

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia bisa dinyatakan sebagai makhluk sosial, atau berarti dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak dapat hidup sendiri. Manusia dalam keseharian juga membutuhkan bantuan orang lain. Maka dari hal tersebut, semestinya manusia dapat untuk saling tolong menolong. Manusia akan senantiasa berkaitan dengan sesamanya dalam kehidupan bermasyarakat, baik disadari ataupun tidak. Ini dikarenakan pada waktu tertentu individu mempunyai suatu hal yang orang lain butuhkan, sementara orang lain pada waktu tertentu juga akan memerlukan sesuatu yang dimiliki oleh individu tersebut, dengan demikian akan timbul hubungan memberi dan menerima (F. Mariana, 2013: 3).

Seringkali tidak terpenuhinya kebutuhan individu karena perekonomian yang ada. Upaya seseorang untuk memenuhi kebutuhan ini, di antaranya yaitu dengan mengadakan pinjaman kepada lembaga keuangan ataupun kepada orang lain. Biasanya, dalam melakukan pinjaman, haruslah terdapat barang jaminan yang akan debitur berikan pada kreditur. Jika debitur dalam hal ini gagal melakukan pelunasan terhadap pinjaman tersebut, maka kreditur bisa melakukan penjualan atas barang jaminan tersebut, sebagai bentuk penebus pinjaman. Selain itu, konsep pinjaman ini biasanya dikenal dengan istilah gadai (Novrida Azaniah Harahap, 2021: 3).

Gadai adalah salah satu alternatif untuk mendapat dana cepat dengan menjadikan barang sebagai jaminan atas suatu pinjaman. Barang tersebut dapat dijual oleh kreditur jika pinjaman gagal dibayar, sebab harus adil suatu penjualan. Gadai juga termasuk kategori perjanjian hutang-piutang yang mana ditujukan dalam rangka mendapat kepercayaan dari kreditur, sehingga debitur diharuskan menggadai barang yang dimilikinya untuk menjadi jaminan. Kepemilikan atas barang jaminan masih tetap pada debitur, namun barang

jaminan dikuasai penerima gadai (kreditur). Namun kenyataannya, dalam prakteknya, gadai menunjukkan terdapatnya hal-hal yang secara tidak adil berlaku, yakni gadai yang mengarah kepada riba (Novrida Azaniah Harahap, 2021: 4).

Gadai yang tersedia di dalam syari'at Islam berlawanan dari gadai di hukum positif. Berdasarkan perspektif hukum positif, definisi terkait gadai termuat pada KUH Perdata. Berlandaskan Pasal 1150 KUH Perdata, gadai yakni hak yang kreditor peroleh atas barang bergerak tertentu, yang debitur ataupun orang lain atas nama debitur tersebut serahkan kepadanya, serta yang memberi kreditor kekuasaan dalam melunasi barang didulukan dari para kreditor lainnya (Rachmadi Usma, 2009: 105).

Barang jaminan bisa didefinisikan sebagai pemberi rasa ketenangan atau penegas, baik pihak kreditor ataupun debitur. Melalui barang jaminan yang bersangkutan, maka pihak yang memberi dana dapat aman terhadap pemberian dana pada debitur. Gadai dalam hal ini dapat mempermudah seseorang yang sedang memerlukan dana cepat. Gadai termasuk usaha menjaga kepercayaan dari orang lain serta ini adalah upaya yang tidak mengorbankan harga diri (Libis, Chairuman Pasaribu Surwadi, 2004: 84).

PT Pegadaian (Persero) cabang Metro hadir di masyarakat kota Metro sebagai suatu bentuk Lembaga keuangan yang sifatnya nonbank, dimana ini harapannya dapat membantu penyelesaian berbagai bentuk permasalahan yang muncul dalam masyarakat, terutama masalah perekonomian. Murahannya angsuran pembayaran termasuk sesuatu yang memicu ketertarikan masyarakat mengadakan pinjaman. Keuntungan yang diambil PT Pegadaian (Persero) yaitu dari memelihara barang yang dijadikan nasabah sebagai jaminan, atau bisa dikatakan sewa modal, sehingga perseroan dalam konteks ini tidak membebankan bunga pada nasabah, namun cenderung pada layanan penitipan barang (Adrian Sutedi, 2011: 91).

