yang ditawarkan kepada pasar melalui proses yang memberi nilai kepada konsumen yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

2.3.1 Produk Mikro Kreasi

Kredit Angsuran Sistem Fiduisa (KREASI) adalah Kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Kecil dan menengah (UKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem Fidusia. Sistem Fidusia berarti agunan untuk pinjaman cukup dengan BPKB, sehingga kendaraan masih bisa digunakan untuk usaha. KREASI merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah dan murah.

BAB 3. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Latar Belakang Sejarah PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng

Kantor PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng berdiri pada tahun 1970 dengan tujuan untuk membantu meringankan beban perekonomian masyarakat menengah kebawah dan masyarakat umum lainnya. Berdasarkan PP.No.7/1969 PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng berdiri masih dengan status Perusahaan Jawatan (PERJAN), selanjutnya berdasarkan PP.No.10/1990 (yang diperbaharui dengan PP.No.103/2000) berubah lagi menjadi Perusahaan Umum (PERUM). Hingga pada tahun 2011, kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 51 tahun 2011 tanggal 13 Desember 2011, bentuk badan hukum Pegadaian berubah menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) hingga saat ini. Kantor PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng sendiri terletak di Jl. Gajah Mada No.242 Genteng Kulon, untuk sekarang PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng sudah mempunyai 5 kantor Unit Pelayanan Cabang atau UPC dan 2 rumah dinas.

3.1.1 Visi dan Misi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng

a. Visi PT. Pegadaian (Persero) PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi *market leader* dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

b. Misi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng

Misi merupakan suatu pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan atau lembaga dalam usaha mewujudkan visi tersebut. Misi perusahaan dapat diartikan sebagai tujuan dan alasan mengapa perusahaan atau lembaga itu dibuat. Misi juga akan memberikan arah sekaligus batasan-batasan proses pencapaian tujuan. Adapun misi dari PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng adalah sebagai berikut :

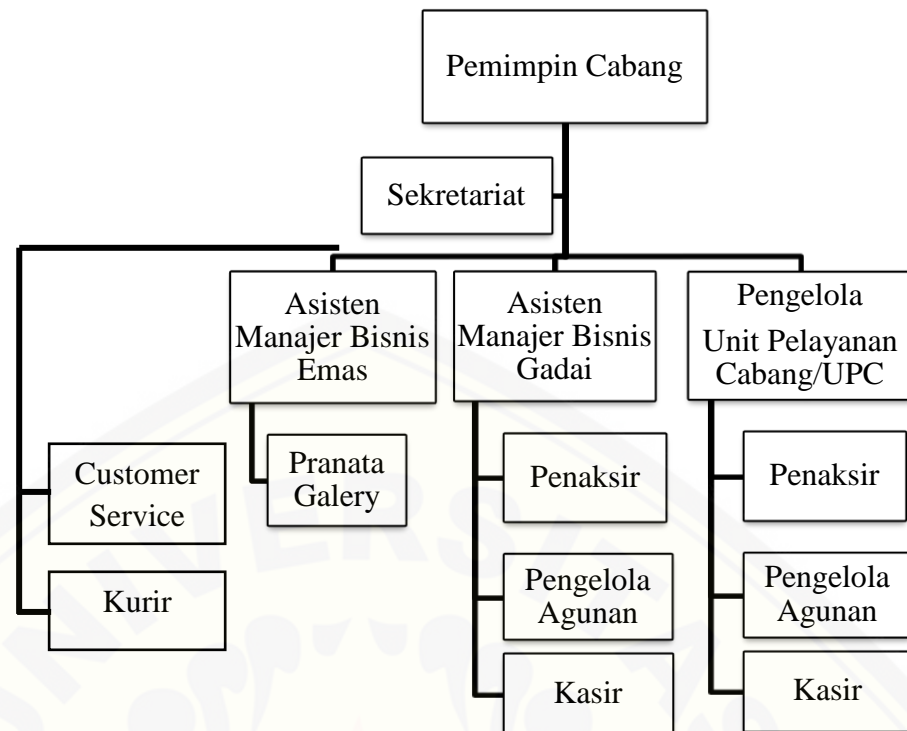
- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- 3) Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

3.2 Struktur Organisasi

3.2.1 Struktur Organisasi PT PEGADAIAN (persero) Cabang Genteng

Organisasi didefinisikan sebagai suatu struktur pembagian kerja dan struktur tata hubungan kerja antara sekelompok orang pemegang posisi dan bekerjasama secara teratur untuk bersama-sama mencapai tujuan tertentu. Organisasi dalam arti struktur adalah gambaran secara sistematis tentang hubungan kerjasama orang-orang yang terdapat dalam suatu kelompok untuk mencapai tujuan. Suatu organisasi harus efisien dan sehat, yaitu dikatakan efisien apabila tata organisasi tersebut mempunyai susunan organisasi yang logis dan bebas dari sumber-sumbernya, sedangkan dikatakan sehat apabila organisasi tersebut mempunyai bentuk teratur dalam tugas maupun wewenangnya. Berikut merupakan struktur organisasi pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng:



Gambar 3.1 : Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng 2018
 Sumber data : PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng 2018.

