

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kegiatan sehari-hari uang selalu saja dibutuhkan untuk membeli atau membayar berbagai keperluan. Kadangkala terjadi masalah dimana kebutuhan yang ingin dibeli tidak dapat dicukupi dengan uang yang dimiliki. Jika terjadi hal demikian maka kita terpaksa harus mengurangi membeli berbagai keperluan yang dianggap tidak penting, namun untuk keperluan yang sangat penting terpaksa harus dipenuhi dengan berbagai cara seperti meminjam dari berbagai sumber dana yang ada. Jika kebutuhan dana jumlahnya besar maka dalam jangka pendek sulit untuk dipenuhi apalagi jika harus dipenuhi lewat lembaga perbankan. Namun jika dana yang dibutuhkan relatif kecil tidak jadi masalah karena banyak tersedia sumber dana yang murah dan cepat mulai dari pinjaman ke tetangga, tengkulak sampai pinjaman dari berbagai lembaga keuangan lainnya. (Rosa, Abdilla dan Yendra, 2017)

Bagi mereka yang memiliki barang-barang berharga, kesulitan akan dapat segera dipenuhi dengan menjual barang berharga sehingga sejumlah uang yang diinginkan dapat terpenuhi. Namun resikonya barang yang telah dijual akan hilang dan sulit untuk kembali. Kemudian jumlah uang yang diperoleh terkadang lebih besar dari yang diinginkan sehingga mengakibatkan pemborosan. Untuk mengatasi kesulitan di atas dimana kebutuhan dana dapat dipenuhi tanpa kehilangan barang-barang berharga maka masyarakat dapat menjaminkan barang-barangnya ke

lembaga tertentu. Barang yang dijaminkan tersebut pada waktu tertentu dapat ditebus kembali setelah masyarakat melunasi pinjamannya. Kegiatan menjaminkan barang-barang berharga untuk memperoleh sejumlah uang dan dapat ditebus kembali setelah jangka waktu tertentu disebut dengan nama usaha gadai. (Rosa, Abdilla dan Yendra, 2017)

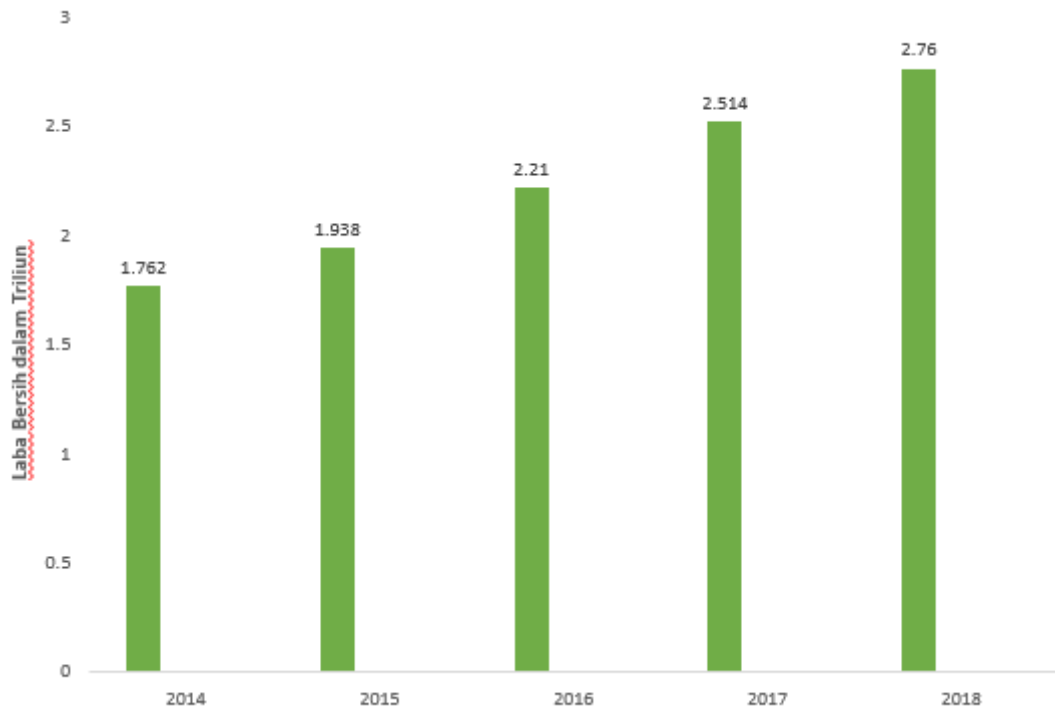
Dengan usaha gadai masyarakat tidak perlu takut kehilangan barang-barang berharganya dan jumlah uang yang diinginkan dapat disesuaikan dengan harga barang yang dijaminkan. Perusahaan yang menjalankan usaha gadai disebut perusahaan pegadaian dan secara resmi satu – satunya usaha gadai di Indonesia hanya dilakukan oleh Pegadaian. Tujuan utama usaha pegadaian untuk mengatasi agar masyarakat yang sedang membutuhkan uang tidak jatuh ke tangan rentenir yang bunganya relatif tinggi. Meminjam uang ke pegadaian bukan saja karena prosedurnya mudah dan cepat tapi karena biaya yang dibebankan lebih ringan jika dibandingkan dengan rentenir. Hal ini dilakukan sesuai moto Pegadaian “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”. Selain prosedurnya mudah dan cepat, keuntungan lain di pegadaian adalah pihak pegadaian tidak mempermasalahkan untuk apa uang digunakan dan hal ini bertolak belakang dengan perbankan yang harus dibuat serinci mungkin tentang penggunaan uang. (Rosa, Abdilla dan Yendra, 2017)

