

## ABSTRAK

Dede Ropika Rifiyani, 31218706

**Strategi Pemasaran pada PT. Pegadaian Cabang Karangampel Kabupaten Indramayu Provinsi Jawa Barat LKP. Program Studi Manajemenn Pemasaran, Program DIII Bisnis Dan Kewirausahaan, Universitas Gunadarm, 2021**

(x + 40)

Kata kunci : Strategi Pemasaran. PT. Pegadaian

Pegadaian merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara ( BUMN ) yang bergerak pada bidang jasa pelayanan berbentuk PT ( Perseroan Terbuka ). PT. Pegadaian merupakan lembaga satu-satunya yang menawarkan usaha gadai. Usaha gadai merupakan kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepihak pegadaian untuk menperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan dikembalikan sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan pihak pegadaian. Tujuan kerja praktik ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Pegadaian Cabang Karangampel Kabupaten Indramayu Provinsi Jawa Barat. Dalam penulisan laporan kerja praktik ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penggunaan metode kualitatif dalam penulisan kerja praktik ini untuk mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran yang digunakan pada PT. Pegadaian cabang karangampel dimana penulis dapat menjelaskan tanpa manipulasi data dan fakta perusahaan dan menggambarkan kondisi perusahaan apa adanya. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Pengamatan, Wawancara Dan Studi Pustaka. Jadi Strategi pemasaran pada PT. Pegadaian Cabang Karangampel adalah menggunakan bauran pemasaran 7p yaitu Product, Price, Place, Promotion, People Process, Physical Evidence.