

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pegadaian adalah lembaga keuangan bukan bank yang memberikan pembiayaan kepada masyarakat dengan tujuan memenuhi kebutuhan masyarakat, baik bersifat produktif maupun konsumtif dengan menggunakan hukum gadai. Pada dasarnya transaksi pembiayaan yang dilakukan pegadaian sama dengan prinsip pinjaman melalui lembaga perbankan. Namun, yang membedakannya adalah dasar hukum yang digunakan yaitu hukum gadai.

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk/jasa. Pengetahuan konsumen tentang informasi PT. Pegadaian akan memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mengenali, mencari, mengevaluasi, membeli dan bertindak pasca konsumsi produk/jasa maupun ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya. Pengetahuan konsumen terdiri dari informasi yang tersimpan di dalam ingatan pengetahuan konsumen. Para pelaku usaha sangat tertarik untuk mengerti dan memahami pengetahuan konsumen. Informasi yang dipegang oleh konsumen tentang produk/jasa akan mempengaruhi pola pembelian mereka yang juga akan berdampak terhadap pendapatan perusahaan.

Menurut Kotler yang dialih bahasakan oleh Hendra Teguh (2000) menyebutkan pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Konsumen memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, yang dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru dan membuat pilihan keputusan. Menurut Peter dkk yang dialih bahasakan oleh Damos Sihombing (1999) membagi pengetahuan menjadi 3 jenis pengetahuan produk yaitu, pengetahuan tentang karakteristik

atau atribut produk/jasa, pengetahuan tentang manfaat produk/jasa, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/jasa bagi konsumen.

Semakin meningkatnya persaingan pada saat ini juga mendorong PT. Pegadaian untuk lebih berorientasi kepada konsumen atau nasabah. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pengetahuan mengenai konsumen terutama perilakunya. Setidaknya ada dua alasan mengapa perilaku konsumen perlu dipahami. Pertama yaitu dengan memahami konsumen akan menuntun pelaku usaha kepada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien dan yang kedua yaitu diharapkan dengan berorientasi kepada konsumen, pelaku usaha dapat melakukan strategi yang baik dalam mensiasati kelebihan penawaran dari pada permintaan di dunia bisnis.

Menurut Minor (2002) menjelaskan Perilaku konsumen adalah studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang/jasa, pengalaman serta ide-ide. Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen cenderung memilih produk yang memberikan nilai atau manfaat yang lebih dibandingkan dengan produk lainnya. Keputusan konsumen timbul karena adanya penilaian yang objektif atau karena dorongan emosi. Keputusan untuk bertindak adalah berasal dari serangkaian aktivitas dan rangsangan mental dan emosional. Keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan (*decision*) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternative. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. (Setiadi, 2003).

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen baik senang maupun kurang suka dari hasil perbandingan pelayanan jasa yang dirasakan sesuai ekspektasi mereka. Sedangkan menurut Basu Swastha (2012), kepuasan konsumen adalah suatu keinginan seseorang yang ditujukan untuk memperoleh kepuasan.

Maka dari itu PT Pegadaian meningkatkan pelayanannya untuk memberikan kepuasan pelanggan agar tetap menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

PT.Pegadaian merupakan 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. Gadai merupakan salah satu kategori dari perjanjian utang piutang, yang mana untuk suatu kepercayaan dari orang yang berpiutang, maka orang yang berhutang menggadaikan barangnya sebagai jaminan terhadap utangnya itu. Barang jaminan tetap milik orang yang menggadaikan (orang yang berhutang) tetapi dikuasai oleh penerima gadai (yang berpiutang).

Menurut Syaifuddin (2016) lembaga keuangan merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan ekonomi masyarakat karena didalamnya terjadi suatu penghimpunan dana dari masyarakat, kemudian dana tersebut disalurkan kepada masyarakat untuk berbagai macam kebutuhan, misalnya untuk kebutuhan investasi maupun pembiayaan. Terdapat dua kelompok besar lembaga keuangan yakni lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah, lembaga keuangan konvensional dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang menjalankan prinsip-prinsip konvensional atau prinsip pada umumnya yang telah lama dianut oleh masyarakat dunia.

Salah satu produk yang ada pada PT. Pegadaian adalah Kreasi. Produk kreasi adalah pemberian kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan usaha dengan sistem fidusia menggunakan barang jaminan berupa BPKB kendaraan bermotor. Sistem fidusia berarti agunan untuk pinjaman cukup dengan BPKB, sehingga kendaraan masih bisa digunakan untuk usaha. Kreasi merupakan solusi untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah, dan murah.

