



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era pemerintahan Presiden Joko Widodo, pertumbuhan ekonomi telah ditetapkan sebagai fokus kedua setelah fokus utamanya yaitu pembangunan infrastruktur nasional (Detik Finance, 2019). Pertumbuhan ekonomi dianggap memiliki peran penting dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat yang lebih baik di masa depan. Tingkat pertumbuhan ekonomi di Indonesia dianggap baik jika angka tingkat pengangguran rendah dan biaya upah kerja meningkat, hal tersebut dapat di lihat dan di ukur melalui pendapatan per kapita atau angka Produk Domestik Bruto (PDB) atau yang lebih di kenal dengan istilah *Gross Domestic Product* (GDP).

Menurut Kompas.com (2019), GDP merupakan nilai pasar dari semua barang dan jasa yang di produksi oleh suatu negara dalam jangka panjang. GDP sesungguhnya merupakan perhitungan nilai konsumsi masyarakat, jika konsumsi masyarakat tinggi maka GDP akan naik dan sebaliknya jika GDP rendah maka tingkat konsumsi masyarakat pun ikut menurun. Perhitungan GDP dapat di ukur melalui beberapa faktor di antaranya yaitu faktor konsumsi rumah tangga, konsumsi pemerintah, investasi, ekspor maupun impor dari suatu negara.

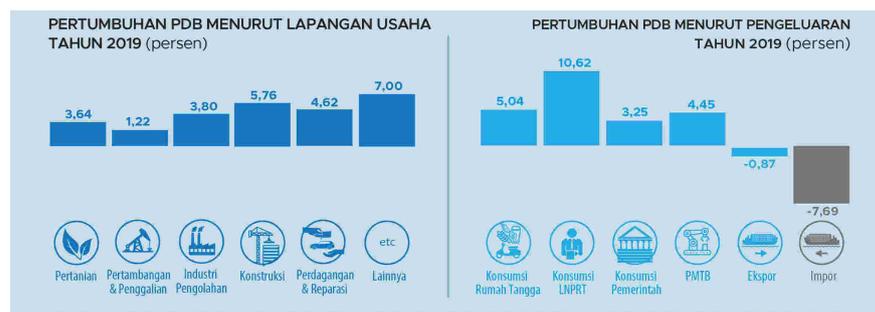
Di tengah ketidakpastian dan perlambatan ekonomi secara global, ternyata Indonesia di yakini masih mampu untuk menjaga angka pertumbuhan ekonomi di atas lima persen. Optimisme tersebut dapat dilihat dari angka pertumbuhan

ekonomi Indonesia selama beberapa tahun terakhir. Menurut sumber data dari Badan Pusat Statistik (2020), Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup baik untuk beberapa aspek seperti pertumbuhan PDB pada lapangan usaha dan PDB pada pengeluaran.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2019

Sumber : Badan Pusat Statistik (2020)



Gambar 1. 2 Pertumbuhan PDB Menurut Lapangan Usaha dan Pengeluaran Indonesia Tahun 2019

Sumber : Badan Pusat Statistik (2020)

Dengan naiknya tingkat pendapatan per kapita masyarakat, secara tidak langsung masyarakat memiliki peluang untuk melakukan kegiatan investasi.

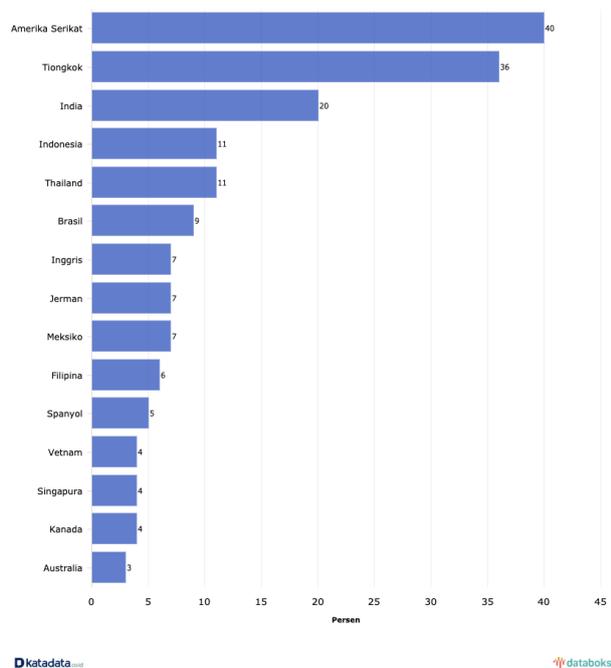
Investasi di Indonesia juga merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan perekonomian. Investasi memiliki arti yaitu upaya yang dilakukan untuk mengembangkan uang maupun harta yang dimiliki seseorang saat ini untuk memperoleh dana atau keuntungan di masa depan atas suatu tujuan tertentu yang telah di harapkan (2017).

Menurut KoinWorks (2020), Investasi sendiri memiliki banyak jenis dan cara untuk berinvestasi, di Indonesia ada lima jenis investasi yang paling umum dilakukan dan dianggap paling menguntungkan oleh sebagian masyarakat. Yang pertama investasi dalam bentuk deposito berjangka, pada investasi ini konsumen akan mendapatkan tingkat bunga yang berbeda di bandingkan dengan membuka tabungan konvensional pada umumnya, namun akan ada jangka waktu tertentu yang akan disepakati untuk proses penyimpanan uang. Yang kedua ada jenis investasi dalam bentuk emas atau logam mulia, pada investasi ini konsumen biasanya membeli secara langsung produk tersebut untuk di simpan secara pribadi dan dalam bentuk berwujud. Namun, seiring berjalannya waktu, investasi emas atau logam mulia sudah bisa di beli secara *online* dan tidak perlu di simpan dalam bentuk berwujud. Ketiga, ada investasi dalam sektor properti yaitu kegiatan membeli aset berwujud dalam bentuk rumah, ruko, pertokoan, gudang, *apartment* hingga gedung yang di yakini dapat memberikan keuntungan di masa yang akan datang. Keempat, yaitu investasi dalam bentuk saham yang di edarkan di pasar uang di mana konsumen bisa mendapatkan keuntungan melalui selisih harga pembelian awal dan penjualan akhir di lihat dari seberapa berkembangnya perusahaan yang konsumen beli sahamnya. Yang terakhir adalah *peer to peer lending* atau sistem pendanaan,

