

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Secara global, kecanggihan teknologi memudahkan masyarakat untuk berinvestasi tanpa harus datang ke tempat pelayanan investasi, berinvestasi bisa dilakukan melalui emas *digital* atau rekening emas. Memanfaatkan aplikasi *online* untuk berinvestasi yang sudah semakin mudah pada era sekarang. Investasi mengacu pada penanaman modal atau aset, baik oleh individu maupun Perusahaan terhadap sekuritas atau properti di negara asing dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa depan atau aset. Aset yang dapat di investasikan secara global meliputi saham, obligasi, reksa dana, dan properti yang diterbitkan atau berlokasi di luar negeri. Investasi memiliki potensi sebagai instrumen investasi yang halal, sehingga diperlukan pengawasan yang tepat supaya memberikan manfaat yang maksimum bagi masyarakat.

Berinvestasi tidak harus mempunyai keuangan yang besar, masyarakat khususnya bagi kalangan menengah ke bawah bisa belajar berinvestasi supaya kedepannya dapat membantu mereka dalam bidang ekonomi, yang tidak hanya dilakukan oleh masyarakat kalangan atas saja. Setiap masyarakat harus bisa memperbaiki kemakmuran diri sendiri yang tidak hanya mengandalkan bantuan, tetapi harus mulai menabung dengan jalur investasi mandiri demi menciptakan masa depan yang cerah dan sejahtera bagi diri sendiri maupun keluarganya. Salah satu jalur investasi mandiri disediakan oleh Pegadaian.

Pegadaian adalah salah satu badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembayaran dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai. Menurut Kasmir (2016), Pegadaian merupakan kegiatan menjaminkan barang-barang berharga untuk memperoleh uang, dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali oleh nasabah sesuai perjanjian kedua belah pihak. Pegadaian berperan sebagai solusi keuangan yang cepat dan aman bagi masyarakat yang membutuhkan dana tunai tanpa harus menjual barang berharga mereka. Selain itu, pegadaian juga menawarkan berbagai produk dan layanan investasi yang dapat membantu nasabah mengelola keuangan secara lebih efektif.

Sebagai lembaga keuangan yang telah lama hadir di tengah masyarakat, kini menghadirkan berbagai produk berinvestasi tidak hanya berbasis jangka pendek namun

kini juga menghadirkan berinvestasi jangka panjang. Investasi Pegadaian merupakan suatu penanaman modal melalui produk yang ditawarkan oleh Pegadaian, dengan melibatkan pembelian atau penyimpanan aset berharga seperti emas atau barang jaminan lainnya dengan harapan harganya akan meningkat seiring waktu dengan memberikan keuntungan. Pegadaian menawarkan beberapa produk investasi Pegadaian seperti Tabungan Emas, Cicil Emas, Pembiayaan Emas, Investasi Emas Batangan dan produk investasi lainnya.

Faktor – faktor lebih dalam berdasarkan laporan tahunan Pegadaian dan *survei* OJK tentang data minat nasabah berinvestasi Dari 2020 ke 2023, nasabah Tabungan Emas Pegadaian meningkat >65% dan pertumbuhan tertinggi terjadi pada 2021 (+30%), seiring meningkatnya kesadaran investasi saat pandemi. Namun pada kenyataannya menunjukkan bahwa efektifitas investasi Pegadaian tidak selalu menghasilkan respons yang sama. Ada beberapa kelompok masyarakat yang merasa yakin dan terbantu dengan fleksibilitas faktor pemasaran, tetapi ada pula yang masih ragu karena menilai informasi kurang transparan atau citra Pegadaian belum sepenuhnya meyakinkan.

Faktor-faktor pemasaran diartikan sebagai variable yang saling terikat dalam menciptakan, mengalokasikan, maupun mengembangkan nilai-nilai suatu individu ataupun kelompok usaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Dalam berinvestasi juga ada beberapa faktor-faktor pemasaran yang menjadi pengaruh utama dalam ketertarikan nasabah, seperti adanya faktor layanan, teknologi, dan pengetahuan terhadap produk investasi pegadaian.

Salah satu faktor pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah berinvestasi seperti pada layanan yang bagus. Layanan diartikan sebagai tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, dengan tujuan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Layanan yang transparan, etis, dan mudah dipahami dapat membangun kepercayaan minat nasabah dalam berinvestasi.

Selain itu juga teknologi berpengaruh pada faktor pemasaran. Dalam pengertian Teknologi adalah suatu sistem atau pengetahuan yang mempelajari tentang bagaimana cara membuat, merancang, mengembangkan, dan memperbaiki produk layanan dalam mencapai kebutuhan manusia.

Dalam faktor pemasaran pengetahuan juga mempunyai hubungan erat dalam meningkatkan minat nasabah berinvestasi. Pada definisi pengetahuan, Pengetahuan diartikan rasa ingin tahu seseorang dari yang tidak dipahami menjadi paham akan suatu

objek melalui panca indra manusia yakni penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba yang diperbuat oleh seseorang dalam keingintahuannya.

Pada penelitian RP Ningrum (2023) yang meneliti pada Pegadaian Solo baru menunjukkan bahwa layanan dan teknologi secara simultan berpengaruh *positif* signifikan dengan minat nasabah berinvestasi di Pegadaian, namun pengetahuan tidak berpengaruh *positif* terhadap minat nasabah berinvestasi. Sedangkan N Adhwa'Dzakwan (2025) meneliti pada pegadaian Surabaya menunjukkan bahwa layanan, teknologi dan pengetahuan secara simultan berpengaruh *positif* signifikan dengan minat nasabah berinvestasi di Pegadaian. Melalui latar belakang dan hasil penelitian perbedaan, studi ini memilih Pegadaian UPC. Simalingar II sebagai Lokasi penelitian karena unit tersebut telah menerapkan peningkatan investasi dan nasabahnya sudah aktif berinvestasi. Oleh sebab itu, perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-faktor Pemasaran Pegadaian Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Berinvestasi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah berinvestasi, seperti:

1. Layanan
2. Teknologi
3. Pengetahuan

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus, batasan penelitian ini lebih memfokuskan pada faktor-faktor pemasaran Pegadaian dalam meningkatkan minat nasabah berinvestasi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah penelitian ini adalah mengenai analisis faktor-faktor pemasaran Pegadaian dalam meningkatkan minat nasabah berinvestasi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, tujuan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor pemasaran Pegadaian dalam meningkatkan minat nasabah berinvestasi.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Teoritis

- a. Memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian pemasaran jasa keuangan berbasis aset riil, khususnya investasi emas.
 - b. Memperkaya literatur pemasaran melalui pendekatan kualitatif yang menekankan pada pengalaman dan persepsi nasabah.
2. Praktis
- a. Memberikan masukan bagi Pegadaian dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
 - b. Membantu masyarakat memahami pentingnya berinvestasi, terutama melalui instrumen yang aman dan terpercaya seperti produk Pegadaian.

