BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting bagi perusahaan. Selain itu, pemasaran memiliki peran sebagai mediator antara perusahaan atau penyedia jasa dan masyarakat umum yang menggunakan barang dan jasa mereka. Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang mencakup semua, terkoordinasi, dan terorganisir. Perusahaan menciptakan barang, menetapkan harga, dan berkomunikasi untuk menyenangkan pelanggan dan bisnis lain untuk memenuhi permintaan pasar. Unsur – unsur promosi adalah barang, tempat melakukan promosi, harga barang atau produk, teknik melakukan promosi

Salah satu fenomena kehadiran lembaga keuangan adalah pegadaian dengan produk tabungan emas. Tabungan emas adalah layanan yang ditawarkan oleh pegadaian yang memungkinkan nasabah untuk menyimpan emas secara fisik. Hal ini menjadikan kehadiran produk tabungan emas diminati masyarakat. Layanan penjualan emas yang membeli, menjual, dan menitipkan dengan biaya yang terjangkau disebut Tabungan Emas. Individu dari berbagai kalangan, terutama pelajar, dapat berinvestasi dalam bentuk emas dengan menggunakan metode tabungan emas yang sederhana dan terjangkau.

Urgensi pemasaran produk tabungan emas adalah penting karena persaingan di pasar. Tabungan emas memiliki persaingan yang ketat. Banyak perusahaan keuangan yang menawarkan produk serupa salah satu pesaing produk tabungan emas adalah Bank BRI, CIM Niaga dan Bank Mandiri, sehingga penting bagi pegadaian untuk memiliki teknik pemasaran yang efisien untuk menyaingi pemain industri lainnya dan

meningkatkan kesadaran merek sebagai penyedia tabungan emas yang unggul dan terkemuka.

Trend perkembangan pemasaran tabungan emas dapat bervariasi tergantung pada faktor faktor ekonomi dan pasar. Secara umum terdapat beberapa trend perkembangan tabungan emas yaitu : Trend pertama dipengaruhi oleh kenaikan nilai emas. Nilai emas umumnya mengalami kenaikan seiring waktu. Hal ini disebabkan oleh peningkatan permintaan emas sebagai aset yang diharapkan dapat tetap terjaga nilainya, meskipun kondisi perekonomian dunia sedang tidak stabil. Trend kedua dipengaruhi oleh inovasi layanan. Perkembangan teknologi telah memungkinkan adanya inovasi dalam layanan tabungan emas. Sekarang ada layanan platform online yang memungkinkan untuk membeli dan menjual emas dengan mudah, menyimpan emas fisik atau melakukan transaksi emas tanpa kepemilikan fisik. Menambah kemudahan aksesibilitas dan dapat mempengaruhi pertumbuhan tabungan emas.

Respon masyarakat terhadap penawaran tabungan emas cukup baik, terlihat dari pertumbuhan jumlah tabungan emas dari akhir tahun 2018 hingga awal tahun 2020.

	Tahun	Total Nasabah	Jumlah Emas Yang Disimpan
1	Desember 2018	10.640.000	1.910.000 gram
2	Desember 2019	13.600.000	3.990.000 gram
3	Januari 2020	13.860.000	4.400.000 gram
4	Januari 2021	15.270.000	6.510.000 gram
5	Oktober 2022	15.460.000	7.300.000 gram

Tabel 1 Perkembangan Tabungan Emas Di Pegadaian Se Indonesia

Sumber ; PT Pegadaian UPC Tajur

Terlepas dari berbagai pilihan tabungan yang tersedia, beberapa orang memilih untuk membelanjakan penghasilan mereka untuk membeli perhiasan emas atau emas batangan. Tabungan emas jarang sekali terlihat tanpa penggemar. Nilai emas yang terus meningkat merupakan salah satu keuntungan menabung emas. Nilai emas terus menurun, berbeda dengan nilai mobil atau barang elektronik. Selain itu, beberapa orang telah menunjukkan bahwa tabungan emas adalah produk yang menarik dan banyak digunakan. Menabung emas dapat memberikan sejumlah keuntungan, terutama jika harga emas naik.

