

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Terdapat salah satu pendapat yang menyatakan minat merupakan kesukaan atau kesenangan kepada sesuatu yang dianggap menarik. Serta dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang (Sari, 2013).

Minat seseorang untuk gadai merupakan suatu usaha yang akan terus diupayakan berkembang agar dapat mendatangkan hasil bagi perusahaan. Memahami minat bagi masyarakat diperlukan tujuan pemasaran yang harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi serta perilaku dan minat sasaran mereka. Faktor penyebab dalam rendahnya minat masyarakat untuk memanfaatkan jasa pada pegadaian dengan minimnya pengetahuan atas produk yang ditawarkan oleh pegadaian dalam memperkenalkan produknya yang dimaksud. Perkembangan pegadaian syariah dapat bertumbuh dengan pesat apabila proses sosialisasi berjalan dengan baik kepada masyarakat secara luas.

Pihak pegadaia melakukan kegiatan promosi kepada masyarakat karena pengetahuan sangat diperlukan masyarakat sebagai pertimbangan dalam memilih pegadaian syariah. Perkembangan yang terjadi dalam pegadaian syariah tak dapat luput dari adanya faktor-

faktor yang mempengaruhi dalam masyarakat untuk berminat dalam menggunakan jasa di pegadaian syariah (Sari, 2013).

Produk yang dikeluarkan oleh pegadaian syariah memiliki karakteristik, seperti halnya tidak menuntut bunga dalam berbagai bentuk dikarenakan riba, menetapkannya uang sebagai alat tukar bukan komoditas yang diperdagangkan serta keuntungan yang diperoleh pegadaian syariah yakni berasal dari biaya jasa simpan barang yang memberlakukan biaya dalam pemeliharaan dari barang yang digadaikan seperti telah diatur oleh dewan syariah nasional. Biaya tersebut dihitung dari nilai barang bukan dari jumlah pinjaman hal tersebut yang dapat menjadi upaya minat masyarakat terhadap pegadaian syariah (Hadijah, 2005).

Pegadaian syariah merupakan bentuk usaha yang menjalankan sistem gadaianya sesuai dengan syariat islam. Pegadaian syariah yang di masa kini juga telah berkembang serta terdapat di berbagai daerah menjadi salah satu alternatif masyarakat untuk mendapatkan dana maupun pinjaman untuk memenuhi kebutuhannya. Pegadaian dilakukan dengan diberikan suatu barang dari pihak yang berhutang kepada pihak yang akan memberikan dana. Dikeluarkannya produk-produk di dalam pegadaian syariah ialah untuk mengemban misi serta turut membantu untuk kesejahteraan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya tentunya bagi masyarakat yang masih berada di golongan menengah kebawah. Salah satunya, produk yang terdapat di dalam pegadaian syariah yakni gadai (*rahn*) serta produk ini merupakan inovasi yang mendapatkan respon dari

Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan di keluarkannya Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.25 DSN-MUI/III/2002 yang terdapat di dalamnya tentang di perbolehkannya gadai dengan adanya ketentuan yang telah di sesuaikan dengan fatwa *rahn* pada DSN-MUI/III/2002 (Hadijah,2015).

Pegadaian syariah lahir pertama kali di Indonesia, sebenarnya bermula dari adanya fatwa MUI tanggal 16 desember 2004 yang di dalamnya membahas mengenai bunga bank. Selanjutnya fatwa ini di perkuat dengan adanya PP No.10/1990 yang menerangkan mengenai tujuan maupun tugas diemban oleh pegadaian yakni untuk mencegahnya praktek riba (Rifki, 2008). Seperti yang sudah di firmankan oleh Allah SWT pada surat Ar-Rum ayat 39 :

وَمَا آتَيْتُم مِّن رِّبَا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ  
وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضَعِفُونَ



*“Dan, sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar ia menambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan, apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridoan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)”* (Ar-Ruum:39).

Kemudian dilalui kajian yang panjang, akhirnya tersusun konsep berdirinya unit layanan gadai syariah sebagai langkah awal untuk penanganan dalam kegiatan usaha syariah yang selalu disenantiasakan untuk berlandaskan berdasar Al-Qur’an dan Hadist.

