BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mengalami penurunan ini, sehingga mendorong tiap-tiap perusahaan untuk lebih berhati-hati dalam menjalankan usahanya karena masalah semakin kompleks dan persaingan semakin ketat, sementara daya beli masyarakat menurun. Perusahaan harus bekerja lebih ketat lagi untuk menghadapi masalah ini dan menjaga agar kepuasan dan keinginan pelanggan tetap terpenuhi serta tujuan perusahaan dapat tercapai maka salah satunya dengan memotivasi konsumen untuk terus menggunakan produknya.

Oleh karena itu dengan semakin berkembangnya masyarakat, maka kebutuhan tersebut akan semakin meningkat terutama kebutuhan akan barang dan jasa. Di masa krisis ekonomi sekarang ini menyebabkan lumpuhnya sendi-sendi perekonomian, dimana daya beli masyarakat menurun terutama kalangan menengah ke bawah yang terkena imbas krisis secara langsung. Masyarakat dituntut untuk dapat memenuhi dan mencukupi kebutuhan hidup, baik rumah tangga, usaha, pendidikan, kesehatan dan lain-lainnya. Keadaan tersebut membuat permintaan masyarakat akan kebutuhan dana atau uang tunai dengan syarat yang ringan meningkat.

Sekarang ini banyak sekali sumber dana yang ada di masyarakat baik perorangan maupun institusional (bank) sebagai lembaga yang mapan dan bergerak aktif. Dari beberapa pilihan sumber dana tersebut guna memperoleh uang tunai

antara peminjam dan pemberi pinjaman dibutuhkan sikap saling percaya, kejujuran, dan mungkin barang jaminan oleh si peminjam kepada pemberi pinjaman. Perum Pegadaian adalah salah satu lembaga keuangan milik negara yang memberikan jasa gadai atau keuangan kepada masyarakat. Perum Pegadaian merupakan lembaga kredit yang dapat mencegah masyarakat dari praktek rentenir melalui tingkat bunga yang tinggi, pegadaian-pegadaian gelap, dan pinjaman-pinjaman yang tidak wajar.

Perum Pegadaian yang mempunyai misi utama yaitu memenuhi dana kebutuhan masyarakat dalam skala kecil yang ditawarkan dengan persyaratan relatif ringan dari proses yang cepat dalam memberikan produk jasa kepada para nasabah atau konsumennya. Keadaan tersebut diharapkan akan memberi daya tarik tersendiri pada lapisan masyarakat yang kekurangan dana untuk memanfaatkan jasa pegadaian. Tetapi pada kenyataannya Perum Pegadaian belum dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat sebagai salah satu alternatif sumber dana untuk mengatasi masalah akan kekurangan dana.

Untuk meningkatkan pelayanan, Perum Pegadaian berusaha memperbaiki fasilitas-fasilitas yang ada antara lain Perum Pegadaian mulai berbenah diri dengan cara menambah produk jasa yang ada, jadi tidak hanya terpaku pada Jasa Gadai saja, produk jasa yang baru tersebut adalah Jasa Taksiran, Jasa Titipan dan Jasa Koin Emas ONH. Perum Pegadaian juga meningkatkan fasilitas seperti membangun gedung yang lebih baik, sumber daya manusia yang lebih terampil, serta media promosi yang lebih gencar di media massa dengan motto

"MENGATASI MASALAH TANPA MASALAH" sehingga PERUM Pegadaian dapat diterima oleh masyarakat luas.

Berdasarkan kenyataan tersebut maka diperlukan tinjauan dan pemahaman yang dalam mengenai masyarakat, dalam hubungannya dengan strategi pemasaran. Pegadaian sangat perlu untuk mengetahui motivasi apa yang mempengaruhi masyarakat sehingga masyarakat mempunyai pemikiran yang positif atau negatif terhadap obyek atau produk tertentu. Untuk mengetahui hal-hal tersebut yang menjadi penyebab kurangnya motivasi masyarakat terhadap produk yang juga sangat berpengaruh seperti jasa gadai, jasa taksiran dan jasa titipan.

Dengan menganalisa motivasi masyarakat, pegadaian dapat mengetahui apa yang menjadi kemauan masyarakat. Mengapa masyarakat mempunyai perilaku positif terhadap suatu obyek (produk) dalam memenuhi kebutuhannya, sehingga dengan mengetahui hal tersebut PERUM Pegadaian dapat menyusun strategi menentukan langkah-langkah untuk dapat memenuhi keinginan masyarakat yang diharapkan dapat menjaring masyarakat lebih banyak lagi dan memperluas pasar.