3.2.2 Fungsi dan Tugas Pokok Jabatan Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng

a. Pemimpin Cabang

1) Fungsi Jabatan

Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan, kegiatan operasional, administrasi dan keuangan Kantor Cabang dan Unit pelayanan Cabang (UPC) yang ada di bawahnya sesuai dengan kewenangannya.

2) Rincian Tugas

- a) Meyakini/memastikan bahwa Kantor Cabang telah mempunyai rencana kerja dan anggaran Kantor Cabang dan Unit Pelayanan Cabang (UPC) yang ada di bawahnya berdasarkan acuan yang telah ditetapkan;
- b) Meyakini/memastikan bahwa operasional seluruh bisnis usaha(bisnis emas dan produk-produk lain) yang telah ditetapkan pada Cabang terlaksana dengan baik oleh seluruh unit kerja operasional;

- c) Menyelesaikan dan memberikan laporan kepada deputy pimpinan wilayah (Pimwil) bidang bisnis tentang status barang jaminan bermasalah (taksiran tinggi, rusak, palsu dan barang polisi) termasuk membantu pengelolaan barang lalui kepolisian (BLP) dan anggaran yang disisihkan (AYD) dibawah koordinasi asisten manajer pengelolaan risiko;
- d) Merencanakan, mengorganisasikan dan menyelenggarakan kegiatan waskat dan pengelolaan sistem pengamanan Kantor Cabang dan Unit Pelayanan Cabang (UPC);
- e) Mewakili kepentingan perusahaan baik ke dalam maupun ke luar berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh atasan; dan
- f) Menyusun laporan pertanggung jawaban pelaksanaan tugas pekerjaan.

b. Asisten Manajer Bisnis Gadai

1) Fungsi Jabatan

Merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi penetapan taksiran barang jaminan, penetapan besaran uang pinjaman, keuangan serta administrasi bisnis gadai sesuai dengan kewenangannya.

2) Rincian Tugas

- a) Merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional bisnis gadai;
- b) Memberikan laporan kepada Atasan, Asisten Manajer Pengelolaan Risiko dan Deputy Pimpinan Wilayah (Pinwil) Bidang Bisnis tentang status barang jaminan bermasalah (taksiran tinggi, rusak, palsu dan barang polisi) termasuk membantu pengelolaan barang lalui kepolisian (BLP) dan anggaran yang disisihkan (AYD) dibawah koordinasi Asisten Manajer Pengelolaan Risiko;
- c) Dibawah koordinasi Asisten Manajer Pengelolaan Resiko, merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi lelang barang jaminan bisnis gadai;
- d) Melaksanakan pengawasan melekat sesuai dengan kewenangannya; dan
- e) Menyusun laporan pertanggung jawaban pelaksanaan tugas pekerjaan.

c. Asisten Manajer Bisnis Emas

1) Fungsi Jabatan

Merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional bisnis emas di Kantor Cabang sesuai kewenangannya.

2) Rincian Tugas

- a) Merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan penjualan dan distribusi serta pembelian kembali barang dagangan emas;
- b) Merencanakan, mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan pemasaran dan pelayanan nasabah bisnis emas;
- c) Mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengawasi administrasi dan keuangan bisnis emas, serta pembuatan laporan kegiatan operasional bisnis emas pada Kantor Cabang;
- d) Menyusun laporan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas pekerjaan; dan
- e) Mengelola distribusi dan pencatatan produk emas Logam Mulia (LM).

d. Pengelola Unit Pelayanan Cabang (UPC)

1) Fungsi Jabatan

Mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan operasional, administrasi dan keuangan Kantor Unit Pelayanan Cabang (UPC).

