

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan ini kita akan selalu berkomunikasi dengan orang lain, benda, situasi dan aktivitas-aktivitas yang terdapat di sekitar kita. Dalam berhubungan tersebut kita mungkin bersikap menerima, membiarkan atau menolaknya. Apabila kita menaruh minat, itu berarti kita menyambut atau bersikap positif dalam berhubungan dengan demikian maka akan cenderung untuk memberi perhatian dan melakukan tindakan lebih lanjut.

Kegiatan ekonomi bila dilihat lebih dalam lagi, tentang BPR Syariah merupakan lembaga yang banyak diminati oleh masyarakat dalam memberikan pembiayaan dibanding dengan Bank Syariah. Argumen yang sangat sederhana atas pernyataan itu adalah sebagian besar masyarakat Indonesia adalah berekonomi lemah. Mereka sangat kecil berhubungan dengan bank berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan ekonomi karena biasanya bank dalam memberikan pembiayaan memberikan syarat yang sangat berat sedangkan BPRS tidak membebani nasabah Dengan persyaratan yang terlalu berat seperti di bank syariah asal dia punya jaminan seperti emas kemudian emas tersebut ditimbang seberapa besar nilai dari emas tersebut yang dimiliki oleh nasabah.¹

Perkembangan produk-produk berbasis syariah kian marak di Indonesia, tidak terkecuali pegadaian. Perum pegadaian mengeluarkan produk berbasis syariah yang disebut dengan pegadaian syariah. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik, seperti tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang adalah sebagai alat tukar, bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa atau bagi hasil.² Pegadaian syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip syariah.³

Kegiatan gadai syariah merupakan bagian obyek kajian dari ekonomi syariah. Kegiatan ini di zaman Rasulullah telah

¹Supriyadi Ahmad, *Pegadaian Syariah (Studi Praktik Produk-Produk Pegadaian Syariah Berdasarkan Suatu Penelitian*, (Kudus:STAIN, 2010), 36-37

² Umam Khaerul, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung:CV Pustaka Setia),.355

³Soemitra Andri , *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta:Kencana Prenadamedia Group),388

dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW :

عن عائشة رضي الله عنها ان رسول الله صلى الله عليه وسلم اشترى من يهودى طعاما إلى اجل ورهنه در عنه من يد

Artinya : “ Dari Aisyah r.a. berkata, sesungguhnya Rasulullah s.a.w. membeli makanan dari seorang Yahudi dengan menggadaikan baju besinya.” (HR.Muslim).⁴

Dalam perkembangan *rahn*, *rahn* memiliki peranan yang besar dalam kehidupan masyarakat, khususnya untuk golongan menengah kebawah. *Rahn* dapat digunakan untuk menggerakkan usaha ekonomi kecil dan menengah agar bisa lebih berkembang. Sehingga sektor riil dapat tumbuh dengan baik dan peningkatan perekonomian nasional secara makro dan mikro. Penggunaan sistem gadai syariah ini merupakan salah satu upaya untuk mengembangkan berbagai konsep perekonomian berbasis Islam.

Pembiayaan Gadai Emas di BPRS Artha Mas Abadi merupakan pembiayaan dengan prinsip *qardh*, *ijarah*, dan *rahn*. Gadai emas memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengatasi kesulitan dana dan lembaga dapat membantu meringankan masalah yang dihadapi oleh nasabah tanpa harus kehilangan barang-barang berharga yang telah digadaikan dan biaya penyimpanan-nya sangat kompetitif. Apabila nasabah sudah memasuki jatuh tempo, maka nasabah dapat menebus barang yang telah dijaminkan.

