

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT Pegadaian adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di sektor keuangan Indonesia, yang bergerak di 3 bidang usaha keuangan perusahaan, emas dan berbagai layanan. Menurut pasal 1150 KUH Perdata, gadai adalah hak yang diperoleh seseorang yang memiliki klaim atas harta bergerak. Aset bergerak diserahkan kepada orang yang berhutang, atau yang berhutang oleh orang lain atas nama orang yang berhutang. Debitur memberi wewenang kepada debitur untuk memakai aset bergerak yang diberikan untuk membayar hutang jika debitur gagal memenuhi kewajiban pada saat jatuh tempo.

Menurut Subagyo (1999), pegadaian merupakan lembaga keuangan non bank yang memberikan kredit kepada masyarakat secara khusus, yaitu secara hukum gadai. Sigit Triandaru (2000) mengemukakan bahwa pagadaian merupakan satu-satunya entitas di Indonesia yang secara resmi memiliki izin untuk melakukan kegiatan lembaga keuangan berupa pembayaran dalam bentuk penyerahan dana berdasarkan undang-undang pegadaian. PT. Pegadaian melakukan kegiatan usaha antara lain menghimpun dana yang diperoleh PT pegadaian untuk menjalankan kegiatan usahanya dan menyalurkan dana yang digunakan untuk membiayai kegiatan usaha Pegadaian.

Pada kenyataannya pegadaian banyak membantu perekonomian masyarakat, terutama yang berada dikelompok ekonomi yang menengah dan kebawah, sesuai dengan motto pegadaian yaitu “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”. Perkembangan dunia bisnis diwarnai dengan persaingan yang semakin ketat. Situasi ini mencerminkan iklim dunia yang berkembang dan dinamis. Metode dan strategi yang berbeda telah diterapkan pada pemasaran yang berbeda di garis depan perusahaan untuk memerangi persaingan di arena pemasaran.

Menurut Kotler (1980) Pemasaran dalam suatu perusahaan merupakan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengawasi program yang bertujuan untuk menciptakan interaksi dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Departemen pemasaran perusahaan diharapkan dapat memimpin dalam mendistribusikan produk secara efektif dan efisien agar tercapainya tujuan tertentu.

Promosi adalah salah 1 cara yang dikerjakan suatu instansi untuk meningkatkan minat nasabah dalam membeli produknya. Dalam kegiatan promosi, perusahaan menciptakan daya Tarik dan kesan positif terhadap produknya serta meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat dalam membeli produk. Promosi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian saat ini merupakan aktivitas *personal selling* yang berusaha untuk membrujuk, memengaruhi dan memnginfokan agar nasabah dapat membeli, menerima dan setia terhadap prodak atau layanan yang ditawarkan.

Menurut Tjiptono (2000) *parsonal selling* merupakan komunikasi langsung secara berhadapan antara perusahaan dengan carlon nasabah untuk mmpkenalkan suatu prodak dan membantuk pemahaman nasabah terhadap prodak sehingga pelanggan akan mencoba untuk membelinya. Sedangkan promosi yang lain lebih besar dan tidak terlalu personal. *Personal selling* adalah cara yang tepat bagi perusahaan untuk melamar, *personal selling* diharapkan dapat meningkatkan penjualan perusahaan dengan mengenalkan pelanggan pada manfaat yang ada pada produk dan serta layanan perusahaan.

Salah satu prodak yang ditawarkan pegadaian ialah system kredit gadai (KRASIDA). Ini merupakan salah satu produk PT. Pegadaian (Persero) sebagai bentuk pelayanan peminjaman kepada UKM dengan UKM (UMKM) untuk kegiatan pendanaan. Bisnis ini didasarkan pada hokum gadai, yaitu diangsur setiap bulan tergantung pada jangka waktu pinjaman.

Kegunaan kredit dalam menggadaikan bisanya untuk kredit konsumtif, sedangkan Krasida untuk kredit produktif. Dengan kata lain, krasida hanya diperuntukkan bagi nasabah yang mempunyai usaha, namun dengan pegadaian biasa dapat memberikan untuk siapa saja tanpa perlu memiliki usaha. Upaya ini meningkatkan layanan terhadap masyarakat agar dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk membahas tentang **“KEGIATAN DAN PERAN PERSONAL SELLING DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH MEMILIH KREDIT ANGSURAN SISTEM GADAI (KRASIDA) PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG TERANDAM PADANG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis akan membahas beberapa rumusan masalah diantaranya:

- 1.2.1. Apa saja bentuk kegiatan personal selling yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terandam Padang?
- 1.2.2. Bagaimana ketentuan personal selling yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Terandam Padang?
- 1.2.3. Bagaimana peran personal selling dalam meningkatkan minat nasabah untuk memilih Kredit Sistim Gadai (KRASIDA) pada PT. Pegadaian Cabang Terandam Padang?

