

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia mengalami perlambatan selama dua kuartal terakhir secara berturut turut. Hal ini terjadi karena besarnya nilai impor dari nilai ekspor, terjadinya inflasi, macetnya pendistribusian hingga tingginya angka pengangguran. Akibatnya, aktivitas ekspor dan impor menjadi macet, terganggunya investasi, dan rendahnya daya beli masyarakat karena pendapatan yang menurun. Untuk mengatasinya, pemerintah perlu mengubah pola konsumsi masyarakat yang bergantung pada aktivitas membeli, memulihkan aktivitas ekspor dan impor, investasi, belanja pemerintah hingga membuka lapangan kerja. Berdasarkan data ekonomi yang menunjukkan adanya pertumbuhan pada sejumlah sektor, Indonesia telah melalui titik balik resesi ekonomi. Kini pemerintah mulai berfokus pada akselerasi tren pemulihan dan pertumbuhan ekonomi ke zona yang positif (Sri Mulyani,2020).

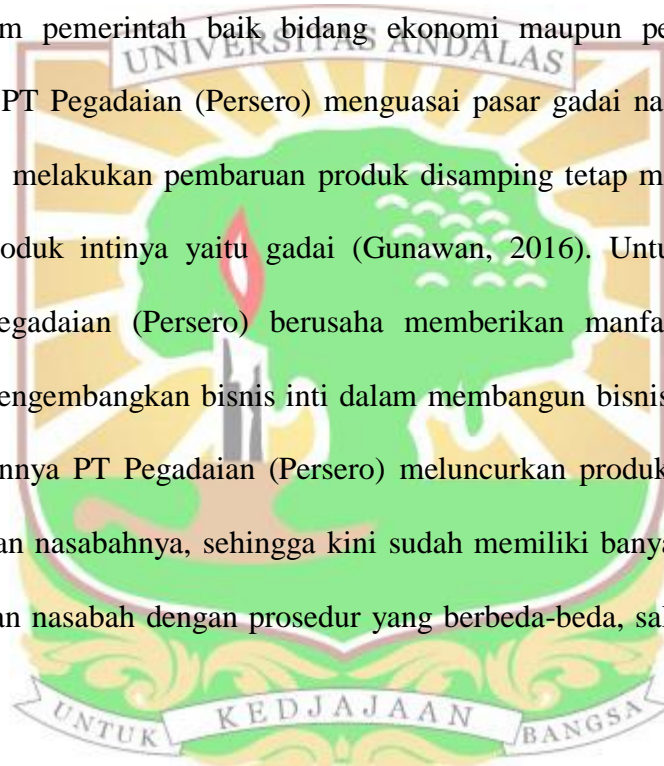
Pemulihan ekonomi dapat dibantu dengan adanya teknologi digital. Perkembangan ekonomi digital di Asia Tenggara semakin pesat seiring dengan besarnya potensi pasar. Pada era sekarang, setiap orang mulai terbiasa dengan gaya hidup yang serba digital. Siapapun yang tidak cepat dalam menggunakan teknologi, perlahan akan tertinggal dan berpengaruh pada perilaku berbisnis. Penggunaan *smartphone* dan jaringan internet sudah tumbuh dengan cepat, terutama di kota-kota besar. Kemajuan teknologi ini sangat membantu pekerjaan manusia dari segala aspek kebutuhan. Disisi lain, ekonomi sangat berpeluang dalam memanfaatkan teknologi digital, seperti mendorong pertumbuhan ekonomi dan memperluas akses. Selain mengurangi angka pengangguran, perkembangan teknologi yang pesat juga dapat mengurangi biaya operasional dan penghematan waktu.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk perkembangan ekonomi digitalnya. Menurut hasil penelitian dari Google dan TEMASEK (2018), salah satu faktor yang mendukung perkembangan digital di Indonesia adalah banyaknya jumlah pengguna internet di Indonesia. Selain itu, juga terdapat beberapa fakta yang mendukung perkembangan ekonomi digital di Indonesia, antara lain; Indonesia diperkirakan memiliki pasar perdagangan *online* formal sebesar 5 milyar dan lebih dari 3 milyar untuk perdagangan *online* informal, Indonesia diperkirakan memiliki 30 juta pembeli *online* pada tahun 2017 dengan total populasi sekitar 260 juta, menghasilkan pertumbuhan pendapatan hingga 80 persen lebih tinggi untuk UMKM, dan pada tahun 2025 ekonomi digital di Indonesia diperkirakan akan menciptakan 3,7 juta pekerjaan tambahan (MCKinsey & Company, 2018).