Pegadaian merupakan sebuah lembaga keuangan nonbank yang memberikan pinjaman adalah sebuah BUMN sektor keuangan Indonesia yang bergerak pada tiga lini bisnis perusahaan yaitu pembiayaan, emas dan aneka jasa. Perkembangan saat ini terdapat dua jenis pegadaian yaitu pegadaian konvensional dan pegadaian syariah. Sebenarnya kedua jenis pegadaian tersebut tidak terlalu

beda jauh namun memang ada beberapa hal yang bertolak belakang sehingga perlu ada beberapa hal yang harus disesuaikan terlebih dahulu. Pada dasarnya produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan untuk memperoleh jasa dengan sistem bagi hasil. Pegadaian Syariah (*Rahn*) dalam pengoperasiannya bersifat bagi hasil (*mudharabah*). Setelah melalui kajian panjang akhirnya disusun konsep pendirian Unit Layanan Gadai Syariah sebagai langkah awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan unit syariah. (Rosa, Abdilla dan Yendra, 2017)

Menurut kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150, gadai adalah hak yang diperoleh seorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak. Barang bergerak tersebut diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh seorang yang mempunyai utang atau seorang lain atas nama orang yang mempunyai utang. Seorang yang berutang tersebut memberikan kekuasaan kepada orang berpiutang untuk menggunakan barang bergerak yang telah diserahkan untuk melunasi utang apabila pihak yang berutang tidak dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo. (Diana, 2017)

Sedangkan makna gadai syariah (*Rahn*) yaitu penguasaan barang milik peminjam oleh pemberi pinjaman sebagai jaminan. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan/ atau bagi hasil. (Mardani, 2014).

GAMBAR 1.1**LABA BERSIH PEGADAIAN TAHUN 2014-2018**

Sumber: Pegadaian.co.id dan Kontan.co.id

Berdasarkan gambar 1.1 di atas, bahwa perkembangan laba bersih Pegadaian dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari perkembangan dari tahun ke tahun yang mana pada tahun 2014 laba bersih sebesar 1,762 triliun, lalu pada tahun 2015 laba bersih sebesar 1,958 triliun, lalu pada tahun 2016 mengalami peningkatan sehingga laba bersih sebesar 2,21 triliun, dan mengalami peningkatan kembali pada tahun 2017 laba bersih sebesar 2,51 triliun.

