

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari, uang sangat dibutuhkan untuk membeli atau membayar berbagai kebutuhan sesuai yang diinginkan. Uang yang dimiliki tidak dapat memenuhi kebutuhan yang ingin dibeli. Jika sudah demikian, kita harus meminimalkan pengeluaran, tetapi untuk kebutuhan yang sangat penting terkadang harus dipenuhi dengan berbagai cara seperti meminjam dari berbagai sumber dana yang ada. Jika kebutuhan dana jumlahnya besar dan harus dipenuhi dalam jangka pendek tentunya tidaklah mudah, terlebih jika pemenuhan dana tersebut melalui jasa perbankan. Tetapi, jika dana yang dibutuhkan relatif kecil kemungkinan akan mudah memenuhi karena banyak tersedia sumber dana yang cepat dan murah seperti pinjaman kepada tetangga maupun saudara. Namun bagi mereka yang memiliki barang- barang bernilai jika menghadapi kesulitan dana dapat segera dipenuhi dengan cara menggadaikan barang tersebut. Hal ini sejalan dengan berita Serambinews terkait “Gadai (*rahn*) sebagai solusi terbaik dimasa sulit” kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat terlebih di era yang sulit ini membuat pengusaha membutuhkan modal untuk bertahan hidup dan masyarakat membutuhkan biaya untuk menghidupi keluarganya.¹ Dari berita tersebut menandakan bahwa masyarakat ataupun pengusaha memiliki kebutuhan yang selalu harus terpenuhi,

¹ Serambinews.com, *Gadai (Rahn), Sebagai Solusi Terbaik Dimasa Sulit*, 2020. aceh.tribunnews.com. Diakses pada tanggal 14 Desember 2020 Pukul 16: 16 WIB.

oleh sebab itu usaha gadai menjadi solusi untuk memberikan bantuan dana dengan berbagai kemudahan seperti sistem menggadaikan barang.

Melalui usaha gadai, masyarakat yang mengalami kesulitan dana tidak perlu khawatir tentang barang yang digadaikan dan jumlah dana yang diinginkan dapat disesuaikan dengan harga barang jaminannya. Pegadaian syariah merupakan perjanjian penyerahan barang sebagai jaminan sehingga orang yang bersangkutan boleh mengambil hutang. Dengan demikian, tampak bahwa fungsi dari barang jaminan adalah untuk memberikan keyakinan, ketenangan, dan keamanan atas utang yang dipinjamkan.² Pegadaian syariah memiliki produk jasa maupun pembiayaan yang bisa memberikan solusi kepada masyarakat atas kebutuhan tersebut yaitu gadai (*Rahn*) yang merupakan akad menahan harta milik penggadai oleh penerima gadai sebagai jaminan atas hutang yang diterimanya. Pegadaian syariah juga memiliki produk *Rahn*, merupakan pemberian pinjaman dengan barang jaminan berupa emas perhiasan, emas batangan, berlian, smartpone, laptop, barang elektronik lainnya, sepeda motor, mobil, atau barang bergerak lainnya.³ Dan ada juga produk lain seperti produk Arrum dan produk Amanah.

Tujuan berdirinya pegadaian syariah sesuai dengan PP 103 tahun 2000 pasal 8, perum pegadaian melakukan kegiatan usaha utamanya dengan menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai serta

² Ade Mulazid Sofyan, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group). 2016. Hal 4.

³ Sahabat Pegadaian, *Mengenal Pegadaian Syariah*, 2020, <https://sahabatpegadaian.com> Diakses pada tanggal 22 November 2020 Pukul 12. 52 WIB.

menjalankan usaha lain seperti penyaluran uang pinjaman berdasarkan layanan jasa penitipan, sertifikasi logam mulia, dan lainnya yang sejalan dengan kegiatannya. Pegadaian juga mengemban misi untuk turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama golongan kebawah dan menghindari masyarakat dari gadai gelap, riba, dan pinjaman tidak wajar lainnya.⁴ Pegadaian syariah pada prinsipnya menjalankan operasional sesuai dengan prinsip syariah yang tidak ada bunga didalamnya.⁵

