BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Pegadaian

Menurut Subagyo, menyatakan bahwa pegadaian adalah suatu lembaga keuangan bukan bank yang memberikan kredit kepada masyarakat dengan corak khusus yaitu secara hukum gadai. Sigit Triandaru menyatakan bahwa pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembayaran dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai. Pegadaian adalah suatu badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai ijin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana masyarakat atas dasar hukum gadai. Dapat disimpulkan bahwa pegadaian adalah suatu hak yang diperoleh oleh orang yang berpiutang atas suatu barang yang bergerak yang diserahkan oleh orang yang hutang sebagai jaminan utangnya dan barang tersebut dapat dijual oleh yang berpiutang bila yang berhutang tidak dapat melunasi kewajibannya pada saat jatuh tempo.[1]

[1] Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), 179

B. Pegadaian Syariah

1. Pengertian Gadai Syariah

Gadai adalah menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara' sebagai tanggungan utang, dengan adanya benda yang menjadi tanggungan itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima[2].

Secara umum pengertian usaha gadai adalah kegiatan menjaminkan barang – barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dan lembaga gadai[3].

Menurut bahasa, gadai (al-rahn) berarti al – tsubut dan al-habs yaitu penetapan dan penahanan. Ada pula yang menjelaskan bahwa rahn adalah terkurung. Sedangkan rahn secara harfiah adalah tetap, kekal, dan jaminan. Sedangkan secara istilah rahn adalah apa yang disebut dengan barang jaminan, agunan, cagar, atau tanggungan[4]. Rahn adalah akad yang objeknya menahan harga terhadap sesuatu hak yang mungkin diperoleh bayaran dengan sempurna darinya.[5]

Ar-rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis.

---

[2] Ahmad Azhar Basyir, *Riba, Utang-Piutang, dan Gadai*, (Bandung: Al-Ma'arif, 1983), 50

[3] Kasmir, *Bank dan Lembaga Kuangan Lainnya,* (Jakarta : Raja Grafindo Persada), 246.

[4] Sri Nurhayati, *Akutansi Syariah di Indonesia,* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 266.

[5] Hasbi Ash-Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), 86.

Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai[6].

2. Landasan Hukum Pegadaian Syariah

a. Al – Qur'an

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَقْبُوضَةٌ فَإِ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتُمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya:

Jika kamu dalam perjalanan (dan kamu melaksanakan muamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, makahendaklah ada barang tanggungan yang dapat dijadikan sebagai pegangan (oleh yang mengutangkan), tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercaya itu menunaikan amanat (utangnya) dan hendaknya ia bertakwa kepada Allah SWT, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa).

---

[6] Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah* , (Beirut: Darul-Kitab al-Arabi, 1987), cetakan ke-8, vol III hal, 169.

Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Baqarah (2): 283)

Berdasarkan pada ayat diatas dijelaskan bahwa diperbolehkannya meminjam harta dengan sebuah jaminan yang berupa benda sebagai tanggungan, dan peminjam harta tersebut berkewajiban untuk membayar utangnya.

b. Al - Hadist

Hadis Nabi riwayat al-Bukhari dan Muslim dari 'Aisyah RA, ia berkata:

أَنَّ رَسُوْلَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اِشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُوْدِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهَنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيْدٍ .

"Sesungguhnya Rasulullah SAW pernah membeli makanan dengan berutang dari seorang Yahudi, dan Nabi menggadaikan sebuah baju besi kepadanya."

Berdasarkan hadist diatas menjelaskan bahwa Nabi Muhammad SAW pernah memperaktikan akad gadai atau *ar – rahn* dengan menggadaikan maju besinya untuk mendapatkan harta (uang) dan membelanjaknya untuk membeli makan, jadi tidak dapat dipungkiri lagi bahwa gadai di perbolehkan dalam Islam.

c. Ijma Para Ulama

Berdasarkan FATWA DEWAN SYARI'AH NASIONAL Nomor 92/DSN-MUI/IV/2014 Tentang Pembiayaan yang Disertai Rahn (*al-Tamwil al-Mautsuq bi al-Rahn*) Para ulama semuanya sependapat, bahwa

perjanjian gadai hukumnya mubah (boleh). Berikut beberapa pendapat ulama tentang Rahn (*al-Tamwil al-Mautsuq bi al-Rahn*) yaitu :

1. Pendapat Ibnu Qudamah:

   "Mengenai dalil ijma' umat Islam sepakat (ijma') bahwa secara garis besar akad rahn (gadai/penjaminan utang) diperbolehkan."