pada kegiatan ini konsumen yang memiliki dana berbentuk uang dalam jumlah besar dapat menyalurkan uangnya kepada platform pendanaan yang kemudian di salurkan ke masyarakat dalam bentuk UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sebagai bentuk pinjaman yang akan di kembalikan pada masa waktu tertentu dan bunga yang telah disepakati oleh platform pendanaan.

Namun faktanya selama empat tahun terakhir pertumbuhan realisasi investasi Indonesia menunjukkan tren yang cukup positif, hal tersebut di lihat dari besaran realisasi investasi yang telah mencapai angka Rp 2.572,30 triliun melampaui target dalam rencana strategis yang telah di tetapkan pemerintah. Menurut sumber data BPKM, investasi dari dalam negeri (PMDN) selama tahun 2018 sangat cukup menjanjikan dengan angka pertumbuhan 25,3 persen dari periode sebelumnya sehingga benar menunjukkan adanya tren positif dari investasi yang di lakukan masyarakat Indonesia (2019).

Tak hanya itu, Indonesia juga menduduki posisi peringkat keempat dari hasil survei yang di lakukan oleh *United National Conference On Trade and Development (UNCTAD)* bertajuk "***The World Investment Report 2017***" sebagai salah satu negara tujuan investasi yang sangat prospektif di bawah negara Amerika Serikat, Tiongkok dan India. Indonesia menduduki peringkat tertinggi di bandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara seperti Singapura yang bahkan jauh lebih maju sebagai negara tetangga. Hal tersebut nyatanya memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia selama beberapa tahun terakhir, di lihat dari banyaknya jenis investasi yang di gandrungi oleh masyarakat saat ini (2019).



Gambar 1.3 Hasil Survei United National Conference On Trade and Development (UNCTAD) Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara tujuan investasi yang prospektif 2017-2019.

Sumber : Databoks (2020)

Di tahun 2030 hingga 2045 mendatang Indonesia diyakini akan menikmati bonus demografi, pada periode tersebut Indonesia akan di penuhi oleh penduduk usia produktif dari generasi Y atau yang kerap disapa dengan Generasi *Millennials*. Di Indonesia tercatat 81 juta jiwa merupakan generasi *millennials* dari 255 juta penduduk yang tercatat dalam sensus penduduk. Arti dari *Millennials* sendiri adalah penduduk di muka bumi yang lahir di kisaran tahun 1980-2000. Generasi tersebut lahir di era yang sudah berteknologi, di mana mereka sudah di suguhkan dengan kecanggihan dunia sehingga dapat menikmati TV berwarna, telepon genggam, internet dan jenis alat elektronik *robotik*, berbeda dengan generasi sebelumnya

sebagai generasi *babyboomers* yang belum menikmati kecanggihan teknologi saat masa kecilnya (2017).

Generasi *Millennials* ini nantinya akan menjadi tokoh penting bagi negara Indonesia di masa yang akan datang. Namun, faktanya generasi *millennials* memiliki kesadaran yang cukup rendah dalam mengelola keuangan, generasi ini memiliki karakteristik anti hutang tetapi cenderung konsumtif dalam menghabiskan uangnya demi kenyamanan pribadi mereka. Menurut data Indonesia *Millennials Report* (2019), mayoritas anak muda masih sangat cenderung konsumtif menggunakan pendapatan mereka, hanya 10,7 persen dari pendapatan mereka dialokasikan untuk menabung, sedangkan 51.1 persen pendapatan mereka digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan hanya sekitar 2 persen dari *millennials* yang sudah mengalokasikan pendapatan mereka per bulannya sebagai bentuk kegiatan investasi.

Penelitian lain juga menyebutkan bahwa sekitar 70 persen dari kaum *millennials* tidak memiliki strategi investasi yang baik. Namun, melakukan keinginan untuk melakukan kegiatan investasi di usia muda merupakan hal yang baik dan penting khususnya bagi generasi *millennials* saat ini. Menurut pemberitaan dari Investor.id (2019), di perkirakan sekitar 95 persen dari *millennials* saat ini tidak akan mampu memiliki rumah pada tahun 2020, sehingga hal ini menjadi penting bagi kaum *millennials* untuk melakukan kegiatan investasi untuk mendapatkan masa depan yang lebih baik.

Memiliki tabungan investasi di usia muda tentunya menjadi hal penting dan impian bagi setiap *millennials*. Menurut pemberitaan dari Modal Rakyat (2019),

beberapa generasi muda sudah memiliki kesadaran untuk melakukan investasi, namun beberapa di antara mereka masih belum menemukan tujuan dari pentingnya melakukan investasi di usia muda. Faktanya, melakukan investasi di usia muda membantu mempersiapkan kebutuhan hidup di masa depan, tak hanya itu investasi juga menghindari *millennials* dari pola hidup konsumtif serta memiliki perencanaan finansial yang baik untuk masa depan *millennials*.