1.3 Tujuan Penulisan

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan penulisan ini adalah :

- 1.3.1. Mengetahui apa saja bentuk kegiatan personal selling yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terandam Padang
- 1.3.2. Mengetahui bagaimana ketentuan yang diterapkan personal selling pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terandam Padang

1.3.3. Mengetahui bagaimana peran personal selling dalam meningkatkan minat nasabah untuk memilih Kredit Sistem Gadai (KRASIDA) pada PT. Pegadaian Cabang Terendam Padang

1.4 Manfaat Penulisan

Manfaat penulisan terdiri dari dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, laporan magang dibuat penulis ini berharap dapat menghasilkan manfaat untuk mengetahui bagaimana kegiatan dan peran *personal selling* dalam meningkatkan minat nasabah terhadap Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA) di PT Pegadaian Cabang Terendam Padang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memanfaatkan sumber informasi kepada pembaca maupun calon pengguna agar dapat mengetahui bagaimana peran *personal selling* dalam meningkatkan minat nasabah memilih Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA). Bagi perusahaan manfaatnya dapat mengetahui kinerja dari tenaga *personal selling* dan menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan minat nasabah untuk memilih KRASIDA untuk masa mendatang.

1.5 Metode Penulisan

Untuk memperoleh data dan bahan yang dibutuhkan dalam rangka magang ini, maka penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1.5.1. Wawancara

Dikumpulkan data dan informasi lewat tanya jawab dengan perusahaan dan calon nasabah, untuk mengetahui informasi struktur dan prosedur yang

dilakukan oleh tenaga promosi personal selling pada Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA).

1.5.2. Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data secara langsung dilapangan. Proses ini merupakan observasi yang meliputi kegiatan mengamati, mencatat, menghitung, mengukur dan merekam suatu peristiwa. Metode observasi adalah kegiatan yang meliputi pencatatan sistematis kejadian, tindakan, apa yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan untuk membantu dalam penyusunan laporan magang ini.

1.6. Tempat dan Waktu Magang

Dilakukan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Padang Terandang. Proses magang akan berlangsung selama 40 hari bekerja.

1.7. Ruang Lingkup Pembahasan

Pembahasan pada penulisan laporan ini berfokus pada aktivitas *personal selling* dan peran untuk meningkatkan minat nasabah dalam pemilihan Kredit Angsuran Sistem Gadai (KRASIDA) pada PT. Pegadaian Cabang Terandang Padang.

1.8. Sistematika Penulisan

Menjelaskan dengan jelas isi laporan magang ini, penulis telah menyusun penulisan sistematis yang memuat rincian sabagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar balakang masalah, rumusanm masalah, tujuan magang, manfaat mangang, manfaaat penulis, manfaat instansi, manfaat pemimpin, lokasi, waktu magang dan uraian sistematis.

BAB II LANDASAN TEORI



Bab ini menjelaskan konsep dan teori yang digunakan dalam laporan magang terkait dengan *personal selling* yang dilakukan untuk meningkatkan minat nasabah memilih Krasida pada PT Pegadaian cabang Terandam Padang. Konsep ini mengacu pada literature yang valid baik di buku teks, buku ajar maupun jurnal ilmiah.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Sejarah umum, visi dan misi, struktur organisasi, serta bentuk kegiatan PT Pegadaian cabang terandam Padang

BAB IV PEMBAHASAN

Merupakan uraian dari kegiatan dan peran *personal selling* dalam untuk meningkatkan minat nasabah memilih Kredit Angsuran Sitem Gadai (KRASIDA) PT. Pegadaian Cabang Tarandam Padang.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Memberikan simpulan dan syaran terkait peran *personal selling* dalam meningkatkan minat nasabah dalam memilih Kredit Angsuran Sistem Gdai (KRASIDA) di PT. Pegadaian Cabang Tarandam Padang.

