

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbagai macam cara dilakukan oleh seseorang untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, baik untuk kebutuhan saat ini maupun kebutuhan di masa depan, hal itu bertujuan untuk spekulasi (berjaga-jaga). Salah satu cara yang banyak dilakukan adalah dengan cara menabung. Menabung merupakan salah satu bentuk investasi untuk masa depan. Kesadaran akan pentingnya investasi membuat orang berbondong-bondong pergi menabung ke Bank sebagai lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dan menyalurkan dana. Padahal menabung tidak hanya dapat dilakukan di Bank saja, salah satu Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) yaitu Pegadaian Syariah juga memiliki produk yang memungkinkan seseorang untuk dapat menabung.

Pegadaian syariah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2011 tentang Perusahaan Perseroan setelah sebelumnya terdapat dua Peraturan Pemerintah yang mengatur Pegadaian syariah yaitu PP Nomor 10 Tahun 1990 tentang perubahan bentuk Perusahaan Jawatan (Perjan) Pegadaian menjadi Perusahaan Umum (Perum) dan PP No 103 Tahun 2000 tentang Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian (Mulazid, 2016: 175).

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2011 pasal 2, Perusahaan Perseroan (Persero) dalam hal ini pegadaian memiliki maksud dan tujuan untuk melakukan usaha di bidang gadai dan fidusia, baik secara

konvensional maupun syariah, dan jasa lainnya di bidang keuangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan terutama untuk masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah, usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya Perseroan dengan menerapkan prinsip perseroan terbatas.

Sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Tahun 2016 tentang usaha pergadaian, PT Pegadaian (Persero) harus melakukan sejumlah aksi untuk beradaptasi dengan kebijaksanaan tersebut. Diantaranya merapikan beberapa bisnis diluar gadai (*rahn*) dan jasa yang diizinkan dalam aturan tersebut. Maka muncullah produk tabungan emas. Hal ini diperkuat dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 77/DSN-MUI/VI/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai yang memutuskan bahwa jual beli emas secara tidak tunai, baik melalui jual beli biasa atau jual beli *murabahah*, hukumnya boleh (*mubah, ja'iz*) selama emas tidak menjadi alat tukar yang resmi (uang).

Tabungan emas ini menarik karena sampai dengan saat ini emas dijadikan simbol kekuasaan dan kekayaan, emas juga dapat menaklukkan inflasi serta fluktuasi nilai tukar. Investasi emas dianggap lebih menguntungkan dibandingkan dengan investasi uang. Emas masih menjadi primadona dalam berinvestasi, hal ini dikarenakan investasi emas memiliki banyak kelebihan, seperti *liquid* (mudah diuangkan) dan utamanya adalah kemampuan emas dalam menaklukkan inflasi. Berapapun tingkat inflasi, harga emas akan mengikutinya. Disaat terjadi kenaikan inflasi, nilai uang itu sendiri menjadi rendah. Hal ini berbanding terbalik dengan

emas yang justru naik lebih tinggi harganya sehingga membuat emas akan semakin berharga. (Tanuwidjaja, 2009: 7)

Meskipun banyak kelebihan, akan tetapi emas juga memiliki kekurangan, yaitu sifatnya yang tidak fleksibel dalam penyimpanan, serta mudah dicuri. Tapi dewasa ini, sistem pengamanan yang lebih maju telah memberikan jalan keluar bagi penyimpanan emas yang aman, yaitu dengan tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero) , dimana tetap bisa berinvestasi emas dengan cara emas dititipkan di pegadaian sehingga tetap aman. (Tanuwidjaja, 2009: 7)

Tabungan emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas jual, beli, dan titip (*murabahah-wadiah*) dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. (<http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php>). Tabungan emas ini semacam *Gold Counter* atau toko emas dimana setiap pembelian emas di toko milik pegadaian syariah akan dilampiri sertifikat jaminan. Dengan sertifikat tersebut masyarakat percaya dan yakin akan kualitas dan keaslian emas yang dibelinya. (Firdaus, 2005: 48-49).

Selain emas itu sendiri memiliki banyak kelebihan, tabungan emas pada PT.Pegadaian (Persero) juga memiliki keunggulan seperti harga yang terjangkau (mulai dari 0,01 gram) dimana per 0,01 gram nya dihargai sebesar Rp 5.920 (per 6 November 2017) serta persyaratan yang mudah yaitu cukup dengan melampirkan foto copy KTP/SIM/Paspor yang masih berlaku. Dengan keunggulan serta kemudahan yang diberikan diharapkan dapat menarik minat masyarakat dari

berbagai kalangan untuk membuka rekening tabungan emas di PT.Pegadaian (Persero) tak terkecuali pelajar atau mahasiswa.

Produk kepemilikan emas semacam tabungan emas juga terdapat di bank-bank syariah dengan nama produk pembiayaan emas atau cicil emas. Produk ini sama-sama bertujuan untuk memberikan keuntungan jangka panjang kepada masyarakat yang mau berinvestasi emas. Akan tetapi pada bank-bank syariah salah satunya Bank Syariah Mandiri, berdasarkan Penelitian Zaenuri Vol.6 No. 2 (November, 2014) dalam jurnal yang berjudul “Konsep Pembiayaan Pemilikan Emas Pada Perbankan Syariah” menjelaskan bahwa pada Bank Syariah Mandiri produk cicil emas mengharuskan nasabah membayar uang muka sebesar 20% yang tidak dapat dicicil. Dengan fakta ini produk tabungan emas di pegadaian syariah dirasa lebih murah dibandingkan produk cicil emas di bank syariah yang sama-sama bertujuan untuk hal kepemilikan emas. Ini menjadi salah satu alasan peneliti mengapa lebih memilih pegadaian syariah daripada bank syariah.