2. Pendapat al-Khathib al-Syirbini:

   "Pemberi gadai boleh memanfaatkan barang gadai secara penuh dengan syarat tidak mengakibatkan berkurangnya (nilai) barang gadai tersebut."

3. Pendapat mayoritas ulama:

   "Mayoritas ulama (selain Ahmad, pen) berpendapat bahwa penerima gadai tidak boleh memanfaatkan barang gadai sama sekali."

d. Ketentuan *al-Ma'ayir al-Syar'iyyah* No: 39 (2-3-3):

Tidak boleh mensyaratkan adanya jaminan dalam bentuk barang (akad *al-rahn*) terhadap akad yang bersifat amanat, antara lain akad *wakalah*, akad *wadi'ah*, akad *musyarakah*, akad *mudharabah*, dan obyek ijarah di tangan *musta`jir*. Apabila *rahn* dimaksudkan untuk dijadikan sumber pembayaran (hak Pemberi Amanah) ketika Pemegang Amanah melampaui batas, lalai dan/atau menyalahi syarat-syarat, maka akad *rahn* diperbolehkan.

3. Rukun dan Syarat Gadai Syariah

Dalam sebuah hukum syariah pasti memiliki syarat dan rukunnya begitu pula dengan pegadaian syariah (ar-rahn) juga memiliki rukun dan syaratnya. Dalam gadai memiliki beberapa rukun antara lain :

a. Akad ijab dan Kabul, seperti seseorang berkata " aku gadaikan mejaku ini dengan harga Rp10.000,00" dan yang satu lagi menjawab "aku terima gadai mejamu seharga Rp10.000,00" atau bisa pula delakukan selain dengan kata – kata, seperti surat, isyarat, atau yang lainnya
b. Aqid, yaitu yang menggadaikan (rahin) dan yang menerima gadai (murtahin). Adapun syarat bagi yang berakad adalah ahli tashruf, yaitu mampu membelanjakan harta dan dalam hal ini memahami persoalan – persoalan yang berkaitan dengan gadai.
c. Barang yang dijadikan jaminan (borg), syarat pada benda yang dijadikan jaminan barang itu tidak rusak sebelum janji hutang harus dibayar
d. Ada utang, disyaratkan keadaan utang telah tetap [7].

4. Mekanisme Gadai Syariah

Setelah mengetahui rukun dan syarat gadai syariah (rahn), mekanisme gadai kemudian dilakukan dengan cara berikut.

