

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman saat ini banyaknya perkembangan berdirinya lembaga-lembaga keuangan syariah di Indonesia yang sudah menerapkan perkembangan dan pemahaman kepada seluruh umat Islam terhadap ekonomi Islam, termasuk dengan berdirinya sebuah lembaga keuangan syariah non bank seperti pegadaian syariah (Abdul, 2019, hal 140). Pegadaian syariah adalah lembaga keuangan syariah yang dapat memberikan sebuah tawaran produk utamanya kepada para nasabah yaitu *rahn*, produk *rahn* dapat dikatakan sebagai produk unggul dari pegadaian syariah karena dapat memberikan bantuan kebutuhan nasabah berupa uang dengan cara cepat nasabah menyerahkan perhiasan emas yang dimilikinya dan langsung mendapatkan uang sesuai dengan taksiran yang diperoleh (Laila dan Ridwan, 2019, hal 110).

Pegadaian syariah didirikan oleh PT. Pegadaian (persero), dengan tujuan dapat mengembangkan konsep syariah yang dapat menghindari riba dan rentenir. Pendirian pertama kali dioperasikan pada tanggal 4 Januari 2003 yang berada di unit dari layanan pegadaian syariah cabang Dewi Sartika yang berada di Jakarta Timur dan didirikannya cabang lagi yang berada di kota Surabaya, Surakarta, Semarang, Yogyakarta, dan Makassar (Muhammad dan Meilyda, 2018, hal 223). Pada tahun 2004 pegadaian syariah di kota Gresik pertama kali didirikan di depan kantor kepolisian sektor (POLSEK) Gresik dan pada tahun 2007 pegadaian syariah berpindah tempat untuk menempati kantor cabang Kebomas yang berada di Jl. Dr. Wahidin Sudiro Husodo No.14A Gresik. Pembukaan pegadaian syariah cabang Kebomas sesuai dengan keputusan dari Direksi Perum Pegadaian Nomor. 215/US1.00/2007 tentang pembukaan kantor pegadaian syariah cabang Kebomas Gresik. Pegadaian syariah cabang Kebomas dijadikan sebagai cabang dari kantor pusat wilayah perum pegadaian Surabaya yang didirikan dengan tujuan dapat terpenuhinya segala kebutuhan masyarakat yang berada di daerah tersebut (Anastasya, 2019, hal 6).

Berdirinya pegadaian syariah ini dapat memberikan kesejahteraan dan membantu masyarakat untuk memperoleh tambahan dana secara cepat dengan menggunakan prosedur yang mudah sehingga tujuan untuk memenuhi segala kebutuhannya baik untuk konsumsi ataupun usaha dapat terpenuhi. Sejak zaman Rasulullah SAW, transaksi *rahn* ini sudah mulai dikenal dan diterapkan (Thorik dan Utus, 2008, hal 58). Pada ayat Al-Qur'an di surat *Al-Baqarah* ayat 283 dapat dijadikan pedoman untuk membangun sebuah konsep *rahn*, inilah ayat Al-Qur'an yang dapat menjelaskan tentang *rahn*.

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي
أُوْتِيَ مِنْ أَمَانَتِهِ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آتَمَّ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ
عَلِيمٌ

*Wa ing kuntum 'alā safariw wa lam tajidu kātiban fa rihānum maqbuḍah, fa
in amina ba'dukum ba'dan falyu`addillaẓi`tumina amānatahu
walyattaqillāha rabbah, wa lā taktumusy-syahādah, wa may yaktum-hā fa
innahū āsimung qalbuḥ, wallāhu bimā ta'maluna'alīm*

Artinya:“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikan, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (QS. Al-Baqarah: 283).