Di Indonesia, tentunya *millennials* bisa memilih beragam instrumen investasi yang cocok dengan mereka. Meskipun banyak sekali *millennials* yang masih bingung dengan pilihan yang dianggap tepat, tapi ada beberapa pilihan jenis investasi yang memiliki tingkat risiko terendah sampai tertinggi. Di antaranya ada investasi *peer to peer lending* bagi para pemula, jenis investasi ini sangat cocok digunakan karena menawarkan investasi yang terjangkau di awal, di Indonesia sudah sangat cukup banyak platform yang dapat membantu kita untuk investasi ini. Jenis investasi ini merupakan mekanisme pinjam meminjam uang antara pihak peminjam dana kepada kita melalui platform perantara.

Kedua ada jenis investasi reksa dana, platform ini memiliki tingkat keamanan yang baik serta memudahkan para penggunanya. Investasi reksa dana ini nantinya akan dibantu oleh seorang manajer investasi yang mengelola keuangan kita di pasar modal, investasi yang sudah kita tanamkan tersebut nantinya akan dialokasikan ke dalam bentuk obligasi, saham maupun bentuk sekuritas lain, namun tetap akan ada risiko jika terjadi sesuatu dengan kondisi perekonomian di suatu negara, sehingga bisa menguntungkan secara signifikan maupun bisa mengalami kerugian tak menentu.

Ketiga adalah melakukan investasi di pasar saham, biasanya investasi ini dilakukan oleh segelintir orang yang sudah berpengalaman sebelumnya. Namun harus ditegaskan bahwa investasi ini memiliki risiko yang cukup tinggi meskipun keuntungan yang dijanjikannya besar, sistematiknya pun tergolong sulit karena pemain saham harus memiliki tabungan terlebih dahulu di pasar modal dan untuk modal awalnya cenderung lebih besar dari pada investasi di reksa dana (2019).



Gambar 1. 4 Bentuk Logam Mulia atau Emas

Sumber : Website Pegadaian (2020)

Keempat yaitu investasi pada logam mulia atau emas, investasi ini adalah salah satu jenis yang paling aman dan menguntungkan di antara investasi lainnya. Menurut detikfinance (2020), emas merupakan jenis investasi yang paling aman dan menguntungkan. Hal tersebut dikarenakan dalam waktu jangka panjang investasi emas memiliki potensi yang menguntungkan, meskipun jika dilihat dalam investasi jangka pendek emas tidak terlalu menguntungkan. Namun di samping itu, harga emas cenderung relatif stabil dibandingkan dengan jenis investasi lainnya seperti reksa dana maupun saham yang fluktuatif tidak menentu dan berisiko cukup

besar serta berdasarkan data menyebutkan harga emas akan menguntungkan jika digunakan untuk investasi jangka panjang.

Menurut KBBI Indonesia (2012), emas sendiri dapat diartikan sebagai uang, harta duniawi maupun perhiasan yang dapat digunakan pada kehidupan sehari-hari. Saat ini emas paling sering dijadikan sebagai alat investasi, dikarenakan emas merupakan sebuah alat yang memiliki nilai dan karakteristik yang menguntungkan dalam kebijakan moneter suatu negara. Di Indonesia, sekitar 60 persen produksi emas digunakan sebagai bentuk perhiasan yang dapat digunakan sebagai aksesoris, sedangkan sisanya 40 persen digunakan sebagai bentuk investasi berwujud untuk melawan inflasi atau resensi yang akan terjadi di masa yang akan datang (2020).

10 tahun harga emas sejarah dalam Rupiah per Gram



Gambar 1. 5 Harga Emas 10 tahun terakhir

Sumber : Goldprice.org 2020

Berdasarkan gambar grafik tersebut, maka dapat dilihat bahwa emas memiliki kenaikan harga yang cukup signifikan sejak 10 tahun terakhir, untuk kenaikan dan penurunan harganya emas cenderung lebih stabil meskipun ada beberapa penurunan yang cukup drastis, namun hal tersebut diimbangi oleh

kenaikan harga yang terjadi sehingga tidak ada penurunan secara terus menerus melainkan kenaikan harga dua kali lipat lebih besar dari 10 tahun yang lalu. Maka dari itu emas dapat dijadikan pilihan investasi yang tepat bagi para *millennials* untuk berinvestasi sejak usia muda.

Seperti yang kita ketahui, sistem menyimpan atau berinvestasi pada produk emas sendiri sudah dilakukan sejak zaman dahulu kala oleh para leluhur kita. Faktanya, budaya ini terus menerus dipertahankan hingga dianggap menjadi sebuah tradisi bagi beberapa kalangan masyarakat di Indonesia. Faktor utama yang mendorong masyarakat untuk berinvestasi pada produk emas yaitu kemudahan untuk mencairkannya ke dalam bentuk uang saat dibutuhkan sewaktu-waktu, sehingga memudahkan mereka yang membutuhkan pencairan aset di saat tidak terduga. Namun seiring berjalannya waktu, cara berinvestasi pada produk emas pun berubah diiringi perkembangan zaman. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya platform lembaga keuangan yang mulai menawarkan produk investasi khususnya pada investasi produk emas.

Lazimnya, masyarakat cenderung berinvestasi untuk membeli emas dengan cara mendatangi toko emas konvensional untuk menukarkan uang mereka dengan perhiasan maupun logam mulia. Namun saat ini, banyak sekali platform lembaga keuangan yang memberikan akses kemudahan berinvestasi pada produk emas dengan harga dan modal yang sangat terjangkau. Di Indonesia ada berbagai jenis tempat untuk melakukan transaksi pembelian emas, mulai dari lembaga keuangan bank, lembaga keuangan non-bank, platform *online*, *fintech* dsbg.