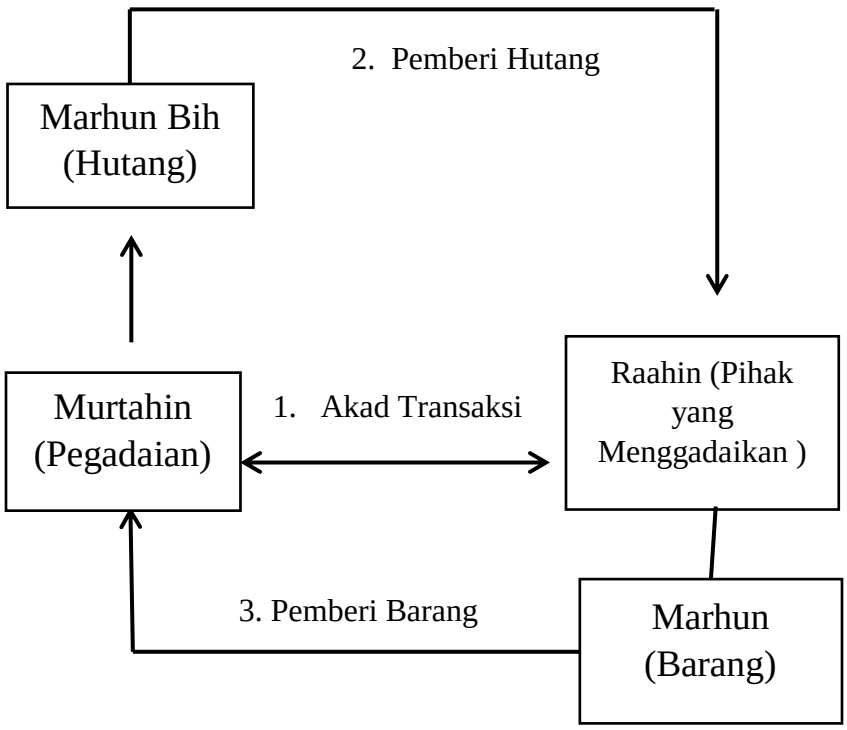
---

[7] Hendi Suhendi,*Fiqih Muamalah,* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2011), 107 – 108.

1. Melalui akad rahn, terjadi akad transaksi atau penaksiran barang (marhun) yang dimiliki nasabah
2. Marhun memberikan hutang yang telah disepakati kepada Raahin
3. nasabah (Raahin) menyerahkan barang (Marhun) untuk digadaikan ke pegadaian atau bank syariah (Murtahin) akan menyimpan dan merawat barang tersebut[8]

Gambar 2.1

Skema Akad *Rahn* dalam menggunakan jasa Pegadaian Syariah



[8]Taufik Hidayat, *Buku Pintar Investasi Syariah*, (Jakarta Selatan: PT Trans Media, 2011), Cetakan Pertama, 147.

Dalam pegadaian syariah (rahn) marhun dan manfaatnya tetap menjadi milik rahin. Menurut Fatwa DSN No: 25/DSN-MUI/III/2002 Tentang Rahn Pada prinsipnya marhun tidak boleh dimanfaatkan oleh murtahin kecuali seizin rahin, dengan tidak mengurangi nilai marhun dan pemanfaatanya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya

C. Produk

1. Pengertian Produk

Produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan[9]. Menurut Kotler dan Amstrong produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan[10].

Produk merupakan sesuatu yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan konsumen, sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan. Pengertian yang ditawarkan

---

[9] Kasmir, *Pemasaran Bank,* (Jakarta: Kencana, 2010), 123.

[10] Buchari Alma, *Menejemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 139.

menunjukkan sejumlah manfaat yang didapat dari konsumen, baik barang atau jasa atau kombinasinya[11].

Dapat disimpulkan dari teori – teori diatas bahwa produk merupakan barang atau jasa yang di perjual belikan atau di tawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan di manfaatkan sebagai alat untuk memuaskan konsumen

2. Jenis-Jenis Produk Pegadaian Syariah

Salah satu faktor perkembangan lembaga keuangan Islam dipengaruhi oleh berkembangnya pegadaian syariah yang memiliki beberapa produk syariah yang di tawarkan guna menarik masyarakat muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah, yaitu :

Tabel 2.1

Produk - Produk Syariah Di Pegadaian

NAMA PRODUK	KETERANGAN
Pegadaian Syariah (RAHN)	Pembiayaan RAHN dari Pegadaian Syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Prosesnya cepat hanya dalam waktu 15 menit dana cair dan aman penyimpanannya. Jaminan berupa barang perhiasan, elektronik atau kendaraan bermotor.

[11] Bernard T. Widjaja, *Lifestyle Marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), 77.

