

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Kondisi perekonomian di Indonesia saat ini masih terus berfluktuasi, hal ini dapat dilihat dari ketimpangan ekonomi, tingkat kemiskinan dan pengangguran yang masih tinggi, serta pendapatan per kapita yang masih rendah. Dengan permasalahan ekonomi tersebut, sehingga banyak bermunculan lembaga-lembaga untuk mengatasi masalah ekonomi di Indonesia, salah satunya lembaga keuangan syariah. Sejumlah individu yang peka terhadap perkembangan permasalahan sosial ekonomi masyarakat memberikan respon positif yang secara kreatif mengembangkan ide untuk mendirikan lembaga keuangan syariah baik berbentuk bank maupun non bank (Rodoni, 2019). Salah satunya lembaga keuangan non bank yaitu seperti pegadaian, yang hadir untuk memberikan pelayanan bagi masyarakat yang membutuhkan dana untuk membantu perekonomiannya.

Pegadaian syariah merupakan salah satu alternatif untuk memperoleh kebutuhan dana dan pembiayaan. 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. Penggadaian syariah juga memiliki produk *Ar-rum* (*Ar-Rahn* untuk Usaha Mikro), yaitu pembiayaan usaha mikro dengan jaminan berupa BPKB dan emas.

Produk lain seperti produk mulia, dan produk amanah (Tim KPPP, 2021).

Pegadaian syariah adalah lembaga keuangan yang menyediakan transaksi pembiayaan dan jasa gadai berdasarkan prinsip Islam. Dalam perkembangannya, pegadaian syariah tidak hanya menyediakan produk berbasis gadai, namun pembiayaan jenis lainnya juga di jalankan berdasarkan prinsip syariah (Hermawan, 2016).

Perkembangan produk-produk syariah kian marak di Indonesia, tidak terkecuali pegadaian. Perum pegadaian merupakan lembaga pengkreditan yang di kelola oleh pemerintah yang kegiatan utamanya melaksanakan penyaluran pinjaman atau kredit atas dasar hukum gadai. Penyaluran uang pinjaman tersebut di lakukan dengan cara yang mudah, cepat aman dan hemat sehingga tidak memberatkan bagi masyarakat yang melakukan pinjaman dan tidak menimbulkan masalah yang baru bagi peminjaman setelah melakukan peminjaman di pegadaian. Keberadaan pegadaian syariah pada awalnya didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga-lembaga keuangan syariah. Di samping itu juga dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah pegadaian yang menerapkan prinsip syariah (Faridatun, 2018).

Pegadaian syariah memiliki karakteristik di mana tidak memungut bunga, menjadikan uang sebagai alat tukar bukan komoditas, dan memperoleh keuntungan bisnis dari jasa penitipan dan penyimpanan barang yang di gadaikan. Berdirinya pegadaian syariah di Indonesia merupakan hal penting untuk menghindarkan umat Islam

dari keharaman riba. Pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern yang memiliki azas rasionalitas, efisiensi, dan efektifitas yang di selaraskan dengan nilai-nilai Islam. Perkembangan pegadaian syariah di Indonesia dapat di katakan cukup pesat meskipun pegadaian konvensional masih mendominasi bisnis pegadaian (Huda, 2020).

Perkembangan produk-produk keuangan berbasis syariah pun kian marak dan mulai banyak di minati oleh masyarakat Indonesia, tidak terkecuali pegadaian. Semakin meningkatnya perkembangan produk-produk keuangan berbasis syariah membuat PT Pegadaian turut serta dalam menyediakan produk-produk keuangan berbasis syariah. Pegadaian merupakan lembaga keuangan yang menyalurkan pinjaman dengan dasar hukum gadai yang memiliki tujuan untuk mencegah praktik pegadaian gelap, praktik riba dan pinjaman tidak wajar.

Dalam Islam, terdapat larangan untuk tidak berhubungan dengan riba. Maka secara tidak langsung faktor syariah mungkin menjadi alasan sebagian nasabah dalam memilih pegadaian syariah. Syariah sendiri merupakan suatu nilai yang mempengaruhi cara hidup, cara berfikir dan kebiasaan. Dengan demikian Syariah juga akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk.

Perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk merupakan suatu hal yang menarik untuk di teliti. Memprediksi perilaku konsumen memang bukanlah perkara mudah, hal ini dikarenakan setiap orang memiliki faktor yang beraneka ragam di balik keputusan mereka dalam memilih sebuah produk. Berubah- ubahnya kondisi sosial dan ekonomi

membuat perilaku konsumen jaga ikut berubah-ubah. Pegadaian syariah terus berkomitmen mengembangkan produk-produk jasa keuangan yang dibutuhkan masyarakat. Salah satunya adalah produk gadai (*Rahn*). Produk gadai (*Rahn*) merupakan produk inovasi yang mendapat respon dari Majelis Ulama Indonesia dengan mengeluarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.26 DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas yang mana membolehkan gadai emas berdasarkan prinsip *Rahn* sesuai dengan fatwa DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*.

Hal lain yang sering di perhatikan oleh nasabah adalah harga/biaya. Nasabah cenderung memilih lembaga keuangan yang menawarkan biaya rendah. Menurut Kotler dan Amstrong (2012) harga sejumlah nilai yang di dapatkan dari hasil pembelian, penggunaan dan kepemilikan seorang konsumen terhadap suatu produk yang di berikan penjual. Penetapan harga yang sesuai merupakan suatu hal yang penting untuk menarik minat konsumen. 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 di tawarkan sesuai dengan manfaat yang didapat. Kota Kendari terdapat 6 unit pelayanan pegadaian syariah yaitu pegadaian syariah CPS Kendari, UPS Baruga, UPS Bende, UPS Kampus Baru, UPS Mekar, dan UPS Ratulangi.

Salah satu Unit pegadaian syariah yang ada di kawasan kota Kendari yang terletak di Jl. Sao Sao No. 248, Kendari, Sulawesi Tenggara, perkembangan nasabah pegadaian Syariah UPS Bende terus

berkembang terutama untuk produk gadai. Nasabah pegadaian di UPS Bende ini yang menggunakan produk gadai (*ar-rahn*) terus meningkat tiap tahunnya. Seperti pada lembaga keuangan syariah lainnya, Pegadaian Syariah tentunya juga berusaha untuk menarik minat nasabahnya agar menggunakan jasa yang telah ditawarkan dan tetap mempertahankan nasabahnya. Untuk dapat menarik minat dari para nasabah Pegadaian Syariah memiliki ketentuan dalam memberikan pinjaman kepada nasabah yang memilih produk *Rahn*. Ketentuan tersebut di sajikan dalam bentuk tabel.

**Tabel 1.1**  
**Tarif pada produk *Rahn***

Minimal uang Pinjaman ( <i>Marhun Bih</i> )	Maksimal uang pinjaman ( <i>Marhun Bih</i> )	Administrasi ( <i>Mu'nah Akad</i> )	Jangka Waktu Pinjaman
Rp.50.000,-	Rp.1.050.000.000,-	Rp. 2000,- s/d Rp.120.000,-	120

Tanggal Update 22 Mei 2018 ([www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id))

Dalam tabel di atas dapat dilihat bahwa pinjaman yang diberikan pihak Pegadaian Syariah tentunya dapat membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, karena jumlah maksimum pinjaman mencapai Rp. 1.050.000.000,- dan biaya administrasi kisaran Rp. 2000,- sampai Rp. 120.000,-. Keunggulan lain dari gadai di Pegadaian Syariah adalah proses pinjaman yang cepat, hanya membutuhkan waktu kurang lebih 15 menit. Adapun persyaratan dalam melakukan transaksi gadai (*Rahn*) adalah fotocopy KTP atau identitas resmi lainnya, menyerahkan barang jaminan, untuk kendaraan bermotor

nasabah harus membawa BPKB dan STNK asli, dan yang terakhir nasabah menandatangani surat bukti kredit ([www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id)). Dapat dilihat bahwa Pegadaian Syariah mempermudah masyarakat untuk melakukan gadai, hal tersebut tentunya menjadi daya tarik tersendiri untuk menarik minat masyarakat.