Akad *Al qardhul hasan* adalah pinjaman kebajikan / lunak tanpa imbalan, biasanya untuk pembelian barang-barang *fungible* (yaitu barang yang dapat diperkirakan dan diganti sesuai berat, ukuran, dan jumlahnya).⁵

Akad *ijarah* adalah akad yang objeknya adalah penukaran manfaat untuk masa tertentu, yaitu pemilikan manfaat dengan imbalan, sama dengan menjual manfaat. Dalam kontrak ini ada kebolehan untuk menggunakan manfaat atau jasa dengan ganti berupa kompensasi. Disini, penerima gadai (*murtahin*) dapat menyewakan tempat penyimpan barang (*deposit box*) kepada

⁴Muslim Imam Abi Husain bin Hajjaj Al-Kusyairi An- Naisaburi (Beirut:Shahih Muslim., Dar Al Fikr, , juz 2, 1993), 51

⁵Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2013), 46

nasabah-nya. Barang titipan dapat berupa barang yang menghasilkan manfaat dan sesuatu dapat diambil manfaat-nya disebut *major*, sedangkan kompensasi atau balas jasa disebut *ajran* atau *ujroh*.⁶

Akad Rohn yang dimaksud adalah menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterima-nya, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutang-nya. Akad Rahn bertujuan agar pemberi pinjaman lebih memercayai pihak yang berutang. Pemeliharaan dan penyimpanan barang gadaian pada hakekatnya adalah kewajiban pihak yang menggadaikan (rahin), namun dapat juga dilakukan oleh pihak yang menerima barang gadai (murtahin) dan biayanya harus ditanggung rahin. Besarnya biaya ini tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.⁷

Status hukum BPR diakui pertama kali dalam Paket Kebijakan Oktober (Pakto) tanggal 27 Oktober 1998, sebagai bagian dari Paket Kebijakan Keuangan, Moneter, dan perbankan. Secara historis, BPR adalah penjelmaan dari banyak lembaga keuangan, seperti bank desa, lumbung desa, bank pasar, bank Pegawai Lumbung Pilih Nagari (LPN), Lembaga Perkreditan Desa (LPD), Bank Kredit Desa (BKD), Badan Kredit Kecamatan (BKK), Kredit Usaha Rakyat Kecil (KURK), Lembaga Perkreditan Kecamatan (LPK), Bank Karya Produksi Desa (BKPD), dan atau lembaga lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu.

BPR Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Dalam perundang-undangan, lembaga ini di atur dalam UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan, bahwa BPR adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka tabungan dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. Tujuan didirikannya BPR syariah adalah meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada didaerah pedesaan. Dan membina semangat *ukhuwah Islamiyah* melalui kegiatan

⁶<http://e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi> 20 Januari 2015. 09.00 WIB

⁷Sri Nuryati Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, salemba Empat, Jakarta, 2008, hlm. 245

ekonomi, dalam rangka meningkatkan pendapatan perkapita menuju kualitas hidup yang memadai.⁸

PT BPRS Artha Mas Abadi merupakan bank perkreditan rakyat syari'ah pertama di kota Pati, yang merupakan salah satu unit usaha dari Pesantren Maslakhul Huda yang diasuh oleh KH. MA Sahal Mahfudz yang pada awalnya merupakan modal pinjaman, akan tetapi sukses karenadikelola dengan sistem manajemen professional. Sehingga merupakan salah satu perusahaan perbankan syariah yang melakukan kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana kepada masyarakat pedesaan dan pinggiran kota yang berpotensi dalam rangka meningkatkan peranan pengusaha kecil mikro, dan berperan serta dalam pembangunan ekonomi bangsa terutama untuk meningkatkan peranan pengusaha kecil muslim yang juga didalamnya terdapat para santri. Melalui proses seksama BPRS Artha Mas Abadi di bawah BPPM Maslakhul Huda yang berdomisili di daerah Kajen Margoyoso Pati memperoleh ijin prinsip No 7/1776/DPbs kemudian disusul penerbitan ijin usaha nomor 8/46/KEP.GBI/2006 yaitu untuk beroperasi melayani masyarakat umum dalam menumbuh kembangkan USP (Unit Simpan Pinjam) agar bisa berperan sebagai lembaga keuangan yang akan memberikan pembiayaan dan menghimpun dana dari para santri dan masyarakat sekitar. Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) Artha Mas Abadi terkait erat dengan keberadaan biro pengembangan pesantren dan masyarakat (BPPM) Pesantren Maslakhul Huda yang didirikan tahun 1978 oleh KH. Sahal Mahfudz. Setelah mendirikan badan keuangan konvensional (BPR ARTHA HUDA ABADI), BPPM Pesantren Maslakhul Huda melalui Bank Perkreditan Rakyat Syariah Artha Mas Abadi mengembangkan lembaga keuangan syariah dengan mendirikan USP Syariah. Dengan berdirinya USP Syariah ini diharapkan dapat menumbuh kembangkan ekonomi rakyat dengan perspektif syariah.⁹

