

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang**

Dalam kehidupan sehari-hari kita tidak bisa lepas transaksi keuangan, uang selalu dibutuhkan untuk membeli dan membayar berbagai kebutuhan. Kebutuhan itu sendiri terkadang tidak dapat dipenuhi karena keterbatasan ekonomi. Dengan demikian mau tidak mau maka masyarakat harus dapat memilah kebutuhan mana yang menjadi prioritas atau primer dan mana yang sekunder. Namun, untuk kebutuhan primer terpaksa harus dipenuhi dengan berbagai cara seperti meminjam dari berbagai sumber yang ada misalnya dari kerabat dekat yang kita anggap memiliki kelebihan dana serta lembaga keuangan,

Di Indonesia lembaga keuangan dibagi menjadi dua, yakni lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Perlu adanya suatu lembaga atau institusi yang menyediakan pembiayaan jangka pendek dengan prosedur yang mudah serta bunga yang tidak membebani masyarakat. Perum pegadaian adalah alternatif sarana pendanaan yang efektif untuk menjawab permasalahan tersebut. Pegadaian adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara yang berpusat dibidang jasa penyaluran kredit atau pinjaman kepada masyarakat atas dasar hukum gadai dengan jaminan barang yang bernilai ekonomis.

Di zaman sekarang ini masyarakat masih banyak menggunakan jasa rentenir dikarenakan menurut kebanyakan masyarakat meminjam uang terhadap rentenir cukup mudah hanya bermodalkan kepercayaan. Sementara pegadaian

harus memiliki jaminan seperti emas, BPKB, atau barang elektronik lainnya. PT Pegadaian (Persero) selanjutnya disebut Pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang resmi memiliki izin untuk melaksanakan kegiatan penyaluran dana berdasarkan hukum gadai (sesuai KUHP Perdata Pasal 1150) dan layanan lainnya kepada masyarakat. Dengan demikian, pegadaian bertujuan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan dana agar terhindar dari lintah darat atau pengijon yang menetapkan tingkat suku bunga yang sangat tinggi bagi peminjam.

Menurut UU Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN, BUMN adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya di miliki oleh Negara melalui penyertaan langsung yang berasal dari kekayaan Negara yang dipisahkan. Perusahaan perseroan (Persero) adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi kedalam saham yang seluruh atau minimal 51% sahamnya di miliki oleh pemerintah RI dan bertujuan untuk memperoleh laba. Perubahan bentuk menjadi persero menyebabkan pegadaian lebih fleksibel untuk memberikan pelayanan pada seluruh lapisan masyarakat, mulai dari lapisan bawah hingga lapisan menengah dan atas dengan membuka *outlet-outlet* dipusat pembelian modern (*mall*).

Pegadaian juga menyediakan produk seperti produk gadai konvensional, produk gadai syariah, produk berbasis fidusia, produk gadai system angsuran, produk investasi emas, jasa taksiran, jasa titipan dan jasa sertifikasi batu mulia. Ditengah suasana persaingan yang kian ketat kemampuan pegadaian dalam memasarkan produknya selama rentang waktu tertentu mencerminkan adanya

kekuatan pasar yang dicapai selama rentan waktu yang sama. Dalam hubungan ini pegadaian perlu menetapkan berbagai langkah konkrit yang dapat menunjang serta memperlancar kegiatan pemasarannya. Nasabah yang menggunakan produk pasti akan dibebankan oleh suku bunga, Bunga merupakan hal yang penting dalam penyaluran kredit.

Menurut (Kasmir, 2016: 154) bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Promosi merupakan cara langsung untuk mempengaruhi nasabah tertarik memakai produk tersebut. Produk sudah ditetapkan, harga sudah ditetapkan dan tempat sudah tersedia artinya produk sudah siap dipasarkan agar masyarakat tahu kehadiran produk ini maka dilakukan dengan sarana promosi.

Promosi merupakan unsur penting dalam suatu bauran pemasaran, dimana baik buruknya suatu produk dan bagaimana promosi yang dilakukan oleh koperasi terhadap nasabah akan membawa pengaruh bagi kelangsungan hidup pegadaian yang akan datang. Keputusan-keputusan dari produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik dan kualitas pelayanannya.

Ketika pelayanan terbaik diberikan otomatis akan menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Kepuasan nasabah didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif

yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kepuasan nasabah.

Selama pegadaian beroperasi terdapat peningkatan jumlah nasabah yang menggunakan produk pegadaian. Berikut jumlah nasabah yang menggunakan produk dipegadaian selama lima tahun terakhir.

**Table 1.1 Data penggunaan produk PT Pegadaian**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah nasabah yang menggunakan produk</b>
2015	20.143
2014	19.534
2013	18.765
2012	20.723
2011	19.456

*Sumber : PT Pegadaian(Persero), 2018*

Terlihat dari table 1.1 diatas bahwa terjadi kenaikan dan penurunan jumlah nasabah yang menggunakan produk tiap bulannya pada tahun 2015 jumlah nasabah yang menggunakan produk sebanyak 20.143, pada tahun 2014 jumlah nasabah yang menggunakan produk sebanyak 19.534, pada tahun 2013 jumlah nasabah yang menggunakan produk sebanyak 18.765, pada tahun 2012 jumlah nasabah yang menggunakan produk sebanyak 20.723, dan pada tahun 2011 jumlah nasabah yang menggunakan produk sebanyak 19.456. Dapat kita lihat terjadi kenaikan maupun penurunan jumlah nasabah yang menggunakan produk di PT Pegadaian (persero). Ini berarti variabel produk memang layak untuk diteliti.