2) Rincian Tugas

- a) Mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional UPC;
- b) Menetapkan besarnya Taksiran dan Uang Pinjaman Kredit sesuai dengan batas kewenangannya;
- c) Menangani barang jaminan bermasalah dan barang jaminan jatuh tempo;
- d) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan kegiatan lelang yang dilaksanakan di cabang;
- e) Mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi pengelolaan administrasi dan keuangan serta pembuatan laporan operasional Unit Pelayanan Cabang (UPC); dan
- f) Menyusun laporan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas pekerjaan.

e. Penaksir

1) Fungsi Jabatan

Melaksanakan kegiatan penaksiran barang jaminan sesuai dengan kewenangannya secara cepat, tepat dan akurat.

2) Rincian Tugas

- a) Melaksanakan kegiatan penaksiran barang jaminan secara cepat, tepat dan akurat dan uang pinjaman sesuai dengan kewenangannya;
- b) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan dilelang secara cepat, tepat dan akurat untuk mengetahui mutu dan nilai, dalam menentukan harga dasar barang jaminan yang akan dilelang;
- c) Merencanakan dan menyiapkan barang jaminan yang akan disimpan agar terjamin keamanannya; dan
- d) Mengkoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan administrasi dan keuangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk mendukung kelancaran pelaksanaan operasional Kantor Cabang / Unit Pelayanan Cabang (UPC).

f. Pengelola Agunan

1) Fungsi Jabatan

Mengelola penyimpanan barang jaminan (baik jaminan emas, perhiasan atau barang jaminan lain) serta dokumen lainnya dengan cara menerima, menyimpan, merawat dan mengeluarkan serta mengadministrasikannya sesuai dengan kewenangan dan peraturan yang berlaku.

2) Rincian Tugas

- a) Secara berkala melakukan pemeriksaan keadaan gudang menyimpan barang jaminan, agar tercipta keamanan dan kebersihan gudang serta Barang Jaminan (BJ) yang ada di dalamnya;
- b) Menerima barang jaminan dari petugas yang berwenang;
- c) Merawat barang jaminan dan gudang penyimpanan, agar barang jaminan dalam keadaan baik dan aman;
- d) Melakukan pengelompokan barang jaminan gudang bukan emas sesuai dengan rubric dan bulan kreditnya, serta menyusunnya sesuai dengan

urutan nomor surat bukti kredit (SBK), dan mengatur penyimpanannya;
dan

- e) Melakukan pencatatan mutasi penerimaan/pengeluaran semua barang jaminan yang menjadi tanggungjawabnya.

g. Pranata Gallery-24

1) Fungsi Jabatan

Melaksanakan kegiatan operasional, pengadministrasian, pengembangan usaha, serta penjualan Logam Mulia dan bisnis emas lainnya pada Galery-24 atau Cabang / Unit Pelayanan Cabang (UPC).

2) Rincian Tugas

- a) Menjalankan operasional pembelian dan penjualan serta pengadministrasian logam mulia dan bisnis emas lainnya;
- b) Melakukan evaluasi dan pelaporan kinerja Gallery 24 kepada atasan;
- c) Mengusulkan kerjasama dengan pihak lain dalam rangka memajukan kinerja Gallery 24; dan
- d) Menyusun laporan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas pekerjaan.

h. Costumer Service

1) Fungsi Jabatan

Melayani nasabah dalam hal penyampaian produk-produk yang ada beserta penjelasannya dan memberikan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

2) Rincian Tugas

- a) Memberikan pelayanan yang prima kepada para nasabah serta selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan;
- b) Memberikan informasi mengenai produk-produk kepada nasabah dengan sikap yang sopan;
- c) Membangun hubungan baik dengan nasabah; dan
- d) Melaksanakan tugas pekerjaan lain yang terkait bidang tugasnya dan atau yang diberikan oleh atasan.

i. Kasir

1) Fungsi Jabatan

Melakukan pekerjaan penerimaan dan pembayaran uang serta melaksanakan tugas administrasi keuangan di Kantor Cabang / Unit Pelayanan Cabang (UPC), sesuai dengan kewenangannya.

2) Rincian Tugas

- a) Melaksanakan penerimaan pelunasan uang pinjaman dan nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- b) Menerima uang dari hasil penjualan barang jaminan yang dilelang;
- c) Membayarkan uang pinjaman kredit kepada nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- d) Melakukan pembayaran segala pengeluaran yang terjadi di Kantor Cabang atau Unit Pelayanan Cabang (UPC) dan Area;
- e) Melakukan penerimaan uang segala penerimaan uang yang terjadi di Kantor Cabang / Unit Pelayanan Cabang (UPC) dan Area; dan
- f) Melakukan pencatatan dan pengadministrasian lainnya yang ditugaskan atasan.

j. Kurir

1) Rincian Tugas

- a) Menyiapkan sarana dan prasarana yang terkait dengan kegiatan pengantaran barang jaminan atau asset perusahaan lainnya dalam kondisi baik;
- b) Mencatat barang jaminan dan atau asset perusahaan lainnya yang akan dibawa ke unit kerja lain;
- c) Menyerahterimakan barang jaminan dan atau asset perusahaan lainnya yang dibawa dari satu unit kerja ke unit kerja lain; dan
- d) Melaksanakan tugas pekerjaan lain yang terkait bidang tugasnya dan atau yang diberikan oleh atasan.