Dilihat dari arti surat *Al-Baqarah* ayat 283 ini dapat memberikan penjelasan apabila terdapat seseorang yang dalam perjalanan sedang melakukan kegiatan transaksi secara non tunai dan tidak ada keterlibatannya dengan juru catat, maka harus tersedianya barang tanggungan yang dapat dijadikan sebagai sebuah jaminan atas transaksi yang dilakukan. Begitupun dengan *rahn* yang dapat dijadikan sebagai sebuah solusi untuk seseorang apabila seseorang itu sedang membutuhkan uang untuk mencukupi segala kebutuhan yang diperlukan dan

seseorang dapat membawa benda tersebut untuk dijadikan sebagai jaminan agar dapat memperoleh uang yang dibutuhkan, sehingga hal tersebut dapat dibolehkan.

Pegadaian syariah telah menyediakan berbagai macam produk yang telah disediakan pegadaian syariah untuk nasabah seperti produk pertama yaitu *rahn* yang terdiri dari *arrum* emas, *arrum* haji, *rahn* *hasan*, *rahn* bisnis, *rahn* *fleksi*, produk kedua yaitu non *rahn* yang terdiri dari *rahn* *tasjily* tanah, *amanah*, *arrum* BPKB, produk ketiga yaitu investasi yang terdiri dari MULIA (*Murabahah* Logam Mulia Investasi Abadi), tabungan emas, dan produk keempat yaitu produk lainnya yang terdiri dari pegadaian *remittance*, multi pembayaran online (Pegadaian syariah, 2020). Laila dan Ridwan (2019, hal 110) mengemukakan bahwa dengan adanya pegadaian syariah dapat dijadikan hal yang positif untuk semua orang dikarenakan pegadaian syariah memiliki tujuan utama yang baik yaitu membantu kebutuhan masyarakat yang sedang membutuhkan uang, dengan tujuan tidak terbawa dalam praktek ijon dan rentenir karena memiliki bunga yang relatif tinggi sehingga tidak baik untuk dilakukan.

Selama ini tujuan utama adanya produk *rahn* dalam pegadaian syariah atau pegadaian konvensional sudah dijadikan masyarakat sebagai tempat untuk menggadaikan barang-barang yang dapat memberikan hasil atau uang sehingga dapat memberikan kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian. Namun pada saat ini perbankan sudah banyak yang masuk ke dalam bisnis ini seperti penerapan yang ada pada perbankan syariah. Abdul (2019, hal 141) berpendapat bahwa produk *rahn* semakin tumbuh dalam sistem perekonomian, sehingga sudah banyak masyarakat yang berminat mencari tempat untuk *rahn* terutama di berbagai kalangan misalnya di perbankan syariah yang sekarang sudah banyak untuk berlomba-lomba menjual produk *rahn*. Di pegadaian syariah cabang Kebomas sudah menggunakan produk *rahn* syariah sejak bulan Januari 2003 dan masih berjalan lancar hingga sekarang, sehingga bisa menghasilkan perkembangan kenaikan jumlah nasabah (Anastasya, 2019, hal 6).

Berikut perkembangan dari jumlah nasabah dalam pengambilan keputusan yang telah memilih pegadaian syariah cabang Kebomas pada bulan November dan Desember tahun 2019 dan 2020.

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Kebomas

Tahun 2019		Tahun 2020	
November	Desember	November	Desember
6.547	6.547	7.999	8.153

Sumber: Pegadaian Syariah Cabang Kebomas, 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 terkait dengan hasil perkembangan jumlah nasabah, hasil yang didapatkan dari bulan November dan Desember tahun 2019 dan 2020 mengalami kenaikan jumlah nasabah yang signifikan. Pada Tabel 1.1 memberikan kesimpulan dari kenaikan jumlah nasabah bisa menjadikan perkembangan, sehingga bisa menjadikan perkembangan minat nasabah semakin banyak dalam menggunakan produk-produk yang telah tersedia di pegadaian syariah cabang Kebomas.

Dilihat dari kondisi perkembangan jumlah nasabah yang semakin meningkat dapat menjadi hal yang perlu dianalisis dan diketahui terutama mengenai bauran pemasaran yang telah terjadi. Bauran pemasaran memiliki empat variabel yaitu produk, harga, lokasi, dan promosi (Nurul dkk, 2017, hal 16). Dengan adanya pelaksanaan bauran pemasaran pada pegadaian syariah sudah tentu memiliki maksud agar pegadaian syariah dapat berkembang dengan baik. Dalam hal ini, pegadaian syariah sudah mampu dalam memasarkan produknya dengan menggunakan tata cara yang sesuai dengan syariah, baik dari mulainya mempromosikan berbagai produk, harga ditawarkan sudah sesuai standar, penempatan lokasi yang digunakan sudah baik, dan bentuk pelayanannya yang baik sehingga tidak adanya unsur paksaan.