Pegadaian syariah mencatatkan pertumbuhan yang signifikan sebesar 42,75% secara tahunan. Kontribusi terbesar berasal dari gadai syariah atau rahn yang mencapai sebesar Rp 4,48 triliun per 31 Mei 2019. Yang kedua terdapat pembiayaan kendaraan bermotor atau produk amanah yang mencapai 1,9 triliun, yang tumbuh 139,79 persen secara tahunan. Semakin banyak tempat yang menyediakan pelayanan gadai syariah maka akan semakin banyak pula pertimbangan masyarakat untuk menentukan tempat yang akan dipilih untuk melakukan gadai syariah. Masyarakat dapat memilih gadai syariah pada lembaga bukan bank yakni pegadaian untuk melakukan pembiayaan terlebih di daerah Yogyakarta memiliki penganut agama Islam yang banyak yang jika masyarakat akan melakukan pembiayaan pada produk gadai mengetahui akan larangan riba maka gadai syariah akan menjadi pilihannya ([www.republika.com](http://www.republika.com)).

Unit pegadaian syariah Ngampilan merupakan salah satu unit pegadaian syariah lainnya seperti : unit pegadaian syariah Munggur, unit pegadaian syariah Karangajen, unit pegadaian syariah Mertoyudan dan lainnya. Dari semuanya unit pegadaian syariah yang berdiri kini berjumlah 11 cabang yang di monitori serta di bawah naungan kantor cabang pegadaian syariah Kusumanegara Yogyakarta. Unit pegadaian syariah ngampilan yang kini beralamatkan di Jl. Letjen Suprpto no.43 Yogyakarta, DIY.

Lokasi merupakan tempat yang dimana diperjual belikannya suatu produk oleh perusahaan serta pusat pengendalian perkembangan hasil dari jual beli suatu produk (Kasmir. 2004:163).

Penentuan lokasi bagi lembaga keuangan amatlah penting menurut Muntasir dalam jurnalnya yang berjudul analisis pengaruh lokasi serta pelayanan pegadaian syariah mengatakan bahwa lokasi yang strategis dan mudah dijangkau sangat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah. Serta lokasi pegadaian syariah dekat dari jangkauan jalan raya mempermudah nasabah dalam menemukan pegadaian syariah (Muntasir,2016).

Dengan demikian adanya salah satu dari indikator dari lokasi yakni keterjangkauan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah bertransaksi di pegadaian syariah. sementara itu menurut Harahap dalam jurnalnya dengan judul analisis pengaruh lokasi terhadap menggadaikan emas di pegadaian menemukan bahwa lokasi pegadaian dengan mudah dijangkau dari tempat tinggal nasabah, yang berpengaruh secara signifikan antara lokasi pegadaian dengan minat masyarakat (Harahap, 2017). Berdasarkan Lokasi pegadaian syariah Ngampilan yang berada di pusat kota, berada dekat dengan jalan raya dan dekat dengan pasar-pasar. Seharusnya mampu menarik minat masyarakat sekitar untuk melakukan gadai di pegadaian syariah Ngampilan.

Kegiatan promosi merupakan salah satu sarana yang ampuh untuk menarik serta mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan dari promosi

yakni menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan serta berusaha menarik calon nasabah baru. kemudian mengingatkan juga pada nasabah akan produk, yang ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga dapat meningkatkan citra lembaga (Rianto, 2012).

Promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, serta juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian ataupun penggunaan jasa sesuai dengan keinginan serta kebutuhannya (Lupiyadi, 2013). Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan mendorong untuk mencari informasi yang banyak. serta menjadi perhatian utama pemasar ialah sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen serta pengaruh relative tiap sumber tersebut terhadap keputusan pembelian selanjutnya (Kotler dan Keller, 2009).

Menurut Donny yanuar dalam jurnalnya yang berjudul strategi pemasaran produk gadai syariah terhadap minat nasabah BPR syariah. mengatakan bahwa promosi merupakan faktor yang memiliki pengaruh signifikan secara simultan diakrenakan strategi promosi yang dilakukan ialah sosialiasi yang menarik sehingga dapat berpengaruh besar terhadap minat gadai (yanuar, 2015). Menurut zahira mulkania dalam jurnalnya berjudul analisis bauran pemasaran produk rahn terhadap minat yang menunjukkan bahwa faktor lokasi dan harga merupakan yang positif dan signifikan untuk menarik minat nasabah untuk gadai di cabang lhokseumawe semakin gencarnya bank menciptakan alat promosi untuk

dibagikan ke nasabah semakin meningkat ketertarikan minat pada produk rahn(Mulkania,2018).

