

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Dalam kegiatan sehari-hari, uang sangat dibutuhkan untuk membeli atau membayar berbagai keperluan. Yang menjadi masalah terkadang kebutuhan yang ingin dibeli tidak dapat dipenuhi dengan uang yang dimiliki. Banyak juga orang yang ingin mendirikan usaha kecil hingga usaha menengah dan juga mengembangkan usaha yang sudah ada tetapi tidak memiliki cukup uang. Sebagian besar masyarakat memiliki uang atau simpanan yang terbatas sehingga mendorong mereka untuk melakukan pinjaman uang guna memenuhi kebutuhan *financial* masyarakat ataupun pengusaha dalam kegiatan ekonomi.

Dengan banyaknya permintaan untuk peminjaman dana, perusahaan membuka gerai peminjaman untuk mengatasi masalah keuangan masyarakat, salah satunya PT. Pegadaian (persero), dimana konsumen bisa memanfaatkan produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan itu sendiri. PT. Pegadaian (Persero) adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti dimaksud dalam Undang-undang (Pegadaian, 2017).

Berdasarkan data yang dihimpun dari *tirto.id* nasabah Pegadaian terbanyak datang dari kelompok usia 35-44 tahun sebanyak 33%, kelompok usia 25-34 tahun sebanyak 29%, kelompok usia 45-54 tahun sebanyak 11% (Andre, 2017). Dari data tersebut terlihat bahwa konsumen usia menengah keatas sangat membutuhkan pinjaman uang untuk memenuhi kebutuhan ataupun merintis dan mengembangkan usaha.

Meminjam uang di Pegadaian memiliki prosedur yang mudah, cepat dan biaya yang dikenakan lebih ringan. Masyarakat hanya perlu menunjukkan bukti identitas diri dan barang sebagai jaminan dan mengikuti prosedur peminjaman yang telah ada. Uang pinjaman dapat diperoleh dalam waktu yang cepat, begitu juga untuk melunasi pinjaman, nasabah cukup dengan memberikan sejumlah uang dan surat bukti dengan waktu proses yang juga singkat atau dengan kata lain lembaga Pegadaian menjadi pilihan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Hal ini dilakukan sesuai dengan salah satu tujuan dari Pegadaian dalam memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan motto “Mengatasi masalah tanpa masalah”. Dengan adanya Pegadaian dapat memudahkan masyarakat untuk meminjam uang sesuai dengan kebutuhan.

Menurut Nawawi (2011) dalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk, sehingga harga ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Dari kebiasaan para konsumen, strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan saling berpacu memberikan penawaran dan pelayanan yang maksimal untuk menjadi yang teratas. Sehingga perusahaan dituntut untuk mampu menghadapi perubahan suatu lingkungan dalam dunia pemasaran, utamanya dalam pengambilan keputusan terhadap harga. Hal tersebut tidak terlepas dari aktivitas pemasaran yaitu bauran pemasaran (4p = *product, place, price, promotion*) karena harga merupakan salah satu bagian penting dari bauran pemasaran dan menjadi sumber pendapatan terhadap perusahaan.

Menurut Tjiptono (2015), salah satu dari unsur bauran pemasaran yang bersifat *fleksibel* adalah harga, artinya dapat berubah menurut waktu dan tempatnya. Jika perusahaan ingin meningkatkan laba atau pendapatan bagi perusahaan, yang harus dilakukan yaitu dengan menarik minat beli konsumen terhadap barang atau jasa yang dihasilkan. Cara yang dapat dilakukan salah satunya dengan menentukan harga yang tepat. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas barang yang diproduksi, sesuai pula dengan persepsi konsumen, dan dapat memberikan nilai kepuasan terhadap konsumen.

Harga suatu produk atau jasa sangat berhubungan dengan kualitas produk atau jasa itu sendiri dan menjadi ukuran terhadap besar kecilnya nilai keputusan pembelian konsumen (Wijayanti, 2012). Seseorang akan berani membayar mahal terhadap suatu produk atau jasa apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk atau jasa yang akan mereka beli itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai rendah terhadap suatu produk atau jasa maka dia tidak akan bersedia untuk membayar ataupun membeli dengan harga yang mahal. Hal tersebut yang menjadi pertimbangan bagi pebisnis untuk unggul dari para pesaing.

Dalam hal ini perusahaan baik itu BUMN maupun swasta, sudah ada suatu badan pengawas yang mengatur tentang penetapan suatu harga yaitu terdapat dalam Komisi Pengawas Persaingan Usaha atau KPPU telah mengeluarkan peraturan KPPU Nomor 3 tahun 2011 tentang pedoman pasal 19 huruf D (Penetapan harga) dan peraturan KPPU Nomor 5 tahun 2011 tentang pedoman-pedoman pasal 15 (perjanjian tertutup) yang berlaku. Harga dalam sebuah pasar dibentuk dari adanya permintaan yang ada di dalam pasar itu sendiri. Apabila permintaan semakin meningkat, maka harga juga akan mengikuti yaitu mengalami kenaikan.

