

PENGELOLAAN PEMASARAN DAN RESIKO GADAI EMAS PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG SINGARAJA

I MADE SUKADANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengelolaan Pemasaran dan Risiko Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja. Pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan rumit yang dapat menyulitkan nasabah dalam pemberian dana. Cukup dengan membawa barang gadai emas serta KTP, masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya. Seperti kita ketahui, pengetahuan masyarakat tentang keberadaan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja masih minim, maka dari itu penulis ingin mengetahui pengelolaan pemasaran PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja sehingga dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa gadai emas. Resiko-resiko yang terjadi pada gadai emas serta bagaimana PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja meminimalkan resiko- resiko yang terjadi. Objek penelitian ini adalah karyawan selaku pemimpin cabang, penaksir cabang dan penaksir upc. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa prosedur dan mekanisme pemasaran gadai emas, layanan lokasi dan promosi. Resiko gadai terjadi pada barang dan nilai emas.

Kata kunci : Pengelolaan Pemasaran, Resiko, Gadai Emas

PENDAHULUAN

Perusahaan pegadaian merupakan lembaga keuangan yang menyediakan fasilitas pinjaman dengan jaminan tertentu. Jumlah pinjaman tergantung dari nilai jaminan (barang barharga) yang diberikan. Semakin besar nilainya, semakin besar pula pinjaman yang dapat diperoleh oleh nasabah demikian pula sebaliknya. Namun,

biasanya pegadaian hanya melayani sampai jumlah tertentudan biasanya yang menggunakan jasa pegadaian adalah masyarakat menengah ke bawah. Kasmir (2010).

Usaha gadai adalah kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada

Pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang akan dijaminakan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai. Kasmir (2010).

Gadai merupakan salah satu katagori dari perjanjian utang-piutang, yang mana untuk suatu kepercayaan dari orang yang berpiutang, maka orang yang berhutang menggadaikan barangnya sebagai jaminan terhadap utangnya itu. Barang gadaian tetap milik orang yang menggadaikan, tetapi dikuasai oleh penerima gadai. Gadai mempunyai nilai sosial yang sangat tinggi dan dilakukan secara sukalera atas dasar tolong-menolong. Muhammad Sholikul Hadi (2009).

Pegadaian merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit atau yang dapat menyulitkan nasabah untuk memperoleh dana pinjaman, cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya. Disamping itu proses pencarian dana terbilang cepat dan mudah. barang yang digadaikan. Perbedaan utama antara biaya gadai emas dan bunga pegadaian konvensional adalah sifat bunga yang bisa berakumulasi dan berlipat ganda, sementara biaya gadai emas hanya sekali dan ditetapkan dimuka. Sofiiyah

(2009) Setiap usaha bisnis atau pendirian perusahaan, haruslah mengukur potensi risikonya terlebih dahulu. Dalam menghadapi risiko tersebut, banyak cara dilakukan perusahaan. Apa pun upaya yang dilakukan perusahaan dalam menghadapi risiko, suatu pemahaman tentang bagaimana risiko terjadi, bagaimana mengukur, memantau dan mengendalikannya adalah suatu proses manajemen yang perlu dilakukan perusahaan. Perusahaan yang melakukan proses manajemen risiko akan semakin sadar dan siap menghadapi kemungkinan terjadi risiko yang potensial terjadi.

Berdasarkan uraian diatas, maka pembahasan ini layak untuk diangkat melalui penelitian dengan judul **“Pengelolaan Pemasaran dan Resiko Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja”**.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana prosedur dan mekanisme pemasaran gadai emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja?
2. Resiko-Resiko apa saja yang terjadi pada gadai emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja?
3. Langkah-langkah meminimalisasikan resiko gadai emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja?

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui prosedur dan mekanisme pemasaran gadai emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja.
2. Untuk mengetahui resiko-resiko yang terjadi pada gadai emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja.
3. Untuk mengetahui langkah-langkah dan solusi apa saja yang akan dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja terhadap resiko-resiko yang dihadapinya.

KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk lebih memperdalam pemahaman tentang teori pemasaran dan resiko khususnya terkait dengan pengelolaan pemasaran dan resiko gadai emas.
2. Kegunaan Aplikatif
Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi serta prediksi dimasa yang akan datang, sehingga nantinya dapat disusun strategi untuk menghindari terjadinya resiko gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pemasaran

Didefenisikan secara luas, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan

inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Berikut ini adalah pendapat ahli tentang pengertian pemasaran yaitu:

Pemasaran (*marketing*) menurut Kotler dan Armstrong (2009) yaitu “sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya”. Pemasaran, menurut Daryanto (2011) adalah “suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”.

Pemasaran, menurut Tjiptono (2009) adalah “fungsi yang memiliki kontak yang paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal”. Oleh karena itu, pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi. Definisi pemasaran yang dikemukakan oleh ahli tersebut dapat diketahui bahwa pemasaran merupakan suatu system dari kegiatan bisnis yang saling berhubungan dan ditujukan untuk merencanakan, mendistribusikan dan mempromosikan barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran Kotler dan Armstrong, (2009). Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Bauran pemasaran merupakan inti dari suatu system pemasaran. Analisis terhadap bauran pemasaran sangat penting untuk dapat menyesuaikan keinginan pasar dengan produk yang akan dijual. Berbagai kemungkinan ini dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang disebut 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*).

2. Pengertian Resiko

Menurut Djohanputro (2009) pengertian dasar resiko terkait dengan keadaan adanya ketidak pastian. Resiko juga dapat diartikan sebagai ketidakpastian yang telah diketahui tingkat probabilitas kejadiannya.

Resiko dapat ditafsirkan sebagai bentuk ketidakpastian tentang suatu keadaan yang akan terjadi nantinya dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan pada saat ini. Irham Fahmi (2010 : 2)

Menurut Herrman Darmawi (2009), resiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadi akibat buruk (kerugian) yang tak diinginkan, atau tidak terduga.

Jadi resiko dapat dilakukan sebagai suatu peluang terjadinya kerugian atau kehancuran. Lebih luas resiko dapat diartikan sebagai kemungkinan terjadinya hasil yang tidak diinginkan atau berlawanan dari yang diinginkan. Ringkasannya, resiko dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari tingkat kemungkinan sebuah peristiwa yang terjadi disertai konsekuensi (dampak) dari peristiwa tersebut. Setiap kegiatan mengandung potensi sebuah peristiwa terjadi atau tidak terjadi, dengan konsekuensi/dampak yang

memberi peluang atau mengancam sebuah kesuksesan. Resiko dapat dikatakan sebagai suatu peluang terjadinya kerugian atau kehancuran. Lebih luas resiko dapat diartikan sebagai kemungkinan terjadinya hasil yang tidak diinginkan atau berlawanan dari yang diinginkan. Ferry N. Idroes Sugiarto (2009)

3. Pengertian Gadai

Beberapa pendapat mengenai definisi gadai dan pegadaian :

Menurut Kasmir (2010), secara umum pengertian usaha gadai adalah kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang akan dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai.

Menurut Kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150, gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berhutang atau oleh orang lain atas namanya dan yang memberikan kekuasaan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang-orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya-biaya mana harus didahulukan. Perusahaan Umum Pegadaian adalah suatu badan Usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai. Menurut Kasmir (2010) bahwa usaha gadai memiliki ciri-ciri sebagai

berikut :

1. Terdapat barang-barang berharga yang akan digadaikan.
2. Nilai jumlah pinjaman tergantung nilai barang yang digadaikan.
3. Barang yang digadaikan dapat ditebus kembali.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Data

a. Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2009), metode penelitian kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. analisis data bersifat angka-angka seperti golongan uang pinjaman gadai emas.