3.3 Kegiatan Pokok PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng

Kegiatan yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng sebagai satu-satunya lembaga pembiayaan berdasarkan hukum gadai adalah melakukan aktivitas pembiayaan dan menawarkan produk berupa sejumlah jasa non-gadai.

Pembiayaan pada PT. Pegadaian adalah aktivitas penyaluran dana yang berasal dari modal perusahaan atau dana-dana yang berhasil dihimpun oleh PT. Pegadaian. PT. Pegadaian memiliki misi utama yang bersifat sosial, yaitu membantu masyarakat yang berpenghasilan menengah kebawah dengan memberikan pembiayaan yang cepat, mudah dan aman untuk tujuan yang mendesak.

Prosedur dalam lembaga pembiayaan ini sangat sederhana. Yakni, membawa jaminan berupa barang bergerak untuk kemudian ditukarkan dengan sejumlah dana yang sesuai dengan nilai taksiran, dana pembiayaan ini dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Berikut ini adalah pembiayaan dan penghimpunan dana dari di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng :

1. Kredit Cepat Aman (KCA)

kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif. KCA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman. Untuk mendapatkan kredit nasabah hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas, emas batangan, mobil, sepeda motor, laptop, handphone, dan barang elektronik lainnya.

2. Krasida

Kredit (pinjaman) angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem gadai. KRASIDA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah dan murah. Agunan berupa perhiasan emas dan kendaraan bermotor.

3. Kreasi

Kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Kecil dan menengah (UKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem Fidusia. Sistem

Fidusia berarti agunan untuk pinjaman cukup dengan BPKB sehingga kendaraan masih bisa digunakan untuk usaha. KREASI merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah dan murah.

4. Amanah

Pembiayaan AMANAH dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan berprinsip syariah kepada pegawai negeri sipil dan karyawan swasta untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.

5. Arrum Haji

Arrum Haji adalah gadai emas setara 15 gram (logam mulia) untuk mendapatkan porsi haji (setoran awal biaya penyelenggaraan ibadah haji).

6. Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

7. Lain- lain

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng juga melayani pembayaran Rekening Listrik, Token, dan pembayaran air PDAM.

3.4 Kegiatan Bagian Yang Dipilih

Pada Kegiatan Praktek Kerja Nyata ini, bagian yang dipilih yaitu dibidang pemasaran, khususnya sistem pemasaran produk mikro kreasi. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Memasarkan produk mikro kreasi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng.
- b. Memberikan informasi secara detail tentang produk mikro kreasi yang ditawarkan
- c. Menjalin hubungan baik dengan nasabah

BAB 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Praktek Kerja Nyata (PKN) pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng, diperoleh pengetahuan dan pengalaman baik secara langsung maupun tidak langsung. Dari kegiatan PKN ini maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem pemasaran yang digunakan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng adalah *Direct Marketing* atau sistem pemasaran langsung dengan tujuan mengkomunikasikan produk secara langsung kepada konsumen atau para calon nasabah
2. Pelaksanaan pemasaran produk mikro kreasi pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng terdiri dari : menyiapkan dan memahami brosur yang disediakan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng, membagikan brosur (*door to door*) ke tempat-tempat umum, dan mendata calon nasabah yang akan mengajukan mikro kreasi sesuai dengan nama, alamat, nomor telepon, kegiatan usaha dan kendaraan yang akan digunakan untuk barang jaminan.
3. Permasalahan yang dialami selama kegiatan pemasaran produk mikro kreasi yaitu: kurang memahami isi dari brosur yang akan disampaikan kepada calon nasabah dan pada saat memberikan penjelasan mengenai produk yang dipromosikan calon nasabah ada yang berbicara sendiri, serta beberapa dari calon nasabah ada yang keberatan jika disurvei kegiatan usaha dan tempat tinggalnya. solusinya adalah memahami dengan baik serta meminta penjelasan secara detail dari karyawan, dan meminta calon nasabah untuk tidak berbicara terlebih dahulu supaya penjelasan yang diberikan dapat diterima dengan jelas, serta membujuk supaya calon nasabah mau untuk disurvei kegiatan usaha dan tempat tinggalnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bob Susanto. 2015. *Pengertian Pegadaian Menurut Para Ahli dan Jenisnya Lengkap*. <http://www.spengetahuan.com/2015/07/pengertian-pegadaian-menurut-para-ahli-jenisnya.html> [diakses tanggal 13 April 2018 pukul 15.12 WIB]
- Fandy Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing
- Fandy Tjiptono. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi pertama cetakan keenam. Yogyakarta : Anddy offset.
- Indriyo Gitosudarmo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Muchlisin Riadi. 2016. *Pengertian Tujuan dan Bauran Promosi*. <https://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-bauran-promosi.html> [diakses tanggal 27 Februari 2018 pukul 17.46 WIB]
- Muhammad Tohir. 2017. *Pengertian Produk Menurut Para Ahli Dan Jenis Jenis Produk*. <https://www.bangtohir.com/pengertian-produk-menurut-para-ahli-dan-jenis-jenis-produk/> [diakses tanggal 13 April 2018 pukul 15.40 WIB]
- Peraturan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng Nomor 27 Tahun 2014. Tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- PT Pegadaian. 2012. *Pegadaian*. <http://www.pegadaian.co.id/> [diakses tanggal 27 Februari 2018 pukul 19.20 WIB]

