

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman sekarang ini pemberian dana instan dengan proses yang cepat mempunyai peranan yang sangat besar bagi masyarakat Indonesia guna memenuhi kebutuhannya. Perekonomian Indonesia yang terus berkembang menyebabkan kondisi persaingan dunia bisnis semakin bertambah ketat, persaingan yang semakin ketat tersebut dapat dilihat dari bertambahnya para pelaku ekonomi yang memasuki pasar barang dan jasa. Munculnya perusahaan yang menawarkan produk yang hampir sejenis, berdampak pada semakin banyaknya produk yang ditawarkan dalam kemasan dan kualitas yang beragam. Kondisi demikian membuat pelanggan dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhannya.

Demikian juga dengan industri yang menawarkan dana instan, saat ini banyak muncul industri-industri yang menawarkan pemberian dana instan, salah satunya difasilitasi oleh industri jasa gadai. Bisnis jasa gadai di dalam negeri beberapa tahun terakhir berkembang cukup pesat. Jasa pegadaian mempunyai peranan penting dan strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi masyarakat, sehingga persaingannya tidak hanya bertumpu pada produk tetapi juga pada pelayanannya. Hal tersebut dikarenakan banyaknya usaha jasa gadai yang

bermunculan dimana setiap usaha menawarkan jasa sedemikian rupa sehingga menarik bagi konsumen.

Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa sebuah usaha gadai haruslah mampu memberikan pelayanan yang baik dimana pelayanan tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah keunggulan dibandingkan pesaing sehingga mampu bertahan dalam iklim persaingan yang ketat. Dengan adanya keunggulan bersaing yang dimiliki oleh sebuah perusahaan maka perusahaan tersebut dapat menjadi pilihan utama bagi konsumen.

Pegadaian merupakan suatu BUMN yang bergerak dalam kegiatan pelayanan jasa pegadaian tersebut. Pegadaian adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) berstatus perusahaan umum (Perum) yang sebelumnya dikelola oleh Departemen Keuangan dan kini dikelola oleh Kementrian BUMN Republik Indonesia. Perum Pegadaian ini berkantor pusat di Jakarta dan memiliki 12 kantor wilayah yang tersebar di seluruh Indonesia. Salah satu kantor wilayah Perum Pegadaian berkedudukan di Palembang, dikenal dengan nama Kantor Wilayah Perum Pegadaian Palembang yang membawahi 52 kantor cabang tersebar di kabupaten dan kota Propinsi Palembang, Jambi, Bengkulu dan Lampung

Sesuai dengan namanya, perusahaan ini mempunyai usaha pokok berupa pinjaman/kredit atas dasar hukum gadai atau kredit gadai yang terdiri atas kredit gadai cepat dan aman (KCA), kredit angsuran fidusia (KREASI), kredit angsuran gadai (KRASIDA), gadai syariah dan usaha lainnya seperti: Jasa taksiran, jasa titipan, usaha persewaan gedung dan pembelian Logam Mulia secara kredit. Khusus untuk usaha kredit gadai (KCA), konsumen akan mendapatkan kredit

gadai setelah ia menyerahkan agunan (barang jaminan) berupa emas, alat elektronik, dan kendaraan bermotor. Barang jaminan ini disimpan di Perum Pegadaian selama kredit gadai belum ditebus atau dilunasi oleh konsumen yang bersangkutan.

Kredit Cepat Aman (KCA) ini merupakan jenis produk favorit atau yang paling disukai konsumen. KCA merupakan bentuk penyaluran kredit pinjaman kepada konsumen atau debitur yang didasarkan atas nilai barang jaminan yang nilai taksirannya disepakati bersama dan dapat diperpanjang dengan cara angsuran dan jangka waktu yang diberikan yaitu maksimal 120 hari (4 bulan) serta dikenakan tarif sewa modal atas pinjaman tersebut dan biaya administrasi sebesar 1% dari uang pinjaman. Sewa modal dihitung sejak tanggal kredit sampai tanggal pelunasan.

