

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Investasi merupakan suatu cara untuk meningkatkan kesejahteraan di masa datang yang berguna untuk mengantisipasi adanya inflasi yang terjadi setiap tahunnya. Investasi juga dapat diartikan sebagai pembelian suatu aset dengan harapan bahwa aset tersebut akan menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang, namun keuntungan yang diperoleh juga akan sebanding dengan resiko yang akan dihadapi oleh investor karena keuntungan yang tinggi juga diikuti dengan resiko yang tinggi.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan usaha dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Disamping kegiatan pemasaran perusahaan juga perlu mengkombinasikan fungsi-fungsi pada perusahaan seperti fungsi produksi, fungsi personalia, dan fungsi akuntansi dan menggunakan keahlian mereka agar perusahaan berjalan dengan baik. Suatu perusahaan harus mempunyai cara-cara tersendiri dalam mendapatkan konsumen. Salah satu cara untuk mendapatkan calon nasabah dengan melakukan strategi bauran pemasaran.

Menurut Tjiptono (2014:41), “Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat (Produk, Harga, Promosi, Lokasi) yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik yang ditawarkan kepada pelanggan”.

Investasi emas menjadi salah satu jenis investasi yangn banyak diminati oleh masyarakat. Banyak lembaga keuangan bank maupun non bank yang menyediakan jasa untuk berinvestasi emas tidak terkecuali PT Pegadaian (Persero). Salah satu produk yang ditawarkan oleh PT Pegadaian (Persero) adalah tabungan emas yang dapat menjadi solusi bagi masyarakat untuk berinvestasi dengan proses yang mudah dan cepat.

PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang merupakan lembaga keuangan non bank dan menjadi salah satu bentuk Badan Usaha Milik Negara

(BUMN) yang bergerak dibidang jasa keuangan yang fokus pelayanannya sebagai penyedia jasa gadai. Pemerintah mendirikan lembaga keuangan yang memberikan pinjaman modal atau kredit kepada masyarakat atas dasar hukum gadai dengan jaminan barang yang memiliki nilai ekonomis. Dengan Motto “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah” merupakan keyakinan PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang bahwa setiap orang memiliki masalah dalam kehidupan sehari-harinya termasuk dalam kegiatan usaha dan kebutuhan yang dapat diatasi dalam waktu yang relatif singkat. Maksud dan tujuan dari PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang adalah untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Indonesia. Tabel 1.1 menunjukkan jumlah nasabah pada PT Pegadaian Cabang Palembang dengan berbagai pilihan produk.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Produk Pegadaian
PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang
Tahun 2015-2018

| NO | PRODUK | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 1 | KCA | 14,877 | 14,026 | 12,551 | 14,877 |
| 2 | KRASIDA | 121 | 144 | 256 | 361 |
| 3 | GADAI TABUNGAN EMAS | - | - | - | 40 |
| 4 | KREASI ULTRA MIKRO | - | - | 5 | 57 |
| 5 | KREASI | 143 | 109 | 100 | 120 |
| 6 | KREASI MULTI GUNA | - | - | - | 14 |
| 7 | KRESNA | 75 | 73 | 67 | 65 |
| 8 | MULIA | 360 | 245 | 218 | 230 |
| 9 | EMASKU | 23 | 16 | 9 | 35 |
| 10 | TABUNGAN EMAS | 4,244 | 2,576 | 3,570 | 4,719 |
| TOTAL | | 19,843 | 17,189 | 16,776 | 18,375 |

Sumber: PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang, 2019

Berdasarkan data tabel 1.1 di atas menunjukkan beberapa jenis produk yang ada pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang dari tahun 2015 sampai 2018.

Menabung uang telah menjadi budaya yang dilakukan masyarakat Indonesia, namun menabung emas nampaknya hanya sebagian kecil saja orang yang melakukannya karena masyarakat beranggapan menabung emas cukup rumit dan memerlukan biaya yang banyak. 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. Pada tahun 2015, PT Pegadaian (Persero) memanfaatkan produk emas dengan mengeluarkan program Tabungan Emas. Rekening tabungan ini dapat dibuka dengan minimal setoran sekitar Rp 5.000,00, atau setara dengan emas seberat 0.001 gram ditambah Rp 10.000,00, untuk biaya administrasi pembukaan rekening dan Rp 30.000,00 untuk biaya fasilitas titipan selama 12 bulan. Tabungan emas pegadaian merupakan tabungan dengan sistem beli titip emas. Pegadaian memiliki empat produk layanan yaitu:

1. Produk Utama: Kredit Cepat Aman (KCA), Krasida, Kreasi.
2. Investasi Emas: Mulia, Emasku, Tabungan Emas.
3. Produk Syariah: Rahn, Amanah, Arrum Haji
4. Produk Lainnya: Pegadaian Remittance, Multi pembayaran online, Persewaan Gedung, Jasa sertifikat Batu Mulia, Jasa Taksiran, Jasa Titipan.

