

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang semakin maju ini permasalahan keuangan tidak pernah luput dari perhatian. Uang merupakan alat pemenuhan kebutuhan yang selalu dibutuhkan, baik untuk memenuhi kebutuhan pokok, maupun kebutuhan lainnya. Namun, tidak dapat dipungkiri terkadang uang yang dimiliki tidak dapat memenuhi semua kebutuhan yang ingin dibeli.¹ Solusi dasar untuk masalah tersebut adalah dengan cara meminimalisir pengeluaran, tetapi untuk kebutuhan yang memang sangat penting untuk dipenuhi seperti kebutuhan sehari-hari sebagai penopang hidup terkadang harus dipenuhi dengan berbagai cara seperti melakukan pinjaman dari berbagai sumber dana yang ada. Kebutuhan yang dananya relatif kecil bisa saja dipenuhi dengan cara meminjam kepada

¹ Fiki Puspitasari, *Butuh Dana Cepat? Pegadaian Solusinya*, (Yogyakarta: CV. Kompetensi Terapan Sinergi Pustaka, 2016), h. 1.

kerabat ataupun sanak saudara, sedangkan kebutuhan yang memerlukan dana relatif besar dan harus dipenuhi dalam jangka waktu yang pendek, masyarakat membutuhkan lembaga keuangan yang bisa memberikan pinjaman dengan waktu yang cepat, persyaratan yang mudah, resiko yang minim, dan aman. Namun, tidak dapat dipungkiri banyak juga masyarakat yang membutuhkan dana dengan waktu yang cepat langsung melakukan pinjaman ke rentenir yang dimana hal tersebut memiliki resiko yang tinggi seperti terdapat riba di dalam transaksinya.

Salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut di mana masyarakat dapat memenuhi kebutuhan sejumlah dana tanpa menanggung risiko yang tinggi seperti riba, masyarakat bisa menjaminkan barang-barang berharganya kepada salah satu lembaga, di mana barang yang dijaminkan dapat ditebus kembali setelah melakukan pelunasan pinjaman.² Kegiatan menjaminkan berbagai barang berharga untuk mendapatkan sejumlah dana dan nantinya

² Fiki Puspitasari, *Butuh Dana Cepat? Pegadaian Solusinya*, ..., h. 1.

barang tersebut dapat ditebus kembali disebut dengan usaha gadai.

Lembaga keuangan yang menjalankan usaha gadai salah satunya yaitu perusahaan Pegadaian. Salah satu lembaga keuangan syariah yang bisa menjadi solusi untuk membantu permasalahan di atas yaitu Pegadaian Syariah. Pegadaian Syariah sendiri merupakan Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) yang hadir dan dibentuk untuk memberikan bantuan serta pelayanan kepada masyarakat luas yang sedang membutuhkan dana untuk membantu perekonomiannya.³ Pegadaian merupakan salah satu BUMN yang bergerak dalam bidang jasa keuangan non bank yang didirikan oleh pemerintah guna menyalurkan kredit dengan sistem gadai yang sudah berbadan hukum dan sudah memiliki peraturan yang tidak merugikan kedua belah pihak serta didirikan dengan latar belakang agar masyarakat terhindar dari rentenir, sistem ijon, dan pinjaman lainnya dengan bunga yang sangat tidak wajar. Adanya perusahaan Pegadaian sangat membantu dalam

³ Fiki Puspitasari, *Butuh Dana Cepat? Pegadaian Solusinya*, ..., h. 1.

meningkatkan kesejahteraan masyarakat kecil. Oleh karena itu Pegadaian pun turut membantu mendukung program pemerintah dalam bidang ekonomi dan pembangunan nasional.⁴

Pegadaian Syariah berdiri dengan memiliki tujuan seperti yang sesuai dengan PP 103 Tahun 2000 Pasal 8, bahwa Perum Pegadaian melakukan kegiatan usaha utamanya adalah dengan menyalurkan pinjaman uang atas dasar hukum gadai serta menjalani usaha lainnya seperti penyaluran pinjaman dana berdasarkan jasa layanan penitipan, sertifikasi logam mulia, dan yang lainnya yang sejalan dengan kegiatan Pegadaian Syariah. Lalu, Pegadaian Syariah juga mengemban suatu misi untuk terus meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama masyarakat golongan kebawah dan menghindari masyarakat dari praktik gadai gelap, riba, dan pinjaman rentenir serta pinjaman tidak wajar lainnya.⁵ Misi yang disebutkan di atas juga sejalan dengan misi PT Pegadaian

⁴ Fiki Puspitasari, *Butuh Dana Cepat? Pegadaian Solusinya*, ..., h. 2.