Tabel 1. Tingkat Sewa Modal Kredit Cepat Aman (KCA) pada Perum Pegadaian Cabang Kedaton

Gol	Uang Pinjaman (UP)	Sewa Modal per 15 hari	Maksimal sewa modal	Biaya Adm
A	Rp. 20.000 s.d Rp 150.000	1 %	8 %	1 % x UP
B	Rp. 150.000 s.d Rp 500.000	1.45 %	11.6 %	1 % x UP
C	Rp 505.000 s.d Rp 20.000.000	1.45 %	11.6 %	1 % x UP
D	Rp 20.020.000 s.d Rp 200.000.000	1 %	8 %	1 % x UP

Sumber : Data Perum Pegadaian Cabang Kedaton Bandar Lampung 2013

Tabel 1. Menunjukkan tingkat modal Kredit Cepat Aman pada Perum Pegadaian Cabang Kedaton yang diberikan kepada konsumen. Pada Gol A tarif sewa modal dikenakan sebesar 15 per 15 hari dan 8% jika lebih 15 hari sampai dengan tanggal jatuh tempo. Begitu pula pada golongan lainnya sesuai ketentuan pada tabel 1 tersebut. Apabila hasil penjualan barang jaminan nilainya lebih rendah dan tidak

dapat menutupi kewajiban pembayaran uang pinjaman ditambah sewa modal maksimal dan biaya lelang, maka dalam waktu paling lama 14 hari sejak tanggal pemberitahuan pihak konsumen berkewajiban menyerahkan sejumlah uang untuk melunasinya. Dan sebaliknya apabila hasil penjualan lelang lebih besar setelah dikurangi uang pinjaman ditambah sewa modal ditambah biaya lelang, maka kelebihan penjualan tersebut menjadi hak konsumen dengan jangka waktu pengambilan selama 1 tahun.

Selama ini Perum Pegadaian dapat dikatakan sebagai monopoli di bidang usaha kredit gadai, namun kini status monopoli tersebut sudah mulai terganggu atau paling tidak sudah mulai berkurang, karena pemerintah sudah mengizinkan perusahaan lain untuk membuka usaha yang sama. Contohnya, Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah, Bank Danamon Solusi Emas, dan masih banyak bank lainnya. Ini suatu pertanda bahwa Perum Pegadaian tidak lagi menjalankan usahanya dengan monopoli tetapi harus bersaing dengan kompetitor-kompetitornya.

Kalau tidak hati-hati menghadapi dan menyikapi kondisi yang saat ini sedang berkembang, maka perum pegadaian mungkin saja kalah bersaing dengan kompetitor tersebut. Bukan mustahil hal ini terjadi, mengingat bank-bank syariah ada juga yang merupakan bank pemerintah dengan kekayaan dan modal kerja yang besar serta didukung manajemen yang bagus. Untuk menghadapi persaingan tersebut, Perum Pegadaian harus fokus kepada konsumennya.

Untuk itu, Perum Pegadaian harus mampu memberikan atau menyediakan jasa pelayanan yang cepat, menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumennya. Untuk

menjawab tantangan ini, Perum Pegadaian telah menerapkan pelayanan konsumen dengan motto "*Mengatasi Masalah Tanpa Masalah*" yaitu setiap konsumen yang membutuhkan uang dapat diatasi masalahnya dengan kredit gadai melalui proses pelayanan yang mudah, tepat waktu dan cepat (hanya waktu 15 menit) tanpa bermasalah. Dengan pelayanan seperti ini diharapkan konsumen mendapatkan kualitas jasa gadai yang memuaskan. Perkembangan pengguna jasa gadai pada Perum Pegadaian Cabang Kedaton Tahun 2008-2012 dapat ditunjukkan pada Tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2. Perkembangan Pinjaman Jasa Gadai Kredit Cepat Aman (KCA) Pegadaian Cabang Kedaton dan Perusahaan Pesaing Tahun 2008-2012

Perusahaan	Jenis	2008	2009	2010	2011	2012
Pegadaian	SBK	31,304	31,973	28,516	27,518	29,828
	Pinjaman	12,279,114,500	15,473,288,300	16,840,486,700	24,573,227,000	17,291,529,125
	Perkembangan		26.0%	8.8%	45.9%	26.9%
Mandiri Syariah	SBK	4,193	5,766	4,060	5,645	4,916
	Pinjaman	2,036,809,000	3,809,077,000	2,484,661,900	5,625,558,000	3,489,026,475
	Perkembangan		87.0%	-34.8%	126.4%	59.6%
BRI Syariah	SBK	4193	4,962	5,766	4,962	4,971
	Pinjaman	2,282,944,100	1,790,265,100	3,625,558,000	4,731,237,600	3,107,501,200
	Perkembangan		-21.6%	102.5	30.5%	37.1%
Bank Danamon Gadai Emas	SBK	5,142	3,740	4,717	5,645	4,811
	Pinjaman	3,036,809,000	3,702,651,000	3,222,718,000	4,431,237,000	3,598,353,750
	Perkembangan		21.9%	-13.0%	37.5%	15.5%

