

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negeri yang kaya akan sumber daya alam, termasuk di dalamnya kandungan emas yang melimpah. Produksi pertambangan emas di Indonesia menjadi produsen terbesar ke 12 di dunia. Berdasarkan data pada Tabel 1.1 di bawah ini, Indonesia menduduki peringkat 12 produsen dunia dengan hasil produksi yang cukup stabil. Di Indonesia, emas saat ini merupakan sebagai salah satu alat investasi bagi masyarakat Indonesia. Memiliki emas pun merupakan salah satu budaya di Indonesia yang membanggakan di lingkungan masyarakat sekaligus menjadi tabungan yang menjanjikan.

**Tabel 1.1**  
**Negara-negara produsen emas dunia (Dalam satuan ton)**  
**tahun 2014-2017**

No	Negara	2014	2015	2016	2017
1	China	450	490	455	440
2	Australia	274	300	270	300
3	Rusia	247	252	260	255
4	US	210	214	209	245
5	Canada	152	150	170	180
6	South Africa	152	145	140	145
7	Peru	140	145	150	155
8	Mexico	118	135	125	110
9	Uzbekistan	100	102	100	100
10	Ghana	91	88	90	80
11	Brazil	80	81	80	85
12	Indonesia	69	97	100	80

Sumber : Situs resmi Departemen dalam Negeri Amerika Serikat, *National U.S. Geological Survey Mineral Informantion Center*, 2018.

Menabung tentu merupakan budaya masyarakat kita, namun menabung emas tampaknya hanya sebagian kecil saja orang yang melakukannya. Padahal menabung emas adalah jenis tabungan yang telah digunakan masyarakat selama ribuan tahun. Penyimpanan emas digunakan juga sebagai tabungan yang dapat dicairkan kapan saja ketika dibutuhkan. Menyimpan emas sebagai tabungan dikarenakan emas semakin lama disimpan harganya semakin tinggi. Perlahan tapi pasti harga emas memang selalu naik dan jarang sekali emas mengalami penurunan harga (Hermana, 2010).

Fluktuasi harga emas yang cukup menjanjikan sebagai alat investasi mendorong minat masyarakat untuk memiliki emas dan perusahaan pun banyak yang menginvestasikan sahamnya pada emas secara trading. Perlu diketahui bersama memiliki emas adalah untuk investasi jangka panjang dan menjaga nilai uang supaya tidak rentan terhadap inflasi.

Menariknya berinvestasi dengan emas di kalangan masyarakat membuka peluang bagi PT Pegadaian (Persero) sehingga pada tahun 2008 PT Aneka tambang (Persero) bekerja sama dengan Perum Pegadaian yang saat ini berubah status menjadi PT Pegadaian (Persero) untuk melakukan penjualan produk Logam Mulia baik itu berbentuk penjualan-pembelian emas. PT Pegadaian (Persero) pada awalnya adalah suatu lembaga keuangan yang bergerak di bidang pemberian jasa kredit kepada masyarakat.

Seiring dengan perkembangan zaman dan berubahnya logo, PT Pegadaian (Persero) Berinvestasi dengan memanfaatkan produk emas dengan me-launching program Tabungan Emas. Program tersebut secara nasional di-launching pada hari Jumat, 3 Juli 2015 di Garut Jawa Barat. (Surya, 2015). Rekening tabungan ini dapat dibuka dengan minimal setoran sekitar Rp5.000,- atau setara dengan emas seberat 0.01 gram ditambah Rp5.000,- untuk biaya administrasi pembukaan rekening dan Rp30.000,- untuk biaya fasilitas titipan selama 12 bulan. Tabungan Emas Pegadaian merupakan tabungan dengan sistem beli titip emas.

Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas menggunakan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi. Keunggulan dari Tabungan Emas Pegadaian antara lain, tersedia di Kantor Cabang PT Pegadaian (Persero) di seluruh Indonesia, pembelian emas dengan harga terjangkau (mulai dari berat 0.01 gram), layanan petugas yang profesional, alternatif investasi yang aman, serta mudah dan cepat dicairkan untuk memenuhi kebutuhan dana nasabah. Sejak diluncurkan pada juli 2015 hingga akhir April 2016 pegadaian telah mengumpulkan transaksi sebanyak 530.000 rekening dari 525.000 nasabah dari transaksi tersebut tercatat saldo tabungan emas seberat 582,2 kilogram setara dengan Rp. 320.6 miliar (Situs resmi PT Pegadaian, 2016).