b. Data Kualitatif

Data kualitatif yaitu data yang bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan data dan informasi yang berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dari lapangan mengenai struktur organisasi, lingkungan kerja, serta penerapan risiko gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja Singaraja.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Moleong (2012), data primer didefinisikan sebagai data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data diperoleh dengan pengamatan dan dicatat untuk pertama

kalinya. Perolehan data secara langsung ini dapat melalui teknik wawancara ataupun observasi. Sumber data primer yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pernyataan hasil wawancara secara langsung kepada karyawan yang terkait.

b. Data Skunder

Menurut Moleong (2012), data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri dalam pengumpulannya oleh peneliti, seperti data berasal dari Biro Statistik, majalah, keterangan-keterangan, ataupun publikasi lain. Data sekunder juga dapat diartikan sebagai data yang

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Nasution (2012) menyatakan bahwa, observasi adalah mengadakan pengamatan langsung kelapangan dengan mendatangi nara sumber yakni pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja, hal ini guna mengetahui keadaan sebenarnya yang terjadi pada lokasi penelitian berkaitan dengan penerapan risiko.

b. Wawancara

Sugiyono (2012) mendefinisikan Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Penulis mengadakan wawancara dengan pegawai Pegadaian (Persero) cabang Singaraja yang dianggap berkopeten dan representatif dengan masalah untuk memperoleh informasi mengenai risiko gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja.

c. Dokumentasi

Dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data-data yang ada, yang berkaitan dengan pembahasan Sekripsi ini melalui buku-buku, artikel, majalah, internet dan media lainnya yang berhubungan pokok pembahasan. Tehnik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan menggunakan bahan-bahan tertulis yang berbentuk dokumen-dokumen atau catatan-catatan yang terdapat di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja.

d. Triangulasi/gabungan adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.

4. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif sehingga analisis dilakukan dengan langkah seperti berikut :

1. *Data collection* merupakan tahap pengumpulan data, data yang telah dikumpulkan dilapangan dicatat dan diteliti secara rinci.

2. *Data reduction* adalah memilih pokok-pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mudah dicari bila diperlukan. Hal lain yang dilakukan dalam mereduksi data adalah melakukan diskusi pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Melalui diskusi maka wawasan peneliti akan berkembang sehingga dapat mereduksi data – data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan.
3. *Data Display* dalam penelitian kualitatif adalah penyajian data dalam bentuk tabel, uraian-uraian. Melalui penyajian data tersebut maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.
4. *Conclusiondrawing/verification*, yaitu tahap dimana data *display* yang telah diuraikan sebelumnya, didukung oleh data-data yang mantap sehingga dapat dijadikan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan berupa data deskriptif atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas setelah diteliti menjadi jelas.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Mengacu pada metode data yang dikumpulkan berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi maka data akan direduksi sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan metode pengumpulan data serta kerangka berfikir maka hasil penelitian dapat disampaikan sebagai berikut.

2. Pembahasan

Membahas hasil penelitian dan pembahasan yang dipaparkan adalah pemahaman teori terhadap data lapangan yang dikumpulkan dan yang telah dipaparkan pada hasil penelitian di atas. Data lapangan baik berupa hasil observasi, hasil wawancara maupun dokumentasi penulis berusaha memahami dengan teori yang telah disajikan dalam bab tinjauan pustaka. Penelitian yang dilaksanakan secara langsung di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja dimana metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara diawali dengan mewawancarai pemimpin cabang PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja sebagai pihak yang banyak mengetahui tentang kegiatan dan resiko-resiko dalam pegadaian.

A. Prosedur dan Mekanisme Pemasaran Gadai Emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja

Prosedur dan Mekanisme Pemasaran Gadai Emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja yaitu, Pertama layanan yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja kepada nasabah gadai emas, Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja diwajibkan memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah (*servis excellent*) sehingga nasabah benar-bener puas dan tidak terjadi komplin dikemudian hari. Maka dari itu PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja memberikan pelayanan yang ramah dan empatik serta presedurnya tidak berbelit-belit. Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja memberikan pelayanan proses yang cepat dan aman, agar nasabah tidak merasa dipersulit. Ini artinya pelayanan merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan untuk

kepuasan nasabah. Berdasarkan pengamatan penulis melihat layanan yang diberikan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja sangat baik dan cepet.