Lampiran 1 Contoh Brosur



Pegadaian
Mengatasi Masalah Tanpa Masalah

Kredit Mikro **KREASI**

Solusi Handal Pengembangan Usaha

PEMBIAYAAN USAHA MIKRO KECIL DENGAN JAMINAN BPKB

SYARAT DAN KETENTUAN :

- MEMPUNYAI USAHA MINIMAL BERJALAN 1 TAHUN
- MOBIL PEMBUATAN MAX 20 TAHUN KEBAWAH
- SEPEDA MOTOR PEMBUATAN MAX 10 TAHUN KEBAWAH
- BERSEDIA DISURVEY

SYARAT PENGAJUAN :

- FOTO COPY BPKB DAN STNK
- FOTO COPY KTP SUAMI ISTRI, KK, SURAT NIKAH
- SLIP PEMBAYARAN REK.LISTRIK / AIR TERBARU
- PEMBAYARAN PBB
- SIUP / SURAT KETERANGAN USAHA
- CHEK FISIK KENDARAAN

PINJAMAN	ANGSURAN 12 BULAN	ANGSURAN 24 BULAN	ANGSURAN 36 BULAN
* 5.000.000	464.167		
* 10.000.000	928.333	511.667	
20.000.000	1.886.667	1.053.333	775.556
50.000.000	4.716.667	2.633.333	1.938.889
100.000.000	9.333.333	5.166.667	3.777.778
150.000.000	14.000.000	7.750.000	5.666.667
200.000.000	18.666.667	10.333.333	7.555.556
300.000.000	28.000.000	15.500.000	11.333.333
400.000.000	37.333.333	20.666.667	15.111.111

* Syarat & Ketentuan Berlaku





(Sewa Modal Sewaktu-Waktu Dapat Berubah)

• mudah • murah • fleksibel

Pegadaian Call Center
1500 569

www.pegadaian.co.id
www.sahabatpegadaian.com

Pegadaian @pegadaian

OK Logistik
Jember

BUMN
BUMN



Lampiran 2 Kegiatan Promosi



Lampiran 3 Formulir Pemasaran Kredit Mikro Kreasi

Formulir Pemasaran Kredit



PEGADAIAN KREASI

KUMK-1

Tanggal Pengajuan

Tempat Pengajuan PT Pegadaian (Persero) Cabang

PIC	<input type="text"/>
Nama	<input type="text"/>
NIK/ID	<input type="text"/>

INFORMASI PERMOHONAN PINJAMAN

Tujuan pinjaman Modal Usaha Investasi
 Status permohonan Baru Lanjutan

DATA CALON NASABAH

diisi oleh penjual

Nomor KTP

Nama lengkap (sesuai KTP)

Jenis kelamin Laki - laki Perempuan Telp./HP

Alamat (sesuai KTP)

Alamat Domisili

Kelurahan / desa

RT / RW /

Kecamatan

Kota / kabupaten

Deskripsi Awal Usaha dan Barang Jaminan

diisi oleh penjual

I. Nama usaha / toko

Jenis usaha Perdagangan Industri Jasa Perkebunan/Peternakan

Bidang usaha

Alamat tempat usaha

Lama usaha tahun

Kepemilikan tempat usaha Milik Sendiri Orang Tua Keluarga
 Sewa/Kontrak Lainnya

II. Kepemilikan kendaraan Milik Sendiri Orang Tua Keluarga

Jenis kendaraan Roda dua Roda empat Lainnya

Merk kendaraan Toyota Suzuki Honda Daihatsu Mitsubishi
 Chevrolet Ford KIA Hyundai Lainnya

Tahun Pembuatan

- Roda dua maks. 10 tahun terakhir
 - Diatas Roda dua maks. 15 tahun terakhir

Tanda Tangan Pemohon

Nama & Tanda tangan
(.....)

