

**PROSEDUR PELAYANAN DAN PEMASARAN PRODUK PEGADAIAN
PADA PT PEGADAIAN (PERSERO)**

**Pendampingan Kepada Mahasiswa Berkegiatan Magang di PT Pegadaian
UPC Kapas Krampung Surabaya**

Diana Juni Mulyati

Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
diana@untag-sby.ac.id;

Lil Hudatul Fitriyah

Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
lilhf22@gmail.com;

ABSTRAK

Tujuan utama dari kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang ini adalah memberikan pemahaman mendalam mengenai operasional perusahaan, khususnya dalam bidang pelayanan dan pemasaran. Kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang diharapkan dapat meningkatkan keterampilan dalam melayani pelanggan; merumuskan strategi pemasaran yang efektif melalui canvassing; dan mengembangkan kemampuan komunikasi dan interaksi dengan nasabah. Metode kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang dilakukan dengan cara konsultasi dan arahan pendampingan di PT. Pegadaian (Persero) UPC Kapas Krampung. Pendampingan pendampingan kepada mahasiswa magang dilakukan pada dua bagian utama yakni pertama, bagian prosedur pelayanan dan pemasaran produk; kedua, bagian customer service dan strategi canvassing. Kegiatan dilaksanakan selama 1 Bulan. Dan kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang menghasilkan pelajaran dan pemahaman prosedur pelayanan dan pemasaran produk pegadaian secara mendalam, serta peningkatan customer service dan strategi canvassing bagi subyek maupun obyek kegiatan.

Kata kunci: *Pendampingan mahasiswa magang, prosedur pelayanan, pemasaran produk pegadaian, PT Pegadaian (Persero) UPC Kapas Krampung Surabaya*

A. PENDAHULUAN

Kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang merupakan salah satu elemen penting dalam pendidikan tinggi yang memberikan pengalaman dunia nyata kepada mahasiswa di luar lingkungan akademis. Aktivitas pendampingan kepada mahasiswa magang memungkinkan dosen melakukan transformasi pengetahuan dan keahlian dan bagi mahasiswa dimanfaatkan untuk menerapkan pengetahuan yang di pelajari pada bangku perkuliahan ke dalam situasi kerja yang sesungguhnya.

Tujuan pelaksanaan kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang adalah untuk memberikan pengetahuan, pemahaman dan keahlian kepada mahasiswa agar memperoleh pengalaman praktis di dunia kerja, memberikan pengalaman kerja nyata di bidang studi atau minatnya, memperluas wawasan, mengembangkan keterampilan profesional, dan membantu menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik.

Seluruh mahasiswa, terutama Mahasiswa Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, harus mengikuti dan menyelesaikan Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) atau Magang.

Melalui kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang ini, dimaksudkan oleh dosen sebagai pelengkap dari teori yang diperoleh dari perkuliahan, sehingga mahasiswa dapat melakukan tugas langsung ke dalam dunia kerja di perusahaan.

Dalam artikel ini, kami akan membahas kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang yang telah menyelesaikan kegiatannya di PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Cabang (UPC) Kapas Krampung Surabaya, dengan fokus pada prosedur pelayanan dan pemasaran produk pegadaian melalui peningkatan customer service dan strategi canvassing.

B. Tujuan Kegiatan

Tujuan utama dari kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman serta keahlian mendalam mengenai operasional perusahaan, khususnya dalam bidang pelayanan dan pemasaran kepada Mahasiswa magang Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, terutama Administrasi Bisnis, sehingga dari kegiatan ini diharapkan dapat berdampak pada mahasiswa dalam:

- a. Meningkatkan keterampilan dalam melayani pelanggan.
- b. Mempelajari strategi pemasaran yang efektif melalui canvassing.
- c. Mengembangkan kemampuan komunikasi dan interaksi dengan nasabah.