Beberapa faktor yang menjadi penyebab minat dari nasabah menggunakan produk gadai (*ar-rahn*) . Hal pertama yang menjadi alasan masyarakat memilih menggadaikan barang berharganya di pegadaian syariah adalah harga/biaya, nasabah cenderung memilih lembaga keuangan yang menawarkan biaya rendah.⁶ Harga cenderung menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Nasabah akan membandingkan harga dan mencari yang paling sesuai dengan kondisi finansial, selain itu nasabah akan menilai terlebih dahulu apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapat. Selain harga, faktor alasan syariah juga tidak dapat dipisahkan dari perilaku konsumen mengingat pegadaian syariah berdiri karena meningkatnya kebutuhan nasabah muslim terhadap pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Alasan syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah karena berkaitan dengan masalah keimanan dan

⁴ Muhammad Rifki, *Akuntansi Keuangan Syari'ah: Konsep Dan Implementasi PSAK Syari'ah* (Yogyakarta: P3EI Press. 2008. Hal 134.

⁵ Firman Setiawan, *Buku Ajar Lembaga Keuangan Syariah Non Bank*, (Jakarta : Duta Media). 2017. Hal 50.

⁶ Veithzal Rivai dkk, *Financial Institution Management (Manajemen Kelembagaan Keuangan)* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 491.

keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat islam.⁷

Pelayanan juga menjadi bahan pertimbangan seorang nasabah dalam menggunakan jasa lembaga keuangan. Pelayanan yang dinilai baik dan melebihi ekspektasi nasabah merupakan nilai tambah bagi sebuah perusahaan yang utamanya adalah menawarkan jasa seperti pegadaian syariah. Betapa pentingnya pelayanan prima terhadap pelanggan dapat juga menimbulkan keputusan pihak calon nasabah untuk segera membeli produk/jasa yang ditawarkan, menumbuhkan kepercayaan nasabah, dapat mempertahankan nasabah, dan dapat mendorong nasabah untuk kembali lagi membeli produk/jasa yang ditawarkan.⁸ Sebuah tempat dengan strategi lokasi yang mudah diakses nasabah dengan kendaraan umum akan lebih menarik, dibandingkan jika lokasinya jauh dari jangkauan kendaraan umum. Apabila lokasi suatu usaha strategis pastinya akan mendorong minat nasabah tersebut untuk mengunjunginya karena akses kemudahan sangat penting bagi nasabah.⁹

Perkembangan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kepandean terus berkembang hingga saat ini terutama untuk produk gadai. Menurut Ibu Amini selaku Pimpinan PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kepandean “nasabah yang telah menggunakan produk gadai (*rahn*) terus meningkat tiap tahunnya. Pada tahun 2018 jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai (*rahn*) berjumlah 9.780 nasabah. Pada tahun 2019 jumlah nasabah yang

⁷ Syafril, *Mengapa Memilih Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta : Qiara Media). 2019. Hal 13.

⁸ LSP-IBI, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama). 2014. Hal. VI. Bag Pendahuluan.

⁹ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*, (Jakarta : Prenada Media). 2017. Hal. 39.

menggunakan produk gadai (*rahn*) bertambah 287 nasabah dengan total menjadi 10.067 nasabah dan pada tahun 2020 jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai (*rahn*) bertambah 2.017 nasabah dengan total menjadi 12.084 nasabah”¹⁰. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui apa saja faktor- faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk gadai (*rahn*) sehingga tumbuh menjadi pesat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka hal ini menjadi daya tarik bagi penulis untuk mengetahui dan menganalisis faktor harga yang dibebankan kepada nasabah, faktor label syariah pada Pegadaian Syariah itu sendiri, faktor pelayanan dalam membeli produk/jasa dan faktor lokasi yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk *rahn* di Pegadaian Syariah tersebut.

B. Pembatasan Masalah

Demi tercapainya sebuah hasil penelitian yang maksimal dan fokus pada pokok pembahasan maka peneliti membatasi masalah yang memfokuskan pada harga, label syariah, pelayanan dan lokasi terhadap minat nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kepandean.

C. Perumusan Masalah

Melalui batasan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

¹⁰ Amini, PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kepandean (Tanggal 22 April 2021).

1. Bagaimana harga, label syariah, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kepandean?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Harga, label syariah, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kepandean?

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dirumuskan, maka manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kepandean untuk memperoleh metode atau model bisnis atau model pemasaran, komunikasi dengan nasabah yang akan diimplementasikan.