Lembaga keuangan bank adalah lembaga yang kegiatannya menghimpun

dana langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan uang seperti tabungan umum, deposito, bahkan giro, lembaga ini sering kali kita temukan pada bank konvensional pada umumnya. Sedangkan, lembaga keuangan bukan bank adalah bentuk badan usaha yang melakukan berbagai aktivitas keuangan baik langsung maupun tidak langsung. Lembaga keuangan bukan bank tidak boleh menerima dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro hingga deposito berjangka, melainkan menghimpun dana dari investasi kertas berharga untuk disalurkan ke masyarakat umum.

Menurut TechinAsia ID (2019), transaksi jual beli emas melalui platform *online* atau digital di Indonesia saat ini di klaim jauh lebih mudah karena proses transaksinya dapat dilakukan hanya dengan modal internet tanpa harus keluar rumah. Ditambah lagi saat ini industri *fintech* di Indonesia cukup berkembang dan memberikan banyak layanan yang memudahkan penggunanya, layanan yang ditawarkan pun cukup bervariasi mulai dari program tabungan emas, cicilan emas, gadai emas dan jual beli emas.

Tak hanya itu, menurut Tirtoid (2019), cara menabung emas di *e-commerce* atau *marketplace* juga jauh lebih mudah. Hanya dengan membuat akun pada aplikasi *e-commerce* tersebut, pengguna yang telah melengkapi data diri sudah bisa bertransaksi secara *online* di dalam aplikasi. Seperti yang kita ketahui, saat ini di Indonesia pertumbuhan *e-commerce* cukup tergolong tinggi, hal tersebut dilihat dari bermunculannya berbagai *marketplace* seperti Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli.com, Zalora dll.

Lembaga Keuangan Bank	Lembaga Keuangan Bukan Bank	Platform Digital atau Online (Aplikasi-Website-Fintech-E-commerce / Marketplace)
1. BSM – Bank Syariah Mandiri Nabung Emas 2. BRI Syariah Tabung Emas 3. BNI Syariah Pembiayaan Emas 4. BCA Syariah Emas iB	1. Pegadaian	1. PT Antam 2. ORORI 3. Tam Asia 4. Pluang /EmasDigi 5. Buka Emas (IndoGold x Bukalapak) 6. E-emas 7. Laku Emas 8. Treasury 9. Emasku.com 10. Logammulia.com 11. Tokopedia ” Nabung Emas”

Tabel 1. 1 Penyedia Layanan Jual Beli Emas di Indonesia terkini

Sumber : Pengolahan Data Primer (2020)

Melihat tingginya pertumbuhan produk investasi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir, hal tersebut membuat salah satu lembaga keuangan bukan bank di Indonesia yaitu PT Pegadaian melakukan kegiatan jual, beli hingga layanan Tabung Emas khususnya pada produk Logam Mulia. Tujuan dari program Tabungan Emas pegadaian sendiri yaitu meningkatkan angka pertumbuhan investasi khususnya bagi kaum *millennials* dan masyarakat di Indonesia yang masih sangat rendah. Menabung dalam bentuk emas atau logam mulia sangat disarankan untuk *millennials*, melalui program produk investasi emas dari PT Pegadaian

millennials dapat memulai kegiatan investasi tersebut dengan biaya modal awal yang rendah dan mendapatkan risiko paling kecil di antara investasi lainnya seperti saham, deposito, obligasi, reksa dana dsbg seperti yang telah dijelaskan di atas.

Dengan layanan Tabung Emas yang di hadirkan oleh PT Pegadaian ini secara tidak langsung *millennials* bisa melakukan investasi dalam bentuk kegiatan membeli ataupun menabung emas tanpa perlu repot pergi ke toko konvensional untuk menukarkan uang mereka menjadi emas. Adapun hal istimewa dari layanan tabungan emas ini yaitu besaran modal awal yang relatif sangat rendah dan terjangkau bagi generasi *millennials* yang minat menabung atau investasinya masih sangat rendah sehingga melalui program Tabungan Emas pegadaian ini sangat memungkinkan sekali bagi semua kalangan masyarakat dan *millennials* untuk ambil bagian dalam berinvestasi di PT Pegadaian. Seperti yang kita ketahui, berinvestasi sangat penting bagi setiap orang untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka di masa yang akan datang cepat atau lambat.



Gambar 1. 6 Logo Pegadaian

Sumber : Pegadaian.co.id (2020)

PT Pegadaian merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di sektor keuangan Indonesia yang memiliki tiga jenis lini perusahaan yaitu pembiayaan, emas dan aneka jasa. PT Pegadaian juga merupakan satu-satunya perusahaan badan usaha di Indonesia yang secara resmi memiliki izin dalam melaksanakan kegiatan kelembagaan keuangan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas hukum gadai yang telah diatur dalam Undang - Undang yang berlaku di Republik Indonesia.

Layanan yang diberikan oleh PT Pegadaian pun cukup beragam mulai dari pembiayaan kredit cepat aman, kredit angsuran fidusia, kredit angsuran sistem gadai, pembelian logam mulia untuk investasi abadi, tabungan emas serta aneka jasa pembayaran *multi-payments* seperti menerima pembayaran tagihan listrik, pulsa, telepon, air dan sebagainya. Tak hanya itu PT Pegadaian pun mulai melebarkan sayapnya ke ranah bisnis properti khususnya perhotelan hingga menjadi balai jasa untuk kegiatan lelang (2020).



KREDIT CEPAT & AMAN

Perlu Dana Tunai yang Cepat, Aman, & Murah? Jangan jual barang kesayangan Anda. Gadaikan saja di Pegadaian!



PINJAMAN USAHA

Jangan biarkan masalah modal menghambat usaha Anda. Ajukan pembiayaan yang tepat melalui Pegadaian.