Kedua strategi pemilihan lokasi dalam pemasaran gadai emas, harus sesuai dengan SOP (Standar Opareting Prosedur) pembukaan cabang atau unit PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja harus didaerah dekat pasar atau kawasan padat penduduk, dimana potensi ekonominya bagus.

Dengan pemilihan lokasi pemasaran sesuai dengan SOP (Standar Opareting Prosedur) pembukaan cabang atau unit PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja harus didaerah dekat pasar atau kawasan padat penduduk, dimana potensi ekonominya bagus, sehingga lebih mudah menarik nasabah untuk datang ke pegadaian.

Ketiga Promosi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja terhadap bisnis gadai emas, Dengan menyebar brosur baik kepada nasabah ataupun masyarakat yang berisi tentang gadai emas yang dimiliki oleh

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja. Melalui media elektronik yakni promosi melalui televisi, internet dan periklanan, yaitu promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar dan kata-kata yang tertuang dalam iklan majalah, spanduk, brosur, souvenir seperti, payung dan kalender. Serta dengan penjualan pribadi yaitu promosi ini dilakukan oleh karyawan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja setempat dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah, mensosialisaikan gadai emas kepada ibu-ibu pengajian dengan mendatangi majelis pengajian ibu-ibu. Personal Selling (penawaran secara personal), pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja memberikan arahan secara langsung kepada calon nasabah tentang gadai emas dan layanan di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja.

Dalam pemaparan diatas Prosedur dan Mekanisme pemasaran yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja ada tiga yaitu strategi, promosi dan pelayanan. Ketiga prosedur dan mekanisme pemasaran ini diatur dalam Pedoman Operasional Gadai Emas yang berlaku umum tetapi tergantung kondisi cabang yang berbeda-beda. Yang terkait dalam prosedur dan mekanisme pemasaran ini adalah dewan direksi perum Pegadaian yang membuat prosedur dan mekanisme pemasaran secara umum dan seluruh pegawai PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja bertanggung jawab dalam melakukan pemasaran atas gadai emas tersebut. Untuk mengevaluasi prosedur dan mekanisme pemasaran yang diterapkan di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja maka diadakan evaluasi setiap bulannya.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Faridatun Sa'adah (2009) pada Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika Jakarta, yang memperoleh hasil mekanisme pemasaran gadai emas bahwa terdapat strategi dan promosi yang dilakukan untuk memasarkan gadai emas yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika. Begitupula penelitian yang dilakukan oleh Siti Khadijah (2010) pada Unit Pegadaian Syariah Cabang Pondok Aren Jakarta, dimana hasil penelitiannya memperoleh bahwa prosedur dan mekanisme pemasaran gadai emas adalah promosi yang dilakukan serta meningkatkan pelayanan sehingga nasabah merasa nyaman datang ke pegadaian.

B. Resiko-resiko apa saja yang terjadi pada gadai emas di PT. Pegadaian (Perseso) Cabang Singaraja

Setelah mengetahui prosedur dan mekanisme pemasaran gadai emas yang ada di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja, bahwa prosedur dan mekanisme pemasaran gadai emas itu strategi, promosi dan pelayanan yang diharapkan dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan gadai emas yang ditawarkan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja. Resiko adalah ketidakpastian terhadap suatu peristiwa atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sebuah institusi dalam suatu periode tertentu, dan adanya resiko juga dapat memberikan suatu kerugian pada seseorang atau institusi tersebut.

