

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang ini, terdapat berbagai macam bentuk bisnis yang telah berkembang baik itu pada perusahaan swasta maupun pemerintahan (BUMN). Hal ini tentunya menimbulkan persaingan yang ketat pada dunia perindustrian untuk menciptakan peluang bisnis yang besar. Industri emas merupakan salah satu sektor industri yang saat ini sedang berkembang. Dimana emas salah satu investasi untuk jangka panjang. Emas juga bentuk investasi yang sangat mudah untuk dilakukan di antara investasi yang lainnya. Beragam jenis emas yang telah beredar diantaranya mulai dari logam mulia, perhiasan (cincin, liontin, gelang, dan sebagainya).

Secara umum kebanyakan masyarakat mengetahui bahwa Pegadaian hanya menyediakan sistem Gadai. Hal ini terjadi karena kebanyakan masyarakat yang berhubungan dengan lembaga ini hanya melakukan gadai barang yang mereka miliki sebagai jaminan untuk memperoleh pinjaman uang. Jika diketahui secara mendalam, Pegadaian juga menyediakan jasa tabungan emas, gadai emas dan barang, pinjaman uang untuk membuka usaha, serta cicilan emas. Jasa yang ditawarkan lembaga BUMN ini tentunya bisa membantu dalam sektor ekonomi.

Pegadaian adalah lembaga keuangan (kredit) berbasis gadai. Kementerian BUMN mengawasi bisnis Pegadaian. Tanggung jawab utama Pegadaian adalah mengisi kesenjangan pendanaan dengan menawarkan pinjaman berdasarkan hukum

gadai. Dalam penstabilan ekonomi, sehingga Pegadaian dapat menjadi lembaga yang tepat bagi masyarakat. Adapun produk – produk pada pegadaian yaitu:

Tabel 1.1
Daftar Nama Produk Pegadaian

No	Produk
1.	Pegadaian Cicil Emas
2.	Pegadaian Syariah Gadai Sertifikat Tanah
3.	Pegadaian Syariah Porsi Haji
4.	Pegadaian Cicil Haji
5.	Pegadaian Pinjaman Usaha
6.	Pegadaian Kur Syariah

Sumber: pegadaian CP Bukit Bestari

Cicil emas merupakan cara pembelian emas dengan secara tidak tunai, pembelian emas dilakukan dengan cara angsuran. Untuk cicilan emas dibutuhkan jangka waktu yang lama untuk melihat keuntungan yang didapatkan. Dengan berkembangnya zaman emas bukan lagi digunakan hanya untuk perhiasan, namun juga bisa digunakan untuk investasi dimana sewaktu-waktu bisa untuk dijual bila diperlukan. Pada cicilan emas sistem pembayaran dilakukan setiap bulannya hingga waktu yang telah ditentukan atau disepakati pada awal melakukan cicilan. Cicilan emas mempermudah bagi nasabah untuk mendapatkan emas, namun bisa dengan sistem cicilan. Emas per gram tidak akan sama harganya untuk setiap hari, karena harga emas sewaktu-waktu akan berubah. Sehingga akan memungkinkan terjadinya harga jual dan harga beli itu berbeda. Adapun nasabah yang melakukan pembelian cicilan emas pada tahun 2022 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Nasabah Yang Melakukan Cicilan Emas

Bulan	Jumlah Nasabah
Januari	1
Februari	0
Maret	1

April	0
Mei	1
Juni	7
Juli	5
Agustus	5
September	30
Oktober	30
November	6
Desember	20
Total	106

Sumber: Pegadaian CP Bukit Bestari, 2022

Dapat dilihat dari tabel 1.2 ada beberapa nasabah telah melakukan pembelian cicilan emas sejak bulan Januari hingga Desember. Pada awal bulan Januari hingga bulan Mei, jumlah nasabah yang membeli cicilan emas masih sangat minim. Hal ini tentunya, pada awal tahun 2022 sedang dalam perbaikan ekonomi dikarenakan adanya covid-19 sekitar lebih kurang dua tahun. Namun mulai terjadi peningkatan pada bulan Juni hingga Desember adanya peningkatan nasabah dalam menggunakan cicilan emas, hal ini dikarenakan menjelang lebaran sehingga nasabah melakukan cicilan emas. Namun mengalami penurunan kembali pada bulan November hal ini dikarenakan kurangnya nasabah yang ingin melakukan pembelian dengan sistem angsuran atau cicilan.

Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian, tentunya konsumen akan terlebih dahulu meninjau kebutuhan yang diperlukan sebelum menentukan keputusan akhir. Banyaknya berbagai macam produk menjadi daya saing terhadap produk cicilan emas, sehingga nasabah akan mempertimbangkan kembali terkait produk yang benar - benar diperlukan. Tentunya sebelum memutuskan pembelian, nasabah akan mencari tahu terlebih dahulu terkait produk yang akan dipilihnya baik

dari keuntungan, manfaat, serta keunggulan yang didapatkan pada produk, sehingga menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian.