Dalam riset terdahulu tentang variabel pelayanan dibuktikan bahwa hipotesis nol (Ho) yang menyatakan kualitas layanan dan bauran pemasaran tidak berpengaruh terhadap

⁸Al Arif M. Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis* (Bandung:CV Pustaka Setia, 2012) 197-198.

⁹<http://www.mslakhulhuda.net/index.php?Option=comcontent&task=view&id=9>. 20 Januari 2015. 09.00 WIB

keputusan pembelian adalah ditolak; sekaligus menerima hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Riset terdahulu tentang faktor psikologi dinyatakan bahwa motivasi, persepsi dan pengetahuan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk perhiasan emas.

Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah KCPS Denpasar adalah faktor tampilan fisik (*tangible*) dengan nilai dengan nilai *varimax rotation* 67,138%.

Dengan hal tersebut peneliti akan membahas faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas.

Faktor pertama yaitu Psikologis proses keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Kotler (2002) sebagaimana dikutip oleh “Johanes dan Taufik Diya”, proses ini dimulai dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Dijelaskan juga bahwa masing-masing ini mempunyai komponen yang mengandung konstrak yang berbeda perannya dalam menentukan keputusan pembelian. Kebutuhan yang tak terbatas dan beragam, diantaranya adalah pertama Motivasi, setiap orang mempunyai beberapa kebutuhan yang ingin dipenuhi. Suatu kebutuhan menjadi dorongan atau motif apabila kebutuhan itu muncul hingga mencapai taraf intensitas tertentu. Motif itulah perilaku konsumen dimulai, konsumen akan selalu berusaha untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya.

Kedua persepsi, beberapa orang berbeda pada saat yang sama, demikian pula persepsi seorang individu yang sama terhadap sebuah benda dapat berbeda pada waktu yang berbeda. Ketiga, pembelajaran merupakan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku manusia adalah belajar. Keempat keyakinan dan Sikap, keyakinan (*belief*) adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang suatu hal. Sedangkan sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek atau gagasan.¹⁰

¹⁰Johannes dan Taufik Diya, *Peran Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Investasi Produk Mulia Pada PT. Pegadaian (Persero) Di Kota Jambi*, Jurusan

Faktor kedua yaitu pelayanan Secara teoritis dalam memilih lembaga pemberi kredit, nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menggunakan layanan jasa pegadaian. Dalam pemasaran jasa, pelayanan menjadi suatu hal yang penting. Sifatnya yang tidak berwujud (*intangible*) memerlukan umpan balik untuk menilai pelayanan tersebut. Faktor pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah bank syariah, memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dibanding dengan pesaing secara konsisten. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dalam mengukur kualitas pelayanan sebagai dasar pengukuran konsumen dalam menggunakan jasa yaitu bukti/tampilan fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*). Keandalan sistem pelayanan menjadi penentu atas kepercayaan nasabah untuk memilih jasa. Semakin puas nasabah dengan terpenuhinya harapan maka nasabah akan loyalitas pada bank syariah tersebut.¹¹