Pertama Resiko terhadap barang gadai emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja Emas palsu, yakni emas dengan tampilan layaknya emas pada umumnya. Namun kandungan emasnya tidak ada/tidak sesuai dan taksiran tinggi, hasil analisa seorang penaksir tidak tepat sesuai dengan semestinya. Sehingga ketika barang tersebut jatuh tempo dan dibiarkan lelang oleh nasabah berpotensi hasil jual barang tersebut tidak menutupi kewajiban nasabah yang meliputi uang pinjaman sewa modal dan bea lelang. Barang hilang yakni barang tersebut ketika ditebus oleh nasabah tidak ada ditempat penyimpanan barang. Hal ini disebabkan oleh beberapa kemungkinan, diantaranya : Kesalahan prosedur saat menyimpan, Barang tersebut tertukar dengan barang nasabah yang lain.

Kedua Resiko nilai emas turun bagi perkembangan gadai emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja, Omzet atau penyaluran kredit ke nasabah mengecil atau menurun, dikarenakan taksiran atau nilai emas yang digadaikan oleh nasabah turun, sehingga uang pinjaman yang didapat juga dapat turun dan Berkurangnya minat nasabah atau masyarakat untuk memiliki dan berinvestasi emas. Karena tidak tertarik, hal ini akan mengakibatkan berkurangnya potensi masyarakat untuk gadai di PT Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja dimasa yang akan datang. Dalam pemaparan di atas Gadai merupakan kegiatan menjaminkan barang-barang kepada pihak Pegadaian, maka dari barang-barang yang digadaikan oleh nasabah hendaknya dipastikan aman dan tidak beresiko untuk perkembangan pegadaian.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Anita Ristoi P (2011) pada Pegadaian Syariah Cabang Cinera Jakarta, dimana hasil penelitiannya memperoleh hasil bahwa resiko-resko yang terjadi pada gadai emas adalah resiko pada barang gadai emas.

C. Langkah-langkah meminimalisasikan risiko gadai emas di PT. Pegadaian (Perseso) Cabang Singaraja

Resiko adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari, termasuk dalam resiko gadai emas. Oleh karena itu, untuk menghindari potensi kerugian di kemudian hari yang lebih besar, resiko pada gadai emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja ini harus dikelola dengan sebaik-baiknya agar tidak merugikan pihak pegadaian. Secara umum upaya-upaya telah dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja dalam pengelolaan dampak kerugian terhadap gadai emas dapat dilakukan dengan beberapa langkah, diantaranya.

Membina bawahan sesuai dengan ketentuan, memberikan pelatihan kepada penaksir secara berkesinambungan agar lebih kompeten dalam mengatasi taksiran emas. Sehingga diharapkan meminimalisir atau menekan resiko taksiran tinggi dan emas palsu.

Memberikan peralatan penaksir yang memadai sehingga memudahkan penaksir dalam pengalisis taksiran emas. Mewajibkan nasabah membawa KTP atau SIM yang masih berlaku pada saat gadai, sehingga identitas nasabah dikenali dengan baik. Hal ini untuk bisa mencegah barang yang digadaikan tersebut dari hasil kriminal atau barang curian. Pegawai bekerja sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja, sehingga resiko barang hilang dan tertukarnya barang bisa diminimalkan.

Disini penaksir sangat berperan penting dengan keaslian emas yang akan digadaikan. Oleh karna itu perlu adanya pembinaan khusus yaitu dengan dilaksanakannya diklat untuk para penaksir agar dapat mengetahui dan lebih teliti lagi dalam menilai karakter nasabah apakah layak atau tidak untuk menggadaikan barang emasnya yang akan dijadikan jaminan dan memenuhi prosedur yang berlaku di pegadaian serta mengetahui ciri-ciri atau keaslian emas dengan menggunakan alat-alat pengujian berdasarkan aturan yang telah ditetapkan oleh pegadaian.

