

Peran Dominan Harga dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Emas Pegadaian di Kecamatan Buleleng

K.E.S Putra

Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja
email: kmendrawan.sp@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran harga dalam bauran pemasaran terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian di Kecamatan Buleleng. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Buleleng dengan menggunakan metode aksidental sampling terhadap 100 responden nasabah tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja. Dari hasil analisis SPSS diketahui variable harga mendapatkan nilai t test sebesar 2,449 atau lebih besar dari t table sebesar 1,986 serta nilai signifikansi sebesar 0,016 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat diketahui harga berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian. Dilihat dari nilai Beta Standardized, variable harga mendapatkan nilai 0,202 dan paling besar diantara variable bauran pemasaran lainnya, hal ini membuktikan bahwa variable harga berperan dominan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian di Kecamatan Buleleng.

Kata Kunci: Harga, Jumlah Nasabah

Abstract

The purpose of this study was to determine the role of price in the marketing mix in increasing the number of pawnshop gold savings customers in Buleleng District. The research was conducted in Buleleng District using accidental sampling method on 100 respondents of gold savings customers at PT. Pegadaian (Persero) Singaraja Branch. From the results of the SPSS analysis, it is known that the price variable gets a t test value of 2.449 or greater than the t table of 1.986 and a significance value of 0.016 which is smaller than 0.05 so that it can be seen that the price has a positive and significant effect in increasing the number of pawnshop gold savings customers. Judging from the Beta Standardized value, the price variable gets a value of 0.202 and is the biggest among other marketing mix variables, this proves that the price variable plays a dominant role in increasing the number of pawnshop gold savings customers in Buleleng District.

Keywords: Price, Number of Customers

1. Pendahuluan

Setiap perusahaan memiliki strategi untuk memasarkan produknya kepada masyarakat. Hal ini penting karena tanpa menggunakan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan kemungkinan tidak dapat menjual suatu produknya secara efektif dan efisien kepada masyarakat. Strategi yang sering dipergunakan oleh perusahaan salah satunya adalah strategi bauran pemasaran. Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan tindakan yang dapat dilakukan oleh perusahaan guna mempengaruhi permintaan produknya. Tindakan itu dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang dikenakan 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*). Namun pada pemasaran jasa penggunaan 4P kurang memadai karena pemasaran bukan ilmu pasti, kini *marketing mix* telah berkembang sesuai dengan kondisi pasar menjadi 7P dimana 3P selanjutnya disebut dengan proses (*process*), orang (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*) (Lupiyoadi: 2013).

Strategi bauran pemasaran nantinya diharapkan dapat mempengaruhi seseorang untuk membeli suatu produk. Kotler dan Armstrong (2012) menyebutkan bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran taktis yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Oleh karena itu strategi

bauran pemasaran selalu digunakan oleh banyak perusahaan baik yang bergerak dibidang manufaktur maupun dibidang jasa. Sebagai salah satu variabel dalam bauran pemasaran, harga berguna sebagai tanda mengkomunikasikan nilai suatu produk, adapun faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam harga tersebut antara lain biaya, keuntungan, pesaing, serta keinginan pasar. Menurut Saefullah(2011), penentuan strategi harga sangat penting untuk diperhatikan khususnya mengenai harga produk yang merupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tentang pengaruh harga terhadap peningkatan jumlah nasabah, antara lain Fitriani (2020) yang meneliti tentang pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Akad Murabahah Di BPRS Artha Madani Cabang Cikampek. Fitriani menemukan adanya pengaruh harga yang positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di BPRS Srtha Madani Cabang Cikampek. Begitu juga dengan Munir (2016) yang menemukan adanya pengaruh harga secara positif dan signifikan dalam peningkatan jumlah nasabah pada BMT Agritama Blitar. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu dapat dipastikan harga merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat berperan dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Sebagai salah satu BUMN yang bergerak dibidang jasa keuangan, PT. Pegadaian (Persero) selalu berupaya melakukan berbagai langkah inovasi produk dalam rangka menjaga kelangsungan hidup perusahaan ditengah era penuh ketidak pastian saat ini. Salah satu produkhasil inovasi PT. Pegadaian (persero) adalah tabungan emas. Tabungan emas pegadaian merupakan sistem titip jual beli emas, dimana nantinya masyarakat yang menjadi nasabahnya dapat melakukan pembelian emas dengan harga yang sangat terjangkau dan menjualnya Kembali dengan harga yang sangat bersaing dengan emas dipasaran. Berbagai strategi bauran pemasaran telah dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero) dalam memperkenalkan dan menjual produk tabungan emas pegadaian kepada masyarakat diantaranya dengan membuat tampilan buku tabungan yang menarik, melakukan berbagai kegiatan promosi yang intens kepada masyarakat, membuat proses setiap transaksi semakin mudah dan dimanapun bisa dilakukan serta pemberian diskon pada pembukaan awal rekening tabungan emas.