⁵ Muhammad Rifki, *Akuntansi Keuangan Syariah: Konsep dan Implementasi PSAK Syariah*, (Yogyakarta: P3EI Press, 2008), h. 134.

Syariah Cabang Kepandean. PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean didirikan dalam rangka menjawab semua kebutuhan dan memenuhi permintaan dari masyarakat khususnya masyarakat Serang yang menginginkan jasa piutang dan jasa sewa beli yang aman dan untuk mencegah dari adanya praktik riba. Pegadaian Syariah Cabang Kepandean merupakan cabang utama Pegadaian Syariah yang berada di Kota Serang, didirikan dan diresmikan oleh pimpinan Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang pada tanggal 1 Oktober 2008.⁶ Pegadaian Syariah Cabang Kepandean memiliki produk-produk diantaranya yaitu Gadai Syariah (*Rahn*), Arrum Haji, Arrum BPKB, Arrum Emas, Amanah, Arrum Umroh, Titipan Emas, Tabungan Emas, dan Cicil Emas.⁷

Pengetahuan masyarakat mengenai Pegadaian Syariah dan produk-produknya masih minim. Khususnya masyarakat Serang, karena lembaga Pegadaian Syariah di Kota Serang

⁶ Dikutip dari Skripsi Haeriah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Akad Rahn Tasjily Pada Produk Pembiayaan Kendaraan Bermotor Syariah (Studi di Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Kota Serang)*, (Serang: Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2018), h. 32.

⁷ Booklet Produk Pegadaian

masih terbilang sedikit, tidak seperti lembaga keuangan bank yang cukup pesat di Kota Serang.⁸ Hal ini terbukti pada saat peneliti bertanya ke beberapa responden mengenai produk gadai syariah dan ternyata memang ketika ditanya mengenai produk gadai syariah mereka tidak mengetahui secara pasti mengenai produk tersebut. Kenyataannya dari data yang peneliti peroleh dalam wawancara ataupun diskusi dengan Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Kependean yang diadakan pada tanggal 24 Agustus 2021 bahwasannya dari tahun ke tahun jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah meningkat walaupun tidak sebanyak jika dibandingkan dengan Pegadaian Konvensional, dan produk gadai syariah merupakan salah satu produk dengan minat nasabah yang cukup tinggi, walaupun pada dua tahun terakhir yaitu pada tahun 2019-2021 yang dikatakan oleh pimpinan cabang Pegadaian Syariah mengalami penurunan

⁸ Anita Widya Puspa, 03 September 2019. "Literasi Pegadaian Syariah Masih Rendah, Ini Sebabnya", diakses dari <https://m.bisnis.com/amp/read/20190903/407/1144158/literasi-pegadaian-syariah-masih-rendah-ini-sebabnya> , pada 25 Februari 2022 pukul 19.11.

sebesar 5%.⁹ Dengan pengetahuan masyarakat yang masih minim akan produk gadai syariah tetapi minat nasabah terhadap produk gadai syariah yang cukup tinggi, walaupun pada saat penelitian, peneliti melihat beberapa nasabah yang sama terus menerus dan berulang-ulang dalam bertransaksi. Pegadaian Syariah masih tetap eksis untuk membantu memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap Pegadaian Syariah itu ada. Seperti terlihat pada tabel dibawah ini yang menggambarkan perkembangan jumlah nasabah Pegadaian Syariah Cabang Kepandean pada tahun 2019-2021.

Tabel 1.1

Peningkatan Jumlah Nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang periode 2019-2021

No	Tahun	Jumlah
1	2019	5.655 orang
2	2020	7.543 orang
3	2021	8.858 orang

Sumber: PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean (2022)

⁹ Tanya Jawab dengan Pimpinan Pegadaian Syariah Cabang Kepandean dalam Acara Seminar PPL Pada Tanggal 24 Agustus 2021.