Direktur Pemasaran dan Pengembangan Produk Pegadaian Harianto Widodo mengatakan, hingga Oktober 2018, Pegadaian meraih laba bersih sebesar Rp 2,5 triliun, atau naik 19% dari tahun lalu sebesar Rp 2,1 triliun. Perolehan

tersebut hampir mendekati target laba tahun 2018 yaitu Rp 2,7 triliun. (Kontan.co.id)

Direktur Utama Pegadaian Sunarso mengatakan, kenaikan laba bersih tersebut ditopang oleh melonjaknya pendapatan Pegadaian sebesar Rp 7,54 triliun, sementara beban usaha tercatat sebesar Rp 5,01 triliun. (Kontan.co.id)

“Hal ini membuktikan bahwa perseroan masih dipercaya masyarakat, walaupun perusahaan gadai swasta terus berkembang. Tingginya kepercayaan nasabah terhadap pelayanan Pegadaian, membuat Pegadaian terus meningkatkan jangkauan layanan,” kata Sunarso. (Kontan.co.id)

Di Surabaya sudah berkembang Pegadaian Syariah disamping Pegadaian Konvensional yang tersebar dalam beberapa cabang yakni 9 Cabang Pegadaian Konvensional dan 3 Cabang Pegadaian Syariah yang membawahi 53 Unit Pegadaian Konvensional dan 18 Unit Pegadaian Syariah. Salah satunya adalah Cabang Pegadaian Kalianyar dan Cabang Pegadaian Syariah Babakan. Masyarakat lebih mengenal pegadaian konvensional daripada pegadaian syariah karena pegadaian konvensional telah berdiri lebih dulu daripada pegadaian syariah. Dari kasat mata masyarakat lebih dominan menggadaikan barangnya di pegadaian konvensional daripada pegadaian syariah tapi ada juga masyarakat yang lebih memilih menggadaikan barangnya di pegadaian syariah. Ada beberapa perbedaan antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah salah satunya dilihat dari jumlah nasabah yang melakukan transaksi pada setiap bulannya. Dapat dilihat dari tabel jumlah konsumen dibawah ini:

TABEL 1.1
TOTAL TRANSAKSI JASA PEGADAIAN KONVENSIONAL CABANG
KALIANYAR TAHUN 2018

PRODUK	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGT	SEP	OKT	NOV	DES
GADAI												
KCA	2491	2517	2466	2500	2456	2311	2394	2393	2408	2457	2434	2416
GADAI PRIMA	0	0	0	0	0	30	24	31	53	55	64	63
GTE	0	0	0	0	0	0	0	14	9	5	5	7
MIKRO												
KRASIDA	52	50	58	58	53	51	57	56	59	47	51	46
KREASI	56	52	52	49	49	49	42	45	46	44	45	47
MULIA	27	26	21	21	21	19	22	30	27	23	18	24
EMASKU	31	30	30	36	36	38	42	37	32	26	25	29
ARRUM HAJI	4	4	4	4	4	4	6	6	8	8	8	8
KREASI MULTI GUNA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	7	7
UMI	5	5	6	10	15	17	22	24	26	28	27	26
AMANAHAH	7	7	6	6	7	7	8	9	10	11	11	13

TABEL 1.2
TOTAL TRANSAKSI JASA PEGADAIAN SYARIAH CABANG
BABAKAN TAHUN 2018

PRODUK	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGT	SEP	OKT	NOV	DES
GADAI												
RAHN	1.448	1.167	1.297	1.322	1.288	1.008	1.332	1.231	1.151	1.258	1.209	1.143
RAHN BISNIS	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
MIKRO												
AMANAH	5	1	2	2	7	2	4	5	8	4	4	7
ARRUM	0	1	2	4	4	1	1	1	0	1	1	3
ARRUM EMAS BARU	5	6	0	8	4	6	5	4	6	7	7	17
ARRUM HAJI	3	2	1	11	2	5	4	1	9	0	0	2
EMASKU	0	0	3	4	0	0	1	1	0	0	0	0
EMASKU ULTIMATE SYARIAH	0	4	0	26	10	11	9	0	1	0	0	6
HASAN	8	17	0	2	0	0	4	30	25	18	18	19
MULIA BARU	0	4	3	19	31	14	22	1	0	0	0	0
MULIA ULTIMATE SYARIAH	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	4
RAHN FLEXI	8	17	9	19	31	14	22	28	30	43	43	92