Produk *rahn* merupakan produk yang terdapat pada lembaga keuangan syariah berupa fasilitas pembiayaan dengan cara memberikan utang (qardh) pada nasabah dengan jaminan emas.dalam sebuah akad gadai mengambil ujah fee atas jasa penyimpanan yang dilakukan atas emas yang merupakan jaminan tersebut berdasarkan akad ijarah.akad qardh dan rahn merupakan akad tabarru' akad tolong menolong hanya berharap ridha Allah SWT (Pratiwi,2008).rahn dalam fikih ialah perjanjian suatu barang sebagai tanggungan utang atau menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syarak sebagai tanggungan pinjaman(*marhun bih*).gadai merupakan nilai social yang sangat tinggi serta dilakukan secara sukarela atas dasar tolong menolong (Muklis,2013).

Menurut Donny yanuar dalam jurnalnya yang berjudul strategi pemasaran produk gadai dan pengaruhnya terhadap minat nasabah bprs menemukan bahwa faktor produk menjadi faktor yang berpengaruh pada minat gadai yang mengenalkan produk emasnya pada masyarakat (Yanuar, 2015). Pengetahuan akan produk pada pegadaian syariah pada masyarakat dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggadai di pegadaian syariah Ngampilan, dari hasil survey sederhana menunjukkan bahwa terdapat variabel yang mempengaruhi minat untuk gadai pada pegadaian syariah.pada penilийian terdahulu dari 100 responden sebanyak 56 yang sepakat jika indikator keterjangkauan dari lokasi menentukan untuk gadai

di cabang pegadaian syariah cikarang yang terletak di pusat keramaian serta berada di jalan penghubung Bekasi dan Jakarta (Muntasir,2016). Pada UPS Ngampilan merupakan salah satu unit pegadaian yang beridiri di tengah kota Yogyakarta serta ditahun kmren memiliki pendapatan rahn sebesar 5.160.685.000 (hasil wawancara Bu lina).. Aspek syariah yang dilandaskan dengan prinsip islam dalam melakukan semua hal transaksi atau kegiatan bisnis membuat masyarakat beragama Islam semakin berminat dalam menggunakan jasa gadai tersebut.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Muntasir dalam jurnalnya menunjukkan hasil bahwa lokasi yang strategis serta mudah di jangkau dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah. Dalam penelitian Yanuar dengan adanya sosialisasi yang menarik merupakan strategi promosi yang dapat meningkatkan minat gadai nasabah (Yanuar,2015). Kesimpulan pada penelitian Safi'i faktor-faktor yang mempengaruhi prefensi nasabah meliputi: kepercayaan, rligius, promosi merupakan faktor yang berpengaruh pada nasabah terhadap gadai emas (Safi'i, 2016).

Adapun pada hasil penelitian Busriadi disimpulkan bahwa promosi, nilai taksir, serta prosedur pencairan pinjaman berpengaruh terhadap permintaan gadai di pegadaian syariah sedangkan sistem syariah tidak berpengaruh terhadap minat gadai (Busradi, 2015). Ada pula pada penelitian Putra menunjukan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada panin bank syariah

(Putra, 2018). Pada kesimpulan beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan dasar pada penelitian terkait minat pada pegadaian syariah yang masih belum banyak dilakukan, terutama pada pegadaian syariah Ngampilan. Sehingga mendorong peneliti untuk melihat jauh serta meneliti dengan memunculkan variabel-variabel tersebut.

Dari berbagai kesimpulan penelitian yang terdapat inkonsisten terkait minat juga mendorong peneliti untuk meninjau kembali serta melakukan penelitian selanjutnya pada pegadaian syariah Ngampilan karena masih terbilang sedikit penelitian pada objek tersebut serta melihat perkembangannya yang cukup pesat di pegadaian syariah. Maka hal ini perlu diteliti agar faktor apa saja yang menyebabkan minat tersebut semakin meningkat. Serta di tambahkannya variabel aspek syariah untuk mengetahui apakah faktor tersebut mempengaruhi minat masyarakat di pegadaian syariah Ngampilan. Dan penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi baik untuk pembaca sebagai wawasan yang baru maupun bagi pihak pegadaian syariah Ngampilan untuk lebih memahami faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat untuk bertransaksi di pegadaian syariah Ngampilan.