Gambar 1. 7 Layanan Utama Pegadaian

Sumber : Pegadaian.co.id (2020)

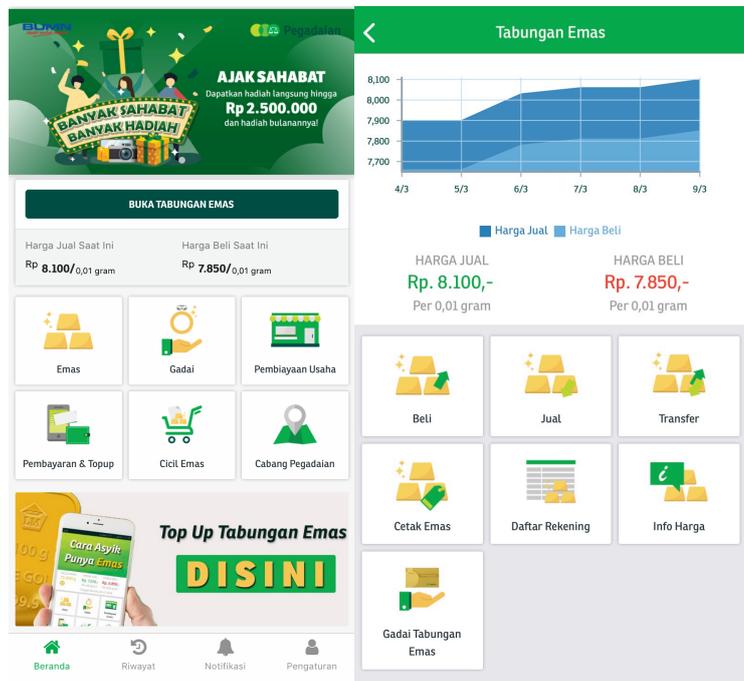
Awalnya PT Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan bukan bank yang hanya bergerak dalam bidang penyaluran pemberian jasa kredit kepada masyarakat umum, namun seiring berkembangnya waktu membuat PT Pegadaian melebarkan sayapnya dengan menghadirkan layanan produk investasi melalui emas dengan cara menawarkan program Tabung Emas kepada masyarakat khususnya *millennials* untuk berinvestasi.

Program Pegadaian Tabung Emas ini sudah ada sejak 3 Juli 2015, di mana siapa pun dengan mudah dapat menabung emas di PT Pegadaian hanya dengan pembukaan rekening tabungan emas minimal sebesar Rp 5.000,- atau setara dengan harga emas 0,01 gram. Tak hanya setoran awal, namun ada biaya tambahan lain sebesar Rp 5.000,- sebagai biaya administrasi dan Rp 30.000,- untuk biaya fasilitas titipan emas yang berlaku selama 1 tahun sejak hari pembukaan tabungan di PT Pegadaian.



Gambar 1. 8 Tampilan Website Pegadaian Tabungan Emas

Sumber : Website Pegadaian (2020)



Gambar 1. 9 Tampilan Aplikasi Pegadaian di IOS

Sumber : Aplikasi App Store Pegadaian (2020)

Tabungan Emas Pegadaian
Cara cerdas punya emas

Tabungan Emas Pegadaian adalah layanan penjualan dan pembelian emas dengan fasilitas titipan. Persiapkan masa depan Anda mulai dari sekarang dengan berbagai fitur layanan Tabungan Emas.

Keunggulan

- Mudah**
 - Diayani diseluruh outlet Pegadaian, Agen Pegadaian serta aplikasi Pegadaian Digital.
 - Pembelian emas mulai dari 0,01 Gr
 - Order cetak emas dan buyback mulai dari 1 Gr
- Murah**
 - Harga jual & buyback kompetitif
 - Biaya administrasi dan biaya pengelolaan rekening ringan
 - Harga beli mulai dari Rp 6.000-an
- Aman**
 - Terdaftar dan diawasi oleh OJK
 - Transparan dalam pengelolaan
 - Tahan terhadap inflasi!

Proses Pembukaan Rekening

Melalui Outlet

- Mengisi formulir pengajuan dan membawa kartu identitas (KTP)
- Membayar biaya
 - Administrasi Rp 10.000
 - Pengelolaan rekening Rp 30.000
 - Materai Rp 6.000
- Membeli emas mulai dari 0,01 Gr
- Menandatangani buku rekening

Melalui Pegadaian Digital

- Download aplikasi Pegadaian Digital melalui Playstore atau Appstore
- Lakukan registrasi
- Pilih menu tabungan emas
- Input data diri dan pilih cabang lokasi pembukaan rekening
- Pilih metode pembayaran
- Lakukan pembayaran sesuai petunjuk
- Rekening telah aktif, buku tabungan dapat diambil di cabang pendaftaran

Fitur Layanan

Channel Transaksi	Buka Rekening	Top Up	Buyback	Transfer	Autodebet	Cetak
Outlet Pegadaian	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Agen Pegadaian	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Pegadaian Digital	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ATM Bank	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Internet Banking	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Tabungan Emas Pegadaian, semakin mudah berinvestasi emas dengan beragam kemudahan

Download sekarang!