Dari kedua tabel diatas dapat kita lihat perbedaan jumlah nasabah paling mencolok pada transaksi produk gadai. Hal ini disebabkan karena produk gadai merupakan produk utama dari Pegadaian diikuti oleh perkembangan produk dalam bidang pembiayaan mikro dan aneka jasa. Selain itu, perbedaan ragam produk dari kedua jenis Pegadaian ini dapat kita lihat dimana pada Pegadaian Konvensional Cabang Kalianyar memiliki 3 produk gadai dan 8 produk mikro yang ditawarkan

kepada calon nasabah/nasabah. Sedangkan pada Pegadaian Syariah Cabang Babakan memiliki 2 produk gadai dan 10 produk mikro yang ditawarkan kepada calon nasabah/nasabah. Munculnya pesaing sejenis seperti lembaga gadai swasta tentunya akan mempengaruhi calon nasabah dalam memilih dan memilah manakah perusahaan yang dijadikan tujuan oleh calon nasabah sebagai alat pemenuhan kebutuhannya dalam hal pembiayaan dengan sistem gadai. Dalam hal ini, perumusan dan perancangan produk yang tepat dan dapat memenuhi kebutuhan pasar yang akan memenangkan persaingan dalam mempertahankan serta memperluas pasar sasaran. Produk sangat erat kaitannya dengan harga yang ditetapkan. Dengan munculnya pesaing-pesaing sejenis akan diikuti dengan banyaknya pembandingan variasi harga penetapan harga, sehingga dalam hal ini penetapan harga yang tepat sangat dibutuhkan dalam perumusan bauran pemasaran.

Keberhasilan perkembangan produk agar diterima oleh pasar merupakan bagian dari promosi yang merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Pengenalan produk kepada pasar dapat dilakukan dengan berbagai cara yakni melalui pemasangan iklan, brosur, spanduk, atau melalui jalinan kerjasama dalam event tertentu, atau melakukan pengenalan produk secara personal kepada calon nasabah dengan tujuan menambah penjualan.

Selain itu, pegadaian sebagai pelopor lembaga gadai di Indonesia tentu perumusan dan pengembangan lokasi yang mudah dikunjungi serta memenuhi kepuasan nasabah juga perlu diutamakan. Menjadikan lokasi sebagai hal penunjang terjadinya transaksi, promosi atau pengenalan produk tentu akan meningkatkan

penjualan produk tidak hanya pada produk utama yakni gadai, melainkan seluruh produk yang ditawarkan baik produk utama maupun produk pengembangan dan aneka jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian di atas, dalam penelitian ini akan meneliti kesesuaian teori yang ada dengan fakta dilapangan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, serta melakukan perbandingan terhadap bauran pemasaran. Oleh karena itu, berdasarkan kajian secara empiris dan teoritis maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“STUDI KOMPARASI BAURAN PEMASARAN PADA PEGADAIAN KONVENSIONAL DAN PEGADAIAN SYARIAH (Studi Kasus Pegadaian Konvensional Cabang Kalianyar dan Pegadaian Syariah Cabang Babakan Surabaya)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan produk antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah?
2. Apakah terdapat perbedaan harga antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah?
3. Apakah terdapat perbedaan promosi antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah?
4. Apakah terdapat perbedaan lokasi antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan produk antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan harga antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan promosi antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan lokasi antara Pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk mendukung penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan elemen bauran pemasaran.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi Pegadaian bisa memberikan informasi atau masukan terhadap masalah yang dihadapi serta memberikan bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijaksanaan bauran pemasaran selanjutnya.
 - b. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya untuk program studi ilmu administrasi bisnis yang berkaitan dengan perbandingan bauran pemasaran suatu perusahaan.