C. METODE KEGIATAN

- a. Nama Kegiatan: Pendampingan kepada Mahasiswa Magang
- b. Tempat Kegiatan: di PT. Pegadaian (Persero) UPC Kapas Krampung Surabaya
- c. Waktu Kegiatan: 1 Bulan
- d. Jenis Kegiatan: Pembekalan Magang, Pendampingan Pelaksanaan Magang, Evaluasi dan Konsultasi Magang.
- e. Pelaksanaan Kegiatan
- f. Laporan Kegiatan

D. DESKRIPSI KEGIATAN

Kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang di PT. Pegadaian (Persero) UPC Kapas Krampung dibagi menjadi dua bagian utama, yaitu peningkatan customer service dan pemasaran produk melalui canvassing. Sebagaimana yang tampak dalam gambar di bawah ini:



Gambar: Upaya Peningkatan Customer Service

Peningkatan customer service

Pada PT. Pegadaian UPC Kapas Krampung sendiri belum terdapat bagian CS khusus yang dapat melayani nasabah secara khusus sehingga menjadi tantangan untuk mahasiswa magang dalam menangani bidang ini, Pelayanan nasabah adalah kunci utama dalam operasional PT. Pegadaian. Mahasiswa magang dilatih untuk memahami berbagai prosedur pelayanan yang mencakup:

- a. Proses Registrasi dan Verifikasi Pelanggan: Mahasiswa diajarkan cara melakukan registrasi nasabah baru dan nasabah yang hendak melakukan gadai, serta verifikasi data dengan cepat dan akurat.
- b. Penanganan Keluhan: Mahasiswa dilatih untuk menangani keluhan nasabah dengan cara yang profesional dan solutif, baik secara langsung maupun tidak langsung
- c. Penyampaian Informasi Produk: mahasiswa diarahkan untuk dapat memberikan informasi produk dengan jelas dan persuasif, membantu nasabah memahami keuntungan dan prosedur produk pegadaian.

Pemasaran Produk Melalui Canvassing

Strategi pemasaran melalui canvassing dilakukan untuk memperluas jangkauan nasabah dan meningkatkan penjualan produk pegadaian, pada kegiatan canvassing UPC kapas Krampung sendiri dinilai belum cukup maksimal, hal ini menjadi pusat program kerja yang harus dikembangkan Kembali oleh mahasiswa Kegiatan ini meliputi:

- a. Pemetaan Area Potensial: Mengidentifikasi daerah-daerah potensial yang belum tersentuh oleh layanan pegadaian dan belum pernah dilakukan canvassing
- b. Pendekatan Proaktif: Mengunjungi calon nasabah di area-area yang telah dipetakan untuk menawarkan produk pegadaian.
- c. Promosi Langsung: Melakukan promosi langsung di tempat-tempat strategis seperti pasar, pusat perbelanjaan, sekolah yang terdapat pedagang kaki lima dan area publik lainnya
- d. Feedback nasabah: Mengumpulkan feedback langsung dari calon nasabah mengenai produk dan layanan yang ditawarkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Hasil dan Manfaat

Melalui kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang ini, bagi mahasiswa diperoleh berbagai manfaat, antara lain:

- a. Pengalaman Praktis: Mahasiswa mendapatkan pengalaman praktis dalam pelayanan dan pemasaran yang tidak bisa didapatkan di bangku kuliah.
- b. Keterampilan Komunikasi: Meningkatkan kemampuan komunikasi dan interaksi dengan berbagai jenis nasabah.
- c. Pemahaman Proses Bisnis: Memahami secara langsung bagaimana prosedur pelayanan dan pemasaran dijalankan di perusahaan besar seperti PT. Pegadaian (Persero) UPC Kapas Krampung Surabaya.
- d. Peningkatan Kepercayaan Diri: Mahasiswa menjadi lebih percaya diri dalam menghadapi situasi kerja nyata dan berbagai tantangan yang ada di lapangan.

E. KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang di PT. Pegadaian (Persero) UPC Kapas Krampung Surabaya ini telah memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mempelajari dan memahami prosedur pelayanan dan pemasaran produk pegadaian secara mendalam. Dengan fokus pada peningkatan customer service dan strategi canvassing, mahasiswa tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis tetapi juga pengalaman praktis yang sangat berharga dalam dunia kerja. Kegiatan pendampingan kepada mahasiswa magang ini diharapkan dapat menjadi bekal yang baik bagi mahasiswa dalam mengembangkan karir mereka di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, N. (2009). Riset Pemasaran Pendekatan Terapan. Jakarta: PT Index
- Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, (2024) Buku Pedoman Penulisan Laporan Magang, Untag Press, Surabaya.