Akan tetapi rupanya segala bentuk keunggulan serta kemudahan tersebut belum sepenuhnya menarik banyak calon nasabah untuk membuka rekening tabungan emas, hal ini terjadi pada salah satu kantor unit PT.Pegadaian (Persero) yaitu PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Mlati yang berada di Jalan Magelang KM 7,2 Nomor 197. Dari hasil wawancara peneliti dengan pengelola unit yaitu Ibu Nurul Laili pada hari Sabtu, 4 November 2017, target nasabah tabungan emas adalah 150 nasabah per bulannya, tetapi target ini belum dapat terpenuhi. Pegadaian Syariah Mlati baru dapat memenuhi kurang lebih 50% dari total target jumlah nasabah per bulannya.

Laku atau tidaknya suatu produk tidak terlepas dari bagaimana produk itu sendiri dipasarkan. Pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang dan meningkatkan keuntungan. Pemasaran adalah sebagai proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai bagi satu sama lain. Sedangkan William J. Stanton mengartikan pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis dalam merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli. (Danupranata, 2013: 39).

Dalam hal pemasaran dibutuhkan sebuah strategi yang tepat supaya produk yang dipasarkan dapat diminati. Strategi pemasaran yang baik adalah strategi yang bermutu yang dibangun karena adanya berbagai proses kajian seperti kajian atas faktor – faktor internal serta faktor – faktor eksternal. (Ferdinand, 2002:107-119). Diharapkan strategi pemasaran yang telah disusun akan meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan emas sehingga dapat meningkatkan pendapatan Pegadaian Syariah Mlati. Dari latar belakang yang telah diuraikan nantinya peneliti akan menganalisis strategi pemasaran tersebut berdasarkan analisis SWOT. Analisis SWOT dipilih karena analisis ini sudah banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan dalam menentukan strategi jangka panjang perusahaannya, teknik analisis ini peneliti anggap sebagai teknik yang efektif.

Penelitian ini penting dilakukan karena selain untuk meningkatkan keuntungan perusahaan juga memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa

menabung emas merupakan kegiatan positif yang murah dan mudah serta memberikan keuntungan finansial jangka panjang. Penting juga diketahui oleh masyarakat bahwa tidak selamanya Pegadaian Syariah hanya dijadikan tempat gadai (*rahn*) saja. Pegadaian Syariah juga memiliki usaha diluar gadai (*rahn*) yaitu produk tabungan emas, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Tabungan Emas pada Pegadaian Syariah Mlati Berdasarkan Analisis SWOT”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, peneliti akan merumuskan masalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan emas pada Pegadaian Syariah Mlati?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan emas pada Pegadaian Syariah Mlati berdasarkan analisis SWOT?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti memiliki tujuan :

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran produk tabungan emas pada Pegadaian Syariah Mlati
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran produk tabungan emas pada Pegadaian Syariah Mlati berdasarkan analisis SWOT

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berguna bagi perkembangan ilmu ekonomi islam serta memberikan kontribusi dalam ilmu ekonomi islam khususnya mengenai analisis SWOT dalam suatu strategi pemasaran sehingga nantinya dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Untuk meningkat pengetahuan peneliti mengenai bagaimana menentukan strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan analisis SWOT

b. Bagi Masyarakat

Untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya investasi terlebih adalah investasi emas di pegadaian syariah

c. Bagi Pegadaian Syariah Mlati

Untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Mlati sehingga meningkatkan pendapatan Pegadaian Syariah Mlati

E. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, serta sistematika pembahasan penelitian tersebut.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Kerangka Teori

Tinjauan pustaka merupakan pemaparan hasil penelitian orang lain yang sudah dilakukannya terlebih dahulu yang terkait dengan penelitian sekarang. Kerangka teori berisi mengenai berbagai teori maupun konsep yang akan digunakan dalam penelitian tersebut.

Bab III Metode Penelitian

Metode penelitian memuat dengan rinci metode yang digunakan oleh peneliti serta alasan-alasannya. Metode yang dimaksud meliputi jenis penelitian, konsep, lokasi, metode pengumpulan data, metode keabsahan data, serta analisis data yang digunakan peneliti.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian memuat seluruh temuan yang ditemukan oleh peneliti yang klasifikasi bahasannya disesuaikan dengan pendekatan, sifat penelitian, dan rumusan masalah atau fokus penelitian. Pembahasan penelitian berisikan analisis dari hasil penelitian yang diungkapkan dalam bentuk narasi yang mudah dipahami.

Bab V Penutup

Bab terakhir terdiri dari kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan diperoleh dari hasil analisis data yang telah diuraikan sebelumnya. Saran dirumuskan berdasarkan dari hasil penelitian, berisi uraian mengenai

langkah-langkah apa yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan.