

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN
JUMLAH KONSUMEN PADA PT. PEGADAIAN (Persero)
CABANG GORONTALO SELATAN**

Skripsi

Oleh

**SUNARTI R. HUSAIN
NIM. 931 410 265**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Tineke Wolok, ST.,MM.
NIP. 19730523 200604 2002

Pembimbing II



Zulfia K. Abdussamad,SE.,M.Si
NIP. 19790925 200501 2001

**Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen**



Drs. Maha Atma Kadji, M.Si
NIP. 19660113 200312 1 001

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan dunia pemasaran saat ini, banyak perusahaan bersaing dalam memasarkan produk atau jasa yang dimilikinya. Semua perusahaan yang bergerak dalam dunia bisnis berlomba-lomba untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan jumlah konsumen pada produk yang mereka hasilkan. Begitu juga dengan PT. Pegadaian, dalam rangka mencapai tujuannya untuk meningkatkan jumlah konsumen sangat perlu memperhatikan strategi pemasaran yang dilakukan, hal ini dimaksudkan untuk mengatasi persaingan dengan lembaga perusahaan lainnya, agar mampu meningkatkan jumlah konsumen. Disamping itu PT. Pegadaian juga bertujuan agar tetap eksis dalam dunia bisnis. Agar tercapai maksud dan tujuan perusahaan, harus dapat mengelola lembaga perusahaan tersebut secara efektif dan efisien.

Banyak usaha perorangan yang mencoba menyalurkan dana atau kredit kepada masyarakat, tetapisering kali menimbulkan kerugian karena bunga yang mungkin terlalu tinggi. Istilah kredit bukan hal yang asing lagi dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Berbagai macam transaksi sudah banyak dijumpai seperti jual beli barang

dengan cara kreditan. Jual beli tersebut tidak dilakukan secara tunai (kontan), tetapi pembayaran harga barang dilakukan dengan angsuran. Selain itu banyak jugamasyarakat yang menerima kredit dari koperasi maupun bank untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Pemerintah menyalurkan fasilitas kepada masyarakat yang membutuhkan melalui lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Salah satu lembaga keuangan yang memberikan layanan pemberian pinjaman kepada masyarakat adalah perusahaan umum pegadaian. Perusahaan umum pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana kepada masyarakat.

PT. Pegadaian sebagai salah satu lembaga keuangan non perbankan yang memiliki peranan yang cukup penting demi terwujudnya kesejahteraan masyarakat, perlu lebih memusatkan perhatian pada pelanggan atau pemakai jasa gadai. Untuk mencapai kesejahteraan masyarakat dengan tanpa melupakan tujuan perusahaan PT. Pegadaian dalam mencari keuntungan, adanya kepekaan terhadap pemberian pelayanan yang berkualitas menjadi syarat mutlak demi kelangsungan perusahaan.

PT. Pegadaian memberikan alternatif penyelesaian termudah bagi peminjam dalam membayar kredit. Selalu ada kesempatan bagi nasabah atau konsumen untuk memperpanjang masa pinjaman,

mencicil uang pokok atau membayar bunga pinjaman. Kemudahan ini membuat pegadaian lebih fleksibel dibandingkan pinjaman bank. Pinjaman bank relatif lebih sulit untuk diperpanjang atau untuk dinegosiasikan peninjauan ulang pembayarannya. Jika nasabah melakukan upaya pelunasan kredit dan tidak pula memperpanjang umur kredit, perum pegadaian akan melelang barang gadai.

Pada PT. Pegadaian dikenal dengan KCA (Kredit Gadai Cepat dan Aman), adalah kredit dari Perum pegadaian dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah. Permohonan kredit tidak perlu membuka rekening, memiliki deposito, atau cara lain yang menyulitkan. Hanya dalam waktu 15 menit, dana yang diinginkan sudah tersedia walaupun sifat dari pinjaman yang memiliki jangka waktu pendek, berkisar antara 3 sampai 6 bulan dan dalam jumlah nominal yang kecil, akan tetapi keberadaannya sangat membantu masyarakat dibandingkan dengan lembaga perbankan atau praktek-praktek ijon atau rentenir, lintah darat, pegadaian gelap, riba dan pinjaman tidak wajar lainnya.

Tingkat persaingan sistem kredit antara Pegadaian dengan lembaga keuangan lainnya akan semakin ketat terutama pada bank. Bank yang memang terkenal sejak dulu sebagai penyalur dana tetap menjadi pesaing utama untuk pegadaian. Tetapi menggunakan alternatif pegadaian sebenarnya lebih aman dan menguntungkan dibandingkan dengan menggunakan jasa bank, para pelepas uang atau rentenir.

Apalagi jika kebutuhan modal kerja yang hanya di bawah 15 hari maka pegadaian merupakan salah satu sumber pendanaan yang sangat cocok. Karena pegadaian menghitung sewa modal (bunga) setiap 15 hari dan bunganya berkisar 1% hingga 1,6 % per 15 hari tergantung besarnya pinjaman.