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi tentang hal- hal yang berkaitan dengan minat nasabah dalam memilih produk gadai dan sebagai bahan referensi serta rujukan bagi para peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti sendiri, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana belajar untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada pada pegadaian syariah, sehingga dapat memperluas dan

memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya menyangkut tentang produk gadai pada pegadaian syariah.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka pengambilan keputusan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai dan dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk melakukan gadai (*rahn*) yang sesuai dengan syariat Islam.

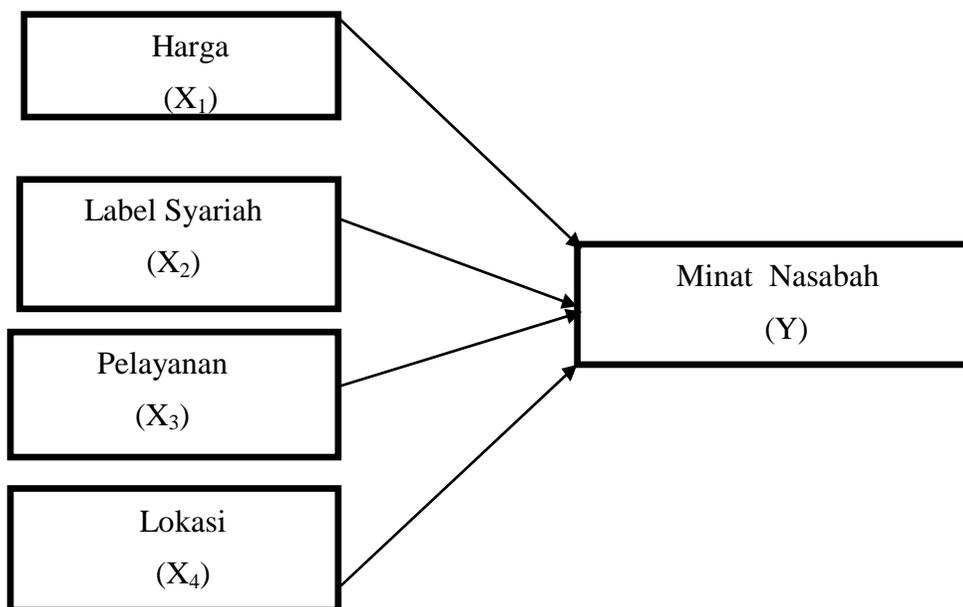
4. Bagi Lembaga Perbankan Syariah

Diharapkan untuk menjadi bahan pertimbangan, menambah pengetahuan akan keberadaan dan peranan pada usaha gadai (*rahn*), serta pengambilan keputusan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai (*rahn*) agar meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan lembaga keuangan khususnya dibidang syariah.

F. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pemikiran yang dapat menjadi landasan dalam penulisan ini yang pada akhirnya dapat diketahui variabel mana yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai (*Ar-Rahn*) pada PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kepandean. Variabel-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat nasabah sebagai variabel *dependent*. Sedangkan harga, alasan syariah, pelayanan dan lokasi sebagai variabel *independent*.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



1. Pengaruh Harga terhadap Minat Nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kependean.

Harga pada dasarnya merupakan teori dasar dari bauran pemasaran dan perilaku konsumen. Keduanya dapat digunakan ketika melihat persepsi harga terhadap keputusan pembelian suatu produk barang atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor penentu baik dalam memunculkan minat beli maupun keputusan membeli konsumen.¹¹ Nasabah akan menilai atau mengevaluasi tingkat harga atau harga yang ditawarkan dari produk barang atau jasa pada perusahaan. Harga yang sesuai dengan kualitas dan

¹¹ Bayu Prawira & Ni Nyoman, *Pengaruh Kualitas Produk, Citra, Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar*. (Jurnal Manajemen Universitas Udayana Bali. Vol. 3. No.12, 2014).

mutunya menjadi kepuasan tersendiri bagi nasabah. Menurut (Kadek Ria Mariska, Ketut Dunia & Luh Indrayani, 2014) dengan judul “Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Minimarket Sastra Mas Tabanan” menerangkan bahwa seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Sehingga penilaian atas harga barang atau jasa sangat dipertimbangkan oleh nasabah agar nasabah merasa puas.