Uang yang ditabung nasabah dapat langsung dikonversikan ke emas dan dapat dicetak menjadi emas batangan setelah mencapai berat tertentu. Saldo tabungan tersebut dapat dicetak menjadi emas batangan dengan pilihan kepingan 5 gram, 10 gram, 25 gram, 50 gram, dan 100 gram dan membayar biaya cetak emas sesuai dengan ketentuan biaya yang berlaku, dengan Tabungan Emas Pegadaian, setiap orang dapat melakukan investasi emas dengan leluasa dan dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat. Akan tetapi tidak semua cabang maupun unit pelayanan mendapat peningkatan nasabah. Nasabah tabungan emas pada PT Pegadaian khususnya pada pegadaian cabang Sekip Palembang memiliki nasabah yang aktif. Adapun jumlah nasabah aktif PT Pegadaian cabang Sekip Palembang ditunjukkan pada tabel 1.2.

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah nasabah tabungan emas pada tahun 2017 dan 2018 tidak stabil dan cenderung menurun. Berdasarkan wawancara dengan staf keuangan PT Pegadaian cabang Sekip Palembang, menurunnya jumlah nasabah tabungan emas diduga dikarenakan nasabah lebih memilih pembelian logam mulia secara tunai maupun kredit dimana nasabah dapat langsung memiliki emas tersebut, sedangkan jika menggunakan tabungan emas nasabah hanya dapat memiliki emas dalam bentuk saldo, walaupun emas tersebut dapat dicetak itu setelah tabungan

mencapai berat tertentu kemudian baru dapat dijadikan emas batangan (Sumber : Bagian keuangan, 27 Maret 2018).

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Nasabah Tabungan Emas Aktif**  
**PT Pegadaian Cabang Sekip Palembang**  
**Tahun 2017-2018**

No	Produk	Realisasi tahun lalu		Realisasi	
		Bulan ini (Maret)	Akhir tahun (Desember)	Bulan lalu (Februari)	Bulan ini (Maret)
1	Amanah	0	3	3	3
2	Arrum	0	2	2	2
3	KCA	1453	1268	1268	1282
4	Krasida	67	33	31	27
5	Kreasi	8	8	10	11
6	Kresna	13	17	18	18
7	Krista	2	2	2	2
8	Mulia	9	16	14	14
<b>9</b>	<b>Tabungan Emas</b>	<b>517</b>	<b>362</b>	<b>363</b>	<b>353</b>
	Total	2069	1711	1711	1712

Sumber : PT Pegadaian (Persero) 2018

Setiap perusahaan tentunya ingin mencapai suatu keberhasilan. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat, persaingan dalam industri jasa yang tumbuh akan menciptakan perkembangan industri jasa yang baik dimana perusahaan harus mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki dengan cara menjalin keterikatan dengan nasabah. Salah satunya dengan memperkuat reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan, Supaya nasabah yang telah ada maupun nasabah potensial dapat memutuskan untuk menggunakan jasa perusahaan.

Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan yang dapat mempengaruhi nasabah untuk tetap menggunakan jasa PT Pegadaian (Persero). Guna mengantisipasinya, PT Pegadaian (Persero) dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki supaya dapat diterima di pasar. Beberapa hal yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan.

Reputasi perusahaan dalam persaingan bisnis dipergunakan untuk membedakan pengguna satu jasa dengan jasa yang lain. Banyaknya jasa yang ditawarkan saat ini, membuat para konsumen menjadi lebih leluasa dalam menentukan pilihannya. Adanya keanekaragaman perusahaan yang menyediakan jasa gadai tersebut membuat nasabah tidak dapat dengan mudah mengingat yang ditawarkan oleh sebuah bisnis.

Reputasi tidak hanya sebagai atribut dalam suatu perusahaan tetapi juga bagaimana reputasi tersebut akan terus ada dimasa depan. Reputasi perlu untuk dikembangkan dari waktu ke waktu. Hal itu dikarenakan reputasi perusahaan dapat memiliki dampak yang besar atas penjualan pendapatan dan penilaian. Reputasi perusahaan merupakan salah satu unsur terpenting dalam dunia bisnis. Sebab baik buruk dalam reputasi perusahaan merupakan indikator penting dari keberhasilan perusahaan. Reputasi perusahaan memang suatu yang kompleks, namun jika dikelola dengan baik akan sangat berharga. (Tarigan, 2014).