Namun di beberapa daerah, strategi bauran pemasaran yang telah dilakukan masih dirasa kurang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian. Kondisi ini terjadi di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja. Sebagai salah satu cabang Pegadaian di lingkungan Kanwil VII Denpasar, PT. Pegadaian (Persero) cabang Singaraja merupakan Pegadaian dengan cakupan wilayah paling luas di Propinsi Bali dengan membawahi 10 unit yang tersebar di 9 Kabupaten. Potensi yang dimiliki PT. Pegadaian (Persero) cabang Singaraja dalam meraup nasabah tabungan emas pegadaian sangat besar. Apalagi posisi kantor cabang dan beberapa unitnya berlokasi di Kecamatan Buleleng yang notabenehnya merupakan ibu kota dari Kabupaten Buleleng yang sangat ramai karena merupakan Kota Pendidikan di Propinsi Bali.

Berdasarkan data jumlah kependudukan dari BPS Kabupaten buleleng Tahun 2019, diketahui bahwa jumlah penduduk yang bertempat tinggal di Kecamatan Buleleng berjumlah

154.217 jiwa, sehingga diharapkan banyak masyarakat di Kecamatan Buleleng akan tertarik untuk menjadi nasabah tabungan emas pegadaian. Tetapi hingga akhir Tahun 2019 jumlah nasabah tabungan emas pegadaianya masih berkisar 2,15% dari jumlah masyarakat sekecamatan Buleleng atau hanya berjumlah 3.328 nasabah. Jumlah nasabah tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero) cabang Singaraja yang berlokasi di Kecamatan Buleleng dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 1
Jumlah Nasabah Tabungan Emas PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja Tahun 2016 s/d Tahun 2019

Tahun	Jumlah Nasabah
2016	877
2017	1.557
2018	2.483
2019	3.328

Sumber: Data MIS PT.Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja

Ditinjau dari table 1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah tabungan emas pegadaian di Kecamatan Buleleng memang tumbuh dari tahun-ketahun, tetapi pertumbuhan tiap tahunnya belum mencapai dua kali lipat dari tahun sebelumnya. Berdasarkan hal ini terlihat bahwa strategi bauran pemasaran yang dijalankan terdapat beberapa kekurangan efektifitas dalam meningkatkan jumlah nasabah. Dari beberapa strategi bauran pemasaran yang sudah dijalankanselama ini oleh PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja, seperti strategi harga berupa pemberian diskon pada pembukaan awal rekening tabungan emas merupakan srategi yang sering digunakan dalam menarik minat seseorang untuk menjadi nasabah tabungan emas pegadaian. Hal ini dapat dilihat dari berbagai kegiatan promosi tabungan emas pegadaian, sering sekali masyarakat diberikan voucher pembukaan rekening tabungan emas oleh para pemasar dari PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja. Melihat fenomena tersebut, maka diperlukan analisis terhadap harga dalam strategi bauran pemasarannya untuk mengetahui pengaruh dominannya terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian. Hal ini nantinya sangat berguna untuk membantu pihak manajemen PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja merancang strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan emas di Kecamatan Buleleng.