Banyaknya pemakaian pada suatu produk tentunya tidak lepas dari promosi. Secara tidak langsung promosi menjadi interaksi antara pihak perusahaan dan konsumen. kurangnya informasi yang diberikan kepada konsumen, sehingga membuat konsumen kurang mengetahui terkait produk cicilan emas. hal ini bisa menjadi pertimbangan bagi pihak perusahaan mengenai ini. Di Dalam promosi tentunya berpengaruh terhadap konsumen, dimana di dalam promosi pihak perusahaan bisa menjelaskan mengenai manfaat yang didapatkan, kualitas pada produk, keunggulan pada produk sehingga menjadi nilai plus yang bisa didapatkan bagi perusahaan. Dengan demikian tentunya menjadi pertimbangan nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan produk cicilan emas. hasil penelitian Solihin (2020) menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Anggraini et.al (2020) menyatakan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Prilano et.al (2020) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Jika mendengar kata emas, tentunya orang akan berpikir terkait harga jualnya. Kebanyakan orang awam berfikir untuk mendapatkan emas tentunya harus dengan pembayaran secara tunai. Tidak hanya tunai namun, harga emas juga mahal bila dipantau setiap harinya selalu berubah-ubah. Pandangan konsumen mengenai hal ini, tentunya akan menjadi pertimbangan konsumen untuk memutuskan penggunaan produk cicilan emas. tidak jarang, ada konsumen takut untuk

melakukan pembelian emas cicilan karena beranggapan dalam pembayaran cicilan tergantung dengan harga emas saat itu juga. Pada penelitian Dzulkharnain (2020) menyatakan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Cahya et.al (2018) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Abdilla dan Husni (2018) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kurangnya pemahaman nasabah terkait cicilan emas, membuat minimnya daya tarik transaksi pada cicilan emas. Dimana yang kita ketahui emas adalah investasi jangka panjang bila mana untuk mendapatkan keuntungan. Di sistem cicilan emas, barang yang dicicil belum bisa diambil dalam bentuk benda sebelum transaksi cicilan telah terselesaikan. Hal ini tentunya akan menjadi pertimbangan nasabah, untuk menggunakan sistem nyicil. Banyaknya pilihan produk pada Pegadaian CP Bukit Bestari yang lebih menguntungkan, tentunya daya tarik terhadap cicilan emas menjadi berkurang. Penelitian Juhaidilah (2019) menyatakan bahwa daya tarik mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian Jacob et.al (2018) menyatakan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian Permatasari (2019) menyatakan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cicilan Emas Pegadaian CP Bukit Bestari.**



1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka terdapat masalah yang diteliti antara lain:

1. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Pegadaian CP Bukit Bestari terhadap cicilan emas.
2. Pertimbangan mengenai persepsi harga bagi konsumen Pegadaian CP Bukit Bestari terhadap keputusan pembelian.
3. Minimnya daya tarik konsumen pada cicilan emas Pegadaian CP Bukit Bestari.
4. Sistem penjualan cicilan emas masih mengalami naik turun atau tidak stabil.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, dapat dibuat beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada cicilan emas Pegadaian CP Bukit Bestari.
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada cicilan emas Pegadaian CP Bukit Bestari.
3. Apakah daya tarik berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada cicilan emas Pegadaian CP Bukit Bestari.
4. Apakah promosi, persepsi harga, dan daya tarik berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada cicilan emas Pegadaian CP Bukit Bestari.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini akan dilakukan pada masalah yang terkait dengan keputusan pembelian pada cicilan emas pegadaian cp bukit bestari dan beberapa variabel yang mempengaruhinya. Beberapa variabel dibatasi pada variabel Promosi (X1), Persepsi Harga (X2), dan Daya Tarik (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada cicilan emas Pegadaian CP Bukit Bestari.

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada cicilan emas Pegadaian CP Bukit Bestari.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada cicilan emas Pegadaian CP Bukit Bestari.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik terhadap keputusan pembelian pada cicilan emas Pegadaian CP Bukit Bestari.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, persepsi harga, dan daya tarik terhadap keputusan pembelian pada cicilan emas Pegadaian CP Bukit Bestari.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi teori-teori dan konsep penelitian yang terkait. Bagaimana meningkatkan promosi, persepsi harga, dan daya tarik terhadap keputusan pembelian yang efektif dan efisien.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, yaitu sebagai sarana memperdalam ilmu pengetahuan dan menambah wawasan di bidang pemasaran serta pengalaman baru dalam hal penelitian
- b. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji, yaitu sebagai referensi sehingga menjadi penambah wawasan dan membantu penelitian selanjutnya
- c. Bagi perusahaan yang bersangkutan, yaitu diharapkan memberikan informasi terkait kebutuhan konsumen atau nasabah, maka perusahaan yang diteliti dapat mengetahui dan meningkatkan apa saja yang harus dikembangkan oleh perusahaan untuk masa yang akan datang
- d. Bagi peneliti selanjutnya, yaitu diharapkan dapat bermanfaat dan memberi kontribusi sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya
- e. Sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Maritim Raja Ali Haji

1.7 Sistematika Penelitian

Dalam sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis agar mempermudah para pembaca dalam memahami penulisan dalam penelitian ini. masing- masing bab secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Bab pertama menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Bab dua kajian pustaka menguraikan tentang penjelasan teori dari masing-masing variabel penelitian, dan dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, pengembangan hipotesis, dan hipotesis penelitian.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga terdiri metodologi penelitian menguraikan tentang variabel- variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, populasi dan penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan

data serta metode analisis data yang dipergunakan pada penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menguraikan tentang data penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian data tersebut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian penulis dan saran serta masukan penulis.