Jaminan merupakan unsur yang sifatnya krusial yang erat kaitannya dalam akad kredit. lembaga bank maupun non bank dan juga Lembaga pembiayaan penyedia fasilitas kredit tidak memberi pelayanan terkait pengajuan pinjaman dengan tidak adanya jaminan (Supriadi Yosup Boni, 2020: 338).

PT Pegadaian (Persero) cabang Metro memiliki produk gadai dan nongadai. Untuk produk gadai, yakni: Laptop, *Handphone*, dan emas. Sementara untuk jaminannya yaitu sertifikat rumah, BPKB Mobil, dan BPKB motor. Tanah yang produktif saja yang hanya dapat dipergunakan sebagai objek jaminan, contohnya kebun, empang, dan sawah (Intan Mente, 2022: 3).

Tabel 1. Data Jumlah Barang Jaminan Nasabah Yang Dilelang

No	Tahun	Jumlah Jaminan Dilelang
1	2020	542
2	2021	615
3	2022	780

(Sumber: Hasil wawancara dengan narasumber NAS pada 19 Mei 2023)

Pelelangan banyak barang jaminan nasabah, memicu kesulitan untuk PT Pegadaian (Persero) dalam melakukan penjualan produk yang dilelang tersebut. PT Pegadaian (Persero) dalam konteks ini tentu haruslah mempersiapkan langkah-langkah supaya bisa menjual barang jaminan nasabah yang sudah dilelang. Sebab tidak akan selalu bagi nasabah untuk dating melakukan pembelian barang yang sudah PT Pegadaian (Persero) cabang Metro lelang sebelumnya, maka dari hal tersebut, perlunya strategi pemasaran dalam rangka melakukan pemasaran produk lelang di PT Pegadaian (Persero) cabang Metro (Intan Mente, 2022: 3).

Pemasaran bisa dikatakan sebagai aktivitas mendasar yang harus perusahaan lakukan, baik perusahaan jasa ataupun barang. Melalui aktivitas pemasaran usaha, maka ini bisa mendorong peningkatan popularitas dan laba perusahaan. Pemasaran dalam konteks ini termasuk pula aktivitas yang mencakup perencanaan, penentuan distribusi, promosi, serta harga jasa atau barang yang ditujukan dalam rangka pemenuhan keinginan serta kebutuhan konsumen. Jika pemasaran ini tidak ada, maka tidak akan bisa terjadi perkembangan bisnis atau usaha secara pesat. Kini strategi pemasaran dipergunakan menjadi indikator untuk bersaing antar perusahaan yang

beroperasi di sektor serupa. Ini ditujukan dalam rangka mendapat laba tinggi serta mendapatkan banyak pelanggan (Yana dan Atin, 2021: 1-2).

Mengacu pemaparan tersebut, maka "***Strategi Pemasaran Produk Lelang Barang Jaminan (Studi Kasus PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro)***" dijadikan sebagai judul penelitian ini.

B. Perumusan Masalah

Masalah yang bisa dirumuskan untuk penelitian ini, yaitu: "Apakah strategi pemasaran produk lelang barang jaminan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro sudah tepat?"

C. Pembatasan Masalah

Supaya pelaksanaan penelitian ini terfokus, terarah, serta perluasan pembahasan dapat terhindarkan, maka perlu untuk penulis memberi pembatasan. Pembatasan permasalahan tersebut yaitu terhadap strategi pemasaran produk lelang barang jaminan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini tujuannya: "Untuk mengetahui apakah strategi pemasaran produk lelang barang jaminan di PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro sudah tepat."

E. Kegunaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini harapannya bisa memberi manfaat serta kontribusi, di antaranya:

1. Secara Teoritis

Bisa memperluas wawasan serta memberi ilmu pengetahuan yang menyangkut permasalahan pelelangan barang jaminan, dan bisa dijadikan referensi untuk peneliti dalam membatasi terkait penelitian yang menyangkut penelitian terkait pemasaran produk lelang barang jaminan.

2. Secara Praktis

Bisa memberi kontribusi serta landasan acuan dalam memperluas ilmu pengetahuan dan bisa memberi wawasan pada masyarakat mengenai pemasaran produk lelang barang jaminan, utamanya bagi masyarakat yang kerap melakukan pinjaman pada lembaga keuangan dengan memberikan barang jaminan sebagai salah satu syarat dalam pengajuan pinjaman.

