

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	16
1.3. Pertanyaan Penelitian	17
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1 Akademik	18
1.5.2 Praktik	18
1.6. Lingkup Penelitian	18
BAB II.....	19
LANDASAN TEORI.....	19
2.1. Definisi Strategi.....	19
2.2. Pemasaran.....	20
2.3. Tujuan Pemasaran	21
2.4. Strategi Pemasaran	22
1. Strategi Pemasaran berbasis Nilai Pelanggan.....	23
2. Taktik Pemasaran	25
2.5. Kajian Penelitian Terdahulu	28
BAB III	32

METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Desain Penelitian.....	32
1. Data Primer.....	33
2. Data Sekunder	34
3.2 Metode Pengumpulan Data	35
3.3 Instrumen Penelitian.....	40
3.4 Metode Analisis Data	43
3.5 Metode Validasi Data.....	44
3.6 Profil Narasumber	46
3.7 Obyek Penelitian	49
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1. <i>Preliminary Research</i>	51
4.2. Analisis STP Tabungan Emas	52
4.2.1 <i>Segmenting</i>	52
4.2.2 Targeting	54
4.2.3 <i>Positioning</i>	56
4.3. Taktik Pemasaran	56
4.3.1 Produk (<i>Product</i>).....	58
4.3.2 Layanan (<i>Service</i>).....	59
4.3.3 Merek (<i>Brand</i>).....	60
4.3.4 Harga (<i>Price</i>).....	60
4.3.5 Insentif (<i>Insentive</i>)	62
4.3.6 Komunikasi (<i>Communication</i>).....	63
4.3.7 Distribusi (<i>Distribution</i>).....	63
4.4. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas	65
4.4.1 Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas	65
4.4.2 Prosedur Analisis Data melalui <i>Five Phase Cycle</i>	69

4.5. Perencanaan Pengembangan Strategi Pemasaran Tabungan Emas.....	79
4.5.1. Tinjauan Pasar.....	79
4.5.2. Analisis Pasar.....	81
BAB V.....	84
SIMPULAN	84
5.1. simpulan	84
5.2. Implikasi.....	86
5.2.1. Implikasi Teoritis	86
5.2.2. Implikasi Manajerial	87
5.3. Keterbatasan Penelitian	89
5.4. Saran Penelitian Mendatang.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN I	92
LAMPIRAN II.....	96
I. Profil Narasumber Karyawan PT Pegadaian	96
II. Profil Narasumber Nasabah Aktif PT Pegadaian	96
LAMPIRAN III.....	97
I. Daftar Pertanyaan Wawancara Karyawan <i>Top Management</i> PT Pegadaian ..	97
II. Daftar Pertanyaan Wawancara Karyawan Operasional PT Pegadaian.....	101
III. Daftar Pertanyaan Wawancara Nasabah PT Pegadaian.....	104
LAMPIRAN IV.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra-Survei terhadap Pilihan Investasi Properti dan Emas	4
Tabel 1. 2 <i>Awareness</i> Produk/Investasi Pegadaian.....	13
Tabel 1. 3 Hasil Pra-Survei terhadap Tempat Membeli Emas.....	15
Tabel 3. 1 Sumber dan Jenis Data.....	34
Tabel 3. 2 Kantor Cabang dengan Rata-rata Saldo Tabungan Emas/Nasabah Wilayah Jakarta.....	38
Tabel 3. 3 Metode Pengumpulan Data berdasarkan Narasumber	39
Tabel 3. 4 Daftar Pertanyaan Wawancara Karyawan Top Management PT Pegadaian	41
Tabel 3. 5 Daftar Pertanyaan Wawancara Karyawan Operasional PT Pegadaian	42
Tabel 3. 6 Daftar Pertanyaan Wawancara Pelanggan yang Tidak Menggunakan Produk Tabungan Emas Digital	42
Tabel 3. 7 Pengumpulan Data dan Profil Narasumber Internal PT Pegadaian	47
Tabel 3. 8 Pengumpulan Data dan Profil Narasumber Internal	48
Tabel 4. 1 Segmentasi Pasar Tabungan Emas.....	52
Tabel 4. 2 Kinerja Bisnis Tabungan Emas PT Pegadaian.....	57
Tabel 4. 3 Biaya Pembukaan Rekening Tabungan Emas	61
Tabel 4. 4 Biaya Transaksi Tabungan Emas	61
Tabel 4. 5 Strategi Pemasaran PT Pegadaian Tahun 2018-2022	65
Tabel 4. 6 Strategi Pemasaran Kantor Cabang Pegadaian Wilayah Jakarta	68
Tabel 4. 7 Jumlah Pertanyaan Partisipan Penelitian	71
Tabel 4.8 Kata Kunci	72
Tabel 4. 9 Rencana Pengembangan Strategi Pemasaran.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Investasi Pilihan Generasi Milenial di DKI Jakarta	3
Gambar 1. 2 <i>Brand</i> yang Sering Digunakan untuk Investasi Emas	6
Gambar 1. 3 Jenis Investasi yang Diminati Masyarakat	7
Gambar 1. 4 Pemilik Rekening Tabungan Emas via Aplikasi Digital Wilayah Jakarta	10
Gambar 1. 5 Jumlah Nasabah Aktif dan Saldo Tabungan Emas Pegadaian melalui Pegadaian Digital Service (PDS)	11
Gambar 1. 6 Tren Harga Emas untuk Produk Tabungan Emas PT Pegadaian Tahun 2022	11
Gambar 1. 7 Jumlah Nasabah Aktif dan Saldo Tabungan Emas Pegadaian melalui Kantor cabang	12
Gambar 1. 8 (a) Hasil Survei Cara Masyarakat Menabung Emas (b) Pengguna Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) PT Pegadaian.....	14
Gambar 1. 9 Jenis Aplikasi Pembelian Emas.....	14
Gambar 4. 1 <i>Market Share</i> Industri Gadaai	57
Gambar 4. 2 Promo Gajian Emas.....	62
Gambar 4. 3 Kantor cabang PT Pegadaian	64
Gambar 4. 4 Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS).....	64
Gambar 4. 5 Peta Konsep Penelitian.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	92
LAMPIRAN II	96
I. Profil Narasumber Karyawan PT Pegadaian	96
II. Profil Narasumber Nasabah Aktif PT Pegadaian	96
LAMPIRAN III.....	97
I. Daftar Pertanyaan Wawancara Karyawan <i>Top Management</i>	97
II. Daftar Pertanyaan Wawancara Karyawan Operasional.....	101
III. Daftar Pertanyaan Wawancara Nasabah PT Pegadaian	104
LAMPIRAN IV.....	106