Menurut Amah (2017) akad *Ijarah* yang melekat dengan transaksi gadai syariah (*Rahn*) menjadi sebab atas dikenakannya biaya sewa. Biaya sewa tersebut dikenakan atas tempat penyimpanan barang yang menjadi jaminan, yang disebut dengan *Ujrah*. Pengenaan *Ujrah* pada transaksi gadai syariah bisa jadi tarifnya lebih kecil atau bisa juga lebih besar dari biaya sewa modal yang dibebankan pada transaksi gadai secara konvensional. Tarif *Ujrah* ini bisa jadi akan mempengaruhi minat dari masyarakat, karena kecenderungan masyarakat yang mempertimbangkan biaya yang lebih rendah untuk memperoleh pinjaman.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) masalah utama yang sering dihadapi oleh lembaga keuangan syariah yakni cara perusahaan untuk menarik pelanggan dan juga mempertahankannya supaya perusahaan dapat bertahan dan terus berkembang. Oleh karenanya dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan dapat terus berkembang. Pemasaran merupakan hal yang penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan kebutuhan konsumen. Rangsangan pemasaran terdiri dari *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Dalam hal ini pemasaran ingin mengetahui rangsangan tersebut berubah menjadi tanggapan-tanggapan konsumen (Mufidah,

2019). Oleh sebab itu Pegadaian Syariah semakin mengembangkan produk-produknya sebagai salah satu daya tarik untuk terus menjaga loyalitas nasabah dan menarik minat nasabah untuk melakukan transaksi pada Pegadaian Syariah.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Nasabah**

<b>Produk</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
Emasku	-
Rahn Tasjily Tanah	-
Arrum Emas	45
Rahn	3.206
Mulia	48
Arrum Mikro	32
Arrum Haji	-
Tabungan Emas	13
Amanah	14
<b>Total</b>	<b>3.358</b>

Sumber: Dokumentasi Unit Pegadaian Syariah Bende 2021.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa perkembangan nasabah di Pegadaian Syariah Unit Bende terus berkembang dan bertambah hal tersebut dapat dilihat dari jumlah nasabah sejak awal berdirinya Unit Pegadaian Syariah Bende pada tahun 2008 hingga saat ini yang berjumlah 3.358 nasabah. Dan untuk produk *Rahn* di Pegadaian Syariah Unit Bende sejak awal berdiri hingga saat ini berjumlah 3.206 nasabah, jumlah tersebut dapat bertambah disetiap harinya (Dokumentasi Pegadaian Syariah Unit Bende). Hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah pada produk *Rahn* mendominasi dari total semua nasabah di Pegadaian Syariah Unit Bende. Minat nasabah

terhadap produk *Rahn* cukup tinggi dibandingkan dengan minat nasabah pada produk lainnya.

Kualitas pelayanan juga menjadi bahan pertimbangan seorang nasabah dalam menggunakan jasa lembaga keuangan. Pelayanan yang di nilai baik dan melebihi ekspektasi nasabah merupakan nilai tambah bagi sebuah perusahaan yang utamanya adalah menawarkan jasa seperti pegadaian syariah. Menurut Hadijah (2015) kualitas pelayanan merupakan sebuah usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang penerapannya berusaha di sesuaikan dengan harapan dan keinginan konsumen dalam rangka mewujudkan kepuasan konsumen.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013), ada tiga faktor utama yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan, yaitu factor psikologis, faktor sosial, dan faktor situasional. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012), faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi. Perilaku konsumen sangat susah untuk ditebak karena masing-masing individu memiliki pilihannya sendiri. Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk dan jasa lembaga keuangan syariah sangat beragam. Sedangkan dalam penelitian ini akan menggunakan variabel variabel produk, promosi dan pelayanan sebagai faktor yang diduga akan mempengaruhi preferensi nasabah di Pegadaian Syariah Unit Bende.

Setiap orang mempunyai skala preferensi dimana ia menyusun barang dan jasa menurut urutan pentingnya agar tercapai kepuasan

maksimum. Preferensi atau selera adalah sebuah konsep yang digunakan dalam ilmu sosial, khususnya ekonomi. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang, atau jasa yang dikonsumsi. Dengan demikian teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen (Barna, 2020). Preferensi yang dimiliki konsumen dalam hal ini adalah nasabah penggadaian syariah tentunya berbeda-beda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Safi'i (2021) dengan judul "*Preferensi Nasabah terhadap Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Gadai Emas di BRI Syariah Cabang Yogyakarta)*" menyatakan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi preferensi nasabah gadai emas di BRI Syariah Cabang Yogyakarta lebih banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai kepercayaan (*trust*) dan agama (*religious*).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Ar-Rahn Pengadaian Syariah Unit Bende Sao-Sao**".

## **1.2. Batasan Masalah**

Berdasarkan judul tersebut di atas, maka batasan masalah penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Ar-Rahn Pengadaian Syariah Unit Bende Sao-Sao.