Amanah	Pembiayaan AMANAH dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan berprinsip syariah kepada pegawai negeri sipil dan karyawan swasta untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.
Arrum	Pembiayaan ARRUM pada Pegadaian Syariah memudahkan para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan BPKB dan emas. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari. Maksimalkan daya guna kendaraan anda.
Mulia	MULIA adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. MULIA dapat menjadi alternative pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

Sumber: www.pegadaian.co.id

3. Bauran Produk

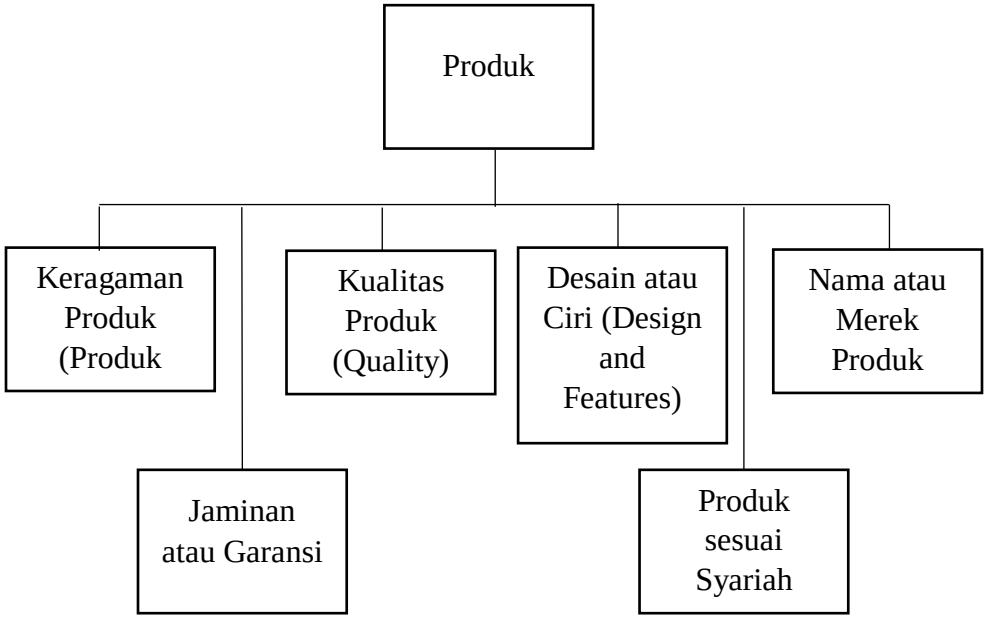
Menurut Kotler, Bauran produk adalah sekumpulan dari semua produk dan item produk seperti macam produk,

kualitas produk, rancangan produk, ciri-ciri produk, merek produk serta atribut lainnya. Yang secara khusus para penjual menawarkan untuk dijual kepada para pembeli.[12]

Dapat disimpulkan bahwa bauran produk adalah kumpulan cara atau sebuah rancangan agar produk yang dimiliki perusahaan tampak lebih menarik, dengan bertujuan mendapatkan nasabah atau pembeli sebanyak –banyaknya. Dengan menggabungkan bauran produk menurut kotler dan karakter atau ciri Pegadaian Syariah maka berikut bauran produk dalam penelitian ini yang dideskripsikan dengan gambar :

Gambar 2.2

Bauran produk



[12] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta, Prehallindo, 2000) Edisi Milenium, 57

4. Karakter Produk

Output dari sebuah proses produksi dapat berupa barang atau jasa, dan bisa juga dari kombinasi antara barang dan jasa. Antara barang dan jasa memiliki perbedaan yang nyata, sehingga akan mempengaruhi proses produksi yang dilakukan. Oleh karena itu, pemahaman akan proses produksi yang menghasilkan barang tentunya akan berbeda dengan proses produksi yang menghasilkan jasa sebagai outputnya, berikut prebedaan karakteristik antara produk barang dan jasa yaitu[13] :

Tabel 2.2

Karakter Produk

Barang	Jasa
• Berwujud, memiliki sifat fisik tertentu • Dapat disimpan • Proses produksinya banyak menggunakan mesin • Proses produksi dan konsumsi tidak berlangsung dalam waktu yang sama • Kontak dengan konsumen rendah	• Tidak berwujud, dan tidak memiliki sifat fisik • Tidak dapat disimpan • Proses produksi lebih banyak menggunakan factor manusia • Proses produksi dan konsumsi berlangsung di waktu yang sama • Kontak dengan konsumen atau pengguna jasa tinggi

[13] Agus Dudung, *Merancang Produk*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya), 22.