2. Metode

Penelitian memiliki tujuan untuk mengatahui peran harga dalam strategi bauran terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian di Kecamatan Buleleng, oleh karena itu penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dimana nantinya akan memuat paparan data terkini secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar variable bauran pemasaran terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian. Penelitian ini berlokasi di Kecamatan Buleleng dengan populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan emas yang membuka rekening tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja yang berjumlah 3.328 orang. Berdasarkan populasi tersebut maka dapat diambil sampel pada penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan Teknik aksidental sampling yang artinya siapa saja seseorang yang mempunyai rekening tabungan emas pegadaian di PT. Pegadaian (Persero) cabang Singaraja dapat dijadikan sebagai sampel dalam penelitian. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus dari slovin dengan toleransi kesalahan sebesar 10%. Penggunaan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% ini dikarenakan pengambilan data penelitian dilakukan pada saat masa pandemic covid 19 sehingga sangat sulit menemukan orang yang bersedia dijadikan sampel. Berdasarkan perhitungan rumus slovin, sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang.

Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi dan angket kuesioner. Dokumentasi digunakan dalam hal pengambilan data jumlah nasabah dan jumlah nominal saldo tabungan emas pegadaian. Metode analisis data selanjutnya adalah menggunakan analisis regresi linear berganda, Menurut , linearitas dalam regresi berganda terpaksa diasumsikan, karena jika tidaklinear maka hasilnya bisa menyesatkan. Dengan penggunaan teknik regresi linear berganda maka akan diketahui

peran harga didalam bauranpemasaran terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan rekapitulasi hasil kuesioner yang disebar kepada 100 sampel maka dapat dilihat karakteristik responden nasabah tabungan emas pegadaian di Kecamatan Buleleng adalah sebagai berikut.

Tabel 2
Karakteristik Responden Nasabah Tabungan Emas Pegadaian

No.	Karakteristik Responden		Jumlah
1.	Jenis Kelamin	Laki-Laki	30
		Perempuan	70
2.	Pendidikan	SMP	18
		SMA	58
		Diploma	7
		Sarjana	12
		Pasca Sarjana	5
		PNS/TNI/POLRI	14
3.	Pekerjaan	BUMN/BUMD/Swasta	3
		Wiraswasta/Pedagang	47
		Petani/Nelayan	3
		Lainnya	33

Sumber: data diolah peneliti

Hasil Uji t pada regresi linear berganda menunjukkan bahwa variable harga memiliki nilai t hitung sebesar 2,449 yang nilainya lebih besar dari nilai t table sebesar 1,986, sehingga dapat dikatakan variable harga berpengaruh positif. Sedangkan nilai signifikansi pada variable harga memperoleh nilai sebesar 0,016 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Hasil uji t test harga dalam bauran pemasaran terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian ditunjukkanpada table 3 berikut ini.

Tabel 3
Hasil Uji t pada Regresi Berganda

No	Faktor	T hitung	Sig	Keterangan
1	Produk	2.216	0.029	Signifikan
2	Tempat	3.252	0.002	Signifikan
3	Harga	2.449	0.016	Signifikan
4	Promosi	2.534	0.013	Signifikan
5	Orang	2.533	0.013	Signifikan
6	Proses	2.096	0.039	Signifikan
7	Sarana Fisik	2.246	0.027	Signifikan

Sumber: hasil perhitungan SPSS

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya peran variable harga dalam bauran pemasaan terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian, ditinjau dari analisis koefisien beta standardized harga memperoleh nilai sebesar 0,202. Untuk lebih detailnya dapat dilihat darihasil analisis koefisien beta standardized pada table 4 berikut ini.

Tabel 4
Hasil Analisis Koefisien *Beta Standardized*

No	Variabel	Beta <i>Standardized</i>	Peringkat
1	Produk	0,157	V
2	Tempat	0.194	III
3	Harga	0.202	I
4	Promosi	0.195	II
5	Orang	0.159	IV
6	Proses	0.134	VI
7	Sarana Fisik	0.086	VII

Sumber: Hasil perhitungan SPSS

Berdasarkan dari beberapa hasil diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar nasabah pegadaian merupakan berjenis kelamin perempuan dengan tingkat pendidikan SMA serta memiliki pekerjaan sebagai pedagang, sehingga memiliki tingkat sensitifitas yang tinggi dengan harga. Pelchat dalam artikel medcom menyatakan bahwa Kaum perempuan merasakan lebih akurat dan memiliki perkiraan yang tepat terhadap sesuatu, sehingga akan lebih selektif terhadap harga yang diperolehnya.