Menurut Pritchard untuk mengetahui bagaimana dan mengapa suatu minat nasabah bisa muncul, maka perlu untuk dipahami dan dikaji mengenai hal tersebut.¹⁰ Minat nasabah tersebut muncul karena ada faktor yang melatarbelakanginya salah satunya yaitu faktor psikologis yang terdiri dari empat faktor di dalamnya yakni motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan atau sikap.¹¹ Salah satu faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan ekonomi adalah faktor psikologis.¹² Menurut Kotler ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain kebudayaan, pribadi, sosial, dan psikologis. Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa pilihan atau keputusan dalam perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yakni: motivasi, persepsi, keyakinan atau

¹⁰ Roni Andespa, "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah", dalam *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, 2017, h. 178.

¹¹ Andespa, "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah", ..., h. 178.

¹² Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 6.

sikap, dan pembelajaran.¹³ Faktor psikologis sendiri merupakan dorongan dalam diri dan motivasi seseorang mendorong untuk memenuhi kebutuhannya. Motivasi merupakan kebutuhan yang mendorong seseorang secara kuat mencari kepuasan akan kebutuhan tersebut. Faktor psikologis yaitu cara yang digunakan untuk mengenali perasaan, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran, serta pendapat dalam mengambil tindakan.¹⁴

Seperti yang diketahui dan sudah disebutkan di atas bahwa pengetahuan masyarakat yang masih minim mengenai Pegadaian Syariah terutama pada produk gadai syariah, tetapi pada kenyataannya minat nasabah menggunakan produk gadai syariah ada dan cukup tinggi. Minat sendiri merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku seseorang dan minat merupakan salah satu sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Kontrol*, (Jakarta: PT Prehallindo, 2001), h. 144.

¹⁴ Otto Handito dan Indrianty, "Faktor Pribadi, Psikologis, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ertiga di PT Megah Putera Kendari", *Jurnal Analisis*, Vol. 2, No. 2, 2013, h. 110.

mengerjakan atau melakukan apa yang akan mereka lakukan. Minat nasabah menurut Komarudin merupakan suatu rasa lebih suka dan keterkaitan pada suatu hal tanpa ada yang menyuruh. Minat nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah dapat diartikan bahwasannya minat sendiri merupakan faktor yang berasal dari dalam diri nasabah dan berfungsi sebagai pendorong dalam melakukan sesuatu yaitu melakukan gadai di Pegadaian Syariah dengan rasa senang, rasa puas, suka, berperan, serta dalam kemauan.¹⁵

Faktor psikologis berkaitan erat dengan ekonomi, dan ekonomi perilaku. Bagaimana bisa? Karena ekonomi perilaku (*Behavioral Economics*) merupakan cabang studi dari ilmu ekonomi tentang bagaimana efek faktor psikologis dapat mempengaruhi serta menjelaskan tentang pengambilan keputusan ekonomi, dan hal tersebut mempelajari efek kognitif, emosional, budaya, dan sosial terhadap keputusan yang dibuat oleh aktor ekonomi. Ekonomi perilaku juga

¹⁵ Melen Sterendisa, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (*Rahn*) di PT Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang”, *Tugas Akhir*, (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017), h. 16.

menjelaskan motif pengambilan keputusan ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan psikologi manusia.¹⁶

Dilihat dari uraian latar belakang di atas, maka dari itu peneliti ingin menganalisis apakah faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, dan keyakinan mempengaruhi nasabah sehingga nasabah berminat dan tertarik dalam menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul tentang **“Analisis Faktor Psikologis Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Syariah (Studi Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang Banten)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan oleh peneliti di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

¹⁶ Anonim, 14 September 2021. “Ekonomi Perilaku: Pentingnya, Contoh, Konsep”, diakses dari <https://cerdasco-com.cdn.ampproject.org/v/s/cerdasco.com/ekonomi-perilaku/>, pada 13 Oktober 2021 pukul 16. 09.

1. Pengetahuan masyarakat yang masih minim mengenai Pegadaian Syariah dan produk gadai syariah.
2. Lembaga Pegadaian Syariah yang masih sedikit keberadaannya dibanding lembaga keuangan lainnya.
3. Terdapat gap antara Pegadaian Syariah dan lembaga keuangan lainnya.
4. Minat masyarakat (nasabah) yang cukup tinggi dengan pengetahuan masyarakat mengenai produk gadai syariah yang masih minim.
5. Pilihan atau keputusan dalam perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yakni: motivasi, persepsi, keyakinan, dan pembelajaran.