Tanda Tangan PIC

Nama & Tanda tangan
(.....)

Lampiran 4 Surat Permohonan Tempat Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121

Telp. (0331) 337990 – Fax. (0331) 332150

Email : feb@unej.ac.id

Nomor : 8910/UN.25.1.4/PM/2017 08 Desember 2017
Lampiran : Satu Bendel
Hal : **Permohonan Tempat PKN**

Yth. Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng
Jl. Gajah Mada No. 242
Banyuwangi

Dengan ini kami beritahukan dengan hormat, bahwa guna melengkapi persyaratan kelulusan pada Program Diploma III Ekonomi dan Bisnis para mahasiswa diwajibkan melaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN).

Sehubungan dengan hal tersebut kami berharap kesediaan Institusi yang Saudara pimpin untuk menjadi obyek atau tempat PKN. Adapun mahasiswa yang akan melaksanakan kegiatan tersebut adalah :

NO	NAMA	NIM	PROG. STUDI
1.	Fan Angga Candra Buana	150803101019	D3 Manajemen Perusahaan
2.	Khotibul Umam Septian	150803101025	D3 Manajemen Perusahaan

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata tersebut pada bulan : Januari - Februari 2018

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

a.n. Dekan

Wakil Dekan I,



Dr. Zainuri, M.Si

NIP. 19640325 198902 1 001

Tembusan kepada Yth :

1. Yang bersangkutan;
2. Arsip

Lampiran 5 Surat Persetujuan Tempat Praktek Kerja Nyata



Genteng, 18 Desember 2017

Nomor : 94 / 12.14134 / 2017
 Lampiran : -
 Urgensi : SS

Kepada Yth,
 DEKAN
 Fakultas Ekonomi & Bisnis
 Universitas Jember
 di
 JEMBER

Hal : Permohonan tempat PKN

Dengan hormat,

Menindaklanjuti surat dari UNIVERSITAS JEMBER Fakultas Ekonomi Dan Bisnis : 8910/UN.25.1.4/PM/2017 tanggal 08 Desember 2017 Perihal : Permohonan Tempat PKN, maka diberitahukan bahwa kami tidak keberatan untuk ditempati PKN atas nama Mahasiswa :

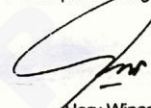
NO	NAMA	NIM	PROG. STUDI
1.	Fan Angga Candra Buana	150803101019	D3 Manajemen Perusahaan
2.	Khotibul Umam Septian	150803101025	D3 Manajemen Perusahaan

Dengan ini disampaikan bahwa kami dapat memberikan Izin Penelitian, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Penelitian (PKL) dilaksanakan di Kantor PT. Pegadaian (Persero) Cabang Genteng.
2. Waktu Penelitian selama 30 (tiga puluh) hari, mulai tanggal 02 Januari 2018 s/d Februari 2018
3. Data yang diperoleh adalah semata-mata hanya untuk bahan PKL dan bukan untuk yang lain.
4. Dua(2) Eksamplar hasil PKL (*laporan*) masing-masing dikirimkan kepada kami (1 eksp. Pegadaian Cabang Genteng dan 1 eksp. Kanwil XII Surabaya) sebagai Bahan Pustaka dan Dokumentasi.
5. Surat Izin PKL ini akan di cabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin melanggar ketentuan-ketentuan yang berlaku di PT. Pegadaian (Persero).

Atas Perhatian dan kerjasamanya di ucapkan terima kasih.

