

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, pinjaman dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor adalah bentuk pinjaman yang populer dan banyak ditawarkan oleh lembaga keuangan seperti bank, koperasi, maupun lembaga keuangan non-bank atau pemberi pinjaman partikelir. Proses pengajuan pinjaman dengan jaminan BPKB relatif mudah dan cepat, karena tidak memerlukan banyak dokumen dan persyaratan yang rumit seperti pinjaman dari bank. Selain itu, jumlah pinjaman yang bisa didapatkan juga cukup besar, tergantung pada nilai kendaraan yang digadaikan.

PT. Pegadaian (Persero) adalah perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bergerak di bidang jasa keuangan dengan fokus pada pembiayaan gadai. Namun, selain produk gadai, perusahaan ini juga menawarkan produk non gadai seperti tabungan emas, investasi emas, asuransi, dan lain sebagainya. Penjualan produk non gadai mungkin belum sebesar penjualan produk gadai dan perusahaan mungkin ingin meningkatkan penjualan produk non gadai, khususnya produk jaminan BPKB.

Pinjaman BPKB di Pegadaian adalah salah satu layanan gadai yang memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan pinjaman tunai dengan cara menggadaikan BPKB kendaraan sebagai jaminan. Produk ini memberikan solusi keuangan yang cepat dan mudah bagi masyarakat yang membutuhkan dana tunai dalam waktu singkat.

Proses pengajuan pinjaman BPKB di Pegadaian cukup mudah dan cepat. Pertama, masyarakat harus memenuhi beberapa persyaratan, seperti memiliki kendaraan bermotor yang masih dalam masa pemakaian dan memiliki BPKB yang sah. Kemudian, masyarakat harus membawa kendaraan dan dokumen penting seperti STNK, KTP, dan NPWP untuk diverifikasi oleh Pegadaian.

Pinjaman jaminan BPKB di PT. Pegadaian memang belum banyak dikenal oleh masyarakat, karena pesaing yang cukup banyak dalam industry pinjaman. Meskipun PT. Pegadaian (Persero) sudah dikenal sebagai Lembaga keuangan yang terpercaya

dan telah beroperasi cukup lama di Indonesia, namun pasar pinjaman dengan jaminan BPKB telah menjadi kompetitif dengan adanya berbagai Lembaga keuangan lain yang menawarkan produk serupa.

Untuk meningkatkan penjualan Produk non gadai jaminan BPKB di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang, dapat dilakukan melalui berbagai metode sosialisasi, promosi dan media social.

Sosialisasi dapat dilakukan dengan mengadakan kegiatan pameran, seminar, atau *workshop* yang fokus pada edukasi dan informasi tentang manfaat serta prosedur pengajuan pinjaman jaminan BPKB.

Promosi dapat dilakukan melalui iklan di media cetak, media elektronik, kampanye digital, atau penawaran khusus seperti diskon atau penawaran khusus bagi nasabah yang mengajukan pinjaman jaminan BPKB.

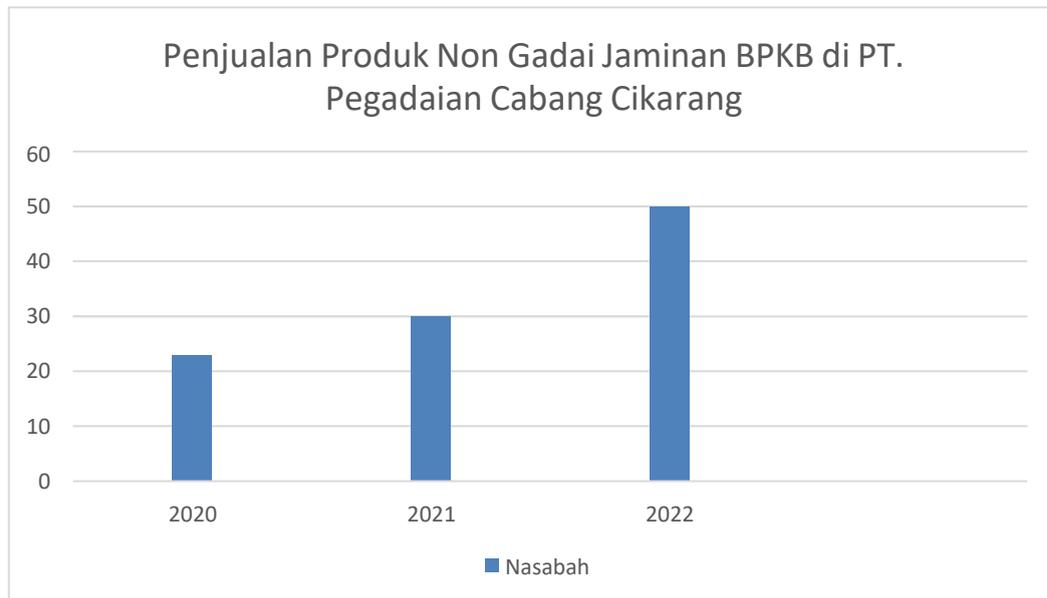
Penggunaan media social juga dapat menjadi metode yang efektif yang memperkenalkan produk pinjaman jaminan BPKB, dengan membuat konten informatif dan menarik, serta berinteraksi dengan calon nasabah melalui mediasocial.

