

## ABSTRAK

Agus Salim, Tahun 2019, Judul Skripsi “strategi Produk Tabungan Emas Dalam meningkatkan Jumlah Nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Pangkep.” Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing 1 Bapak H. Sutardjo Tui, dan Pembimbing 2 Bapak Muhammad Nur Abdi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Cabang Pangkep dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan menggunakan konsep bauran pemasaran. Jenis penelitian yang digunakan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui pengamatan langsung dari perusahaan, melalui observasi, wawancara secara langsung dengan karyawan maupun nasabah dan dokumentasi pada PT Pegadaian (persero) Cabang Pangkep.

Berdasarkan hasil pengumpulan data peningkatan nasabah pada Pegadaian Cabang Pangkep dapat disimpulkan bahwa proses yang dilakukan menggunakan konsep bauran pemasaran yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi. Adapun Kendala yaitu tidak adanya marketing khusus sehingga kurang melakukan sosialisasi atau edukasi kepada masyarakat sekitar mengenai apa itu Tabungan Emas itu sendiri, apa manfaatnya, apa keuntungannya dan lain-lain sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengerti. Karena bagaimana suatu produk itu dapat dipasarkan sedangkan masih banyak masyarakat yang belum memahami tentang produk ini.

**Kata Kunci :** *Bauran Pemasaran, Tabungan Emas, Pegadaian*