Kemudian faktor ketiga yaitu promosi. Tujuan promosi adalah memberitahu dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki, harga, dimana, dan cara memperolehnya. Promosi yang menarik dan menjanjikan mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Bank harus memilih cara yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang produk dan jasanya. BPRS berusaha mempromosikan produk-produk yang ditawarkan melalui media cetak, media elektronik seperti televisi, internet, radio, iklan (brosur atau *laeflet*) dan *stand* di mall-mall. Selain itu bank-bank syariah juga melakukan promosi melalui penyebaran brosur atau turun langsung menjumpai masyarakat untuk memberikan penyuluhan tentang produk-produk yang tersedia di BPRS. Strategi promosi merupakan sebuah program terkendali dan terpadu dari

Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi, Digest Marketing Vol.1 No.3 Tahun 2012, ISSN:2302-4682

¹¹Siti Hadijah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (KCPS) Denpasar*, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Vol: 5 No: 1 Tahun: 2015

metode komunikasi dan material yang di rancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberikan kontribusi pada kinerja laba jangka panjang.¹²

Dari uraian tersebut, peneliti ingin mendapatkan gambaran yang lebih mendalam dan membahasnya secara lebih rinci ketigavariabel yaitu faktor psikologis, faktor pelayanan dan faktor promosi seberapa besar pengaruhnya terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk gadai emas. Dengan itu penulis tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian yang berjudul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai Emas di BPRS Artha Mas Abadi Pati**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan mencoba untuk mengangkat permasalahan yang timbul yaitu, antara lain:

1. Apakah terdapat pengaruh faktor psikologis terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di BPRS Artha Mas Abadi Pati ?
2. Apakah terdapat pengaruh faktor pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di BPRS Artha Mas Abadi Pati ?
3. Apakah terdapat pengaruh faktor promosi terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di BPRS Artha Mas Abadi Pati ?
4. Apakah secara bersama-sama terdapat pengaruh antara faktor psikologis, faktor pelayanan dan faktor promosi terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di BPRS Artha Mas Abadi Pati ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor psikologis terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di BPRS Artha Mas Abadi Pati.

¹²Roni Andespa, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*, Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol: 2 No: 1 Tahun: 2017

2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di BPRS Artha Mas Abadi Pati.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor promosi minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di BPRS Artha Mas Abadi Pati.
4. Untuk mengetahui apakah secara bersama-sama terdapat pengaruh antara factor psikologis, faktor pelayanan dan faktor promosi terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di BPRS Artha Mas Abadi Pati.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi para pembaca, adapun manfaat yang dituju adalah:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepustakaan dan keilmuan ekonomi syariah sebagai bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan, masukan dan manfaat kepada lembaga atau organisasi, sehingga dapat digunakan sebagai bahan acuan atau bahan data dalam menjalankan kegiatan usaha.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika Penulisan merupakan sesuatu yang mencerminkan urutan-urutan pembahasan dari setiap bab, hal ini penulis lakukan untuk mempermudah pembahasan persoalan didalamnya agar pembaca dapat lebih mudah memahami dan mengerti secara utuh, oleh karena itu penulis akan menguraikan masing-masing bab sehingga dapat dilihat rangkaian pembahasan secara sistimatis. Hasil penelitian ini akan dijabarkan dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I berisi pendahuluan yang memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II tinjauan pustaka yang berisi tentang pengertian Perilaku Konsumen, ruang lingkup Perilaku Konsumen, langkah-langkah Keputusan Konsumen, pengertian Gadai, ruang lingkup

Gadai Emas, skema Gadai Emas, pengertian Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) , penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

Bab III metode penelitian berisi tentang jenis dan metode penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional, uji validitas dan reliabilitas instrument, uji asumsi klasik, dan teknik analisis data.

Bab IV hasil penelitian dan pembahasan berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data penelitian, hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V penutup berisi tentang simpulan, dan penutup.