Besarnya potensi ekonomi digital di Indonesia, mulai mempengaruhi perkembangan *fintech* dan layanan transaksi digital lainnya. Pertumbuhan ekonomi digital memiliki dampak yang luas pada seluruh ekonomi hingga perusahaan secara aktif mulai menanggapi perubahan yang ditimbulkan. Perubahan konsep layanan transaksi digital bukan sekedar memindahkan cara konvensional ke digital, tetapi perusahaan perlu menyadari kemudahan, kualitas, hingga pelayanan kepada konsumen. Dalam bisnis, *digital marketing* menjadi cara baru dalam memasarkan, mengkomunikasikan, dan menjual produk atau jasa dari sebuah perusahaan. Adanya *digital marketing* membantu sebuah produk atau jasa sebuah perusahaan semakin menarik minat konsumen. *Digital marketing* tidak hanya digunakan untuk media promosi tetapi juga untuk menjangkau konsumen lebih luas, meningkatkan pelayanan perusahaan, hingga meningkatkan penjualan perusahaan. Dengan adanya perkembangan ekonomi digital, kemungkinan akan muncul model bisnis baru, serta perubahan model bisnis pada sektor yang sudah ada. Menurut studi yang dilakukan Balitbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika (2016), salah satu hasil studi terkait ekonomi digital di

Indonesia menunjukkan bahwa adanya perubahan model bisnis yang terjadi di beberapa sektor, serta penggunaan teknologi baru.

Untuk mengiringi perkembangan dunia digital ini, PT Pegadaian (Persero) melakukan inovasi digital untuk memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi. PT Pegadaian merupakan Badan usaha milik negara yang saat ini disebut sebagai perusahaan perseroan. PT Pegadaian (Persero) didirikan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil dalam mencegah pinjaman yang tidak wajar, pinjaman pada rentenir, dan lainnya. Kegiatan ini dilakukan untuk mendukung program pemerintah baik bidang ekonomi maupun pembangunan nasional (Pegadaian, 2019). PT Pegadaian (Persero) menguasai pasar gadai nasional, selain itu juga diminta untuk terus melakukan pembaruan produk disamping tetap melakukan peningkatan pendapatan dari produk intinya yaitu gadai (Gunawan, 2016). Untuk dapat menjangkau nasabahnya, PT Pegadaian (Persero) berusaha memberikan manfaat, keuntungan yang memuaskan, dan mengembangkan bisnis inti dalam membangun bisnis yang lebih beragam. Hampir setiap tahunnya PT Pegadaian (Persero) meluncurkan produk dan jasa baru untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya, sehingga kini sudah memiliki banyak variasi produk dan jasa yang dibutuhkan nasabah dengan prosedur yang berbeda-beda, salah satunya Tabungan Emas.



Pada era kini untuk bersaing dalam bisnis semakin ketat dimana produk hampir seragam. Salah satu persaingan yang berkembang saat ini terjadi dalam bidang investasi. Menurut Jogiyanto (2015) investasi merupakan penundaan pemakaian sekarang untuk digunakan di dalam masa yang tepat selama periode waktu tertentu. Investasi dinilai semakin menjanjikan prospek yang baik, hal itu ditunjukkan dengan kinerja investasi saat ini menunjukkan gaya yang positif yang cukup solid, bahkan saat perekonomian global mengalami perlambatan, investasi berubah menjadi salah satu komponen utama penopang pertumbuhan ekonomi menggantikan kinerja ekspor yang cenderung melambat.