PT. PEGADAIAN (Persero)
 Kantor Wilayah Surabaya
 Pemimpin Cabang Genteng,


 Heru Winarto
 NIK. P.64.99.2177

PT Pegadaian (Persero) – Kantor Cabang Genteng
 Jl. Gajah Mada No.242
 Genteng - Kabupaten Banyuwangi. (68465)

T +62 333 845874
 F +62 338 845874

www.pegadaian.co.id

Lampiran 6 Surat Permohonan Nilai Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto
Kotak Pos 125 – Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150
Jember 68121

Nomor : /UN25.1.4/KR/2018
Lampiran : 1 (satu) lembar
Perihal : **Permohonan Nilai PKN**

Yth. Pimpinan
PT. PEGADAIAN (PERSERO) GENTENG

di –
Jember

Sehubungan telah dilaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN) Mahasiswa Program Diploma 3 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember pada institusi Saudara, maka dengan hormat kami mohon penilaian terhadap mahasiswa PKN tersebut sebagaimana form penilaian terlampir. Hasil penilaian tersebut mohon dikirim kembali ke Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember dalam amplop tertutup setelah berakhirnya pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.

Demikian atas perhatian serta kerjasamanya disampaikan terimakasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I

Dr. Zainuri. M.Si
NIP 196403251989021001

Lampiran 7 Nilai Hasil Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto
Kotak Pos 125 – Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150
Jember 68121

**NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JEMBER**

NO	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1.	Kedisiplinan	80	
2.	Ketertiban	79	
3.	Prestasi Kerja	80	
4.	Kesopanan	80	
5.	Tanggung Jawab	79	

IDENTITAS MAHASISWA :

Nama : KHOTIBUL UMAM SEPTIAN
N I M : 150803101025
Program Studi : Manajemen Perusahaan

IDENTITAS PEMBERI NILAI :

Nama : HERU WINDARTO
Jabatan : PEMUNJID GABUNG
Institusi : PT. PEGADAIAN (PERSERO) GENTENG

Tanda Tangan dan
Stempel Lembaga :



Pegadaian

PEDOMAN PENILAIAN

NO	ANGKA	KRITERIA
1.	≥ 80	Sangat Baik
2.	70 – 79	Baik
3.	60 – 69	Cukup Baik
4.	50 – 59	Kurang Baik

Lampiran 8 Daftar Hadir Praktek Kerja Nyata

DAFTAR HADIR PRAKTEK KERJA NYATA
PADA PT. PEGADAIAN (Persero) CABANG GENTENG

Nama : Khotibul Umam Septian
Nim : 150803101025
Progam Studi : D-III Manajemen Perusahaan

NO.	Hari dan Tanggal	Waktu	Tanda Tangan
1	Rabu, 03 Januari 2018	07.30 - 15.00	1.
2	Kamis, 04 Januari 2018	07.30 - 15.00	2.
3	Jumat, 05 Januari 2018	07.30 - 15.00	3.
4	Sabtu, 06 Januari 2018	07.30 - 12.00	4.
5	Senin, 08 Januari 2018	07.30 - 15.00	5.
6	Selasa, 09 Januari 2018	07.30 - 15.00	6.
7	Rabu, 10 Januari 2018	07.30 - 15.00	7.
8	Kamis, 11 Januari 2018	07.30 - 15.00	8.
9	Jumat, 12 Januari 2018	07.30 - 15.00	9.
10	Sabtu, 13 Januari 2018	07.30 - 12.00	10.
11	Senin, 15 Januari 2018	07.30 - 15.00	11.
12	Selasa, 16 Januari 2018	07.30 - 15.00	12.
13	Rabu, 17 Januari 2018	07.30 - 15.00	13.
14	Kamis, 18 Januari 2018	07.30 - 15.00	14.
15	Jumat, 19 Januari 2018	07.30 - 15.00	15.
16	Sabtu, 20 Januari 2018	07.30 - 12.00	16.
17	Senin, 22 Januari 2018	07.30 - 15.00	17.
18	Selasa, 23 Januari 2018	07.30 - 15.00	18.
19	Rabu, 24 Januari 2018	07.30 - 15.00	19.
20	Kamis, 25 Januari 2018	07.30 - 15.00	20.
21	Jumat, 26 Januari 2018	07.30 - 15.00	21.
22	Sabtu, 27 Januari 2018	07.30 - 12.00	22.
23	Senin, 29 Januari 2018	07.30 - 15.00	23.
24	Selasa, 30 Januari 2018	07.30 - 15.00	24.
25	Rabu, 31 Januari 2018	07.30 - 15.00	25.
26	Kamis, 01 Februari 2018	07.30 - 15.00	26.
27	Jumat, 02 Februari 2018	07.30 - 15.00	27.
28	Sabtu, 03 Februari 2018	07.30 - 12.00	28.
29	Senin, 05 Februari 2018	07.30 - 15.00	29.
30	Selasa, 06 Februari 2018	07.30 - 15.00	30.