Pegadaian Digital

1500 569 | www.pegadaian.co.id | Pegadaian | @pegadaian | sahabatpegadaian

Gambar 1. 10 Brosur Program Pegadaian Tabungan Emas

Sumber : Website Pegadaian (2020)

SEMANGAT MENABUNG EMAS
KAPANPUN, DIMANAPUN

OUTLET PEGADAIAN

APP PEGADAIAN DIGITAL

INTERNET BANKING

TOKOPEDIA EMAS

AGEN PEGADAIAN

ATM

1500 569 | www.pegadaian.co.id | Pegadaian | @pegadaian | sahabatpegadaian

Gambar 1. 11 Cara Untuk Akses Pegadaian Tabungan Emas

Sumber : Pegadaian.co.id (2020)

PEGADAIAN TABUNGAN EMAS

layanan penjualan dan pembelian emas dengan fasilitas titipan

keunggulan



Gambar 1. 12 Layanan Keunggulan Pegadaian Tabungan Emas

Sumber : *Website Pegadaian (2020)*

Sistem Pegadaian Tabungan Emas ini merupakan jenis tabungan titip, beli dan jual emas, di mana sistem ini memberikan kemudahan kepada masyarakat khususnya generasi *millennials* untuk berinvestasi hanya dengan melakukan pembelian emas seberat 0,01 gram atau setara dengan Rp 5.000,- rupiah. Program investasi ini dapat diakses melalui aplikasi pada *app store* maupun *google play* di *smartphone* dan tersedia di 4.500 cabang Pegadaian seluruh Indonesia. Tabungan Emas Pegadaian dikelola oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga aman dan dapat dipercaya. Menurut Ekonomi Kompas (2018), dalam menyasarkan produk dan layanannya kepada generasi *millennials* PT Pegadaian juga terus berupaya melakukan inovasi dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup anak muda (*millennials*) yang mendominasi *segment* nasabah saat ini.

Di tengah maraknya persaingan antara penyedia jasa produk tabungan emas, maka diperlukan suatu hal pembeda. Seperti yang kita ketahui, banyak di luar sana masyarakat yang masih beranggapan tentang PT Pegadaian merupakan penyedia jasa layanan pemberi pinjaman melalui gadai emas. Melihat hal tersebut, maka PT Pegadaian perlu menciptakan pandangan nilai baru kepada masyarakat dalam program Pegadaian Tabung Emas khususnya generasi *millennials* untuk meningkatkan minat mereka dalam berinvestasi dalam bentuk menabung emas.

Berdasarkan artikel yang dikutip melalui *website* Pegadaian, Direktur Informasi dan Teknologi Pegadaian Teguh Wahyono (2019) pada kuliah tamu di ITB (Institut Teknologi Bandung) dalam mensosialisasikan program dan layanan yang bermanfaat dari Pegadaian kepada generasi *millennilas* sebagai bentuk motivasi dan ajakan. Beliau mengatakan bahwa saat ini nasabah yang aktif dan produktif menggunakan layanan pegadaian secara konvensional ada pada usia di bawah 36 tahun yaitu *millenials* dan telah mencapai angka 33% dan *millennials* yang menggunakan proses digital di Pegadaian saat ini sudah mencapai angka 72%.

Melihat hal tersebut, dapat dilihat bahwa target utama pegadaian adalah meningkatkan nasabah khususnya generasi *millennials* dalam menggunakan tabungan emas sebagai sarana investasi. Hal tersebut dilihat dari upaya Pegadaian membangun sistem tabungan berbasis teknologi ataupun dengan memberikan kemudahan menabung emas dengan biaya yang sangat minimum dengan tujuan memudahkan setiap orang khususnya generasi *millennials*.

Di tahun 2020, Pegadaian menargetkan nasabah tabungan emas mencapai angka 6,4 juta orang, dilansir dari Bisnis.com (2020) saat ini jumlah nasabah emas pegadain baru mencapai 4,6 juta orang dimana masih ada selisih 1,8 juta orang lagi yang ditargetkan untuk menjadi nasabah tabungan emas Pegadaian. Namun menurut AntaraNews.com (2019), saat ini nasabah tabungan emas Pegadaian yang merupakan millennial hanya sebesar 74 ribu nasabah, angka tersebut masih jauh dengan target yang ditetapkan Pegadaian khususnya dalam menggaet millennials untuk menabung emas di Pegadaian. Meskipun sudah terlihat adanya antusiasme millennials dalam menabung, dalam mencapai target yang telah ditetapkan maka sangat perlu bagi Pegadaian untuk melihat faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keinginan *millennials* dalam menabung emas. Maka dari itu, Pegadaian perlu memperhatikan beberapa faktor di antaranya seperti *trust*, *attitude*, *perceived risk*, *savings habits*, *perceived behavioral control* masyarakat di Indonesia khususnya generasi *millennials* untuk melakukan *intention to saving* pada tabungan emas di PT Pegadaian.

Trust atau kepercayaan juga dapat menjadi salah satu faktor utama yang mendorong konsumen untuk mempercayai Pegadaian sebagai salah satu penyedia layanan tabungan emas. Trust atau kepercayaan sendiri memiliki arti sesuatu yang dapat dipercayai atau sesuatu yang dapat kita yakini ataupun mempercayakan sesuatu (2020). Menurut Amaro & Duarte (2016), trust atau kepercayaan adalah faktor penentu yang penting dari sikap dan perilaku konsumen serta faktor penentu kesuksesan bagi perusahaan, sedangkan Loana & Tileng (2016), menganggap kepercayaan atau trust adalah aspek utama dari semua hal kebutuhan manusia yang

mendalam agar mampu memahami lingkungan sosial sebagai bentuk identifikasi apa, kapan, mengapa dan bagaimana seseorang bertindak.

Corporate image atau citra perusahaan merupakan pengetahuan sosial maupun publik atau persepsi dari suatu perusahaan yang dilihat oleh masyarakat melalui gambaran perusahaan, komentar ataupun berita tentang perusahaan, pengalaman konsumen terhadap perusahaan, pengalaman kerja perusahaan itu sendiri hingga perilaku positif dan negatif dari perusahaan (Lemmink, et al., 2003). Menurut Gatewood (1993), *corporate image* atau citra perusahaan adalah sinyal identitas abadi yang dikomunikasikan perusahaan kepada publik sehingga semakin baik citra perusahaannya maka akan semakin kuat kecenderungan masyarakat untuk mempercayai perusahaan tersebut.