Pemantauan secara umum terhadap proses atau implementasi resiko gadai emas dilakukan oleh Satuan Pengawas Intern yaitu oleh Pemimpin Cabang yang secara priodik melakukan pemeriksaan terhadap divisi atau unit kerja Pegadaian pada gadai emas yang

digadaikan oleh nasabah. Sistem pengawasan ini dilakukan dalam kantor cabang sendiri, yang mekanisme pengawasannya dilaksanakan oleh pemimpin cabang. Pemeriksa dapat dilakukan setiap hari kerja oleh pemimpin cabang yang dilakukan di meja penaksir terhadap barang gadai emas yang akan digadaikan yang masuk pada tiap hari itu, dijadikan sebagai sarana pengawasan yang melekat pada penaksir cabang agar tidak terjadi risiko pada gadai emas yang digadaikan oleh nasabah.

Ketentuan yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja untuk meminimalkan terkait dengan situasi risiko yang terjadi pada barang gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja, Nasabah harus melampirkan KTP atau SIM mengisi FPK (Formulir Permohonan Kredit) secara jelas serta dikoordinasikan pelaksanaan lelang barang jaminan dan penjualan Barang Sisa Lelang (BSL) serta pembayaran uang kelebihan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka pengembalian uang perusahaan dan uang nasabah. Dalam pemaparan di atas, adapun ketentuan yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja, hal ini terkait dengan upaya untuk meminimalkan risiko yang terjadi pada barang gadai emas.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Anita Ristoi P (2011) pada Pedagaian Syariah Cabang Cinera Jakarta, dimana hasil penelitiannya memperoleh hasil bahwa langkah-langkah meminimalisasikan risiko produk gadai emas pedagaian Syariah melakukan pemantauan secara umum terhadap proses atau implementasi risiko gadai emas, melakukan pembinaan terhadap penaksir dan meminimalkan risiko yang terjadi pada barang gadai emas.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengelolaan Pemasaran dan Resiko Gadai Emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja, mengenai Bagaimana prosedur dan mekanisme pemasaran gadai emas, Risiko-resiko apa saja yang terjadi pada gadai emas dan Langkah-langkah meminimalisasikan risiko gadai emas yang telah dikemukakan pada bab V diatas, maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

1. Berdasarkan pembahasan hasil penelitian mengenai prosedur dan mekanisme pemasaran gadai emas memperoleh hasil layanan yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja, karyawan wajib memberikan pelayanan terbaik serta memeberikan proses pelayanan yang cepat dan aman sehingga tidak terjadi koplين oleh nasabah. Pemilihan lokasi pembukaan cabang atau unit harus sesuai SOP (Standar Opareting Prosedur) serta promosi yang dilakukan melalui periklanan, majalah, brosur, Personal Selling, menyebarkan brosur kepada masyarakat, dan media elektronik, yang banyak dilihat oleh masyarakat diharapkan dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan gadai emas yang ditawarkan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja.

2. Berdasarkan pembahasan hasil penelitian mengenai Risiko-resiko apa saja yang terjadi pada gadai emas Risiko yang terjadi pada barang gadai emas ada kemungkinan emas palsu, barang gadai hilang, tarsiran tinggi, tertukarnya barang gadai dan risiko yang diakibatkan nilai emas turun bagi perkembangan gadai emas berkurangnya minat nasabah atau masyarakat untuk memiliki dan berinvestasi emas, omzet atau penyaluran kredit mengalami penurunan. Diperolehnya hasil risiko yang terjadi pada gadai emas yang dinyatakan bahwa risiko pada barang gadai emas serta risiko nilai emas turun diartikan sebagai keseluruhan pemberian dorongan kepada para karyawan untuk lebih kompeten dalam menaksir emas risiko pada gadai emas bisa diatasi.

3. Berdasarkan pembahasan hasil penelitian mengenai Langkah-langkah meminimalisasikan risiko gadai emas di PT. Pegadaian (Perseso) Cabang Singaraja.