• Kualitas produk objektif, karena memiliki ukuran • Artibut, seperti harga, kemasan dll., lebih jelas • Pasar lebih mudah diperluas (lebih luas)	• Kualitas produk bersifat subjektif, di antara pengguna jasa • Artibut produk sering kali tidak jelas • Pasar sulit diperluas (lebih bersifat lokal)

Dapat disimpulkan dari teori diatas bahwa produk memiliki dua jenis yaitu produk berupa barang dan jasa, sedangkan produk yang di pakai dalam penelitan ini adalah produk berupa jasa yang dimiliki oleh pegadaian yaitu gadai syariah (rahn), produk gadai syariah ini memberikan pinjaman berupa uang kepada nasabah dengan syarat nasabah memberikan jaminan kepada pegadaian berupa barang, besarnya pinjaman yang diberikan oleh pegadaian akan ditaksir terlebih dahulu dari seberapa besar manfaat dari barang tersebut.

D. Keputusan Masyarakat

1. Strategi Pemasaran

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya sedangkan. Pemasaran menurut W. Y. Stanton pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan

untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial[14].

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain[15]

Konsep pemasaran berdasarkan definisi dari Philip Kotler adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk-produk yang bernilai dengan pihak lain. Di dalamnya terdapat konsep yang ditawarkan seperti kebutuhan, keinginan dan permintaan, produk-produk (barang-barang, layanan, dan ide), *value* atau nilai, biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan pasar dan para pemasar, serta prospek[16]

Pemasaran memfasilitasi proses pertukaran dan pengembangan hubungan dengan konsumen dengan cara mengamati secara cermat kebutuhan dan keinginan konsumen yang dilanjutkan dengan mengembangkan suatu produk yang memuaskan kebutuhan konsumen dan

---

[14] https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran di akses 07/10/2016

[15] Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. INDEKS, 2003), Edisi kesembilan Jilid I, 6.

[16] Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, 7.

menawarkan produk tersebut di tempat-tempat yang menjadi pasar bagi produk bersangkutan.

Proses diatas disebut dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri atas empat elemen, yaitu : produk, price, place, dan promosi yang disingkat empat P. penelitian ini mengambil dua elemen dari proses bauran pemasaran yaitu produk dan promosi karena dirasakan keterkaitan yang erat antara dua elemen tersebut.

Pada umumnya perencanaan pemasaran terdiri atas lima elemen utama, sebagai berikut:[17]

a. Harus tersedia suatu analisis situasi yang terperinci yang terdiri atas hasil audit pemasaran internal serta analisis eksternal mengenai persaingan pasar dan faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi
b. Harus tersedia tujuan pemasaran spesifik yang memberikan arahan dan juga tahapan kerja bagi pelaksanaan kegiatan pemasaran serta suatu tolak ukur untuk mengukur kinerja yang dicapai
c. Harus terdapat keputusan mengenai pemilihan atau seleksi pasar sasaran dan keputusan terhadap empat elemen dalam marketing mix
d. Harus terdapat program untuk melaksanakan keputusan yang sudah dibuat termasuk penentuan tugas atau pekerjaan yang akan dilakukan serta bentuk pertanggung jawabannya

---

[17] Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010), 37.

e. Harus terdapat suatu proses monitoring, proses evaluasi terhadap kinerja dan juga proses pemberian umpan balik. Setiap perubahan yang dilakukan dapat dilakukan dalam keseluruhan strategi dan taktik pemasaran

Tujuan utama dari strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi perusahaan [18]

2. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi. (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pascapembelian. Pengertian lain tentang Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk

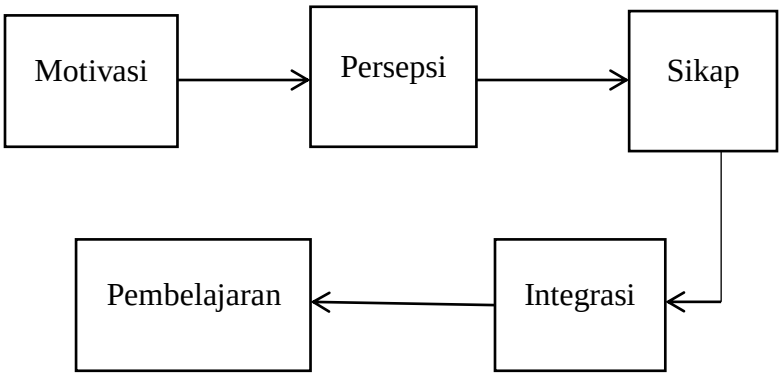
[18] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), 161