C. Batasan Masalah

Untuk menjaga agar penelitian ini terarah dan untuk menghindari pembahasan yang meluas ke pembahasan lain, maka peneliti akan membuat batasan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Faktor psikologis yang peneliti jadikan variabel bebas adalah motivasi, persepsi, dan keyakinan.
2. Peneliti melakukan penelitian kepada para nasabah/responden yang memiliki kriteria sebagai nasabah yang baru menggunakan produk gadai syariah ataupun calon nasabah yang akan menggunakan produk gadai syariah baik gadai emas, elektronik, dan kendaraan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan dan disampaikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh motivasi secara parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah?
2. Bagaimana pengaruh persepsi secara parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah?

3. Bagaimana pengaruh keyakinan secara parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah?
4. Bagaimana pengaruh motivasi, persepsi, dan keyakinan secara simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah?

E. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menganalisis pengaruh motivasi terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah secara parsial;
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah secara parsial;

3. Untuk menganalisis pengaruh keyakinan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai di Pegadaian Syariah secara parsial; dan
4. Untuk menganalisis pengaruh motivasi, persepsi, dan keyakinan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai di Pegadaian Syariah secara simultan.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat untuk beberapa sisi diantaranya yaitu:

1. Untuk Peneliti

Manfaat penelitian bagi peneliti sendiri adalah diharapkan peneliti mendapatkan banyak ilmu serta wawasan baru mengenai Pegadaian Syariah, serta diharapkan memberikan manfaat pada aspek teoritis peneliti yang membantu peneliti mendapatkan ilmu pengetahuan mengenai faktor yang mempengaruhi

minat nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah.

2. Untuk Universitas

Manfaat penelitian bagi universitas, bisa dijadikan tambahan wawasan baru dan dikoleksi untuk menjadi bahan rujukan yang nantinya dibutuhkan oleh mahasiswa mendatang atau siapapun yang membutuhkan.

3. Untuk Pembaca

Manfaat penelitian ini bagi pembaca bisa dijadikan referensi dan bahan bacaan serta dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk para peneliti selanjutnya yang tertarik pada permasalahan dalam bidang ini kedepannya.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu model konseptual mengenai bagaimana teori memiliki hubungan

dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.¹⁷

Minat nasabah menurut Komarudin merupakan suatu rasa lebih suka dan keterkaitan pada suatu hal tanpa ada yang menyuruh. Minat nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah dapat diartikan bahwasannya minat sendiri merupakan faktor yang berasal dari dalam diri nasabah dan berfungsi sebagai pendorong dalam melakukan sesuatu yaitu melakukan gadai syariah di Pegadaian Syariah dengan rasa senang, rasa puas, suka, berperan, serta dalam kemauan.¹⁸ Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku seseorang dan minat merupakan salah satu sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam mengerjakan atau melakukan apa yang akan mereka lakukan. Minat nasabah menggunakan produk gadai syariah dipengaruhi atau dilatarbelakangi oleh

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 60.

¹⁸ Melen Sterendisa, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (*Rahn*) di PT Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang”, *Tugas Akhir*, (Palembang: UIN Raden Fatah, 2017), h. 16.

beberapa faktor, salah satunya yaitu faktor psikologis yang terdiri dari tiga aspek di dalamnya yaitu motivasi, persepsi, dan keyakinan.¹⁹ Faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan ekonomi.²⁰ Menurut Kotler ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis. Kotler dan Armstrong juga mengemukakan bahwa pilihan atau keputusan dalam perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yakni: motivasi, persepsi, keyakinan atau sikap, dan pembelajaran.²¹

Faktor psikologis sendiri merupakan dorongan dalam diri dan motivasi seseorang mendorong untuk memenuhi kebutuhannya. Motivasi merupakan kebutuhan yang mendorong seseorang secara kuat mencari kepuasan akan

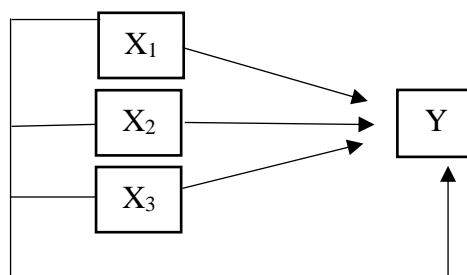
¹⁹ Andespa, "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah", ..., h. 178.