Attitude atau sikap merupakan suatu pola atau perilaku ataupun kesiapan seseorang dalam kegiatan menyesuaikan diri ataupun melakukan adaptasi, kegiatan adaptasi tersebut dapat dilakukan dengan cara yang mudah maupun cara yang rumit. Sikap merupakan bentuk *respon* dari sesuatu yang sudah di stimulan kan atau yang telah dikondisikan atau rencanakan (Azwar, 2003). Menurut Ajzen (1991), *Attitude* atau sikap merupakan suatu tingkatan yang dimiliki seseorang sebagai penentu utama dan melakukan evaluasi penilaian yang menguntungkan maupun tidak menguntungkan terhadap perilaku yang dimaksud.

Subjective norms merupakan sebuah dukungan atau tekanan terhadap diri seseorang melalui orang lain yang dianggap penting ataupun dihormati olehnya (Ajzen, 1991). Norma subyektif juga dapat diartikan sebagai tekanan sosial yang dirasakan seseorang untuk terlibat atau tidak terlibat dalam suatu perilaku yang

diyakini atau ditentukan atas dasar keyakinan normatif terhadap harapan dan keyakinan seseorang, tak hanya itu menurut Fishbein & Ajzen (1985) *subjective norms* juga merupakan alat yang digunakan untuk memprediksi niat atau perilaku seseorang yang nantinya menjadi tindakan.

Perceived Risk atau persepsi risiko merupakan bagian dari faktor psikologis seseorang sebelum melakukan keputusan dalam pembelian, persepsi tersebut memiliki variasi tingkat yang berbeda mulai dari yang rendah hingga tertinggi. Adapun faktor yang mempengaruhinya yaitu individual dari konsumen itu sendiri, produk yang ingin dibeli, situasi atau kondisi saat ingin melakukan pembelian, hingga faktor budaya (Sangadji, et al., 2003). Menurut (Loanata & Tileng (2016), *perceived risk* mengacu pada keyakinan seseorang khususnya konsumen tentang potensi dari hasil yang tidak memuaskan atau bersifat negatif terhadap kegiatan yang meliputi keuangan, kinerja produk, sosial, psikologis, fisik maupun risiko waktu atas sebuah transaksi yang dilakukan.

Savings habits atau kebiasaan menabung merupakan gabungan dari suatu tindakan perilaku seseorang untuk tidak menghamburkan uang pada masa sekarang tetapi untuk disimpan dan digunakan pada masa yang akan datang, seperti menunda keinginan dan mengumpulkan berbagai dana dengan berbagai cara (Utami, et al., 2010). Menurut Rodermund (2012), karena saat ini uang tidak memiliki daya tarik yang nyata bagi beberapa orang, maka *savings habits* seseorang saat ini tergolong lebih kecil dari pada total jumlah populasi atau dapat diartikan jumlah orang menabung lebih kecil dari pada penduduk di bumi. Maka dari itu, *savings habits* penting untuk di lihat pada penelitian ini sebagai bentuk tindakan seseorang yang

berperilaku menabung untuk kegunaan di masa yang akan datang.

Perceived Behavioural Control atau persepsi kontrol perilaku merupakan persepsi individu dalam mewujudkan suatu perilaku yang mudah ataupun sulit (Ajzen, 2005). Kontrol perilaku juga dapat diartikan sebagai ukuran kepercayaan seseorang mengenai pemahaman sederhana dalam melakukan suatu perbuatan yang akan dilakukan dengan mempertimbangkan pengalaman atau pemikirannya pada hasil dikedepannya (Hogg, et al., 2005). *Perceived Behavioural Control* dianggap penting dalam penelitian ini karena variabel ini secara khusus berfokus kepada sebuah keputusan investasi seseorang, menurut East (2016), dengan melihat perilaku seseorang sebelumnya tentu hal tersebut membantu kita melihat niat perilaku yang akan dilakukan ke depannya sebagai bentuk keputusan yang dipilih seperti keputusan investasi.

Intention to Savings atau niat menabung dapat diartikan sebuah rencana atau tindakan seseorang untuk terlibat dalam suatu hal khususnya kegiatan menabung untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan, niat menabung juga dapat dijelaskan sebagai kemungkinan seseorang untuk melakukan kegiatan menabung atas suatu produk tertentu yang telah dilihatnya (Ajzen, et al., 1991).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis sangat berantusias untuk melakukan penelitian terkait kepercayaan, sikap, kebiasaan konsumen dalam menabung, tingkat risiko hingga tingkat kepercayaan seseorang dalam mempengaruhi keputusan masyarakat khususnya generasi *millenials* dalam memilih Tabungan Emas Pegadaian sebagai salah satu jenis investasi emas di Indonesia. Maka dalam penelitian ini, penulis mengangkat judul “ Analisis

Pengaruh *attitude, subjective norms, perceived behavioural control, trust, corporate image, perceived risk* dan *savings habits* generasi *millennials* untuk melakukan *intention to saving* pada tabungan emas di PT Pegadaian”

1.2 Rumusan Masalah

PT Pegadaian merupakan satu-satunya di Indonesia badan usaha milik negara yang secara resmi memiliki izin untuk melaksanakan kegiatan kelembagaan keuangan. PT Pegadaian menyediakan fasilitas bagi masyarakat untuk berinvestasi dalam bentuk Menabung Emas. Masyarakat sendiri memiliki beberapa pilihan dalam melakukan investasi menabung emas sebagai bentuk pilihan berinvestasi.