Penelitian ini mencoba untuk meneliti pengaruh minat gadai masyarakat terhadap pegadaian syariah Ngampilan, khususnya di masyarakat Ngampilan Yogyakarta. dikarenakan hadirnya pegadaian syariah ditengah masyarakat saat ini terdapatnya prinsip serta operasionalnya berdasarkan syariah islam yang tentunya terlepas dari unsur

riba serta masyarakat dapat mengetahui produk yang terdapat pada pegadaian syariah ngampilan dengan mudah serta dapat memperoleh kegiatan promosi pegadaian secara langsung dalam rangka untuk mengetahui minat masyarakat dalam transaksi gadai. Masyarakat dapat dikatakan sebagai peluang besar dalam bisnis sebuah pegadaian syariah dalam melakukan transaksi, dikarenakan masyarakat ialah target utama dalam melakukan sebuah pemasaran serta transaksi dan kegiatan yang terdapat di pegadaian syariah. Dengan adanya ketertarikan masyarakat yang tertarik pada pegadaian syariah maka pegadaian syariah pun mendapatkan keuntungan dalam layanan serta transaksi yang dilakukan oleh masyarakat, terutama masyarakat Ngampilan yang berada dilingkungan pegadaian syariah Ngampilan sangat terbantu.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti juga ingin mengetahui pengaruh lokasi,promosi,produk dan aspek syariah sebagai minat gadai masyarakat pada unit pegadaian syariah Ngampilan Yogyakarta .Sehingga peneliti mengambil judul **“Pengaruh Lokasi,Promosi,Produk, Dan Aspek Syariah Terhadap Minat Gadai Masyarakat Ngampilan di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Ngampilan)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang diatas bahwasanya masih terdapat unsur-unsur lokasi yang belum memberikan kontribusi pada pegadaian syariah.sehingga demikian promosi masih menjadi isu penting untuk diteliti. Serta juga strategi mengenai munculnya tuntutan memberikan

informasi terhadap segmen yang tepat pada pemasarannya. diharapkan memberikan strategi promosi yang efektif bagi pegadaian syariah. selain hal yang tercantum diatas lokasi maupun promosi ialah produk-produk yang memiliki arah-arrah kebutuhan pasar. sehingga pada penelitian ini merumuskan sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat gadai masyarakat Ngampilan di pegadaian syariah Ngampilan ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat gadai masyarakat Ngampilan di pegadaian syariah Ngampilan?
3. Apakah produk berpengaruh terhadap minat gadai masyarakat Ngampilan di pegadaian syariah Ngampilan?
4. Apakah aspek syariah berpengaruh terhadap minat gadai masyarakat Ngampilan di pegadaian syariah Ngampilan?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap minat gadai masyarakat Ngampilan di pegadaian syariah Ngampilan
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi terhadap minat gadai masyarakat Ngampilan di pegadaian syariah Ngampilan
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh produk terhadap minat gadai masyarakat Ngampilan di pegadaian syariah Ngampilan
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh aspek syariah terhadap minat gadai msayarakat Ngampilan di pegadaian syariah Ngampilan

### **D. Manfaat Penelitian**

## 1. Kegunaan praktis

### a. Bagi Akademis

- 1) Penelitian berguna untuk mengembangkan teori yang berkaitan dengan pemasaran.
- 2) Sebagai asset pustaka yang nantinya dapat di manfaatkan oleh keperluan akademis, dalam memberikan informasi pembelajaran seputar pemasaran yang mempengaruhi minat gadai di pegadaian syariah

### b. Bagi Praktisi

- 1) Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh pihak pegadaian syariah untuk dapat meningkatkan pemasaran baik produk maupun jasa.
- 2) Dapat dijadikan sebagai bahan rujukan oleh lembaga pegadaian syariah dalam hal pemasaran agar menarik minat calon nasabah untuk gadai di pegadaian syariah Ngampilan.

### c. Bagi peneliti.

- 1) Meningkatkan wawasan serta kemampuan untuk dapat menganalisis lembaga keuangan syariah, khususnya pada bidang pemasaran yang berpengaruh terhadap minat gadai calon nasabah di pegadaian syariah.

## 2. Kegunaan Teoritis

- a. Sebagai bahan pembanding antara teori dan realita yang ada di lapangan.

- b. Mengembangkan teori mengenai pemasaran
- c. Memperkaya ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan produk pegadaian syariah.
- d. Memeberikan kontribusi untuk para ahli lembaga keuangan syariah khususnya pegadaian syariah untuk memperhatikan pemasaran lembaga.
- e. Sebagai menambah manfaat, pengetahuan, dan wawasan mengenai pengaruh lokasi, promosi, produk dan aspek syariah terhadap minat gadai.