Memberikan peralatan penaksir yang memadai sehingga memudahkan penaksir dalam pengalihan taksiran emas. Pegawai penaksir diwajibkan untuk bekerja sesuai dengan aturan yang sudah ditetapkan oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja untuk menghindari terjadinya barang hilang ataupun barang tertukar. Mengkoordinasikan kegiatan penaksiran barang jaminan berdasarkan peraturan yang berlaku agar uang pinjaman gadai yang diberikan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka disajikan beberapa saran-saran. Adapun saran-saran tersebut diuraikan seperti berikut ini.

Hampir semua pegadaian mengalami resiko dalam kegiatan penyaluran pembiayaan dengan gadai emas termasuk PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja. Meskipun ada langkah-langkah untuk meminimalkan resiko gadai emas, tetap harus lebih memiliki sistem yang efektif dalam mengelola dan mengendalikan resiko-resiko yang ada termasuk resiko gadai emas.

Meningkatkan kualitas pemasaran gadai emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja, baik dari sistem operasional maupun pelayanan. Agar masyarakat terus mendapatkan pelayanan terbaik dari PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja.

DAFTAR PUSTAKA

Atep Misbahudin. 2010. "Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada BPRS PNM Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank". Jurusan Muatlat Ekonomi Islam Fakultas dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Anita Ristoi P. 2011. "Aspek Risiko Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Cabang Cinere". <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789172/01/ANITA%20RISTOI%20P-FSH.PDF>. Tanggal 14

Maret 2014

Djohanputro. 2009. Pengertian Risiko dan Klasifikasi Risiko
http://www.hrcentro.com/artikel/Pengertian_Risiko_Menurut_Para_Ahli_121220.html Tanggal 14 Maret 2014

Daryanto. 2011. "Pengertian Pemasaran". <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789341764/Chapter%20II.pdf> Tanggal 29 Juni 2014.

Een Kurniati. 2010. "Manajemen Resiko Pada Produk Hasanah Card (Studi Kasus Pada PT. UNI Syariah)". Jurusan Muamalat Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan hukum UNI Syariah Hidayatullah Jakarta.

Faridatun Sa'adah. 2009. "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Masyarakat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika". Jurusan Muamalat Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatillah Jakarta.

Irham Fahmi, S.E., M.Si. 2010. MANAJEMEN RISIKO Teori, Kasus, dan Solusi. Cetakan kesatu, Bandung : Alfabeta

Kasmir. 2010. “Pengertian Gadai”. httpthesis.binus.ac.idAsliBab22011200_118%AK%20Bab%202.pdf. Tanggal 14 Maret 2014

Kotler dan Armstrong (2009) “Pengertian Pemasaran”. <library.binus.ac.idColls...Bab22012-1-00353-MN%20Bab2001.pdf>. Tanggal 29 Juni 2014. Moleong. 2012.” Sumber Data” <http://www.academia.edu/4061407/Jurnal>

Dwi Ayu Mahardika Fisip rawija a_0911223009 Taggal 6 April 2014

Siti Khadijah. 2010. “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syari’ah

dalam menarik minat nasabah pada Unit Pegadaian Syari’ah Cabang Pondok Aren”. http_eprints.uns.ac.id87131163022708201010081.pdf . Tanggal 29 Juni 2014.

UPP AMP YKPN, Yogyakarta.

Porter, M. E. 1994. Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. Edisi Terjemah. Jakarta: Binarupa Aksara.

Rangkuti, Freddy. 2001, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis – Reorientasi Konsep Perencanaan Startegis untuk Menghadapi Abad 21, Cetakan Kedelapan, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Pointer”, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 2, No. 1, Mei Surakarta. Shimp Terence A., 2003, Periklanan Promosi, Jurnal Ilmiah dan Ilmu Ekonomi Edisi V, Jilid 1&2, Erlangga, Jakarta.

Sugiarto 2008, Memahami Penelitian Kualitatif, Cetakan Keempat, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono (2011), Memahami Penelitian Kualitatif, Cetakan Kelima, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2009. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offs