(2000: 437) adalah "*the selection of an option from two or alternative choice*". Dapat diartikan, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.[19]

Dalam pengambilan keputusan konsumen tersebut disertai oleh proses psikologi internal yang merupakan faktor penting bagi perencanaan promosi pemasaran karena mempengaruhi proses penagmbilan keputusan dalam diri konsumen terdiri atas :[20]

Gambar 2.3

Proses Psikologi Internal yang Relevan



Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen mempertimbangkan segala hal saat memilih produk yang ingin di beli, seperti seberapa besar manfaat produk tersebut untuk memuaskan konsumen dan mempertimbangkan atau mengevaluasi apakah memang

[19] http://www.pendidikanekonomi.com, di akses 07/10/2016

[20] Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana, 2010), 86.

produk tersebut harus dibeli atau tidak sesuai dengan kebetuhan konsumen,

3. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi meningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:

1. Loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah utuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah
2. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan berulang-ulang
3. Membeli produk lain dalam bank yang sama. Dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
4. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank, karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang di tawarkan.[21]

Dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa kepuasan nasabah sangat memiliki andil besar dalam

[21] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), 163

menentukan lembaga keuangan mana yang akan dipilih oleh nasabah. Dalam pengertian diatas pula tidak hanya berlaku oleh bank saja melainkan berlaku pada lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah lainya seperti pegadaian syariah

Agar kita tahu bahwa nasabah puas atau tidak puas, maka perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah. Dalam menentukan seberapa besar kepuasan nasabah terhadap suatu perusahaan

Menurut kotler pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu:[22]

1. System keluhan dan usulan

   Artinya, seberapa banyak keluhan atau complain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode, makin banyak berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya. Untuk itu perlu adanya system dalam memenuhi keluhan dan usulan

2. Survey kepuasan konsumen

   Dalam hal ini bank perlu secara berkala melakukan survey baik melalui wawancara maupun kuisioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan tempat nasabah melakukan transaksi selama ini.

3. Konsumen samaran

[22] Kasmir, *Pemasaran Bank.* 163

Bank dapat mengirim karyawan atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan

Oleh karyawan bank secara langsung, sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesunggunhnya

4. Analasisi mantan pelanggan

   Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah guna mengetahui sebab-sebab meraka tidak lagi menjadi nasabah

E. Penelitian terdahulu

Dalam penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan gagasan untuk meneliti pegadaian syariah, adapun penelitian terdahulu yang meneliti pegadaian syariah adalah :

1. Skripsi Faridatun Sa'adah dengan judul "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika" Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan Implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika ternyata mampu menarik minat nasabah, ini terbukti dengan peningkatan jumlah uang pinjaman/omset dan jumlah barang jaminan yang dimiliki Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika. Peningkatan omzet Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika adalah sebesar 21,25 % pada periode Januari-Juni 2007 ke

periode Juli-Desember 2007 yakni dari Rp. 19.751.000.000 menjadi Rp. 23.949.000.000 dan peningkatan sebesar 38,2% pada periode Juli-Desember 2007 ke periode Januari-Juni 2008 yakni dari Rp. 23.949.000.000 menjadi Rp. 33.100.000.000. Serta peningkatan omzet sebesar 67,5 % pada periode Januari-Juni 2008 yakni Rp. 33.100.000.000 dibandingkan periode sama tahun 2007, yakni sebesar Rp. 19.751.000000, dalam skripsi ini menggunkan metode penelitian kualitatif dengan teknik

