

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi ekonomi syariah yang besar, mengingat jumlah penduduk muslim yang mayoritas dan tingkat kesadaran masyarakat yang semakin meningkat terhadap prinsip-prinsip syariah. Salah satu sektor yang berkembang pesat dalam ekonomi syariah adalah sektor keuangan syariah, yang mencakup bank dan lembaga keuangan non-bank. Sektor ini berperan penting dalam memfasilitasi kegiatan ekonomi masyarakat, khususnya dalam hal pemenuhan kebutuhan finansial, baik untuk konsumsi maupun investasi (Rinaldi & Widyatsari, 2022)

Salah satu lembaga keuangan non-bank syariah yang telah berdiri sejak tahun 2003 adalah PT. Pegadaian Syariah, yang merupakan anak perusahaan dari PT. Pegadaian (Persero). Pegadaian Syariah menawarkan berbagai produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti gadai, fidusia, tabungan, dan asuransi. Pegadaian Syariah juga memiliki misi sosial untuk memberdayakan masyarakat, khususnya kelompok berpenghasilan rendah dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dengan memberikan akses finansial yang mudah, cepat, dan terjangkau (Zunaidi, 2021).

Salah satu produk unggulan dari Pegadaian Syariah adalah tabungan emas, yang merupakan produk investasi emas pertama di Indonesia yang menggunakan sistem menabung. Tabungan emas memungkinkan nasabah untuk membeli dan menjual emas dengan harga yang kompetitif, serta menyimpannya di tempat yang aman dan terjamin. Tabungan emas juga memiliki banyak keuntungan, seperti nilai yang stabil, likuiditas yang tinggi, perlindungan dari inflasi, dan potensi pertumbuhan yang besar (Rosyida &

Noven, 2018). Selain itu, tabungan emas juga dapat digunakan sebagai sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang, seperti pendidikan, pernikahan, atau ibadah haji dan umrah.

Penelitian ini difokuskan pada Cabang Pegadaian Syariah (CPS) Kusumanegara di Yogyakarta, yang merupakan salah satu cabang yang menyediakan tabungan emas syariah. Berdasarkan data nasabah tabungan emas CPS Kusumanegara yang pada tahun 2018-2020 terus mengalami peningkatan nasabah tabungan emas di tahun 2018, kemudian naik di tahun 2019 hingga 2020. Namun, pada tahun 2021 dan 2022, terjadi penurunan jumlah nasabah tabungan emas, yang menunjukkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor tersebut, khususnya kualitas pelayanan dan promosi yang dilakukan oleh cabang Kusumanegara. Berikut adalah data yang menjelaskan kenaikan nasabah tabungan emas tersebut:

Tabel 1. 1

Data Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan Emas
2018	988
2019	1.499
2020	1.772
2021	1.470
2022	1.373

Sumber: Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara

Data menunjukkan bahwa jumlah nasabah tabungan emas di Pegadaian Syariah Kusumanegara meningkat dari 988 pada tahun 2018, menjadi 1.499 pada tahun 2019, dan 1.772 pada tahun 2020. Namun, terjadi penurunan pada tahun 2021 menjadi 1.470 nasabah, dan berlanjut pada tahun 2022 dengan

1.373 nasabah. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan yang perlu diteliti lebih lanjut, yaitu faktor yang mempengaruhi minat dan Keputusan nasabah terhadap produk Tabungan emas.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat dan keputusan nasabah terhadap produk tabungan emas dapat dibagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi pengetahuan, preferensi, motivasi, kebutuhan, dan harapan nasabah terhadap produk tabungan emas. Faktor eksternal meliputi kualitas pelayanan, promosi, lokasi, biaya administrasi, transparansi, kondisi ekonomi, dan persaingan pasar. Dari kedua faktor tersebut, penelitian ini lebih fokus pada faktor eksternal, khususnya kualitas pelayanan dan promosi, yang dihipotesiskan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan keputusan nasabah.

Minat nasabah terhadap produk tabungan emas merupakan variabel intervening yang menghubungkan kualitas pelayanan dan promosi dengan keputusan nasabah. Hal ini dibuktikan oleh Rahmawati (2020) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas". Minat nasabah dipengaruhi oleh persepsi, sikap, dan perilaku terhadap produk, yang mana ketiganya dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan promosi. Minat yang tinggi akan mendorong nasabah untuk berinvestasi pada tabungan emas. Penting untuk memahami minat nasabah terhadap produk tabungan emas, karena hal ini akan menentukan keputusan nasabah untuk berinvestasi pada produk tersebut.

Penelitian Rahmawati (2020) bukan hanya menunjukkan bahwa minat nasabah yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah, tapi ada juga faktor lain yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, serta minat dan keputusan mereka untuk berinvestasi pada tabungan emas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadhillah dan Mustika (2019) dengan judul “ Pengaruh Kualitas

Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Bank Syariah Mandiri”. Aspek-aspek kualitas pelayanan yang penting bagi nasabah dalam berinvestasi pada tabungan emas termasuk kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kemudahan dalam melayani nasabah (Darmawan & Sari, 2018). Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara harus memastikan bahwa aspek-aspek tersebut terpenuhi dengan baik, serta menangani keluhan nasabah dengan perbaikan pelayanan yang berkelanjutan.