Sumber : Data Perum Pegadaian Cabang Kedaton Bandar Lampung 2013

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa konsumen yang menggunakan jasa Perum Pegadaian mengalami penurunan, walaupun uang pinjamannya mengalami peningkatan. Kondisi ini menunjukkan fungsi gadai yang belum berimbang antara jumlah barang jaminan dengan uang pinjaman yang diberikan. Tabel di atas juga menunjukkan bahwa walaupun kuantitas pinjaman masih didominasi Perum Pegadaian akan tetapi perkembangan nilai pinjaman Perum Pegadaian sepanjang Tahun 2008-2012 masih di bawah perusahaan pesaing.

Secara teoritis pilihan untuk menggunakan jasa gadai merupakan perilaku konsumen yang terspesifikasi dalam bentuk keputusan membeli atau menggunakan, dimana perilaku ini dipengaruhi oleh banyak faktor. Proses keputusan pembelian terproses dari adanya kebutuhan internal dan kebutuhan eksternal (Simamora, 2003:87) Oleh sebab itu, proses keputusan pembelian yang dilakukan konsumen bisa saja terhambat oleh minimnya informasi atau promosi produk, atau karena hasil evaluasi konsumen terhadap produk jasa yang ditawarkan. Perilaku konsumen yang terspesifikasi dalam bentuk keputusan membeli atau menggunakan, dimana perilaku ini dipengaruhi oleh banyak faktor. Oleh karenanya perusahaan yang menawarkan produk baik dalam bentuk barang maupun jasa selalu terkait dengan faktor lain yang mempengaruhinya.

Menurut Simamora (2003:85) terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologis namun peran faktor tersebut berbeda sesuai dengan jenis produknya. Perum Pegadaian sebagai suatu perusahaan yang menawarkan jasa gadai membuat berbagai produk jasa untuk menarik menumbuhkan ketertarikan sehingga konsumen memilih menggunakan jasa gadai yang dapat memenuhi kebutuhannya, pada kenyataannya konsumen yang menggunakan jasa Perum Pegadaian mengalami penurunan, walaupun uang pinjamannya mengalami peningkatan. Artinya ada kecenderungan penurunan jumlah konsumen Perum Pegadaian Cabang Kedaton Bandar Lampung. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Penggunaan Jasa Pegadaian di Pegadaian Cabang Kedaton Bandar Lampung”.

## **1.2 Masalah dan Permasalahan**

Perum Pegadaian sebagai suatu perusahaan yang menawarkan jasa gadai membuat berbagai produk jasa untuk menarik menumbuhkan ketertarikan sehingga konsumen memilih menggunakan jasa gadai yang dapat memenuhi kebutuhannya, pada kenyataannya sepanjang Tahun 2008-2012 terjadi penurunan konsumen yang menggunakan jasa Perum Pegadaian, dan perkembangan jumlah konsumen masih dibawah perkembangan perusahaan kompetitor yang dapat dilihat pada tabel 2. Berdasarkan hal tersebut maka permasalahan dalam penelitian ini adalah: Bagaimanakah faktor budaya, sosial, personal dan psikologi mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih jasa gadai di Pegadaian Cabang Kedaton Bandar Lampung?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor budaya, sosial, personal dan psikologi mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih jasa gadai di Pegadaian Cabang Kedaton Bandar Lampung.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan, kontribusi penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, informasi dan saran-saran yang bermanfaat bagi

manajemen sebagai bahan acuan pembandingan dalam usaha untuk penyempurnaan dan peningkatan kualitas pelayanan di Perum Pegadaian

2. Bagi peneliti, merupakan pengalaman praktis yang dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan untuk menambah pengalaman dan kemampuan menerapkan ilmu yang diperoleh selama menjalani pendidikan.
3. Bagi ilmu pengetahuan, dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan pelayanan konsumen.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