Tabungan dalam bentuk emas sering kali tahan terhadap dampak inflasi. Nilai emas secara konsisten naik. Kenyataannya, nilai emas hampir tidak pernah turun, apa pun penyebabnya - bisa karena krisis keuangan atau kenaikan harga produk dan jasa secara keseluruhan dan berkelanjutan - bahkan ketika pihak berwenang menerapkan strategi yang bertujuan untuk mendorong perekonomian negara dengan mendepresiasi mata uang lokal menjadi nol rupiah. Tabungan emas juga mudah dicairkan dan digunakan ketika membutuhkanya. Pencairan tidak selalu harus dijual sebab juga bisa menggadaikanya. Tabungan dalam bentuk emas dibebaskan dari pajak dan peraturan. Tidak akan ada pajak yang terkait dengan kepemilikan tabungan emas. Selain itu, tidak akan ada peraturan atau pajak yang dapat ditegakkan. Hal ini dapat meningkatkan keuntungan ekonomi dari emas.

Pegadaian memiliki keunggulan yang membuatnya menjadi yang terpecaya dan terkemuka di indonesia. Keunggulan PT Pegadaian diantaranya keamanan dan kepercayaan, dimana pegadaian telah menjadi yang terpecaya selama puluhan tahun dan menjamin keamanan barang yang digadaikan dan menjaga kerahasiaan data pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan pemaparan latar belakang tersebut, maka analis akan menyampaikan rumusan masalah yakni:

1. Mengidentifikasi bauran promosi produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Sidoarjo
2. Bagaimana menentukan media dan alat promosi produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Sidoarjo
3. Bagaimana memilih bauran promosi produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Sidoarjo dari beberapa alternatif yang ada

1.3. Tujuan dan Manfaat Penulisan

A. Tujuan

Adapun tujuan penulisan ini adalah

1. Untuk mengidentifikasi bauran promosi produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Sidoarjo
2. Untuk menentukan media dan alat promosi produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Sidoarjo
3. Untuk memilih bauran promosi produk tabungan emas di Pegadaian Cabang Sidoarjo

B. Manfaat Penulisan

1. Manfaat Teoritis

   a Para analis mengharapkan bahwa studi ini akan menjadi sumber daya pendidikan yang sesungguhnya karena akan memungkinkan mereka untuk menggunakan pendidikan perguruan tinggi mereka.

   b Penelitian ini juga akan membantu orang-orang yang bekerja secara tidak langsung maupun secara langsung.

2. Manfaat Praktis

a Mendorong adanya penelitian tambahan untuk meningkatkan lebih tinggi mengenai promosi barang tabungan emas di pegadaian cabang Sidoarjo.

b Dapat membantu pihak pegadaian cabang Sidoarjo dalam hal periklanan, khususnya dalam meningkatkan minat konsumen untuk menabung emas di pegadaian.

1.4. DEFINISI ISTILAH DAN UNJUK KERJA

A. Definisi istilah

1. Promosi adalah upaya untuk mendidik atau menyediakan barang atau jasa dalam upaya untuk membujuk calon konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Perusahaan menggunakan "bauran promosi," kombinasi unik dari komunikasi, promosi penjualan, dan pemasaran, untuk memenuhi tujuan periklanan dan promosi mereka.
3. Uang yang disimpan dari pendapatan yang tidak dibelanjakan untuk kebutuhan atau hal-hal lain dikenal sebagai tabungan.
4. Tabungan Emas adalah bisnis penjualan dan pembelian emas dengan menyarankan *option* deposito.
5. Lembaga keuangan adalah bisnis yang menghimpun uang dari nasabah secara umum untuk memberikan jasa dan barang dalam industri keuangan.
6. Perusahaan milik negara bernama Pegadaian (BUMN) meminjamkan dana dengan menukar komoditas milik peminjam sebagai jaminan.
7. Strategi merupakan langkah – langkah yang sistematik yang digunakan untuk mengarahkan sumber daya dan usaha dalam mencapai hasil yang diinginkan

B. Unjuk Kerja

Kode Unit : M.702093.003.01

Judul Unit : Merencanakan Promosi Produk

Deskripsi Unit : Keahlian, keterampilan, dan pola pikir di tempat kerja yang diperlukan untuk mengatur periklanan produk diuraikan dalam unit kemampuan ini.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
2. Menentukan bauran promosi produk	2.1 Sumber daya yang dibutuhkan untuk strategi pemasaran barang ditentukan. 2.2 Bauran pemasaran suatu barang menentukan jenis media dan teknik yang digunakan untuk pemasarannya. 2.3 Bauran pemasaran barang dipilih dari sejumlah opsi yang tersedia.

Tabel 1.1 Unjuk kerja M.702093.003.01

Sumber : (Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia , Nomor 170 Tahun 2016)