Tabungan emas PT Pegadaian (Persero) bisa menjadi sebuah alternatif dalam berinvestasi emas batangan. Besar setoran yang sangat terjangkau menjadi keuntungan dalam menabung emas di PT Pegadaian (Persero). Tabungan emas di PT Pegadaian (Persero) merupakan sebuah layanan pembelian dan penjualan emas dengan cara membeli emas dalam bentuk logam mulia 24 karat melalui fasilitas selayaknya menabung. Nasabah menyetorkan uang tunai dalam jumlah berapa pun dengan batas minimum Rp.10.000 yang nantinya akan dikonversi ke dalam gram emas batangan sesuai dengan harga terbaru emas 24 karat. Saldo yang terkumpul di rekening akan dicetak dalam jumlah gram emas, tetapi nantinya bisa dicairkan menjadi uang tunai atau emas batangan fisik berdasarkan harga emas logam mulia yang berlaku. Direktur Pemasaran dan Pengembangan Produk Pegadaian, Harianto Widodo (2020) menjelaskan, menabung emas di Pegadaian sangat mudah, hanya dengan menggunakan KTP nasabah dapat membuka rekening Tabungan Emas baik melalui outlet Pegadaian ataupun agen Pegadaian. Namun, kini PT Pegadaian (Persero) menerapkan sistem digitalisasi secara bertahap dengan mencari titik tengah agar semua orang bisa beradaptasi termasuk para nasabah senior. Salah satunya dengan membuat sistem yang cenderung sederhana agar mudah dipahami sekaligus melakukan literasi kepada nasabah dengan tujuan mengarahkan nasabah menjadi cerdas digital atau *digital savvy* sedikit demi sedikit. Untuk merealisasi pergeseran strateginya ke *online*, PT. Pegadaian (Persero) merilis aplikasi yang telah tersedia di *Play Store* dan *App Store*, yaitu Pegadaian Digital yang ditujukan untuk *hand user*.

*Pegadaian digital service* (PDS) diciptakan untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi dengan lebih efektif dan efisien. PDS dapat digunakan untuk pengajuan gadai, mencicil emas, melakukan pembayaran dan *top-up*. Selain itu, nasabah pengguna PDS juga bisa mengetahui informasi harga emas terbaru setiap harinya dan reward apa saja yang diberikan oleh pihak Pegadaian. Untuk transaksi tabungan emas, nasabah dapat

membuka rekening tabungan, *top-up* tabungan emas, menjual emas, hingga mencetak saldo tabungan menjadi emas batangan melalui PDS. Hal ini, dirasa sangat membantu nasabah dalam melakukan transaksi tabungan emas karena nasabah tidak perlu direpotkan lagi untuk datang ke outlet Pegadaian. Dengan adanya PDS ini, nasabah bisa menabung hingga menjual emas kapanpun dan dimanapun.

Kemudahan yang diberikan PT Pegadaian (Persero) kepada nasabahnya berdampak baik bagi perusahaan, terbukti dengan pertumbuhan nasabah yang mulai pesat. Menurut Direktur Teknologi Informasi dan Digital PT Pegadaian, Teguh Wahyono (2020), strategi digital ini merupakan strategi yang cocok untuk meregenerasi pelanggan untuk kembali karena digital sangat identik dengan milenial. Terbukti pada akhir tahun 2020, pertumbuhan nasabah pegadaian mencapai hampir dua kali lipat. Namun, kemungkinan adanya tantangan yang harus dihadapi yaitu mayoritas nasabah senior yang mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan adanya implementasi digital ini.

Berdasarkan permasalahan dan penjelasan yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Implementasi Pegadaian Digital pada Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring Padang”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat diambil suatu perumusan masalahnya yaitu

1. Bagaimana implementasi Pegadaian Digital pada Tabungan Emas di PT. Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring Padang?.
2. Bagaimana peningkatan jumlah nasabah Tabungan Emas di PT. Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring Padang?.

3. Apa saja kendala dalam implementasi Pegadaian Digital pada Tabungan Emas di PT. Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring Padang?.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Implementasi Pegadaian Digital pada Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring Padang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik bagi pihak yang membutuhkan diantaranya :

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi yang berkaitan dengan objek penelitian penulis, dan juga diharapkan dapat menambah wawasan dalam ilmu pengetahuan dan sebuah informasi khususnya dalam bidang praktikum penelitian pasar.

- 2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dan dijadikan sebagai referensi dalam mengetahui implementasi Pegadaian Digital pada Tabungan Emas terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring Padang. Bagi perusahaan manfaatnya dapat melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik kepada masyarakat dan calon nasabah yang ada di Kota Padang semakin bertambah.