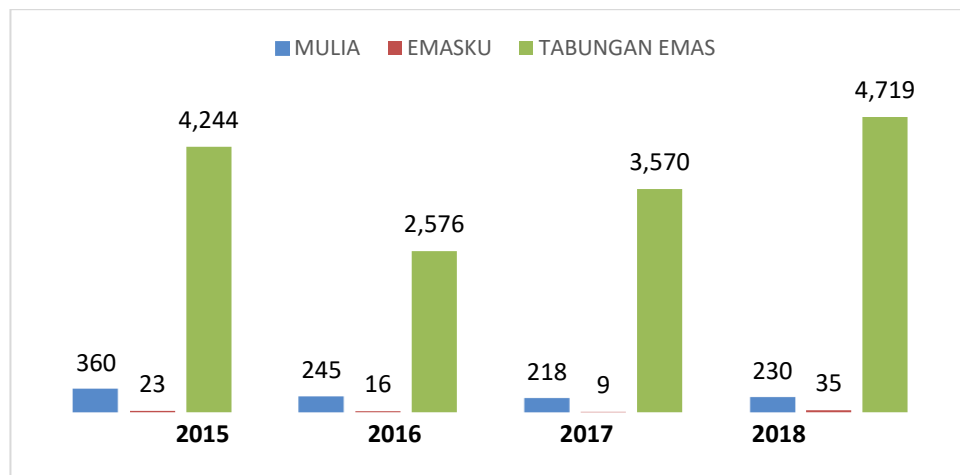
PT Pegadaian (Persero) memiliki produk investasi emas yaitu tabungan emas. Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Meski memiliki nama tabungan emas bukan berarti nasabah harus menyetor emas melainkan menyetor uang untuk digantikan menjadi emas.

Adapun kelebihan dari tabungan emas adalah Pegadaian Tabungan Emas tersedia di Kantor Cabang di seluruh Indonesia, pembelian emas dengan harga

terjangkau tidak perlu modal yang besar (mulai dari berat 0,001 gram), mudah dan cepat dicairkan untuk memenuhi kebutuhan dana Anda, alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset

Emas menjadi salah satu primadona investasi yang tak pernah sepi peminat, masyarakat memiliki keyakinan dan juga rasa percaya yang cukup tinggi terhadap kestabilan harga emas sehingga cukup aman untuk dijadikan sebagai pilihan investasi. Harga emas yang cenderung stabil sepanjang tahun dan cocok untuk dijadikan sebagai investasi jangka pendek maupun panjang. Selain itu, kemudahan untuk mengakses instrumen investasi yang satu ini tentu menjadi daya tarik tersendiri. Sebab investasi emas bisa dilakukan dalam banyak bentuk sekaligus, seperti emas batangan, perhiasan, atau bahkan tabungan pada PT Pegadaian.

Tabungan Emas memiliki jumlah nasabah yang lebih banyak dibandingkan dengan produk layanan yang lain di PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang, hal tersebut dapat dilihat dari data jumlah nasabah pada gambar 1.1 berikut ini :



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Nasabah Investasi Emas PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang Tahun 2015-2018

Sumber: PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang, 2019

Berdasarkan data gambar 1.1 di atas merupakan grafik jumlah nasabah investasi emas PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang dengan beberapa

jenis produk investasi emas yang ada pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang, diketahui dari tahun 2015 sampai 2018 jumlah nasabah tabungan emas mengalami fluktuatif.

Perbedaan dari ketiga produk investasi emas ini adalah dimana Produk MULIA adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran. Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan menggunakan buku rekening dengan harga yang terjangkau, sedangkan konsinyasi Emas adalah jual titip emas logam mulia di Pegadaian, minimal 5 gram. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Usaha yang dilakukan oleh PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang untuk lebih meningkatkan nasabah yaitu dengan melaksanakan promosi penjualan dengan menggunakan media elektronik maupun media cetak, melakukan pemasaran langsung ke konsumen, mengadakan Bazar di Mall, melakukan *event* dengan memberikan tabungan emas sebagai hadiahnya supaya nasabah tertarik untuk menabung emas di PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang.

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian Skripsi dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Investasi Emas pada PT Pegadaian Cabang Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka masalah yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah variabel Bauran Pemasaran berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat investasi emas di PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang?
- b. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap minat investasi emas di PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang?

1.3 Batasan Masalah

Supaya penulisan skripsi ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulisan membatasi permasalahan yang ada, yaitu : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap minat investasi emas pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap minat investasi emas secara parsial dan simultan.
- b. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap minat investasi emas.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Menambah dan memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap minat investasi emas pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang.

2. Bagi Penelitian Lanjutan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh bauran pemasaran terutama tentang minat investasi emas.

3. Bagi Pengembangan Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan/saran bagi PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap minat investasi emas pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Palembang.