

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha tercermin dari pesatnya persaingan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Hal tersebut terlihat dari munculnya perusahaan yang memproduksi produk berkualitas dengan harga bersaing di pasar dunia. Saat bersaing dengan perusahaan lain, setiap perusahaan harus menentukan strategi yang tepat untuk menarik konsumen guna mencapai target penjualan. Perilaku konsumen merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang membutuhkan aktivitas satu atau lebih orang untuk mengevaluasi, mencari dan menggunakan barang dan jasa yang dibuat oleh suatu perusahaan (Hurriyati, 2015).

Strategi dalam mewujudkan kepuasan harus bekerja keras melakukan langkah-langkah yang sudah direncanakan sesuai dengan keinginan dan dibutuhkan konsumsi. Pada seseorang, seseorang membeli suatu produk / jasa bukan hanya sekedar ia ingin memiliki produk tersebut. Konsumsi yang membeli barang / jasa bukan hanya karena bentuk fisik produk itu tapi juga karena manfaat yang timbul didalam produk / jasa tersebut, hal yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah mengembangkan produk atau jasa tersebut. Pengembangan produk menurut Alma (2018), dapat dilakukan oleh suatu perusahaan dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada, dan juga bisa menciptakan produk baru dengan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Perusahaan yang tidak dapat mengembangkan produknya dihadapkan pada risiko seperti: penurunan volume penjualan karena munculnya pesaing yang lebih kreatif, perubahan keinginan atau kebutuhan konsumen, dan munculnya teknologi baru dalam proses produksi. Manfaat pelanggan adalah perbedaan antara perspektif evaluasi pelanggan dari semua manfaat dan biaya penawaran produk. (Kotler dan Keller 2014). Perusahaan yang melakukan

pengembangan produk untuk meningkatkan kualitas suatu produk. Perusahaan yang melakukan pengembangan produk untuk meningkatkan kualitas suatu produk di perusahaannya yaitu PT. Pegadaian, dimana konsumen dapat memanfaatkan produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan itu sendiri, termasuk produk simpanan KCA. Produk KCA adalah pinjaman dengan sistem KPR yang disediakan bagi kelompok nasabah baik untuk kebutuhan konsumen maupun produktif. KCA adalah solusi terpercaya untuk mendapatkan kredit dengan mudah, cepat dan aman.

Untuk mendapat kredit, nasabah cukup membawa agunan berupa emas perhiasan, laptop, mobil, atau barang elektronik lainnya. Produk KCA tersedia di lebih dari 4245 pegadaian di seluruh Indonesia. Nasabah dapat meminjam uang tunai dengan jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan dan hanya dapat diperpanjang setelah pembayaran perjanjian pinjaman atau sebagian dari jumlah pinjaman. Pelanggan tidak perlu membuka rekening bank dengan biaya sewa. Prosesnya sangat sederhana. Pengembalian uang dapat dilakukan kapan saja. Pinjaman mulai dari Rp50.000 hingga Rp500.000.000 ([www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id)).

Menariknya, pinjaman hipotek disebabkan prosedurnya yang sederhana, pergerakan cepat dan biaya rendah. Pelanggan hanya perlu memberikan bukti keamanan dan mengikuti prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan. Dana pinjaman dapat diperoleh dengan cepat dan pinjaman tersebut dibayar kembali. Hal ini dilakukan sesuai dengan salah satu tujuan pegadaian dalam memberikan pinjaman kepada nasabah dengan motto “menyelesaikan masalah tanpa masalah”. Masyarakat mengenal Pegadaian sebagai lembaga yang melakukan kegiatan dimana pinjaman diberikan dengan jaminan berupa barang gadai. Produk hipotek KCA tidak hanya memiliki banyak keunggulan, tetapi juga memiliki beberapa masalah dengan nilai pelanggan dari produk hipotek KCA, mis. B. Pengetahuan konsumen terhadap produk ini masih rendah karena produk andalan KCA ini masih merupakan produk baru.