Studi dokumentasi dan wawancara. Variable X nya strategi pemasaran produk gadai syariah dan variable Y nya menarik minat nasabah pada pegadaian syariah cabang dewi sartika, omset paling besar pada pegadaian syariah cabang dewi sartika terjadi pada periode januari-juni 2008 sebesar 67,5% dibandingkan periode tahun 2007 sebesar 21,25%[23]

2. Skripsi Dania Dewi dengan judul penelitian "Pengaruh Pembiayaan Produktifitas Pada Pegadaian Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan Nasabah" Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa berdasarkan perbandingan analisa sebelum dan sesudah melakukan pembiayaan produktif pada pegadaian syariah terdapat perubahan, dengan nilai signifikansi terendah yaitu 0.000 pada *alpha* atau tingkat kesalah 0.05 dengan z-hitung

[23] Faridatun Sa'adah, *Fakultas Syariah Dan Hukum Unversitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (UIN),* diunduh pada 7 oktober pukul 19:07

sebesar - 6.633.sehingga dapat disimpulkan bahwa pendapatan nasabah yang menggunakan pembiayaan produktif mengalami peningkatan. Dari hasil tabel korelesi diperoleh variabel pembiayaan produktif dan pendapatan dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0.884, dibandingkan dengan probabilitas 0.05 ternyata nilai 0.05 lebih kecil dari nilai probabilitas sig. (2-tailed) atai [0.05 < 0.884] terbukti bahwa pembiayaan produktif mempunyai hubungan secara tidak signifikan terhadap pendapatan, dan kemudian daril hasil uji t menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan antara pembiayaan produktif terhadap pendapatan nasabah pada pegadaian syariah, yaitu dengan melihat nilai 0.146 < 1,671 atau t hitung lebih < t tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan. Jadi, pembiayaan produktif tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan. Hasil dari uji Coeffisiens, pada bagian ini dikemukakan nilai kostanta (a) = 4.034 dan beta = 0.010 serta harga t hitung dan tingkat signifikansi = 0.884. dari tabel diatas diperolah persamaan hitungnya adalah Y = 4.034 + 0.010X Kostanta sebesar 4.034 menyatakan bahwa jika tidak ada pembiayaan produktif, maka pendapatan adalah 4.034. Ternyata nilai 0.146 < 1.671 atau t hitung < t tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak artinya tidak signifikan. Jadi, pembiayaan produktif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan. Di skripsi ini menggunakan dua variabel yaitu: Variabel X nya Pengaruh Pembiayaan Produktifitas Pada Pegadaian Syariah dan

variable Y nya Terhadap Peningkatan Pendapatan Nasabah, Dari hasil semua kesimpulan di atas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa peningkatan pendapatan nasabah pada pegadaian syariah Pondok Aren, ternyata tidak hanya berasal dari pembiayaan produktif yang telah diberikan oleh pegadaian syariah, tetapi juga banyak berbagai faktor lain

yang lebih mempengaruhi peningkatan pendapatan di luar pembiayan produktif termasuk modal usaha[24]

Perbedaan antara penelitian yang telah dipaparkan di atas dengan penelitian ini adalah penelitian ini berfokus pada produk rahn yang kemungkinan memeliki pengaruh dengan keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah di kota serang, dan lokasi dalam penelitian ini bertempat di Pegadaian Syariah Cabang Kepandean kota Serang

F. Hipotesis

Hipotesis menurut Suharsimi Arikunto, adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap penelitian terbukti melalui data yang terkumpul[25]. Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah hipotesis asosiatiff yang merupakan

---

[24] Dania Dewi, *Fakultas Syariah Dan Hukum Unversitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (UIN),* diunduh pada 23 oktober pukul 18:07.

[25] Suharsumi Arikunto, *Prosedur Penelitian Melalui Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 259.

suatu pernyataan jawaban sementara terhadap masalah asosiatif/hubungan.[26]

Mengacu pada landasan teori dan penelitian terdahulu maka dapat dikemukakan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

H1 : Produk Rahn Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan jasa Pegadaian Syariah di Kota Serang

H0 : Produk Rahn Tidak Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan jasa Pegadaian Syariah di Kota Serang

[26] Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Cetakan 10, 97.