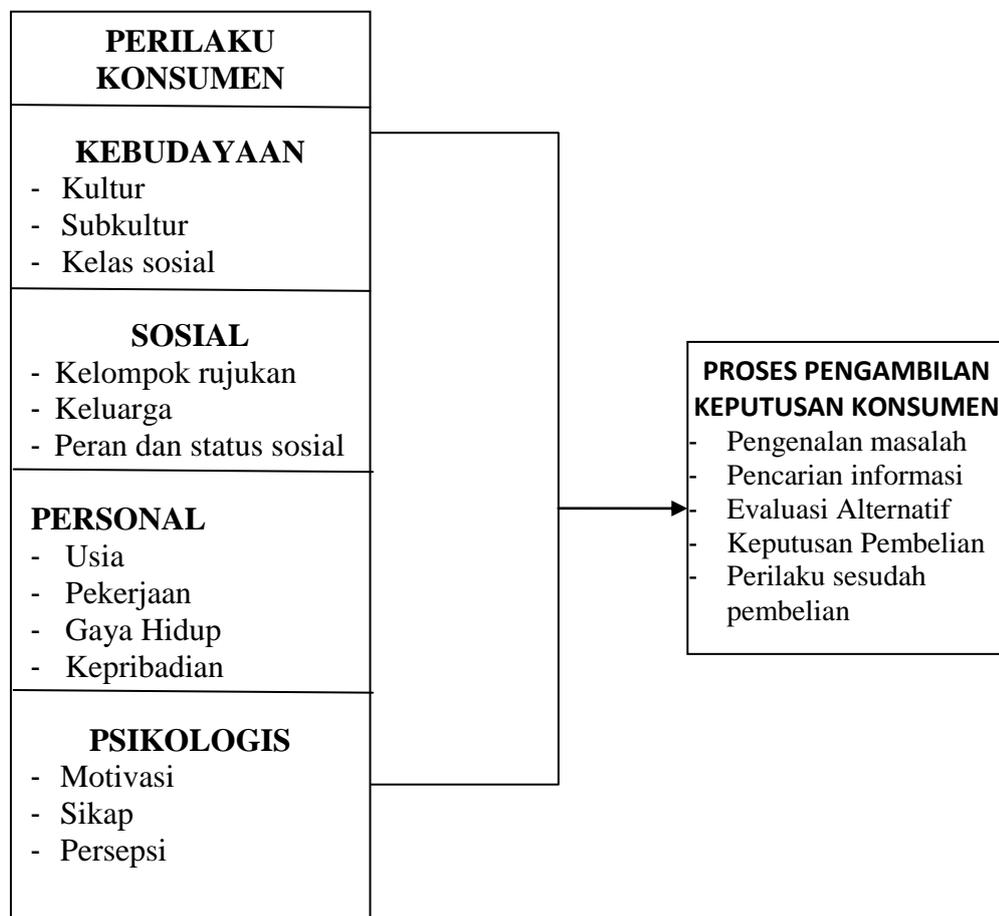
Persaingan di dunia industri jasa terutama yang menawarkan jasa keuangan semakin ketat dan kompetitif, baik dari suku bunga yang diberikan, program hadiah yang ditawarkan, juga layanan yang diberikan, sehingga dituntut untuk mampu memberikan yang terbaik bagi konsumennya. Perilaku konsumen menurut J Supranto dan Limakrisna (2007: 4) adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Menurut Simamora (2003:85) terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologis.

Faktor kebudayaan meliputi kultur, sub kultur dan kelas sosial. Faktor Sosial meliputi kelompok masyarakat yang lebih kecil seperti keluarga, peran dan status sosial dari konsumen yang meliputi kelompok rujukan (Kelompok Acuan), keluarga, peran dan status. Faktor Personal merupakan karakteristik pribadi seperti usia dan tahap daur hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan

kepribadian. Adapun faktor psikologis merupakan kondisi seseorang diluar kondisi fisik manusia, aspek psikologis lebih kompleks dari aspek fisik karena didalamnya terkandung proses kognisi, afeksi dan psikomotor (Setiadi, 2003:134).

Aspek psikologis seseorang terdiri dari empat faktor utama yaitu motivasi, sikap dan persepsi. Adapun keputusan pembelian adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya hasrat (*desire*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator. Wilbur Schramm dalam Suhandang (2005:111) dan Simamora (2003:94), menguraikan proses keputusan pembelian terproses dalam tahap tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku sesudah pembelian. Seluruh uraian tersebut terangkum dalam kerangka teori sebagai berikut:

Gambar 1. Model Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen



## **1.6 Hipotesis**

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan pernyataan hipotesis sebagai berikut: Ada pengaruh positif dari kebudayaan terhadap proses keputusan penggunaan, ada pengaruh positif dari sosial terhadap keputusan konsumen, ada pengaruh positif dari personal terhadap keputusan konsumen dan ada pengaruh positif dari psikologis terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan menggunakan jasa gadai di Pegadaian Cabang Kedaton Bandar Lampung.