Kantor Cabang Pegadaian Babarsari sebagai salah satu lembaga yang bergerak pada bidang jasa dengan menggunakan produk jasa pegadaian selalu berusaha untuk meningkatkan penerimaan atas penjualan produknya disamping mempertahankan keberadaannya di pasar selama ini.

Kantor Cabang Pegadaian Babarsari sebagai lembaga gadai mempunyai 4 jenis produk jasa yaitu:

1. Kredit gadai yang merupakan bisnis utama pegadaian dengan fasilitas pinjaman berdasarkan hukum gadai dengan prosedur mudah, aman, dan cepat.

2. Jasa taksiran adalah fasilitas pelayanan untuk mengetahui kualitas barang perhiasan (emas, perak, dan permata).
3. Jasa titipan adalah fasilitas pelayanan titipan barang berharga, surat-surat berharga dan lainnya agar lebih aman.
4. Penjualan koin emas ONH sebagai tabungan bagi masyarakat yang berminat untuk menunaikan ibadah haji agar lebih aman terhadap inflasi dan fluktuasinya harga mata uang asing (US Dollar).

Dari keempat produk atau jasa diatas maka penelitian memfokuskan pada tiga produk jasa saja yaitu : (Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan), hal ini disebabkan karena jumlah nasabah yang menggunakan produk jasa tersebut selalu meningkat, sedangkan produk jasa penjualan koin emas ONH tidak ikut diteliti karena merupakan produk jasa baru di Kantor Cabang Pegadaian Babarsari sehingga jumlah nasabahnya tidak menentu atau belum terlalu banyak.

Untuk itu penulis ingin mengetahui apakah ada perbedaan pilihan atribut yang memotivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari menurut karakteristik mereka. sehingga penulis tertarik untuk mengangkat masalah **"ANALISIS FAKTOR PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MENJADI NASABAH PERUM PEGADAIAN CABANG BABARSARI"**

1.2 Rumusan Masalah

1. seberapa besar faktor pengaruh motivasi terhadap keputusan untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian cabang Babarsari?

2. Dari faktor–faktor pengaruh motivasi diatas manakah yang memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian cabang Babarsari?

1.3 Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan permasalahan dan data yang akan dibahas dan dikumpulkan, maka penulis menggunakan batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari yang akan menggunakan dan yang pernah menggunakan produk jasa Perum Pegadaian Cabang Babarsari (Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan) yang bertempat tinggal di berbagai wilayah Jawa Tengah dan DIY khususnya.
2. Tempat penelitian di Perum Pegadaian Cabang Babarsari.
3. Produk Jasa yang akan diteliti adalah Jasa Gadai, Jasa Taksiran dan Jasa Titipan pada Perum Pegadaian Cabang Babarsari.
4. Motivasi masyarakat untuk menjadi nasabah adalah Produk jasa Perum Pegadaian Cabang Babarsari.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar faktor pengaruh motivasi terhadap keputusan untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian Cabang Babarsari.

2. Untuk mengetahui faktor pengaruh motivasi manakah yang memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian cabang Babarsari.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi kemajuan Kantor Cabang Pegadaian Babarsari dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk mencapai pelayanan yang dapat memuaskan nasabah, sehingga dapat menunjang pencapaian target yang telah ditetapkan dengan kekuatan yang bertumpu pada pelayanan yang baik.

b. Bagi khalayak yang berkepentingan

Mengetahui atribut-atribut apa saja yang memotivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian cabang Babarsari, dari hal tersebut dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam mengambil keputusan di masa yang akan datang untuk lebih menarik atau merangsang konsumen untuk menjadi nasabah atau konsumen.

c. Bagi penulis

Penelitian ini dapat melatih berfikir ilmiah dan kreatif dengan jalan mencoba untuk membahas serta menganalisa data yang diperoleh, sehingga diharapkan dapat membantu menyelesaikan masalah bila bekerja pada suatu perusahaan.

d. Bagi khasanah ilmu pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan sumber informasi bagi pembaca pada umumnya dan sumber inspirasi bagi

peneliti mendatang untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh produk jasa Pegadaian terhadap motivasi konsumen untuk menjadi nasabah Perum Pegadaian cabang Babarsari.