

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini persaingan perusahaan semakin ketat di Indonesia karena bertumbuhnya perusahaan baru, sehingga membuat berbagai perusahaan harus mampu bertahan ditengah eratnya persaingan, dan berpacu untukmenciptakan keunggulan yang kompetitif dengan menggunakan berbagai strategi. Hal ini, menuntut perusahaan agar dapat menciptakan strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran merupakan serangkaian sasaran dan target, kebijaksanaan dan aturan yang mengacu kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan untuk menghadapi persaingan yang selalu berubah (Sunyoto, 2014). Dengan munculnya perusahaan baru, membuat pelanggan semakin pintar dan selektif untuk memilih perusahaan mana yang dapat menawarkan produk atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan dirinya. Usaha yang perlu dilaksanakan oleh perusahaan adalah melaksanakan dan mengiringi perubahan keinginan dan kebutuhan baru bagi konsumen (Wijayanti, 2017).

Oleh karena itu, perlu adanya transformasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu perusahaan dapat mengarahkan aktivitas usaha lain agar dapat mendatangkan produk yang bisa memenuhi kepuasan kepada pelanggan sehingga mendapatkan keuntungan dalam jangka panjang (Assauri, 2011). Salah satunya memberikan nilai pembeda pada produk atau jasa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Produk adalah gabungan ciri wujud layanan maupun simbol sehingga dirancang demi memberikan kepentingan dan harapan pelanggan (Setiyaningrum dkk, 2015) dan perusahaan harus mampu memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Upaya atau solusi yang dapat dilakukan

perusahaan adalah dengan melakukan kebijakan diversifikasi produk. Diversifikasi produk merupakan strategi yang menghasilkan bermacam produk sehingga menarik minat konsumen karena konsumen dapat kebebasan dalam memilih produk maupun jasa sesuai keinginan mereka (Afandi, 2015). Tujuan utama diversifikasi produk adalah penyebaran risiko, yaitu kemungkinan kerugian yang diderita produk tertentu dapat ditutupi oleh produk lain yang memiliki keuntungan lebih besar. Dalam diversifikasi produk, perusahaan berupaya untuk menaikkan penjualan dengan jalan mengembangkan produk maupun pasar yang baru sehingga menghasilkan produk yang bermacam-macam (Assauri, 2011).

Diversifikasi produk dapat memberikan manfaat bagi perusahaan salah satunya meningkatkan profit atau laba, karena dengan menawarkan produk atau jasa yang beragamakan mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa yang memberikan manfaaat berbeda-beda sesuai kebutuhannya dan ketertarikan pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa itu sendiri. Dengan diversifikasi produk membuat perusahaan tidak bergantung pada satu pasar saja sehingga dapat memperluas segmen yang dituju melalui produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi diversifikasi produk berupaya untuk mencari dan mengembangkan pasar dan produk baru maupun keduanya sehingga dapat mencapai perkembangan pasar. Dalam dunia usaha, perusahaan perlu mempertahankan pangsa pasar agar tidak mengalami penurunan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Untuk itu, diversifikasi produk dapat mempertahankan pangsa pasar dan menaikkan volume penjualan karena adanya produk yang beragam. Menurut Effendy (2019) volume penjualan adalah jumlah produk yang dijual kepada konsumen sehingga berpengaruh terhadap hasil penjualan, jika barang yang dijual semakin banyak maka

akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Melalui diversifikasi produk perusahaan dapat mengurangi penguasaan dari perusahaan lain terhadap produknya, karena dengan adanya diversifikasi produk dapat menghasilkan produk-produk yang inovatif maupun kreatif, sehingga pesaing sulit untuk menguasai produk dipasaran.