Selain itu ada juga beberapa kompetitor yang menyediakan fasilitas serupa dalam program tabung emas, sehingga hal tersebut menjadi sebuah tantangan untuk PT Pegadaian agar menjadi pilihan masyarakat khususnya bagi generasi *millennials* untuk melakukan kegiatan investasi dalam bentuk tabungan emas. Seperti yang kita ketahui, PT Pegadaian sendiri cenderung lebih dikenal sebagai lembaga pemberi pinjaman dengan sistem gadai.

Pada penelitian ini, peneliti ingin meneliti tentang *Theory Planned Behaviour* , *Saving Habits* , *Corporate Image*, *Trust* dan *Perceived Risk* dalam menentukan *Intention to Saving* di Pegadaian Tabungan Emas.

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan *Intention to saving* yaitu *Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioural Control Trust, Corporate Image, Perceived Risk* dan *Savings Habits* .

Berdasarkan uraian rumusan masalah penelitian di atas, maka penulis

menjabarkannya ke dalam pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah *Attitude* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi?
2. Apakah *Subjective Norms* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi?
3. Apakah *Perceived Behavioural Control* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi?
4. Apakah *Trust* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi?
5. Apakah *Corporate Image* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi?
6. Apakah *Perceived Risk* memiliki pengaruh negatif terhadap *Intention to saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi?
7. Apakah *Savings Habits* memiliki pengaruh positif terhadap *Intention to saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka adapun tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh positif *Attitude* terhadap *Intention to Saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif *Subjective Norms* terhadap *Intention to Saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif *Perceived Behavioural Control* terhadap *Intention to Saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif Trust terhadap *Intention to Saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi.
5. Untuk mengetahui pengaruh positif *Corporate Image* terhadap *Intention to Saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi.
6. Untuk mengetahui pengaruh negatif *Perceived Risk* terhadap *Intention to Saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi.

7. Untuk mengetahui pengaruh positif *Savings Habit* terhadap *Intention to Saving* di Pegadaian Tabungan Emas pada generasi *millennials* sebagai bentuk investasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap memberikan manfaat kepada akademik, perusahaan maupun peneliti. Manfaat yang peneliti harapkan antara lain:

1. Manfaat Akademis

Memberikan kontribusi kepada para pembaca sebagai bahan pengembangan ilmu pemasaran dan menambah pengetahuan terkait teori *Attitude, Trust, Corporate Image, Subjective Norms, Perceived Risk, Perceived Behavioural Control, Savings Habits* dan *Intention to Savings*.

2. Manfaat Kontribusi Praktik

Memberikan informasi, gambaran maupun saran kepada perusahaan dalam meningkatkan *intention to saving* kepada para konsumennya.

3. Manfaat Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini, penulis belajar untuk menganalisis secara langsung mengenai perilaku konsumen dalam menentukan sebuah minat konsumen. Peneliti juga mendapatkan pengalaman serta tambahan ilmu untuk mengaplikasikan teori yang sudah pernah di pelajari di bangku kuliah.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penulisan laporan ini, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian berdasarkan atas model penelitian serta variabel berdasarkan topik penelitian yang diteliti penulis.

1. Sampling pada penelitian ini adalah para generasi *millennials* di Indonesia dengan usia mulai dari 17-34 tahun yang mengetahui PT Pegadaian. Variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya ada 8 (Delapan), di antaranya *Attitude, Trust, Corporate Image, Subjective Norms, Perceived Risk, Perceived Behavioural Control, Savings Habits* dan *Intention to Savings*. Objek penelitian yang dipilih penulis yaitu Program Tabungan Emas di PT Pegadaian.
2. Penyebaran kuisioner akan dilakukan secara *online* di wilayah Tangerang Selatan untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan.
3. Penelitian ini dilakukan hanya April 2020- Mei 2020
4. Penulis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistik versi 23 dalam mengelola data penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini peneliti membagi penelitian ini ke dalam lima bab yang berisikan gambaran tentang penelitian yang sedang penulis teliti, di mana setiap babnya berisikan tentang keterkaitan terhadap pembahasannya. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan, laporan ini berisikan tentang latar belakang permasalahan yang dapat mengantarkan pembaca ke dalam pokok permasalahan, kemudian berisi rumusan masalah yang dijadikan landasan dasar peneliti dalam melakukan penelitian ini, kemudian ada juga tujuan dari penelitian yang ingin dicapai penulis lalu batasan penelitian serta manfaat yang diharapkan peneliti hingga batasan masalah dari laporan skripsi ini.

BAB II : Landasan Teori

Pada bab ini, peneliti menuliskan laporan yang terdiri dari teori yang memiliki hubungan atau keterkaitan terkait topik penelitian. Pada bab ini, teori yang dituliskan berupa definisi dari beberapa variabel yang telah ditentukan seperti *Attitude, Trust, Corporate Image, Subjective Norms, Perceived Risk, Perceived Behavioural Control, Savings Habits* dan *Intention to Savings*. Konsep tersebut diperoleh berdasarkan *literature journal* dan nantinya akan dirumuskan menjadi hipotesis hingga terbentuk suatu kerangka penelitian yang bersifat teoritis.

BAB III : Metodologi Penelitian

Dalam bab ini, peneliti menuliskan laporan yang berisikan tentang gambaran objek penelitian, metode penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur pengambilan data, serta teknik analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

BAB IV : Analisis dan Pembahasan

Dalam bab ini, terdapat laporan yang menggambarkan hasil objek penelitian secara umum. Kemudian ada juga hasil dari kuisioner yang telah

disebarkan dan akan dihubungkan dengan teori yang ada pada bab dua.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini, peneliti akan menuliskan kesimpulan dari hasil penelitian serta memberikan saran yang terkait dengan objek penelitian.