Lelang merupakan resiko terberat yang harus ditanggung oleh nasabah, karena nasabah akan kehilangan barangnya yang dijadikan barang jaminan saat mengajukan

kredit. Sejak terjadinya perjanjian gadai antara pemberi gadai dan penerima gadai, maka sejak itulah timbul hak dan kewajiban para pihak. Kewajiban pemberi gadai adalah membayar pokok pinjaman dan bunga sesuai dengan yang ditentukan oleh penerima gadai. Dalam hal si pemberi gadai jika sampai dengan jatuh tempo pinjamannya tidak dilunasi, maka barang jaminan akan dilelang pada tanggal yang sudah ditentukan yang biasanya antara tanggal jatuh tempo dengan tanggal pelelangan barang jaminan berbeda. Ini diberikan untuk memberikan kesempatan kepada nasabah untuk melunasi pinjaman bunga pokok kredit.

PT. Pegadaian dalam menetapkan harga pada proses pelelangan barang gadai tersebut didasarkan pada metode *demand backward pricing*. Karena barang yang dilelang termasuk barang mewah dan mahal sehingga Pegadaian akan memperkirakan suatu tingkat harga yang bersedia dibayar konsumen, setelah itu Pegadaian bisa menentukan marginnya, dan menetapkan harga jual. Hal ini merupakan upaya Pegadaian dalam memutar modal perusahaan sehingga *margin* yang didapat akan dibayarkan pada perusahaan.

Dari latar belakang yang penulis telah kemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana penetapan harga *demand backward pricing* pada penjualan barang lelang di Pegadaian. Oleh sebab itu penulis mengambil judul sebagai berikut: Penetapan Harga *Demand Backward Pricing* pada penjualan barang lelang PT. Pegadaian Cabang Padang”.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat diuraikan rumusan masalah dari tulisan ini adalah bagaimana penetapan harga *Demand Backward Pricing* pada penjualan barang lelang?.

### **1.3 TUJUAN MAGANG**

Adapun tujuan penulis dalam melakukan kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui bagaimana penetapan harga *Demand Backward Pricing* pada penjualan barang lelang di PT. Pegadaian cabang Padang.

### **1.4 MANFAAT MAGANG**

Adapun manfaat tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Praktis**

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan informasi pada PT. PEGADAIAN cabang Padang agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk penetapan harga *Demand Backward Pricing* pada penjualan barang lelang sehingga dapat memberikan profit yang lebih besar bagi perusahaan.

#### **2. Manfaat Akademis**

Tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi dunia akademis dimana hasil yang ditemukan dalam tugas akhir ini dapat dijadikan sumber masukkan dalam melakukan tugas akhir untuk selanjutnya mengenai peran dari metode penetapan harga *Demand Backward Pricing* pada penjualan barang lelang pada PT. Pegadaian Cabang Padang.

### **1.5 METODE PENGUMPULAN DATA**

Pada tugas akhir ini penulis melakukan metode observasi yang merupakan metode mengumpulkan data dengan mengamati langsung di lapangan. Proses ini berlangsung dengan pengamatan yang meliputi melihat, merekam, mengukur dan mencatat kejadian. Metode



observasi bisa dikatakan merupakan kegiatan yang meliputi pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung tugas akhir yang sedang dilakukan oleh penulis. Pada tahap awal metode observasi dilakukan secara umum, penulis mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin.

Tahap selanjutnya penulis harus melakukan observasi yang terfokus, yaitu mulai menyempitkan data atau informasi yang diperlukan sehingga penulis dapat. Pada observasi magang ini saya mengamati proses penentuan barang lelang dan proses transaksi barang lelang pada Pegadaian kepada calon pembeli.

## **1.6 RUANG LINGKUP PEMBAHASAN**

Pada tugas akhir ini, penulis membatasi pembahasan yang berhubungan tentang penentuan harga *Demand Backward Pricing* pada penjualan barang lelang.

## **1.7 TEMPAT DAN WAKTU MAGANG**

Kegiatan magang ini dilaksanakan di PT. Pegadaian Cabang Padang di jalan proklamasi alang laweh cabang Padang selama jangka waktu yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu 2 bulan (40 hari kerja).

## **1.8 SISTEMATIKA PENULISAN**

Dalam penulisan tugas akhir ini, sistematika yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

## **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir dan sistematika penulisan tugas akhir.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini menyampaikan landasan teori yang berkaitan dengan topik pemahasan tugas akhir.

## **BAB III: GAMBARAN UMUM PERRUSAHAAN**

Bab ini menguraikan seccara singkat tentang sejarah perrusahaan dan instansi, visi dan misi perrusahaan atau instansi, struktur organisasi.

## **BAB IV: PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang penettapan harrga pada PT. Pegadaian Cabang Padang.

## **BAB V: PENUTUP**

Berisi tentang hasil tugas akhir, saran unttuk perrusahaan dan saran yangg akan datang