PT. Pegadaian merupakan salah satu lembaga finansial yang awalnya bergerak dibidang pemberian kredit dengan hukum gadai, yang ikut membantu program pemerintah untuk mensejahterakan masyarakat dan berkomitmen untuk mendorong ekonomi masyarakat. Gadai adalah hak yang diperoleh debitur sebagai bukti utangnya dengan jaminan barang kepada kreditur sesuai dengan waktu yang disepakati (Jan, 2018). Seiring berubahnya dan berkurangnya minat masyarakat terhadap emas membuat bisnis gadai emas mengalami penyusutan. Agar mendukung bisnis utama, PT. Pegadaian memperluas usaha dibidang perkreditan dalam penyaluran pinjaman kepada pelaku mikro kecil dan menengah dalam rangka meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan menerapkan sistem kredit. Kredit adalah sumber uang yang diperlukan oleh seseorang dalam membiayai kegiatan usaha dengan meminjam uang kepada lembaga atau orang dengan perjanjian yang sudah disepakati (Orlando dan Susanto, 2019). Kredit saat ini banyak diminati oleh pelaku mikro kecil dan menengah, masyarakat perlu akan dana usahanya.

Pentingnya melakukan diversifikasi produk oleh PT. Pegadaian karena pemerintahan melakukan perubahan regulasi yang mengeluarkan undang- undang tentang gadai swasta hal ini dibuktikan melalui Otoritas Jasa Keuangan mencatat terdaftar dan berizin 58 perusahaan gadai yang ada di Indonesia (Kontan, 2018). PT. Pegadaian melakukan diversifikasi produk di bidang usaha investasi emas. PT. Pegadaian berkomitmen untuk mendorong ekonomi masyarakat dengan menyediakan

produk baru dan beragam agar dapat memenuhi keinginan nasabahnya karena perubahan pasar, agar PT. Pegadaian dapat mempertahankan pangsa pasarnya ditengah menjamurnya gadai swasta yang ada diindonesia melalui menawarkan produk atau jasa yang memiliki nilai tambah maupun nilai pembeda kepada pelanggan, sehingga dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Dengan banyaknya produk dapat mempengaruhi tingkat outstanding loan atau uang yang beredar dimasyarakat hal ini mengakibatkan perputaran transaksi pada PT. Pegadaian meningkat.

Menurut direktur utama PT. Pegadaian, Sunarso menyebutkan bahwa PT. Pegadaian saat ini gencar melakukan diversifikasi produk, jika perusahaan tersebut tidak melakukan diversifikasi produk maka pertumbuhan pasar pada perusahaan ini akan mati (Kontan, 2018). Hal ini dibuktikan pada tahun 2017 Upaya mendiversifikasi produk telah memproduksi belasan produk yang dimiliki oleh PT. Pegadaian. Beragam inovasi produk dan layanan menunjang naiknya kinerja perseroan, dan menghasilkan pertumbuhan bisnis pegadaian 9.8 % (Harianto, 2018). PT. Pegadaian menerima penghargaan sebagai *Winner Of The Best Marketing* untuk *Chief Marketing Officer* pada acara *BUMN Branding & Marketing Award 2018*, penghargaan tersebut merupakan apresiasi terhadap kinerja pegadaian yang selalu menunjukkan perubahan dengan mengembangkan inovasi dan diversifikasi produk (Harianto, 2018).

PT. Pegadaian cabang terendam berdiri setelah kemerdekaan republik Indonesia, hanya ada satu pegadaian yang terletak di jalan Proklamasi No. 22 Padang. Pada saat itu, PT. Pegadaian Cabang Terendam masih berstatus sebagai perusahaan jawatan atau perjan Pegadaian. Pada tahun 1991 perubahan status berubah dari perjan ke perum pegadaian. Kemudian, pada tahun 2012 perubahan nama menjadi PT. Pegadaian persero Cabang terendam.