²⁰ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 6.

²¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Kontrol*, (Jakarta: PT Prehallindo, 2001), h. 144.

kebutuhan tersebut.²² Persepsi merupakan motivasi individu dalam bertindak yang dipengaruhi oleh pandangannya. Persepsi juga merupakan proses memilih, mengorganisir, dan menafsirkan informasi dan pengalaman yang pernah dirasakan oleh konsumen. Keyakinan adalah pikiran yang dimiliki oleh setiap individu tentang sesuatu. Setiap orang pasti memiliki keyakinan dan sikap yang bisa mempengaruhi keputusan dalam perilaku ekonominya seperti contohnya keyakinan akan citra, merk suatu produk, maupun keyakinan terhadap perusahaannya.²³ Di bawah ini bagan dari kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



²² Otto Handito dan Indrianty, "Faktor Pribadi, Psikologis, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ertiga di PT Megah Putera Kendari", *Jurnal Analisis*, Vol. 2, No. 2, 2013, h. 110.

²³ Philip Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2004), h. 215.

Keterangan:

1. Variabel X atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Variabel Motivasi (X_1), Variabel Persepsi (X_2), dan Variabel Keyakinan (X_3).
2. Variabel Y atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Variabel Minat (Y).

H. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini berguna sebagai dasar untuk mendapatkan gambaran dalam penyusunan kerangka pemikiran peneliti. Selain itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian terdahulu yang ada, dan bisa dijadikan sebagai referensi kajian yang dapat membantu mengembangkan pola pikir peneliti. Berikut ini hasil dari penelitian terdahulu dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Dewi Silviana (Skripsi – UIN Sunan Ampel, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018). “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo”. ²⁴	Hasil penelitian yang diperoleh yaitu terdapat tiga faktor yang menjadi minat nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo yaitu faktor 1 yang disebut faktor	Dalam penelitian Dewi Silviana dan penelitian yang saya teliti sama-sama meneliti mengenai minat nasabah.	Peneliti Dewi Silviana ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah. Sedangkan dalam penelitian ini membahas mengenai analisis

²⁴ Dewi Silviana, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo”, *Skripsi*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018).

		reputasi. Faktor 2 disebut dengan faktor promosi. Faktor yang ketiga disebut dengan faktor produk.		faktor psikologis terhadap minat nasabah dalam menggunak an produk gadai syariah.
2	Melan Sterendisa (Tugas Akhir – UIN Raden fatah Palembang, 2017). “Faktor-faktor yang Mempengaruh i Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (<i>Rahn</i>) di PT Pegadaian Syariah KCP	Hasil penelitian yang diperoleh yaitu faktor- faktor yang mempengaruh i minat nasabah terhadap produk gadai di PT Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang adalah faktor psikologis yang terdiri	Dalam penelitian Melan Sterendisa dan penelitian yang saya teliti sama- sama meneliti mengenai minat nasabah dan sama-sama meneliti di lembaga Pegadaian Syariah.	Perbedaann ya yaitu terletak di lokasi, sampel penelitian, dan indikator faktor yang mempengaruh i minat nasabah terhadap produk gadai. Peneliti Melan Sterendisa ini meneliti mengenai

	Simpang Patal Palembang”. ²⁵	dari empat indikator yaitu motivasi, persepsi, keyakinan, dan pembelajaran. diantaranya yaitu dorongan dalam diri nasabah bahwa produk gadai adalah pilihan yang tepat produk gadai merupakan produk yang berkualitas, biaya administrasi yang tidak memberatkan. Faktor sosial dan yang ketiga	faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai (<i>rahn</i>) di PT Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang. Sedangkan peneliti dalam penelitian ini meneliti mengenai analisis faktor psikologis terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk
--	---	---	---

²⁵ Sterendisa, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (*Rahn*) di PT Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang.”