Adanya kualitas pelayanan yang baik terhadap nasabah, ada juga pertimbangan nasabah dalam mengambil suatu keputusan sehingga dapat memilih pegadaian syariah cabang Kebomas. Jika dilihat dari pengambilan keputusan nasabah yang sudah merasakan puas atas pelayanan suatu produk atau jasa yang telah didapatkan, maka penelitian yang akan dibuat dapat berfokus dari empat variabel dan mengetahui variabel manakah yang dominan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pemanfaatan pegadaian syariah cabang

Kebomas Gresik, sehingga dapat diketahui pengaruh dari variabel manakah nasabah dapat memanfaatkan *rahn* di pegadaian syariah cabang Kebomas.

Menurut penelitian yang terdahulu, variabel-variabel diatas bisa memiliki hasil yang berbeda dari tiap penelitian. Pertama pada penelitian Halimatus, Elpawati, dan Rizki (2017, hal 116) menghasilkan bahwa ke empat variabel dari produk, harga, tempat, dan promosi sudah berpengaruh pada perilaku konsumennya dan saat melakukann uji parsial menghasilkan hasil dari variabel produk dan promosi dapat memberikan efek secara langsung terhadap loyalitas konsumennya, sedangkan variabel harga dan variabel tempat memberikan hasil tidak memiliki pengaruh secara langsung, tetapi dapat melalui dari variabel perantaranya yaitu perilaku konsumennya. Pada penelitian kedua dari Laila dan Ridwan (2019, hal 123) memberikan hasil di kantor pusat pegadaian syariah bahwa variabel promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *rahn* dan dari ke empat variabel ini, variabel prosedur pinjaman inilah yang dapat memiliki pengaruh paling dominan atau paling kuat dikarenakan prosedur pencairan pinjaman yang sederhana. Pada penelitian ketiga dari Sulaiman, Muhammad, dan Kholil (2018, hal 26) menghasilkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari variabel produk, harga, promosi, dan tempat secara bersamaan memberikan hasil yang signifikan dan berpengaruh positif pada peningkatan penjualan koperasi syariah, sehingga diperoleh bahwa pengaruh dari empat variabel ini adalah 94,2% dan 5,8% dipengaruhi oleh faktor yang lain. Penelitian ke empat dari Abdul (2019, hal 139) menghasilkan faktor utama yang dapat membedakan nasabah memilih keuangan syariah dapat dilihat dari faktor jaraknya yang berupa lokasi terdekat dalam layanan keuangan syariah, sedangkan untuk faktor persyaratan yang mudah inilah yang dapat membedakan nasabah untuk memilih gadai syariah. Berbeda lagi dengan hasil penelitian ke lima dari Amrizal dan Khoirul (2019, hal 95) menghasilkan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan sudah sesuai dengan ajaran aturan yang ada dalam bisnis Islam, misalnya dapat memasarkan barang dengan mutu yang baik, berbaik hati, larangan untuk berikrar, dan terciptanya hubungan yang baik sesama anggota.