Ditinjau dari hasil uji t melalui analisis SPSS, diketahui bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian di Kecamatan Buleleng karena memiliki nilai t hitung yang lebih besar dari t table dan nilai signifikansinya yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti semakin tinggi harga beli saldo tabungan emas pegadaian dengan harga emas di pasaran, maka semakin meningkat pula jumlah nasabah tabungan emas pegadaian. Kondisi ini juga berlaku juga pada saat pemberian diskon, semakin besar diskon yang diberikan pada saat pembukaan rekening tabungan emas pegadaian, maka semakin meningkat pula jumlah nasabah tabungan emas pegadaian. Kondisi ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Munir (2016), dimana menemukan harga berpengaruh positif terhadap peningkatan jumlah nasabah BMT Agritama Blitar.

Dilihat dari hasil analisis beta standardized dapat diketahui bahwa variable harga memperoleh nilai sebesar 0,202 yang mana nilai tersebut paling tinggi diantara nilai beta standardized variable bauran pemasaran lainnya. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa harga merupakan variable yang paling berperan dominan terhadap peningkatan jumlah nasabahtabungan emas pegadaian di Kecamatan Buleleng. Hal ini selaras dengan karakteristik responden dari nasabah tabungan emas pegadaian yang sebagian besar merupakan kaum perempuan dan pedagang. Semakin mereka mendapatkan harga beli emas yang kompetitif dengan dipasaran, semakin tertarik mereka untuk menabung tabungan emas di pegadaian. Kondisi ini dikarenakan dengan harga yang sama. Tetapi nasabah mendapatkan produk yang lebih berkualitas dan terjamin keamanannya. Selain itu kaum perempuan dikenal lebih suka dengan adanya potongan harga atau diskon, semakin banyak diskon yang diberikan semakin banyak pula akan tertarik untuk menjadi nasabah tabungan emas pegadaian.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variable harga merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian karena memiliki nilai t test 2,449 yang lebih besar dari t table 1,986 dan

memiliki nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05 yakni 0,016. Selain berpengaruh positif dan signifikan, variable harga juga disimpulkan berperan sangat dominan dalam peningkatan jumlah nasabah tabungan emas pegadaian di Kecamatan Buleleng, hal ini dibuktikan dari nilai beta standardizendnya sebesar 0,202 yang berarti paling besar diantara variable bauran pemasaran lainnya.

Adapun Saran yang dapat diberikan kepada pihak manajemen PT. Pegadaian (Persero) Cabang Singaraja yakni agar pihak manajemen senantiasa menjaga harga beli emas supaya selalu kompetitif dengan harga emas di pasaran sehingga masyarakat akan tertarik menjadi nasabah tabungan emas. Hal ini dikarenakan kualitas emas dipegadaian sangat terjamin, sehingga Selain itu pihak manajemen PT. Pegadaian (Persero) diharapkan selalu memberikan diskon pembukaan awal rekening emas ketika melakukan sosialisasi ke masyarakat maupun pada acara event promosi baik yang bersifat offline dan online. Apabila hal ini rutin dilaksanakan, dapat dipastikan jumlah nasabah tabungan emas Pegadaian di Kecamatan Buleleng akan meningkat signifikan dan semakin pesat.

Daftar Pustaka

- Fitriani M, 2020, *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Akad Murabahah*. Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Bank (Eksisbank) E-ISSN 2654- 8526, Volume 4 No 1.
- Irianto A, 2014, *STATISTIK: Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya*. Jakarta, Kencana.
- Kotler P, Amstrong G, 2012, *Principles of Marketing Ten Edition*, New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi R, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: salemba empat.
- Munir M.A, 2016, *Pengaruh Bauran Pemasaran Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Agritama Blitar, Skripsi tidak diterbitkan*. Tulung Agung: FEB IAIN Tulungagung.
- Saefullah A, 2011, *Kewirausahaan*. Yogyakarta, CV. Andi.
- <https://www.medcom.id/rona/romansa/zNAOdIzk-perempuan-lebih-peka-dibandingkan-pria>.