		Faktor ekonomi yang terdiri dari alasan karena produk gadai merupakan produk menarik untuk melakukan investasi, serta memberikan keuntungan dalam berinvestasi.		gadai syariah di PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang Banten.
3	Suryadi (Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan – UM Metro, 2018). “Analisis Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Minat Nasabah Menabung di	Hasil penelitian yang diperoleh yaitu variabel sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah	Dalam penelitian Suryadi dan penelitian yang saya teliti sama-sama meneliti mengenai faktor psikologis terhadap minat nasabah.	Perbedaannya yaitu terletak di lokasi penelitian. Peneliti Suryadi ini meneliti tentang analisis faktor sosial, pribadi, dan psikologis

	KSSPS BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung di Kabupaten Lampung Timur”. ²⁶	sedangkan variabel pribadi dan variabel psikologis tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.		terhadap minat nasabah menabung di KSSPS BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung di Kabupaten Lampung Timur Sedangkan peneliti dalam penelitian ini membahas mengenai analisis faktor psikologis terhadap minat nasabah dalam menggunakan
--	---	--	--	--

²⁶ Suryadi, “Analisis Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Minat Nasabah Menabung di KSSPS BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung Di Kabupaten Lampung Timur),” *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan*, Vol. 1, No.1 , (2018).

				an produk gadai syariah di PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang Banten.
4	Roni Andespa (Jurnal Kajian Ekonomi Islam – UIN Imam Bonjol Padang, 2017. “Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah”. ²⁷	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa faktor psikologis yang terdiri dari faktor motivasi, persepsi, pembelajaran, serta sikap dan keyakinan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di	Dalam penelitian Roni Andespa dan penelitian yang saya teliti sama-sama meneliti mengenai faktor psikologis terhadap minat nasabah.	Perbedaannya yaitu terletak di lokasi serta sampel penelitian. Peneliti Roni Andespa ini meneliti tentang pengaruh faktor psikologis terhadap minat menabung nasabah di Bank

²⁷ Andespa, “Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah.”

		Bank Syariah.		Syariah. Sedangkan peneliti dalam penelitian ini membahas mengenai analisis faktor psikologis terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah di PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang Banten.
5	Laila Maghfirah dan Ridwan Nurdin (Jurnal Ilmiah Mahasiswa	Hasil dari penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi minat	Penelitian Laila Maghfirah dan Ridwan Nurdin dengan	Perbedaannya yaitu terletak pada studi kasus dan sampel

	<p>Ekonomi Islam – Universitas Syiah Kuala Banda Aceh, 2019). “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk <i>Rahn</i> Pada Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh)”²⁸</p>	<p>nasabah menggunakan produk <i>rahn</i> pada pegadaian Syariah terdiri dari faktor promosi, prosedur pencairan pinjaman, aspek syariah, dan lokasi secara simultan dan secara parsial mempengaruhi minat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor promosi, prosedur pencairan pinjaman,</p>	<p>penelitian yang saya teliti sama-sama meneliti tentang faktor yang mempengaruhi uhi atau membuat nasabah berminat menggunakan produk <i>rahn</i> di Pegadaian Syariah dan sama-sama meneliti di lembaga Pegadaian Syariah.</p>	<p>penelitian serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Peneliti Laila Maghfirah dan Ridwan Nurdin ini meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk <i>rahn</i> pada Pegadaian Syariah (studi kasus pada kantor pusat Pegadaian Syariah</p>
--	---	---	---	--

²⁸ Laila Maghfirah dan Ridwan Nurdin, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk *Rahn* Pada Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh),” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* Vol. 1, No. 1, (2019).

		<p>aspek syariah, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat pelanggan menggunakan produk <i>rahn</i> di Kantor Pusat Pegadaian Syariah Banda Aceh.</p>		<p>Kota Banda Aceh. Sedangkan peneliti dalam penelitian ini membahas tentang analisis faktor psikologis terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai di PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang Banten.</p>
6	<p>Sholihatin Nafi'ah – (Skripsi – IAIN Kudus, 2019). “Analisis Faktor-faktor</p>	<p>Hasil penelitian yang didapat yaitu bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi</p>	<p>Penelitian Sholihatin Nafi'ah dengan penelitian yang saya teliti sama-</p>	<p>Perbedaannya yaitu terletak pada studi kasus dan sampel penelitian</p>