F. Penelitian Terdahulu

1. Hasil riset dengan judul “Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Ditinjau Dari Perspektif Islam” yang diteliti oleh Nelly Rahmatillah dan Uswatun Hasanah (2020). Tujuannya mengetahui strategi pemasaran dan hambatan serta tantangan untuk menarik minat nasabah dalam melakukan pinjaman pada Unit Pegadaian Syariah Simpang Lima Kabupaten Banyuwangi.

Adapun perbedaan dengan penelitian penulis yaitu penelitian ini lebih terfokus pada masalah strategi pemasaran pada produk gadai syariah dengan menerapkan prinsip syariah. Sementara penulis lebih terfokus pada masalah strategi pemasaran pada produk lelang barang jaminan dengan menggunakan prinsip konvensional.

2. Penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Di Sumatera Utara” yang diteliti oleh Arnida Wahyuni Lubis dan Diana Loemongga Siregar (2020). Dalam penelitiannya, dimaksudkan “untuk mengetahui strategi pemasaran produk-produk gadai syariah pada PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi.”

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni terkait strategi pemasaran produk PT Pegadaian (Persero). Namun yang membedakannya yaitu strategi pemasaran setiap produk syariah pada Pegadaian Syariah adalah focus dalam kajian ini. Sedangkan peneliti lebih terfokus pada strategi pemasaran produk lelang barang jaminan pada PT Pegadaian (Persero) dengan menggunakan prinsip konvensional.

3. Penelitian yang berjudul “Analisis Sistem Penjualan Dalam Meningkatkan Harga Jual Barang Lelang Pada PT Adira Palembang” yang diteliti oleh

Suherlan (2016). Dalam penelitiannya, dimaksudkan untuk mengetahui sistem penjualan dalam peningkatan harga jual barang lelang PT Adira Palembang.

Adapun perbedaan dengan penelitian penulis yaitu penelitian ini lebih terfokus pada sistem pengendalian intern terhadap sistem penjualan barang lelang guna meningkatkan harga jual. Sedangkan peneliti lebih terfokus pada strategi pemasaran pemasaran produk lelang barang jaminan pada perseroan terkait.

Tabel 2. Perbandingan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang

No	Nama	Judul	Objek	Jenis Penelitian	Tempat Penelitian
1.	Nelly Rahmatillah, Uswatun Hasanah	“Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”	Produk Gadai Syariah	Kualitatif	Unit Pegadaian Syariah Simpang Lima Kab. Banyuwangi
2.	Arnida Wahyuni Lubis dan Diana Loemongga Siregar	“Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Di Sumatera Utara”	Produk-produk gadai syariah	Kualitatif	PT Pegadaian Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi
3.	Arif Putra Sanjaya, Indra Hidayatullah	“Analisis Mekanisme Penentuan Harga Lelang Terhadap Barang Jaminan Pembiayaan Bermasalah”	Barang lelang	Kualitatif	BMT UGT Sidogiri Capem Sukodono

(Sumber: data primer yang diolah pada 20 Januari 2023)

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif dipergunakan pada penelitian ini. Ini adalah prosedur penelitian yang menciptakan data deskriptif berbentuk kata-kata lisan ataupun tertulis, dokumen, serta catatan yang lain dari informasi di lokasi penelitian atau di lapangan. Penggunaan metode ini dalam rangka meneliti kondisi alamiah dari suatu objek, serta instrument utama yakni peneliti itu sendiri (Lexy J. Moleong, 2013: 04).

Dalam kajian ini, peneliti memanfaatkan teknik kualitatif deskriptif. Peneliti lebih mempergunakan analisis data induktif, serta pengumpulan data dari data gambar dan kata-kata dan tidak berupa angka. Peneliti sebagai instrument utama untuk proses mengumpulkan data pada konteks penelitian ini.

2. Sumber dan Jenis Data

a. Data Primer

Ini adalah perolehan data langsung dari pihak terkait lewat mewawancarai (staff dan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro) serta observasi terhadap berbagai aktivitas di lapangan, yakni di PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro. Data pada konteks ini ialah data utama untuk memperoleh serta mencari informasi terkait praktik pelelangan barang jaminan yang ada di PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro.

b. Data Sekunder

Ini ialah data pendukung yang tidak langsung didapat yang dimanfaatkan menjadi dasar teori untuk pengambilan data penelitian ini, baik berbentuk buku, jurnal, artikel, dan berbagai literatur lainnya di perpustakaan ataupun di internet (M. Iqbal Hasan, 2002: 58).

H. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Ini termasuk tahap yang sifatnya krusial dalam melakukan penelitian. Data yang berkredibilitas tinggi bisa didapatkan melalui Teknik pengumpul

data yang tepat. Peneliti di sini akan memanfaatkan beberapa teknik untuk proses pengumpulan datanya, yakni:

a. Observasi

Ini sebagai suatu metode untuk mengumpulkan data melalui mengamati serta mengadakan pencatatan pada objek penelitian guna mendapatkan informasi untuk menemukan jawaban atas pertanyaan yang diteliti (Abdurrahmat Fathoni, 2011: 104).

Peneliti di sini mempergunakan observasi tidak terstruktur sebagai langkah pengamatan dengan tidak mempergunakan panduan, dengan demikian peneliti diberi kemungkinan secara luas untuk melakukan pengembangan pengamatan ssesuai kemajuan di lapangan.

b. Interview (wawancara)

Ini adalah teknik untuk mengumpulkan data berdasarkan informasi yang diperoleh melalui wawancara Bersama informan terkait objek yang hendak dikaji dan diteliti (Ajat Rukajat, 2018: 24).

Staff dan nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro ditetapkan menjadi informan penelitian ini.

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2005: 82), dokumentasi ialah teknik untuk mengumpulkan data dari dokumen tertulis yang menyangkutpemasaran produk lelang barang oleh PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro berbentuk arsip ataupun sebagainya.

2. Teknik Analisis Data

Ini adalah tahapan berikutnya yang ditujukan dalam rangka pengolahan data dari hasil pengumpulan data di mana data dimanfaatkan, dikerjakan, serta diperoleh sedemikian rupa untuk menjawab pertanyaan penelitian (Bogdan dan Biklen dalam Meleong, 2007;248). Teknik analisis data penelitian ini berupa model analisis interaktif. Miles dan Huberman (dalam Rohmadi dan Nasucha, 2015: 87-88), memberikan pemaparan model analisis interaktif memiliki 3 komponen pokok yaitu:

a. Reduksi Data

Ini ialah proses mengadakan perangkuman, pemilahan berbagai hal mendasar, focus terhadap berbagai hal yang sifatnya krusial, serta mengelola data sedemikian rupa hingga dihasilkan penarikan kesimpulan.

Peneliti melakukan reduksi data melalui upaya pemilihan dan seleksi pada masing-masing data dari hasil dokumentasi, wawancara, serta observasi yang diperoleh dari PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro.

b. Penyajian Data

Sesudah direduksi, maka Langkah berikutnya yakni menyajikan data. Langkah penyajian data pada konteks penelitian kualitatif bisa berbentuk bagan, uraian singkat, flowchart, hubungan antar kategori, serta sebagainya. Peneliti dengan hal ini bisa melakukan penyajian data secara sistematis dalam suatu pola hubungan, dengan demikian memungkinkan penyimpulan serta penentuan Langkah untuk mengambil tindakan.

Pada penelitian kali ini, penyajian terhadap organisasi ada yaitu berbentuk deskripsi informasi yang berwujud narasi sistematis.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan yakni tahapan paling akhir dalam serangkaian langkah menganalisis data yang bisa memberi jawaban atas perumusan permasalahan. Temuan bisa berbentuk gambaran objek atau deskripsi yang dikuatkan, diikuti makna yang kebenarannya dalam dan teruji.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika untuk penyusunan tugas akhir ini, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pendahuluan, yakni latar belakang, rumusan permasalahan, Batasan permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, dan sistematika penulisannya.

BAB II : KAJIAN LITERATUR

Bab ini berisi landasan teori mengenai objek yang diteliti lewat uraian teori yang relevan dan menunjang yang didapat melalui literatur atau berbagai buku yang menyangkut permasalahan penelitian dan bisa dimanfaatkan menjadi referensi dan sumber informasi.

BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisikan gambaran umum objek penelitian, yang terdiri dari sejarah singkat perusahaan, lokasi perusahaan, sistem manajemen perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil penelitian serta pembahasan mengenai strategi pemasaran produk lelang barang jaminan PT Pegadaian (Persero) Cabang Metro.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan simpulan serta saran. Kesimpulan di sini yakni langkah ringkas menyajikan hasil dari paparan bab sebelumnya. Sedangkan saran yakni anjuran dari peneliti pada berbagai pihak berkepentingan terkait penelitian ini.