Mengetahui,

Kepala Cabang

PT. PEGADAIAN (Persero)

Pegadaian

Drs. Heru Winarto

Lampiran 9 Kartu Persetujuan Penyusunan Laporan Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121

Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150

Email : feb@unej.ac.id

PERSETUJUAN PENYUSUNAN LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA (PKN)

Menerangkan bahwa :

Nama : KHOTIBUL UMAM SEPTIAN
NIM : 150803101025
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen Perusahaan

disetujui untuk menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) dengan judul :
PROSEDUR PEMBERIAN KREDIT PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG
GENTENG..

(Revisi)

Sistem pemasaran produk mikro kreasi pd pt
pegadaian (persero) cabang Genteng

Dosen pembimbing :

Nama	NIP	Tanda Tangan
Ana Mufidah, S.Pd, M.M.	19800201 200501 2 001	

Persetujuan menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ini berlaku 6 (enam) bulan, mulai tanggal : 01 Februari 2018 s.d 02 Juli 2018. Apabila sampai batas waktu yang telah ditentukan masih belum selesai, maka dapat mengajukan perpanjangan selama 2 bulan, dan apabila masih juga belum bisa menyelesaikan, maka harus melakukan Praktek Kerja Nyata kembali.

Jember, 01 Februari 2018
Kaprod. Manajemen Perusahaan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNEJ

Dr. Sudaryanto, MBA, Ph.D.
NIP. 19660408 199103 1 001.

CATATAN :

1. Peserta PKN diharuskan segera menghadap Dosen Pembimbing yang telah ditunjuk;
2. Setelah disetujui (ditandatangani), di fotokopi sebanyak 3 (tiga) lembar untuk :
 - 1) Ketua Program Studi;
 - 2) Dosen Pembimbing;
 - 3) Petugas administrasi program studi Diploma III (S0).
3. (*) coret yang tidak sesuai

Lampiran 10 Kartu Konsultasi Dengan Dosen Pembimbing



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jalan Kalimantan 37 - Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121
 Telp. (0331) 337990 - Fac. (0331) 332150
 Email : feb@unej.ac.id

KARTU KONSULTASI

BIMBINGAN PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) PROGRAM STUDI DIPLOMA 3
 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER

Nama : KHOTIBUL UMAM SEPTIAN
 NIM : 150803101025
 Program Studi : Manajemen Perusahaan
 Judul Laporan PKN : PROSEDUR PEMBERIAN KREDIT PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG GENTENG..

Dosen Pembimbing : Ana Mufidah, S.E., M.M.
 TMT_Persetujuan : 01 Februari 2018 s/d 01 Juli 2018
 Perpanjangan : 02 Juli 2018 s/d 02 September 2018

NO.	TGL. KONSULTASI	MASALAH YANG DIKONSULTASIKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	19/02 ⁰¹⁸	Revisi Judul	1. Ad
2.			2.
3.	13/03 ⁰¹⁸	Bab 1 : Alasan pemilihan judul	3. Ad
4.		belum fokus, pedaksional	4.
5.			5.
6.	15/03 ⁰¹⁸	Bab 2 : lengkapi teori sesuai	6. Ad
7.		dg bahasan yg topik yg di-	7.
8.		tulis	8.
9.			9.
10.	19/03 ⁰¹⁸	Bab 4 : jelaskan sesuai	10. Ad
11.		Aktivitas yg dilaksanakan dan	11.
12.		lain PKN	12.
13.		- sertakan gambar / foto terkait	13.
14.		dg aktivitas dan forum yg hrs	14.
15.		diisi, serta brosur	15.
16.	26/3 ²⁰¹⁸	Bab 5 :	16. Ad
17.		kesimpulan sesuaikan dg	17.
18.		isi bab 4 yg seluas	18.
19.			19. Ad
20.	12/3 ²⁰¹⁸	Daftar pustaka : setiap ketupan	20.
21.		yg ada diin laporan, juga harus	21.
22.		tercantum diin Daftar pustaka.	22.

Lampiran 11 Kartu Konsultasi Dengan Dosen Pembimbing



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121
 Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150
 Email : feb@uncj.ac.id

23.	25/4 2018	Acc. Ujian Laporan PKN	23. <i>[Signature]</i>
24.			24.
25.			25.
26.			26.
27.			27.
28.			28.
29.			29.
30.			30.
31.			31.
32.			32.
33.			33.
34.			34.
35.			35.

Laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ybs. disetujui untuk diujikan:

Mengetahui,
 Ketua Program Studi

[Signature]

Dr. Sudaryanto, MBA, Ph.D.
 NIP. 19660408 199103 1 001.

Jember,
 Dosen Pembimbing

[Signature]

Ana Mufidah, S.E., M.M.
 NIP. 19800201 200501 2 001