

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengetahuan mengenai pemasaran menjadi penting bagi perusahaan pada saat dihadapkan pada beberapa permasalahan, seperti menurunnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh menurunnya daya beli konsumen terhadap suatu produk sehingga mengakibatkan melambatnya pertumbuhan perusahaan.¹Pada dasarnya promosi dilakukan dengan semenarik mungkin yang ditujukan untuk memperkenalkan produk baru, juga untuk mempertahankan suatu produk atau jasa yang sedang dipasarkan yang pada akhirnya sasaran promosi itu untuk memperbesar penjualan. Jadi promosi berarti mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Berbagai upaya dalam bauran promosi antara lain periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat merupakan hal yang sangat penting dan perlu dipertimbangkan dalam rangka strategi pencapaian tujuan perusahaan. Mengingat tingkat persaingan terus meningkat, maka pihak perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai hal.²

Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tidak terlepas dari jenis promosi yang digunakan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri. Promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Selain promosi yang mumpuni, kualitas pelayanan yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di rumah makan tersebut tapi juga berdampak pada orang lain. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya.³

¹Freddy Rangkuti, Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus *Integrated Marketing Communication*(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 17.

²Agus Hermawan, Komunikasi Pemasaran(Jakarta : Erlangga 2012), h.52.

³Riyan Agung Setiawan, “Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: “Waroeng Spesial Sambal cabang Gonilan - Surakarta”)”(Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Surakarta, 2015), h. 5.

Secara istilah, investasi adalah barang yang tidak bergerak atau barang milik perseorangan atau perusahaan yang dimiliki dengan harapan untuk mendapatkan pendapatan periodik atau keuntungan atas penjualan dan pada umumnya dikuasai untuk periode yang relatif panjang.⁴

Definisi yang sama dikeluarkan kasmir dan jakfar, dimana investasi dapat diartikan sebagai penanaman modal dalam suatu kegiatan yang memiliki jangka waktu relatif panjang dalam berbagai bidang usaha atau proyek yang membutuhkan dana dengan tujuan memperoleh keuntungan. Investasi menurut islam adalah penanaman dana atau penyertaan modal untuk suatu bidang usaha tertentu yang kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, baik objeknya maupun prosesnya.⁵ Investasi menurut Al-Qur'an dalam QS. Al-Nisa 4/9

ذُرِّيَّةَ خَلْفِهِمْ مِنْ تَرَكُوا لَوِّ الَّذِينَ وَلِيخَشَ
 ﴿سَدِيدًا قَوْلًا وَلَيَقُولُوا اللَّهُ فَلْيَتَّقُوا عَلَيْهِمْ خَافُوا ضِعْفًا﴾

Terjemahnya:

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang keturunan yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.”⁶

Ayat ini dengan tegas memerintahkan kepada manusia untuk tidak meninggalkan keturunan dalam keadaan lemah, baik lemah moril maupun materil. Secara tersirat ayat ini memerintahkan kepada umat untuk meningkat kehidupan ekonomi melalui investasi jangka panjang. Investasi ini akan diwariskan kepada keturunannya untuk mencukupi kehidupan sampai ia layak berusaha sendiri/mandiri.⁷

⁴ Elif Pardiansyah. “Investasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam : Pendekatan Teoritis Dan Empiris“(Economica: Jurnal Ekonomi Islam Vol. 8 No. 2,2017), h. 340

⁵*Ibid*, hal.340

⁶Departemen Agama, Al-Qur'an Dan Terjemah Juz 1-Juz 30, (Jakarta: Duta Surya, 2012), hal. 57

⁷Elif Pardiansyah. “Investasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam : Pendekatan Teoritis Dan Empiris“(Economica: Jurnal Ekonomi Islam Vol. 8 No. 2,2017), h. 345

Pemasaran menjadi hal penting karena perluasan nama dari perusahaan memiliki titik kunci dipemasaran. Tidak terlepas bagi pegadaian ataupun pegadaian syariah sekalipun, seperti salah satu Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang yang memiliki produk investasi emas melalui tabungan emas. Tabungan Emas Pegadaian Syariah adalah layanan penitipan saldo emas yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi emas dan memungkinkan nasabah melakukan investasi emas secara mudah, murah, aman dan terpercaya. Dengan titipan pembelian yang dimulai dari 0,01 yang merupakan angka yang sangat minim bagi masyarakat.

Selain cara pembukaan rekening, tabungan emas juga memberikan manfaat dan keuntungan yang banyak yaitu bisa digadaikan dan jadi barang jaminan, keamanan terjamin dan proses cepat. Oleh karena itu pihak Pegadaian Syariah Unit Sawitto Pinrang melakukan promosi untuk memperkenalkan produk tabungan syariah yang berupa melakukan edukasi kepada seluruh masyarakat tentang produk tabungan emas terutama memperkenalkan kepada anak-anak sekolah melalui kegiatan-kegiatan seminar atau lomba yang hadiahnya berupa tabungan emas. dengan memberikan pelayanan sesuai standar yang diterapkan oleh pelayanan perusahaan dimana nasabah berhak mendapatkan pelayanan yang terbaik dari setiap peminat produk-produk pegadaian⁸. Berikut daftar nasabah Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang untuk pembukaan tabungan emas

Tabel 1.1 Daftar Jumlah Nasabah Tahun 2018-2020

No	Tahun	Jumlah
1	2018	310
2	2019	610
3	2020	450

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah nasabah untuk tabungan emas terus meningkat dari tahun 2018 dengan jumlah 310 ketahun 2019 dengan jumlah 610. Nasabah bertambah sebanyak 300 orang, sedangkan pada tahun 2020 bulan Agustus tanggal 31 nasabah berjumlah 450 orang. Berdasarkan manfaat dan keuntungan yang

⁸Berdasarkan surat balasan observasi awal yang diberikan oleh pihak Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang.

dapat diperoleh dengan membuka tabungan emas, promosi serta pelayanan yang dilakukan pihak Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang peneliti tertarik untuk menganalisis pengaruh yang dari promosi dan kualitas yang diberikan terhadap minat nasabah untuk membuka tabungan emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang dengan judul penelitian “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat investasi nasabah melalui tabungan emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat investasi nasabah melalui tabungan emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang?
3. Bagaimana pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat investasi nasabah melalui tabungan emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang?
4. Bagaimana tingkat promosi dan kualitas pelayanan di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap minat investasi nasabah melalui tabungan emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang.
2. Untuk Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat investasi nasabah melalui tabungan emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang.
3. Untuk Mengetahui bagaimana promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat investasi nasabah melalui tabungan emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang.
4. Untuk mengetahui bagaimana tingkat promosi dan kualitas pelayanan di Pegadaian Syariah Unit Pasar Sentral Pinrang.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Akademisi

Bagi peneliti sendiri merupakan salahsatu tugas yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan studi strata satu di Institut Agama Islam Parepare. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsi pemikiran dan pengetahuan bagi akademisi mengenai analisis terkait ekonomi Islam terkhusus lembaga keuangan bank maupun bukan bank.

2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat bermanfaat bagi masyarakat pengguna lembaga pegadaian maupun bagi lembaga pegadaian itu sendiri. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam mengambil langkah-langkah perbaikan agar mengalami kemajuan pada masa yang akan datang dan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengatasi kendala pada gadai.

3. Pihak lain

Manfaat penelitian ini bagi pihak lain adalah untuk memberi informasi atau pengetahuan tentang kondisi ekonomi Indonesia dengan adanya lembaga pegadaian yang dapat memberikan solusi finansial kepada masyarakat Indonesia.