	<p>yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas (Studi Kasus di BPRS Artha Mas Abadi Pati”.²⁹</p>	<p>hi minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas terdiri dari faktor psikologis, pelayanan, dan promosi dan hasil uji secara Bersama-sama menunjukkan bahwa, Faktor psikologis (X₁), Pelayanan (X₂), dan Promosi (X₃) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan</p>	<p>sama meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk <i>rahn</i>.</p>	<p>serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Peneliti Sholihatin Nafi’ah ini meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas (studi kasus di BPRS Artha Mas Abadi Pati. Sedangkan peneliti dalam penelitian ini membahas tentang</p>
--	---	---	--	--

²⁹ Sholihatin Nafi’ah, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas (Studi Kasus di BPRS Artha Mas Abadi Pati)”, *Skripsi*, (Kudus: IAIN Kudus, 2019).

		produk gadai emas (Y).		analisis faktor psikologis terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah di PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang Banten.
7	Amanda Veronica dkk (Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah – UIN Raden Intan Lampung, 2021). “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah	Hasil dari penelitian ini adalah variabel promosi, harga, dan pencairan pinjaman berpengaruh terhadap minat nasabah.	Penelitian Amanda Veronica dkk dengan penelitian yang saya teliti sama-sama meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat	Perbedaannya yaitu terletak pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Peneliti Amanda Veronica dkk ini meneliti tentang

	<p>Terhadap Produk <i>Rahn</i> Pada Pegadaian Syariah”.³⁰</p>		<p>nasabah terhadap produk <i>rahn</i> pada Pegadaian Syariah.</p>	<p>faktor-faktor (promosi, harga, dan pencairan pinjaman) yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk <i>rahn</i>. Sedangkan peneliti dalam penelitian ini membahas tentang analisis faktor psikologis terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai</p>
--	--	--	--	--

³⁰ Amanda Veronica dkk, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Rahn* Pada Pegadaian Syariah,” *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah* Vol. 03, No. 02, (2021).

				syariah di PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang Banten.
8	Nurhikmah dan Ismaulina (Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah – IAIN Lhokseumawe, 2020). “Faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Memilih Tabungan Emas Pada Pegadaian Syariah Takengon”. ³¹	Hasil dari penelitian ini adalah pengetahuan, kualitas layanan, lokasi, dan harga berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat nasabah.	Penelitian Nurhikmah dan Ismaulina dengan penelitian yang saya teliti sama-sama meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dengan objek penelitian di Pegadaian Syariah.	Perbedaan yaitu terletak pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah, serta produk yang diteliti. Peneliti Nurhikmah dan Ismaulina ini meneliti tentang faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam

³¹ Nurhikmah dan Ismaulina, “Faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Memilih Tabungan Emas Pada Pegadaian Syariah Takengon,” *Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah* Vol. 2, No. 1, (2020).

				memilih tabungan emas pada Pegadaian Syariah Takengon. Sedangkan peneliti dalam penelitian ini membahas tentang analisis faktor psikologis terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai syariah di PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean Serang Banten
--	--	--	--	---

Sumber: Dari beberapa sumber yang diperoleh peneliti 2022

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat agar penelitian dapat mudah dipahami dengan baik dan utuh. Maka secara sistematis, sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Pendahuluan dalam penelitian ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

Bab II: Kajian Pustaka

Bab dua dalam penelitian ini membahas tentang teori-teori serta istilah-istilah yang sesuai dengan pembahasan penelitian seperti penjelasan mengenai minat nasabah, produk gadai, mengenai faktor psikologi, serta berisikan tentang landasan teori yang bisa membantu dalam pemecahan masalah. Selain itu dalam bab II juga dijelaskan mengenai hubungan antar variabel, dan hipotesis yang

merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian.

Bab III: Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian menguraikan secara rinci mengenai waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel penelitian, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV: Pembahasan dan Hasil Penelitian

Pembahasan dan hasil penelitian dalam penelitian ini membahas tentang gambaran umum mengenai objek penelitian yaitu PT Pegadaian Syariah Cabang Kepandean, deskripsi data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner/angket, serta hasil penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan perumusan masalah yang telah dibuat dan ditentukan oleh peneliti di bab I disertai dengan pembahasan.

Bab V: Penutup

Penutup berisikan kesimpulan dan saran yang dibuat oleh peneliti yang bisa dijadikan oleh peneliti selanjutnya untuk menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian yang relevan yang akan datang.