Faktor lain yang mempengaruhi nasabah supaya tetap memilih perusahaan adalah adanya kualitas pelayanan yang harus dipandang sebagai satu kesatuan dari produk yang di tawarkan. Tanpa pemahaman seperti itu, sangat sulit bagi suatu perusahaan untuk dapat memasuki persaingan yang semakin kompetitif.

Sebagai suatu keharusan bagi setiap perusahaan dalam memasuki kancan persaingan yang semakin kompetitif, konsumen harus dipuaskan, sehingga kepuasan konsumen akan tercipta bila keinginan dan harapannya dapat diwujudkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang maksimal, merupakan strategi yang tepat dalam mewujudkan setiap keinginan dan harapan. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk berkomitmen kepada produk dan layanan perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas pelayanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan.

Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang menggunakan jasa pegadaian tetapi juga berdampak pada perusahaan lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkannya pilihannya kepada pesaing. (Lupiyoadi dan Hamdani, 2013).

Lembaga pelayanan merupakan salah satu jenis usaha yang saat ini berada dalam iklim persaingan ketat. Kualitas pelayanan pelanggan menjadi penting bagi PT Pegadaian (Persero) dalam upaya memberikan pelayanan kepada nasabah sehingga nasabah tetap percaya pada perusahaan dan meminimumkan nasabah pindah ke lembaga pembiayaan lain.

Menurut Astuti (2013), pelayanan bermutu hanya dapat dipahami dari sudut pandang nasabah, sehingga perusahaan harus merumuskan pelayanan bermutu melalui sudut pandang nasabah tersebut. Bila nasabah memperoleh pelayanan dengan baik, maka akan membuat nasabah tertarik untuk bertransaksi di Lembaga pelayanan tersebut. Bila pelayanannya buruk maka nasabah mungkin akan mempertimbangkan untuk pindah ke lembaga pembiayaan lain. Baik buruknya pelayanan pada Lembaga pembiayaan dapat dilihat dari kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

Oleh karena itu, untuk dapat mempengaruhi nasabah, perlu di tingkatkan reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan kepada para nasabah supaya tetap dapat menjadi nasabah perusahaan. Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik sehingga pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Berdasarkan uraian diatas adanya fenomena jumlah nasabah Tabungan emas PT Pegadaian cabang Sekip Palembang pada dua tahun terakhir cenderung tidak stabil dan menurun serta bahwa reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan dapat memiliki pengaruh besar pada keputusan nasabah, untuk itu peneliti tertarik mengkaji lebih dalam masalah tersebut dengan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan Tabungan Emas pada PT Pegadaian Cabang Sekip Palembang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan ruang lingkup tersebut, maka masalah yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan tabungan emas pada PT Pegadaian cabang Sekip Palembang?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan tabungan emas pada PT Pegadaian cabang Sekip Palembang?
3. Apakah reputasi perusahaan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan tabungan emas pada PT. Pegadaian cabang Sekip Palembang?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Penelitian didalam skripsi ini supaya tidak menyimpang dari masalah-masalah yang akan dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan dengan meneliti tentang reputasi perusahaan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa layanan tabungan emas pada PT Pegadaian cabang Sekip Palembang yang meliputi:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan reputasi perusahaan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan tabungan emas pada PT Pegadaian cabang Sekip Palembang.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan tabungan emas pada PT Pegadaian cabang Sekip Palembang.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan tabungan emas pada PT Pegadaian cabang Sekip Palembang.



## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan tabungan emas pada PT Pegadaian cabang Sekip Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan tabungan emas pada PT Pegadaian cabang Sekip Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa layanan tabungan emas pada PT Pegadaian cabang Sekip Palembang.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis dalam bidang perilaku konsumen, khususnya dalam menentukan sejauh mana reputasi perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan perusahaan dalam pelaksanaannya di dunia nyata.

#### **b. Bagi Perusahaan**

1. Memberikan informasi mengenai reputasi perusahaan yang dimiliki perusahaan saat ini.
2. Memberikan informasi mengenai kualitas pelayanan yang dimiliki perusahaan saat ini.
3. Perusahaan dapat memenuhi kebutuhan nasabah, sehingga dapat diketahui faktor-faktor yang masih perlu diperbaiki dan dikembangkan oleh perusahaan, yang selanjutnya dapat diperbaiki.