**1.2 Tabel data suku bunga PT Pegadaian (pegadaian)**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah nasabah yang mengalami kredit macet (pelelangan)</b>
2015	850
2014	943
2013	690
2012	739
2011	788

*Sumber : PT Pegadaian(Persero), 2018*

Dari table 1.2 diatas terlihat jumlah nasabah yang mengalami kredit macet (pelelangan) pada tahun 2015 sebanyak 850 nasabah yang mengalami kredit macet, pada tahun 2014 sebanyak 943 nasabah yang mengalami kredit macet, pada tahun 2013 sebanyak 690 nasabah yang mengalami kredit macet, pada tahun 2012 sebanyak 739 nasabah yang mengalami kredit macet, pada tahun 2011 sebanyak 788 nasabah yang mengalami kredit macet, dapat kita lihat dari tahun ketahun terdapat kenaikan maupun penurunan jumlah nasabah yang mengalami kredit macet di PT Pegadaian. Ini berarti variabel suku Bunga memang layak untuk diteliti

**Table 1.3 Data promosi PT Pegadaian (Persero)**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah penayangan iklan</b>
<b>2015</b>	<b>15</b>
<b>2014</b>	<b>19</b>
<b>2013</b>	<b>14</b>
<b>2012</b>	<b>15</b>
<b>2011</b>	<b>21</b>

*Sumber : PT Pegadaian(Persero), 2018*

Dari table 1.3 diatas terlihat pada tahun 2015 jumlah penayangan iklan yang dilakukan PT Pegadaian sebanyak 15 kali, pada tahun 2014 sebanyak 19, pada tahun 2013 sebanyak 14, pada tahun 2012 sebanyak 15, dan pada tahun

2011 sebanyak 21. Dapat kita lihat dari tahun ke tahun terdapat kenaikan maupun penurunan jumlah penanyangan iklan di PT Pegadaian (Persero). Ini berarti variabel promosi memang layak untuk diteliti.

**Table 1.4 Data pengambil kredit PT Pegadaian (Persero)**

<b>Tahun 2018 (Bulan)</b>	<b>Total Nasabah</b>
Januari	11.778
Februari	10.677
Maret	11.296
April	10.282
Mei	10.798
Juni	7.033
Juli	12.078
Agustus	10.723
September	9.364
Oktober	9.539
November	10.337
Desember	9.113

*Sumber : PT Pegadaian(Persero), 2018*

Berdasarkan table diatas, dapat kita lihat bahwa jumlah nasabah yang mengambil kredit berubah-ubah setiap bulannya. Terjadi fluktuasi pada jumlah nasabah tersebut dapat diartikan bahwa PT Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Batu Aji batam tak selamanya membuat calon nasabah berpuas hati dalam pengambilan kredit.

Keberadaan Perum Pegadaian diharapkan dapat menekan munculnya lembaga keuangan nonformal yang merugikan masyarakat. Untuk itu, maka penelitian ini akan mengambil judul **“PENGARUH PRODUK SUKU BUNGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT PEGADAIAN (PERSERO) DIKOTA BATAM”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

1. Adanya masyarakat yang masih menggunakan jasa rentenir dibandingkan Pegadaian.
2. Adanya nasabah yang mengalami kredit macet sehingga dilakukan pelelangan terhadap barang jaminan nasabah.
3. Adanya promosi yang kurang inovatif sehingga kurang menarik minat nasabah.
4. Adanya nasabah yang kecewa terhadap pelayanan pegadaian.

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka terdapat pembatasan masalah pada variabel dan objek penelitian.

Oleh sebab itu penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan:

1. Variabel X1 : Produk
2. Variabel X2 : Suku Bunga
3. Variabel X3 : Promosi
4. Variabel Y : Kepuasan Nasabah
5. Objek Penelitian : PT Pegadaian (Persero) Cabang Pembantu Batu aji  
Batam

## 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Di Kota Batam?
2. Apakah tingkat suku bunga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Di Kota Batam?
3. Apakah promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT pegadaian (Persero) Di Kota Batam?
4. Apakah produk, suku bunga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Di Kota Batam?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan di atas, tujuan penelitian yang ingin di capai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Di Kota Batam
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat suku bunga terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Di Kota Batam
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Di Kota Batam
4. Untuk mengetahui pengaruh produk, suku bunga dan promosi terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian (Persero) Di Kota Batam

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini yakni sebagai berikut:

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memperkaya teori tentang produk yang dipasarkan
2. Memperkaya teori tentang tingkat suku bunga
3. Memperkaya tentang promosi yang dilakukan pegadaian
4. Memperkaya teori tentang kepuasan nasabah dalam menggunakan produk dan kualitas pelayanan

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dan mengetahui sampai sejauh mana kualitas ataupun kemampuan mahasiswa dalam mengimplementasikan teori yang ditelitinya kedalam dunia usaha atau kerja.
2. Bagi Objek Penelitian, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan dan pertimbangan bagi perusahaan yang bersangkutan mengenai pengaruh nilai taksiran agunan dan tingkat suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit.
3. Bagi Akademisi, penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada mahasiswa fakultas bisnis khususnya program studi manajemen perbankan dalam rangka memperkaya referensi bahan penelitian dan sumber bacaan sehingga dapat membantu dalam memperlancar penelitiannya.