

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masing-masing orang memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi baik berupa kebutuhan materi maupun non materi. Kondisi ekonomi masing-masing orang pasti jelas berbeda ada yang berkecukupan dan ada yang kekurangan. Sebagian besar orang-orang saat ini sedang mengalami masalah keuangan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sehingga mau tidak mau mereka harus terpaksa meminjam ataupun menjual barang berharga yang mereka miliki untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Memenuhi kebutuhan dengan cara meminjam adalah cara yang mungkin banyak dilakukan oleh seseorang, tetapi apabila kebutuhan dana dalam jumlah besar, tidak memungkinkan mereka bisa melunasi dalam waktu jangka pendek, terutama dalam lembaga perbankan. Namun jika dana yang dibutuhkan dalam jumlah kecil, mungkin bisa meminjam ke saudara, orang-orang terdekat dan lembaga keuangan lainnya. Bagi seseorang yang memiliki barang berharga apabila mengalami masalah keuangan bisa dengan cara menjual barang berharga tersebut. Akan tetapi resiko yang didapat adalah barang akan hilang dan sulit untuk dimiliki kembali.

Untuk mengatasi masalah keuangan yang banyak terjadi saat ini, ada cara lain yang bisa digunakan tanpa harus meminjam maupun menjual barang berharga untuk memperoleh sejumlah uang, yaitu dengan menjaminkan barang berharga yang mereka miliki. Seseorang menggunakan jasa perusahaan *financial* untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satu

yang ditawarkan saat ini untuk keluar dari masalah keuangan adalah dengan memanfaatkan jasa gadai.

Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang yang berpiutang lainnya, dengan mengecualikan biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkan setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana yang harus didahulukan. Lebih tepatnya gadai adalah suatu *alternative* yang bisa digunakan untuk mendapatkan uang dengan memberikan barang jaminan milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterima, dan barang yang dijaminakan harus bernilai ekonomis, sehingga pihak lembaga yang menahan barang jaminan tersebut memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian hutang si peminjam.

PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan yang berlokasi Jl. Basuki Rahmad No. 34 Kota Lamongan menerima jasa gadai. PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan menjadi pertimbangan bagi masyarakat dalam memperoleh pembiayaan dengan dua jangka waktu pinjaman yaitu jangka pendek dan jangka panjang tergantung permintaan dan kesanggupan dari nasabah yang ingin melakukan pinjaman dengan memberikan agunan atau gadai barang dari para nasabah tersebut. Tujuan utama jasa gadai adalah untuk mengatasi masalah keuangan masyarakat agar masyarakat tidak jatuh ketangan rentenir maupun lainnya yang memiliki

bunga relatif tinggi. Lembaga pegadaian mempunyai kelebihan tersendiri dibandingkan lembaga keuangan lainnya. Kelebihan yang dimiliki adalah tarif bunga pinjaman yang relatif kecil dibandingkan lembaga keuangan lainnya.

Untuk mengurangi resiko pembiayaan, pegadaian wajib melakukan penilaian atau penaksiran terhadap barang yang akan digadaikan oleh calon nasabah. Dalam penilaian barang gadai, pihak pegadaian melakukan sendiri penilaian dengan pertimbangan harga pasar pada saat itu. Besarnya pinjaman diperoleh 80%-90% dari nilai taksiran. Semakin tinggi nilai taksiran barang gadai, maka semakin tinggi juga uang pinjaman yang diperoleh nasabah.

Tinjauan komprehensif dari beberapa literatur terdahulu menunjukkan ada ketidaksimpulan/inkonsistensi pada studi terdahulu.

Tabel 1.1
Ketidaksimpulan Variabel Promosi

Nama	Hasil
Lisahroni Matondang (2018)	Secara parsial promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.
Ilham (2020)	Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pembiayaan barang gadai emas (Rahn).
Sri Rahma (2021)	Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan gadai emas.
Siti Anisa (2021)	Promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah pegadaian syariah.
Nirlia Okta Wirda, Dkk (2021)	Secara individu promosi tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah gadai emas (rahn) pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram Nagan Raya.
Septhani Eka Putri (2022)	Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariah.

Sumber : Diolah peneliti, 2023

Hasil mapping dari variabel promosi yang peneliti lakukan di atas yang datanya diambil dari enam studi terdahulu menyatakan bahwa, dari empat studi terdahulu menyatakan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dan ada dua studi terdahulu yang menyatakan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Tabel 1.2
Ketidaksimpulan Variabel Nilai Taksiran

Nama	Hasil
Lisahroni Matondang (2018)	Nilai taksiran tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB.
Ayu Seftiani (2018)	Nilai taksiran berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada pembiayaan gadai emas syariah.
Karomatun Ni'mah, Dkk (2020)	Nilai taksiran tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan fasilitas gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Tuban.
Khairunnisah (2021)	Nilai taksiran berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas di Bank Sumut Syariah.
Septhani Eka Putri (2022)	Nilai taksiran berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.

Sumber : Diolah peneliti, 2023

Hasil mapping dari variabel nilai taksiran yang peneliti lakukan di atas yang datanya diambil dari lima studi terdahulu menyatakan bahwa dari tiga studi menyatakan nilai taksiran berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dan ada dua studi terdahulu yang menyatakan nilai taksiran tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas terdapat inkonsistensi terhadap variabel promosi dan variabel nilai taksiran sehingga membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai**

(Studi Kasus PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan oleh peneliti diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan?
2. Apakah nilai taksiran berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan?
3. Apakah promosi dan nilai taksiran berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan?
4. Dari kedua variabel (promosi dan nilai taksiran), manakah variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan.
2. Untuk mengetahui apakah nilai taksiran berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan.

3. Untuk mengetahui apakah promosi dan nilai taksiran berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan.
4. Untuk mengetahui dari kedua variabel (promosi dan nilai taksiran), manakah variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi peneliti selanjutnya, yaitu tentang pengaruh keputusan nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan dilihat dari variabel promosi dan nilai taksiran.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Digunakan sebagai sarana untuk mengaplikasikan antara teori yang didapatkan selama kuliah dengan kenyataan yang ada dilapangan, dan digunakan untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar kesarjanaan di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan.

2. Bagi Universitas Islam Lamongan

Penelitian ini sebagai bentuk terimakasih kepada Universitas yang telah memberikan sarana menuntut ilmu, terutama dalam bidang

manajemen, dan juga penelitian ini akan menambahkan keperpustakaan dibidang ekonomi manajemen dan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan yang berisikan studi perbandingan karya ilmiah agar suatu saat berguna sebagai bahan referensi atau acuan yang mengadakan penelitian dalam bidang yang sama dan untuk menambah wawasan dan pengetahuan khususnya tentang promosi dan nilai taksiran dipegadaian.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat sehingga mengetahui pengaruh keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian (Persero) CP Lamongan dilihat dari variabel promosi dan nilai taksiran serta dapat dipakai sebagai bahan acuan atau sumber informasi bagi semua pihak yang ingin mengadakan penelitian serupa.

4. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak manajemen perusahaan dalam meningkatkan pengendalian internal terhadap siklus pendapatan dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau rekomendasi untuk menyusun strategi lebih lanjut dalam menghadapi persaingan perusahaan.