Promosi yang efektif dapat meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan emas, yang pada akhirnya akan meningkatkan keputusan nasabah untuk berinvestasi pada produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang baik dapat melengkapi kualitas pelayanan dalam menarik minat nasabah. Aspek-aspek promosi yang penting bagi nasabah dalam berinvestasi pada tabungan emas termasuk frekuensi, media, pesan, dan sasaran dalam menyampaikan informasi tentang tabungan emas sebagaimana penelitian Darmawan dan Sari (2018) dengan judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan emas”. Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara harus memilih strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan nasabah, serta mengevaluasi efektivitasnya secara berkala.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah berinvestasi tabungan emas melalui minat nasabah. Oleh karena itu, Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi untuk menarik minat nasabah yang lebih banyak. Selain itu, Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara juga perlu melakukan evaluasi dan inovasi secara berkala untuk menjaga kinerja dan keunggulan kompetitifnya di pasar.

Dari latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dilihat bahwa masih terdapat ruang untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan

investasi nasabah pada tabungan emas melalui minat nasabah di Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara. Ruang penelitian ini dapat diidentifikasi dari beberapa penelitian terdahulu yang memiliki topik yang serupa atau relevan, tetapi memiliki hasil yang berbeda atau belum memadai.

Salah satu penelitian terdahulu yang berkaitan dengan ruang penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Ismaulina (2020), yang berjudul "Faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Memilih Tabungan Emas pada Pegadaian Syariah Takengon". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, lokasi, biaya administrasi, dan transparansi terhadap minat nasabah dalam memilih tabungan emas syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, lokasi, dan transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, sedangkan biaya administrasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah. Penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan lokasi sebagai variabel independen, serta minat nasabah sebagai variabel dependen. Namun, penelitian ini juga memiliki beberapa perbedaan, yaitu menggunakan variabel pengetahuan nasabah, biaya administrasi, dan transparansi sebagai variabel independen lainnya, serta tidak menggunakan variabel promosi dan keputusan investasi nasabah.

Penelitian lain yang berkaitan dengan ruang penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Sopian (2021), yang berjudul "Pengaruh Promosi, Harga, dan Produk PT Pegadaian Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Emas pada Masa Pandemi Covid-19". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, harga, dan produk terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan emas syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, harga, dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan menjadi nasabah tabungan emas syariah. Penelitian ini juga berbeda dalam hal konteks penelitian, yaitu pada masa pandemi Covid-19, yang mungkin memiliki dampak yang berbeda dengan kondisi normal.

Dari dua penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, maka dapat dilihat bahwa masih terdapat ruang untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan investasi nasabah pada tabungan emas di Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara. Ruang penelitian ini timbul karena belum ada penelitian yang secara khusus menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut di lokasi penelitian yang sama. Selain itu, ruang penelitian ini juga timbul karena adanya perbedaan hasil antara penelitian Ismaulina (2020) dan penelitian Sopian (2021) mengenai pengaruh promosi terhadap minat dan keputusan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi ruang penelitian yang ada, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Berinvestasi Tabungan Emas Melalui Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara**, penelitian ini bertujuan untuk mengukur dampak kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan investasi nasabah pada tabungan emas melalui minat nasabah. Hasilnya diharapkan memberikan wawasan bagi Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara untuk evaluasi dan peningkatan layanan dan promosi kepada nasabah.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang dipaparkan peneliti merumuskan beberapa topik permasalahan yang bisa diangkat menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam berinvestasi tabungan emas?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam berinvestasi tabungan emas?
3. Apakah minat nasabah berpengaruh terhadap Keputusan nasabah dalam berinvestasi Tabungan emas?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam berinvestasi tabungan emas?
5. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam berinvestasi tabungan emas?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan nasabah dalam berinvestasi Tabungan Emas melalui minat nasabah?
7. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah dalam berinvestasi Tabungan Emas melalui minat nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka peneliti memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan nasabah dalam berinvestasi Tabungan emas pada Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara.
2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam berinvestasi tabungan emas pada Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara.
3. Untuk mengetahui apakah minat nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam berinvestasi tabungan emas pada Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara.

4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam berinvestasi tabungan emas pada pegadaian syariah cabang kusumanegara.
5. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam berinvestasi tabungan emas pada pegadaian syariah cabang kusumanegara.
6. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan nasabah dalam berinvestasi tabungan emas melalui minat nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara
7. Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan nasabah dalam berinvestasi Tabungan emas melalui minat nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat yang beragam dari berbagai segi, termasuk segi teori, kebijakan praktik, dan isu serta aksi sosial. Berikut adalah penjelasan mengenai manfaat penelitian dari masing-masing segi tersebut:

a) Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan, promosi, Keputusan nasabah, dan minat nasabah. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa berkaitan

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi nasabah Tabungan emas di Cabang Pegadaian Syariah Kusumanegara dalam memilih produk investasi yang tepat dan menguntungkan. Penelitian ini juga dapat memberikan manfaat bagi Masyarakat umum yang tertarik untuk

berinvestasi pada Tabungan emas di Cabang Pegadaian Syariah Kusumanegara dengan mengetahui kualitas pelayanan dan promosi yang ditawarkan.