

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

PT. Pegadaian (Persero) merupakan perusahaan jasa, sebagai perusahaan jasa, pelayanan adalah salah satu ujung tombak untuk menarik pelanggan. Dalam pasar persaingan sempurna, sukses tidaknya sebuah perusahaan jasa tergantung dari keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Sebab jika pelanggan merasa tidak puas kemungkinan akan beralih ke pesaing, hal ini tentu saja akan merugikan perusahaan. Kepuasan dapat diperoleh dengan cara meningkatkan kualitas jasa yang diberikan, dimana tingkat kualitas jasa tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan.¹

Sebagaimana yang dijelaskan dalam Firman Allah dalam surah Ar-Rum/30:39 sebagai berikut:

وَمَا آتَيْتُم مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوًا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوًا عِنْدَ اللَّهِ ^ط وَمَا آتَيْتُم مِّن
زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

Terjemahnya:

Dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)

¹Abdul Basith Junaidy, *Asas Hukum Ekonomi & Bisnis Islam* (Cet. I; Surabaya: Cahaya Intan, 2014), h. 129.

Keberadaan suatu perusahaan Pegadaian ditengah masyarakat menjadi salah satu sumber alternative bagi masyarakat untuk memecahkan masalah ekonomi yang mendesak karena pada dasarnya Pegadaian itu sendiri mempunyai fungsi sebagai upaya khusus untuk menumpas segala macam praktek pinjam-meminjam yang tidak di inginkan seperti ijon, renternir atau pihak lain yang memberikan pinjaman tidak wajar dengan bunga yang sangat tinggi dan merugikan rakyat kecil.²Maka, kehadiran Pegadaian dimasyarakat diharapkan mampu menekan praktik pinjaman yang tidak wajar yang bisa merugikan masyarakat. Saat ini, sesuai perkembangan waktu, Pegadaian dalam memberikan pinjaman kepada masyarakat tidak hanya melayani kredit gadai saja, tetapi juga jasa keuangan lain, seperti kredit berbasis fidusia, pembiayaan investasi emas, dan jasa finansial lainnya.

Produk pada lembaga keuangan salah satunya adalah tabungan akan tetapi, tabungan pada Pegadaian bukan berbentuk uang tetapi berbentuk tabungan emas. Menabung memang sama-sama menyimpan daya beli uang untuk masa yang akan datang. Tetapi di negara seperti Indonesia, ini membutuhkan kehati-hatian ekstra. Kalau pilihan investasi kita ternyata tidak sanggup mengalahkan laju inflasi secara konsisten, maka daya beli yang kita simpan itu akan menguap tanpa kita menikmatinya. Orang dari generasi dahulu mengingatkan anak-anaknya untuk menabung. Hemat pangkal kaya, sedikit demi sedikit lama-lama menjadi bukit, begitulah kata pepatah. Pola hidup sederhana menjadi nilai-nilai moral yang dijunjung tinggi. Munculah berbagai variasi dari kegiatan menabung, menyimpan

²Ridwansyah, *Mengenal Istilah-istilah Dalam Perbankan Syariah* (Cet. I; Aura Anugrah Utama Rahaja, Bandar Lampung, 2012), h. 38.

uang dibawah bantal, menyimpan dicelengan dari bambu, menabung di koperasi, sampai di bank maupun di lembaga keuangan lainnya.³

Generasi milenial juga memberikan daya tarik tersendiri bagi industri perbankan, sehingga saat ini banyak bank yang berkompetisi melakukan inovasi untuk menggapai generasi millennials. Persaingan di industri perbankan menjadi semakin ketat dengan munculnya layanan keuangan yang diluncurkan oleh nonperbankan. Dengan semakin banyaknya pelaku bisnis dalam layanan keuangan ini, maka bank harus melakukan beberapa inovasi yang dapat meningkatkan jumlah konsumen.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Watampone jumlah nasabah masih unggul pada produk tabungan emas dengan jumlah 974 nasabah. Sebagai salah satu produk baru dari Pegadaian maka tabungan emas dari pegadaian memerlukan strategi pemasaran yang tepat guna memperkenalkan produk tabungan emas pada masyarakat luas khususnya generasi milenial. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran.

Pegadaian merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa, segmen pasarnya adalah para nasabah yang membutuhkan dana cepat, oleh karena itu, pelayanan yang baik adalah menjadi hal yang dibutuhkan oleh nasabah. Pelayanan menjadi hal wajib bagi pihak pegadaian untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Pelayanan merupakan suatu cara untuk

³William Tanuwidjaja. *Cerdas Investasi Emas* (Cet. I; Yogyakarta: Media Pressindo, 2009), h. 12.

mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima.⁴

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis ingin meneliti mengenai Harga, kualitas pelayanan pada pegadaian yang dikaji dalam judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Tabungan Emas (Studi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Watampone)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas adapun permasalahan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor harga berpengaruh terhadap penggunaan produk tabungan emas generasi milenial di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Watampone?
2. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap penggunaan produk tabungan emas generasi milenial di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Watampone?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yakni:

- a. Untuk mengetahui faktor harga berpengaruh terhadap penggunaan produk tabungan emas generasi milenial di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Watampone.

⁴Ahmad Ulinuha, “Pengaruh Pelayanan dan Citra Pegadaian Syari’ah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gada Pada Pegadaian Syari’ah Cabang Majapahit Semarang” (Skripsi S1 Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2010), h. 11.

- b. Untuk mengetahui faktor kualitas pelayanan terhadap penggunaan produk tabungan emas generasi milenial di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Watampone.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat dipetik dengan adanya penelitian ini yaitu:

a. Bagi penulis

Sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sastra-1 Jurusan Perbankan Syariah, juga menambah wawasan bagi penulis untuk berfikir secara kritis dan sistematis serta memperkaya pengetahuan mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk tabungan emas.

b. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran, untuk mengeluarkan produk-produk baru.

c. Bagi pembaca

Dapat mengetahui informasi tentang pegadaian, juga memperkaya pengetahuan bagi pembaca dan bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan bahan referensi.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup merupakan hal yang sangat penting dari suatu penelitian, untuk menghindari melebar dari suatu pembahasan. Dalam penelitian ini mengkaji tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat generasi milenial menggunakan produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang

Watampone. Penelitian ini menggunakan dua variabel dengan klasifikasi yaitu variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) sedangkan dependen (minat generasi milenial menggunakan produk tabungan emas).

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam skripsi ini dibagi dalam 5 bab, masing-masing bab diuraikan sebagai berikut:

- Bab I Pendahuluan berisi tentang uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat peneliti, ruang lingkup penelitian, dan sistematika pembahasan.
- Bab II Kajian pustaka berisi tentang kajian penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pikir dan hipotesis (jika ada).
- Bab III Metode penelitian berisi tentang Jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, subjek dan objek penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.
- Bab IV Hasil dan pembahasan berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan.
- Bab V Penutup berisi tentang kesimpulan dan saran.