2. Pengaruh Label Syariah terhadap Minat Nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kepandean.

Label merupakan informasi verbal dan non verbal yang ada untuk mengidentifikasi dan membedakan produk-produk. *Brand* atau label merepresentasikan persepsi dan perasaan konsumen terhadap produk dan daya gunanya, yakni suatu yang menyebabkan minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa.¹²Unsur-unsur dan karakter label syariah berdasarkan nilai spiritual yaitu tidak mengandung unsur judi, riba, kezaliman. Tidak membahayakan pihak sendiri dan orang lain serta menunjukkan karakter kejujuran, keadilan, kemitraan, dan keterbukaan. *Brand* atau label berkaitan dengan minat konsumen (nasabah) terhadap

¹² Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran* , (Jakarta : Prenhallindo, 2000), 477.

suatu produk atau layanan, yang diyakini tidak saja dapat memenuhi kebutuhan mereka, tetapi dengan memberikan kepuasan yang lebih baik dan terjamin. Menurut (Anik Lestari, 2020) dalam penelitiannya dengan judul “Pengaruh Peran Dewan Pengawas Syariah Dan Label Syariah Terhadap Minat Nasabah Melakukan Pembiayaan Murabahah Di Bank BRI Syariah Ngawi” menerangkan bahwa pada hakikatnya, *brand* atau label merupakan jaminan kualitas, asal usul, dan performa, yang demikian meningkatkan nilai yang dirasakan nasabah (pelanggan) dan mengurangi resiko dalam keputusan memilih.

3. Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kepandean.

Menurut Kotler & Keller (2009 : 143) definisi pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pelanggan memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan dan setelah menikmati jasa tersebut cenderung akan membandingkan dengan yang mereka harapkan. Menurut (Rizka & Ari, 2012) dengan judul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang” menerangkan bahwa bila jasa yang mereka nikmati berada jauh dibawah jasa yang mereka harapkan, maka pelanggan akan meninggalkan pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati dapat memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan, mereka akan cenderung memakai kembali produk dan jasa. Selain itu, pelanggan juga membutuhkan komitmen dan kesungguhan petugas dalam

melayani pelanggan.¹³ Menurut (I Gede Yogi Pramana & Ni Made Rastini, 2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali ” dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa pelayanan dari sebuah jasa merupakan sebuah faktor yang penting dalam mencapai kepercayaan dari nasabah.

4. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kependean.

Lokasi berperan penting terhadap keputusan pembelian atau menggunakan suatu produk dalam hal ini produk gadai (*ar-rah*n). Nasabah tidak mungkin mencari produk yang letaknya diluar jangkauan nasabah. Tentunya nasabah akan berpikir dapat menghabiskan waktu, tenaga dan uang. Lokasi di sini adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan.¹⁴ Menurut (Makmur Hasanuddin : 2016) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas” dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa bagaimanapun bentuk penjelasan tentang lokasi, tetap lokasi sangat penting bagi perusahaan untuk memasarkan suatu produk barang atau jasa dan lokasi memiliki hubungan dengan mengandalkan persepsi

¹³ Rizka & Ari, *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*. (Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga. Vol. 3. No 2, 2012).

¹⁴ Muhammad Fajar & Emma, *Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya*. (Journal of Business and Banking Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Vol. 5. No. 1, 2015).

konsumen terhadap suatu produk.¹⁵ Oleh karena itu penilaian atas lokasi pada suatu tempat sangat dipertimbangkan oleh nasabah karena akses kemudahan sangat penting bagi nasabah.

G. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya. hipotesis juga diartikan sebagai dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih. Jadi hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara yang masih harus diuji kebenarannya.¹⁶ Hipotesis ini akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan diterima atau ditolak suatu hipotesis tersebut.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : Harga, Label Syariah, Pelayanan dan Lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Kependean.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis. dan sistematika pembahasan.

¹⁵ Makmur Hasanuddin, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas*. (Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Universitas Sam Ratulangi. Vol. 4. No. 1, 2016).

¹⁶ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019. Hal. 130).

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini meliputi landasan teori-teori, penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi metode penelitian, populasi dan sampel, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian dan data-data yang digunakan beserta sumber data.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, pengujian hipotesis, dan analisis hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diperoleh.