Dengan menggabungkan metode sosialisasi, promosi, dan media social, diharapkan akan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan pinjaman jaminan BPKB di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang sebagai solusi keuangan yang dapat diandalkan.

Tabel. 1.1. Data Nasabah Produk Non Gadai Jaminan BPKB PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang Tahun 2020 - 2022

No	Tahun	Nasabah
1	2020	23
2	2021	30
3	2022	50
Total		103

Sumber : PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Produk Non Gadai Jaminan BPKB di PT. Pegadaian Cabang Cikarang

Diagram penjualan produk non gadai jaminan BPKB di PT. Pegadaian Cabang Cikarang menunjukkan peningkatan yang signifikan dari tahun 2020 hingga 2022. Pada tahun 2020, jumlah nasabah yang melakukan pembelian produk tersebut sebanyak 23 orang. Angka ini kemudian meningkat menjadi 30 nasabah pada tahun 2021, dan mencapai angka tertinggi pada tahun 2022 dengan 50 nasabah yang melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan minat nasabah terhadap produk non gadai jaminan BPKB di PT. Pegadaian Cabang Cikarang dari tahun ke tahun.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “ **Pengaruh Soisalisasi, Promosi danMedia Sosial Terhadap Penjualan Produk Non Gadai Jaminan BPKB di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang** ”.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Penjualan produk non gadai jaminan BPKB pada perusahaan lain.
2. Persaingan dari pesaing di industri yang juga menawarkan produk serupa. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat minat dan permintaan nasabah terhadap produk non gadai jaminan BPKB yang ditawarkan oleh PT.

Pegadaian Cabang Cikarang.

3. Kurang memaksimalkannya sosialisasi terhadap produk non gadai jaminan BPKB PT. Pegadaian Cabang Cikarang di masyarakat.
4. Tidak optimalnya promosi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Cabang Cikarang terhadap produk non gadai jaminan BPKB, sehingga masyarakat kurang mengetahui produk tersebut.
5. Tidak optimalnya pemanfaatan media sosial oleh PT. Pegadaian Cabang Cikarang dalam mempromosikan produk non gadai jaminan BPKB, sehingga masyarakat kurang terpapar informasi mengenai produk tersebut.
6. Faktor eksternal seperti kondisi perekonomian yang tidak stabil, yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan pembelian produk non gadai jaminan BPKB. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat penjualan PT. Pegadaian Cabang Cikarang secara keseluruhan.

1.3 Batasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Untuk mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dengan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah.

Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh sosialisasi, promosi dan media sosial terhadap penjualan produk non gadai jaminan BPKB di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan Sosialisasi, Promosi dan Media Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap Penjualan Produk di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang?
2. Apakah secara parsial Sosialisasi berpengaruh signifikan positif terhadap Penjualan Produk di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang?

3. Apakah secara parsial Promosi berpengaruh signifikan positif terhadap Penjualan Produk di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang?
4. Apakah secara parsial Media Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap Penjualan Produk di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mempunyai tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan Sosialisasi, Promosi dan Media Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap Penjualan Produk di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial Sosialisasi berpengaruh signifikan positif terhadap Penjualan Produk di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial Promosi berpengaruh signifikan positif terhadap Penjualan Produk di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial Media Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap Penjualan Produk di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Cikarang.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu alat untuk mengetahui cara penjualan yang di inginkan oleh Pelanggan dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk mempertahankan penjualan pendidikannya yang sudah baik.
2. Dari penelitian ini penulis dapat memperoleh pengetahuan baru mengenai masalah pemasaran yang sangat berkaitan erat dengan kehidupan sehari-hari dan yang tidak kalah penting adalah sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Srata 1.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan khasanah kepustakaan dan tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut skripsi ini, maka materi-materi yang tertera pada proposal ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.