## **1.5 Metode Penelitian**

Penelitian dilakukan dengan metode observasi dilapangan selama 40 hari pada PT Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring. Metode observasi ini dilakukan dengan cara pengambilan informasi melalui peninjauan secara langsung pada PT Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring. Dengan kata lain dilakukan langsung dilapangan dengan cara mencatat, mengamati apa saja kegiatan dan implementasi Pegadaian Digital pada Tabungan Emas terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring Padang.

## **1.6 Tempat dan Waktu Magang**

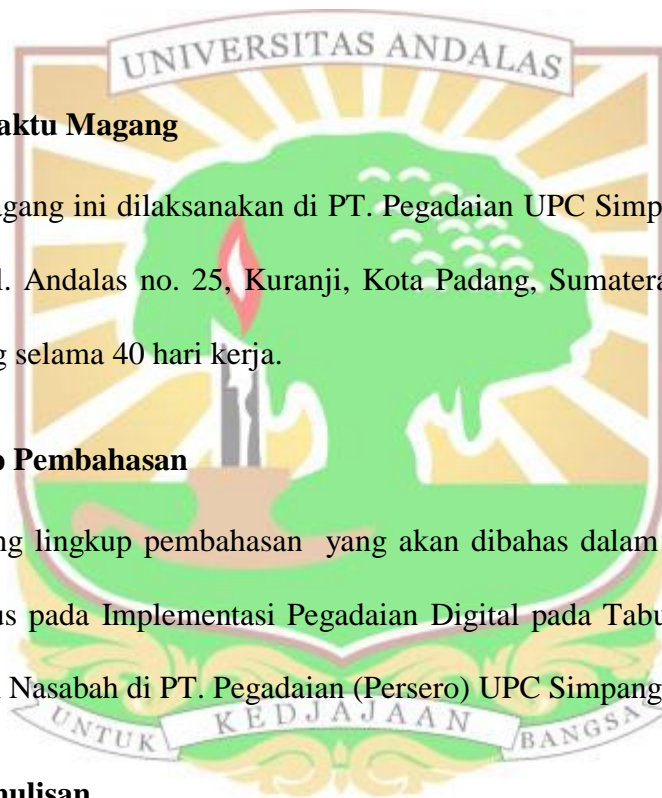
Kegiatan magang ini dilaksanakan di PT. Pegadaian UPC Simpang Anduring Padang yang berlokasi di Jl. Andalas no. 25, Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat dengan waktu pelaksanaan magang selama 40 hari kerja.

## **1.7 Ruang Lingkup Pembahasan**

Adapun ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas dalam penulisan laporan ini yaitu hanya berfokus pada Implementasi Pegadaian Digital pada Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring Padang.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini ditulis dalam 5 bab, dimana tiap bab akan dibagi lagi menjadi sub-bab yang akan dibahas secara terperinci. Berikut ini adalah sistematika penulisan penelitian dari masing-masing bab, dapat dijelaskan sebagai berikut



## BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, metode magang, tempat dan waktu magang, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Bab II ini menjelaskan tentang landasan teori yang terdapat beberapa konsep dan teori pada penelitian. Pada bab ini setiap variable dijelaskan dari sudut pandang konseptual. Bagian landasan teori ini mengacu kepada teks/buku ajar/jurnal ilmiah.

## BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab III ini menjelaskan tentang tempat magang. Pada bagian awal bab ini menjelaskan tentang profil perusahaan PT. Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring Padang, kegiatan yang dilakukan perusahaan, visi serta misi perusahaan. Pada bagian selanjutnya berisi tentang sejarah perusahaan.

## BAB IV PEMBAHASAN

Bab IV ini berisi hasil dari proses penelitian mengenai Implementasi Pegadaian Digital pada Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring Padang melalui metode penelitian yang dilakukan. Dan uraian tersebut harus sesuai dengan fakta di lapangan, pada bagian ini juga akan menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

## BAB V PENUTUP

Bab V ini berisi kesimpulan dan saran dari kegiatan magang. Pada bagian ini saran diberikan kepada PT. Pegadaian (Persero) UPC Simpang Anduring Padang sehingga bisa bermanfaat bagi kepentingan pihak perusahaan.