### 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah tersebut di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap preferensi nasabah ar-rahn Pengadaian Syariah Unit Bende Sao-Sao?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap preferensi nasabah ar-rahn Pengadaian Syariah Unit Bende Sao-Sao?
3. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap preferensi nasabah ar-rahn Pengadaian Syariah Unit Bende Sao-Sao ?
4. Bagaimana pengaruh harga, promosi dan pelayanan terhadap preferensi nasabah ar-rahn Pengadaian Syariah Unit Bende Sao-Sao?

### 1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap preferensi nasabah ar-rahn Pengadaian Syariah Unit Bende Sao-Sao.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap preferensi nasabah ar-rahn Pengadaian Syariah Unit Bende Sao-Sao.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap preferensi nasabah ar-rahn Pengadaian Syariah Unit Bende Sao-Sao.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan pelayanan terhadap preferensi nasabah ar-rahn Pengadaian Syariah Unit Bende Sao-Sao.

### 1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

#### 1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan dapat memberikan tambahan literatur pada Pegadaian Syariah. Diharapkan dapat berguna untuk menambah konsep pemikiran untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah ar-rahn pada pegadaian syariah.

#### 2. Bagi Praktisi (Pegadaian Syariah)

Penelitian ini diharapkan menjadi dapat menjadi tambahan konsep pemikiran bagi pegadaian syariah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah pada pegadaian syariah. Dan sebagai inovasi produk bagi lembaga pegadaian syariah untuk meningkatkan pangsa pasar dan sebagai pemberdayaan manusia dalam pembangunan negara dimasa yang akan datang.

#### 3. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan juga pengalaman yang baru dalam bidang studi yang terkait dan sebagai media pengembangan ilmu pengetahuan mengenai produk dari pegadaian syariah yang telah penulis pelajari dalam perkuliahan dan dapat di terapkan pada perusahaan yang diteliti penulis.

## 4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan untuk bahan referensi bagi para peneliti selanjutnya yang akan meneliti terkait dengan penelitian ini.

## 1.6. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Harga ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), Pelayanan ( $X_3$ ), dan preferensi nasabah sebagai variabel terikat (Y) Definisi operasional variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Preferensi Nasabah (Y)	Preferensi adalah salah satu unsur penting dalam mempengaruhi keputusan seseorang berinteraksi dengan lembaga keuangan mikro syariah	1. Kelengkapan 2. Transitivitas 3. Kontinuitas (Andi Mappiare, 2014)	Likert
Harga ( $X_1$ )	Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Likert

	ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa	5. Harga sesuai Dengan kemampuan/kondisi <i>Finansial</i> (Kotler dan Amstrong, 2014)	
Promosi (X <sub>2</sub> )	Promosi adalah salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran	1. Periklanan 2. Penjualan personal 3. Promosi penjualan 4. Publisitas (Assauri, 2017):	Likert
Pelayanan (X <sub>3</sub> )	Pelayanan adalah sikap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun	1. Bukti langsung ( <i>Tangibles</i> ) 2. Keandalan ( <i>Realiability</i> ) 3. Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) 4. Jaminan ( <i>Assurance</i> ) 5. Empati ( <i>Empathy</i> ) (Tjiptono, 2015)	Likert

**1.7. Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab agar dapat terarah. Integral dan sistematis maka, kelima bab tersebut terdiri atas beberapa sub-sub bab sebagai perinciannya. Adapun sistematika pembahasannya sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan adalah bagian dalam suatu laporan hasil penelitian yang berisi uraian singkat tentang latar belakang masalah, batasan, rumusan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional variabel dan sistematika penulisan.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka adalah bagian dalam suatu laporan proposal penelitian yang berisi tentang penelitian terdahulu yang relevan dan landasan teori.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi penelitian adalah cara bagaimana suatu penelitian dilakukan, jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, Teknik pemeriksaan keabsahan data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian adalah merupakan deskripsi profil lokus atau tempat penelitian yang menggambarkan uraian secara obyektif yang relevan dengan fokus penelitian dengan menyajikan data-data penelitian dan hasil analisis penelitian. Sedangkan pembahasan berisi berupa argumen perbedaan atau persamaan antara penelitian yang dilakukan dengan teori ataupun penelitian sebelumnya.

**BAB V PENUTUP**

Kesimpulan dan saran adalah rangkuman dari intisari yang dihasilkan oleh penelitian yang dilakukan, yaitu dirangkum pada kesimpulan dan saran. Sedangkan limitasi merupakan penjelasan tentang keterbatasan penelitian dan peluang penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