Dilihat dari segi pemilihan objek yang digunakan dalam penelitian, pegadaian syariah cabang Kebomas dipilih dikarenakan pegadaian syariah cabang Kebomas merupakan satu-satunya kantor cabang dari kantor pusat wilayah perum pegadaian Surabaya yang berada di kota Gresik, sehingga sudah dipercaya dapat mengelola empat Unit Pelayanan Syariah (UPS) yang berada di daerah PPS Suci Gresik, Kalianak Surabaya, Sembayat, dan Tuban, begitu juga hasil akhir dari jumlah nasabah dan jumlah pendapatan yang didapatkan setiap harinya oleh setiap UPS yang berada di PPS Suci Gresik, Kalianak Surabaya, Sembayat, dan Tuban akan diberikan kepada pegadaian syariah cabang Kebomas Gresik. Sehingga secara garis besar aktivitas pegadaian syariah yang paling banyak berada di cabang Kebomas Gresik (Anastasya, 2019, hal 55). Selain itu beradanya lokasi pegadaian syariah cabang Kebomas yang strategis dengan keberadaan di pinggir jalan raya lebih mudah untuk dapat dijangkau, sehingga penelitian ini berfokus untuk memilih pegadaian syariah cabang Kebomas Gresik sebagai tempat untuk melakukan penelitian.

Dari latar belakang ini, dapat disimpulkan perbedaan hasil penelitian yang telah diuraikan dari 5 penelitian terdahulu, sehingga pada penelitian ini lebih fokus pada “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran *Rahn* Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pemanfaatan Pegadaian Syariah Cabang Kebomas”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari adanya latar belakang yang telah diuraikan, maka berikut adalah beberapa rumusan masalah yang akan digunakan:

1. Apakah variabel produk (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah (Y) dalam pemanfaatan pegadaian syariah cabang Kebomas?
2. Apakah variabel harga (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah (Y) dalam pemanfaatan pegadaian syariah cabang Kebomas?

3. Apakah variabel lokasi (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah (Y) dalam pemanfaatan pegadaian syariah cabang Kebomas?
4. Apakah variabel promosi (X_4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah (Y) dalam pemanfaatan pegadaian syariah cabang Kebomas?
5. Dari empat variabel, variabel manakah yang dominan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pemanfaatan pegadaian syariah cabang Kebomas?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan secara spesifik yaitu :

1. Mengetahui pengaruh variabel produk (X_1) terhadap pengambilan keputusan nasabah (Y) dalam pemanfaatan pegadaian syariah cabang Kebomas
2. Mengetahui pengaruh variabel harga (X_2) terhadap pengambilan keputusan nasabah (Y) dalam pemanfaatan pegadaian syariah cabang Kebomas
3. Mengetahui pengaruh variabel lokasi (X_3) terhadap pengambilan keputusan nasabah (Y) dalam pemanfaatan pegadaian syariah cabang Kebomas
4. Mengetahui pengaruh variabel promosi (X_4) terhadap pengambilan keputusan nasabah (Y) dalam pemanfaatan pegadaian syariah cabang Kebomas
5. Mengetahui pengaruh variabel manakah yang dominan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah (Y) dalam pemanfaatan pegadaian syariah cabang Kebomas.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat yaitu :

1. Bagi Peneliti

Memberikan berbagai wawasan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang sudah di peroleh dari perkuliahan sesuai dengan kenyataan yang ada, dengan cara mengadakan kegiatan penelitian secara langsung untuk dapat

memberikan pengetahuan tentang pengaruh bauran pemasaran *rahn* terhadap pengambilan keputusan nasabah di pegadaian syariah cabang Kebomas.

2. Bagi pegadaian syariah cabang Kebomas

Memberikan banyak manfaat untuk pegadaian syariah, sehingga dapat mengevaluasi pelaksanaan bauran pemasaran yang telah dijalani dengan tujuan sebagai masukan dan motivasi baru untuk perbaikan aktivitas pemasaran selanjutnya, sehingga dapat menjadikan evaluasi yang bisa memberikan perubahan kedepannya menjadi lebih baik untuk pegadaian syariah cabang Kebomas.

3. Bagi masyarakat

Memberikan pengetahuan bagi masyarakat mengenai produk *rahn* di pegadaian syariah cabang Kebomas dan mengetahui perkembangan bauran pemasaran yang sudah berjalan di pegadaian syariah cabang Kebomas.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Memberikan sumber informasi dan sumber referensi yang tepat dari penelitian terdahulu untuk peneliti selanjutnya, sehingga bisa membantu kelancaran untuk mengerjakan skripsi yang berkaitan dengan bauran pemasaran syariah.