Di tengah kondisi ekonomi yang lesu seperti saat ini, kinerja PT. Pegadaian (Persero) terus menunjukkan pertumbuhan yang positif. Hal ini terlihat dari segi laba, omset pinjaman, hingga jumlah nasabah yang terus tumbuh di tengah pandemi virus corona atau *Covid-19*. Dalam menghadapi tantangan di masa pandemi *Covid-19*, kinerja bisnis perusahaan masih tetap tumbuh dan nasabah Pegadaian terus menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pegadaian terus meningkatkan kapabilitas perusahaan dan disisi lain Pegadaian juga telah memiliki pondasi yang kuat dalam menjaga sustainabilitas kinerja perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis bermaksud untuk mengangkat judul tentang “Analisa Pengetahuan dan Kepuasan Konsumen terhadap Produk Kreasi PT. Pegadaian Ditengah *Covid-19*”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis bermaksud untuk mengangkat masalah dalam penelitian ini dengan Bagaimanakah Analisa Pengetahuan dan Kepuasan Konsumen terhadap Produk Kreasi PT. Pegadaian Ditengah *Covid-19*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui Pengetahuan dan Kepuasan Konsumen terhadap Produk Kreasi PT. Pegadaian Ditengah *Covid-19*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari tujuan magang diatas maka dapat diketahui dari kegiatan magang ini dalam beberapa manfaat, baik secara praktis maupun teoritis. Adapun manfaatnya sebagai berikut:

### **1. Manfaat praktis**

- a. Untuk memberikan informasi kepada konsumen yang ingin melakukan pinjaman di pegadaian melalui produk kreasi.

- b. Mempermudah konsumen dalam menerima segala informasi terbaru dari PT. Pegadaian.

## 2. Manfaat teoritis

- a. Penulis dapat menambah wawasan baru dalam pengembangan pengetahuan akademis dibidang pemasaran, khususnya mengenai cara meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Penulis dapat menerapkan ilmu-ilmu dan teori-teori yang telah dipelajari selama kuliah dan mengimplementasikan pada kegiatan yang sesungguhnya, kemudian penulis juga mempunyai peluang untuk mendapatkan pengetahuan baru di bidang pemasaran dan kualitas pelayanan pada suatu perusahaan.

## 1.5 Metode Penelitian

Untuk mencapai tujuan magang tersebut, maka penulis melakukan metode magang dengan metode deskriptif dan wawancara pelanggan secara pribadi. Penulis juga mengumpulkan data dengan menggunakan angket atau kuesioner. Untuk memperoleh data dan bahan yang dibutuhkan dalam kegiatan magang ini, maka penulis menggunakan metode sebagai berikut :

### a. Metode Wawancara

Wawancara adalah proses untuk mempertoleh atau mendapatkan sesuatu informasi untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dan bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancari (*informan*).

### b. Metode Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sejumlah pernyataan tertulis kepada pihak yang akan dijadikan sampel

penelitian atau biasa disebut dengan responden untuk di jawabnya. Kuesioner digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian.

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

Kegiatan magang ini dilakukan di kantor PT. Pegadaian yang berlokasi di Jl. Proklamasi No.22, Alang Laweh, Kec. Padang Sel., Kota Padang, Sumatera Barat 25121. Magang ini dilaksanakan selama 40 hari kerja, yaitu dari tanggal 15 Maret 2021 – 3 Mei 2021.

### **1.7 Ruang Lingkup Pembahasan**

Ruang lingkup magang merupakan suatu bentuk batasan bidang bagi penulis dalam melakukan kegiatan penulisan proposal magang, agar penulis dapat memusatkan pikiran serta dapat menjelaskan bagian-bagian kegiatan yang dilaksanakan dalam kegiatan magang itu sendiri. Maka dari itu kegiatan magang ini hanya dibatasi pada Analisa Pengetahuan dan Kepuasan Konsumen terhadap Produk Kreasi PT. Pegadaian Ditengah *Covid-19*.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Agar mendapatkan gambaran yang jelas untuk proposal magang ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan dengan perincian sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, ruang lingkup magang, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini akan diuraikan secara teoritis tentang kepuasan pelanggan, perilaku konsumen.

### BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini mencakup gambaran umum perusahaan mengenai sejarah singkat PT. Pegadaian, visi dan misi, tujuan perusahaan, dan struktur organisasi.)

### BAB IV PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari bab-bab sebelumnya dan juga saran-saran yang sesuai dengan jangkauan penulis.