Menurut Buttle (2007), perusahaan harus mempertimbangkan nilai-nilai konsumen agar konsumen tetap bertahan dan menggunakan produk yang dikembangkan atau ditawarkan oleh perusahaan. Strategi inti toko adalah menggabungkan proses dan fungsi internal ke dalam seluruh jaringan eksternal untuk mencapai tujuan dan nilai bagi konsumen sesuai dengan target keuntungan. Manfaat utama pelanggan yang menyewa dari PT. Pegadaian merupakan ketersediaan dana dengan proses yang relatif sederhana dan waktu yang lebih singkat terutama jika dibandingkan dengan pinjaman bank. Bahkan pelanggan dapat menerima manfaat termasuk penilaian nilai properti bergerak dari perusahaan berpengalaman dan dapat diandalkan yang menjamin penyimpanan barang di tempat yang aman dan dapat dipercaya. Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas diatas, maka penulis tertarik untuk menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Penerapan Nilai Pelanggan pada Pengembangan Produk Tani KCA di PT". Pegadaian Cabang Siteba Padang ".

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Dengan latar belakang permasalahan diatas maka rumusan masalah tersebut dapat dijabarkan dalam dokumen ini yaitu bagaimana penerapan customer benefit terhadap pengembangan produk simpanan KCA di PT. Pegadaian Cabang Siteba Padang?

## **1.3 TUJUAN MAGANG**

Tujuan penulis dalam melakukan kegiatan pengajaran ini adalah untuk mengetahui penerapan customer benefit terhadap pengembangan produk KCA KCA di PT. Pegadaian Cabang Siteba Padang.

## **1.4 MANFAAT MAGANG**

### **a. Bagi Akademisi**

Dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu pengembangan customer benefit dalam kemajuan perusahaan. Penentuan manfaat pelanggan

atas produk guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Dapat digunakan sebagai dasar studi banding dan referensi dalam naskah sejenis.

#### b. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada perusahaan sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Berguna untuk perkembangan bisnis.

### **1.5 Metode Magang**

#### 1. Metode Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara observasi langsung di lapangan. Proses ini berlangsung dengan observasi, yang meliputi penyajian, pencatatan, penghitungan, pengukuran dan pencatatan peristiwa. Metode observasi juga dapat disebut sebagai suatu kegiatan yang melibatkan pencatatan hal-hal yang berkaitan dengan ketika penulis meneliti PT. Pegadaian Cabang Siteba Padang.

#### 2. Metode Partisipasi

Guna mendapatkan informasi mengenai objek yang diteliti, penulis mencatat dan mengumpulkan data dengan melakukan observasi langsung sesuai dengan kondisi yang ada di PT. Pegadaian Cabang Siteba Padang.

### **1.6 Tempat dan Waktu Magang**

Waktu dan tempat magang dilaksanakan di PT. Pegadaian Cabang Siteba Padang, dengan waktu 40 hari kerja (2 bulan) terhitung mulai dari tanggal 25 September 2020 sampai 13 November 2020.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Pada BAB I pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistem penulisan.

### **BAB II Tinjauan Pustaka**

Pada BAB II tinjauan pustaka memuat teori-teori tentang variabel dengan topik yang dibicarakan: pengembangan produk, perilaku konsumen, manajemen pemasaran.

### **BAB III Gambaran Umum Perusahaan**

Pada BAB III gambaran umum perusahaan berisi tentang profil magang yaitu perusahaan PT. Pegadaian Siteba Cabang Padang dan membahas sejarah, visi dan misi perusahaan.

### **BAB IV Pembahasan**

Pada BAB IV pembahasan meliputi laporan hasil kegiatan yang dilakukan selama magang dan bagaimana customer benefit diterapkan dalam pengembangan produk simpanan KCA Pegadaian.

### **BAB V Penutup**

Pada BAB V penutup berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta saran yang baik bagi perusahaan.