Jika diperbandingkan, maka kecepatan pencairan dana yang kita butuhkan umumnya lebih cepat dibandingkan dengan bank, tetapi sampai saat ini usaha gadai sebagian besar hanya masyarakat perkotaan saja yang banyak mengetahui atau paling dominan dalam memanfaatkan Pegadaian dibandingkan dengan masyarakat pedesaan bahkan masih ada kota-kota kecil atau kampung-kampung lainnya yang belum mengenal pegadaian dan justru belum mengetahui sama sekali bagaimana cara memanfaatkan pegadaian.

Untuk mengetahui besarnya pelayanan yang telah diberikan oleh PT. Pegadaian Gorontalo Selatan kepada masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mendesak mereka, berikut ini disajikan tabel 1.1 tentang perkembangan jumlah nasabah PT. Pegadaian Gorontalo Selatan dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2013 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah nasabah PT. Pegadaian Gorontalo Selatan Tahun 2011-2013.

Tahun	Jumlah Nasabah	Presentase Perubahan (%)
2011	4. 296Orang	49%
2012	3. 569 Orang	27 %
2013	3. 151 Orang	24%

Sumber : PT. Pegadaian Gorontalo Selatan Tahun 2014

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah pada PT. Pegdaian Gorontalo Selatan Terus mengalami perubahan selama 3 tahun terakhir, pada tahun 2011 jumlah nasabah mencapai 4.296 orang dengan presentase perubahannya 49%, sedangkan pada tahun 2012 jumlah nasabah turun menjadi 3.569 orang dengan presentase perubahan 27%, dan yang mengalami penurunan jumlah nasabah terbesar pada tahun 2013 yakni hanya mencapai 3.151orang. Dari penurunan nasabah ini berikut akan disajikan jumlah kredit yang telah di salurkan oleh PT. Pegadaian Gorontalo Selatan selama tiga tahun terakhir.

Berikut jumlah uang pinjaman pada PT. Pegadaian tahun 2011–2013 tersaji pada tabel 1.2 sebagai berikut :

**Tabel 1.2 Jumlah Uang Pinjaman Pada PT. Pegadaian Gorontalo
Selatan Tahun 2011 – 2013**

Tahun	Jumlah Pinjaman (Rp)	Presentase Perubahan (%)
2011	56.401.802.000	35%
2012	57.770.798.000	37%
2013	51.756.554.000	28%

Sumber : PT Pegadaian Gorontalo Selatan 2014

Seiring dengan penurunan jumlah nasabah selama 3 tahun terakhir maka jumlah kredit yang disalurkan juga terus berkurang, hal ini dapat dilihat pada tabel 1.2 diatas dimana selama 3 tahun terakhir jumlah kredit yang disalurkan oleh pihak PT. Pegadaian selalu mengalami penurunan, pada tahun 2011 jumlah pinjaman hanya mencapai Rp 56.401.802.000 dengan presentase perubahannya 35%, dan pada tahun 2012 jumlah pinjaman meningkat menjadi Rp 57.770.798.000 meskipun jumlah nasabahnya menurun tetapi nilai pinjamannya meningkat dengan presentase perubahan 37%, namun pada tahun 2013 jumlah pinjaman kembali mengalami penurunan yang terbesar yakni hanya mencapai Rp 51.756.554.000.

Dari uraian data diatas, menunjukkan bahwa terjadi kesenjangan antara harapan dan kenyataan diantaranya harapan untuk meningkatkan jumlah konsumen dalam setiap tahunnya belum

tercapai, dengan kenyataannya hanya mengalami penurunan jumlah konsumendalam setiap tahunnya, maka peneliti menyimpulkan bahwa PT. Pegadaian masih sangat perlu diadakan strategi pemasaran yang lebih efektif, guna untuk meningkatkan jumlah konsumen, baik dengan cara lebih mempromosikan lagi tentang jasa-jasa yang ditawarkan dalam PT. Pegadaian.

Berdasarkan hal yang ditemukan diatas mendorong peneliti untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan promosi menggdaikan barang pada PT. Pegadaian. Maka penulis perlu meneliti tentang **“Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Konsumen Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kota Gorontalo Selatan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah maka masalah yangdihadapi adalah sebagai berikut :

1. Perlunya promosi untuk meningkatkan jumlah konsumen.
2. Masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui bagaimana cara menggadaikan barang di PT. Pegadaian.
3. Masih banyak masyarakat yang malu untuk datang ke kantorpegadaian.
4. Konsumen masih menganggap Bank lebih baik dari Pegadaian.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak terlalu luas, maka penulis hanya membatasi pembahasan hanya pada:

1. Promosi PT. Pegadaian terhadap konsumen.
2. PT. Pegadaian sebagai alternatif kredit selain bank.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka masalah dapat dirumuskan : *Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan jumlah konsumen ?*

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaruh promosi PT. Pegadaian terhadap peningkatan jumlah konsumen.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diberikan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai salah satu sarana untuk menambah wawasan berfikir bagi penulis dalam membuat karya tulis.
2. Sebagai bahan masukan bagi PT. Pegadaian untuk terus mempertahankan apa yang telah merupakan daya tarik masyarakat dalam memanfaatkan jasa gadai, serta lebih memperbanyak promosi guna untuk meningkatkan jumlah konsumen.
3. Sebagai bahan informasi bagi pihak yang memerlukannya untuk penelitian yang sama.