Tabel 1.1
Data jumlah dan perkembangan volume penjualan
PT. Pegadaian Cabang Terendam

Tabel 1.1 Volume Penjualan PT. Pegadaian Cabang Terendam

No	Tahun	volume penjualan
1.	2016	27.590,00 nasabah
2.	2017	27.800,00 nasabah
3.	2018	29.979,00 nasabah

Sumber: PT. Pegadaian Cabang Terendam (2018)

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah volume penjualan pada PT. Pegadaian Cabang Terendam di tahun 2016 jumlah volume penjualan tercatat sebanyak 27.590,00 nasabah, pada tahun 2017 volume penjualan meningkat menjadi sebanyak 27.800,00 nasabah selanjutnya pada tahun 2018 volume penjualan meningkat sebanyak 2.179,00 nasabah sehingga menjadi 29.979,00 nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian cabang terendam pada usaha gadai maupun non gadai dapat menaikkan volume penjualan dari tiga tahun terakhir mulai dari tahun 2016 sampai 2018. Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, maka penulis menetapkan judul laporan tugas akhir ini adalah **“Penerapan Diversifikasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di PT. Pegadaian Cabang Terendam”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada pemilihan judul dan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka perumusan masalah yang diambil adalah:

1. Bagaimana penerapan diversifikasi produk pada PT. Pegadaian Cabang Terendam?
2. Apa sajakah kendala dalam penerapan diversifikasi produk pada PT. Pegadaian Cabang Terendam?
3. Bagaimana solusi untuk mengatasi kendala dalam penerapan diversifikasi produk pada PT. Pegadaian Cabang Terendam?

1.3 Tujuan Magang

Dalam kegiatan magang sasaran yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan diversifikasi produk pada PT. Pegadaian Cabang Terendam.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala dalam penerapan kebijaksanaan diversifikasi produk pada PT. Pegadaian Cabang Terendam.
3. Untuk mengetahui solusi untuk mengatasi kendala dalam penerapan diversifikasi produk pada PT. Pegadaian Cabang Terendam.

1.4 Manfaat Magang

Mengenai dua manfaat yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

1. Manfaat teoritis:

Hasil penelitian ini bagi peneliti maupun pembaca yaitu memberikan pengetahuan serta wawasan tentang penerapan diversifikasi produk untuk meningkatkan volume penjualan pada PT. Pegadaian Cabang Terendam.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis bermanfaat sebagai perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan melalui penerapan diversifikasi produk.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada PT. Pegadaian Cabang Terendam dengan metode observasi yaitu metode mengumpulkan data melalui mengamati langsung kegiatan dan permasalahan yang terjadi dilapangan. Tahapan penelitian ini menggunakan observasi yang cakupannya mengetahui, merekam, dan mencatat kejadian yang berhubungan dengan diversifikasi produk untuk meningkatkan volume penjualan.

1.6 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penelitian ini penulis menetapkan pembahasan yang berkaitan dengan penerapan diversifikasi produk untuk meningkatkan volume pada PT. Pegadaian Cabang Terendam, kendala yang dihadapi dan solusinya.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan penelitian ini antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini menggambarkan pokok pembahasan yang akan dibahas yakni penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, maupun manfaat magang terdiri atas manfaat bagi perusahaan dan manfaat bagi pembaca, metode penelitian, lokasi dan waktu magang, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini membahas pengertian pemasaran, bauran pemasaran, diversifikasi produk, dan volume penjualan.

BAB III GAMBARAN UMUM INSTITUSI

Bagian ini menjelaskan gambaran umum mengenai institusi tentang awal terbentuknya institusi, profil institusi, visi dan misi institusi, tata lembaga atau institusi, dan budaya institusi.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan akan menjelaskan tentang penerapan diversifikasi produk pada PT. Pegadaian Cabang Terendam, kendala dalam penerapan diversifikasi produk pada PT. Pegadaian Cabang Terendam, dan solusi untuk mengatasi kendala dalam penerapan diversifikasi produk pada PT. Pegadaian Cabang Terendam.

BAB V PENUTUPAN

Bagian ini menjelaskan kesimpulan dari hasil pembahasan yang dikaitkan dengan teori, serta penulis memberikan saran untuk perusahaan dan pembaca tugas akhir ini.

