

**MOTIVASI NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN  
PEGADAIAN SYARIAH**  
**Studi Kasus Cabang Pegadaian Syariah Kusumanegara dan  
Pegadaian Lempuyangan**



Diajukan Oleh  
Novi Imroatul Ula  
15918010

PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI & KEUANGAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2018

**HALAMAN PENGESAHAN**



Yogyakarta, \_\_\_\_\_

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Unggul Priyadi', is written over the text 'Dosen Pembimbing'.

Dr. Unggul Priyadi, M.Si.

## BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Kamis tanggal 28 Desember 2017 Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Ekonomi dan Keuangan Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tesis yang disusun oleh :

**NOVI IMROATUL ULA**

No. MHS. : 15918010

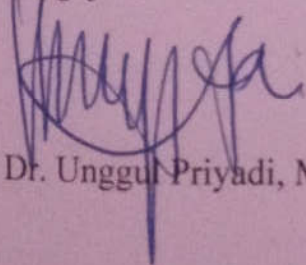
Konsentrasi : Ekonomi dan Keuangan Islam

Dengan Judul:

**MOTIVASI NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN PEGADAIAN SYARIAH  
STUDI KASUS CABANG PEGADAIAN SYARIAH KUSUMANEGARA DAN  
PEGADAIAN LEMPUYANGAN**

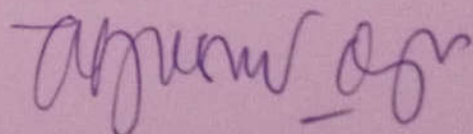
Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji,  
maka tesis tersebut dinyatakan **LULUS**

Penguji I



Dr. Unggul Priyadi, M.Si.

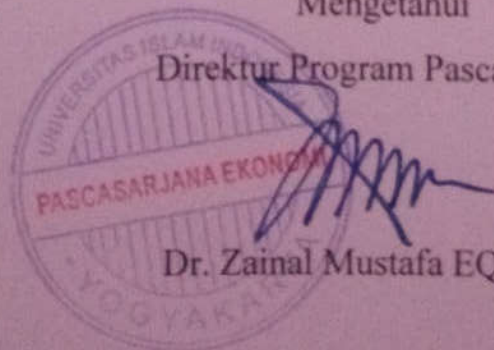
Penguji II



Drs. Agus Widarjono, MA., Ph.D.

Mengetahui

Direktur Program Pascasarjana



Dr. Zainal Mustafa EQ., MM.



## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, ... Desember 2017



Novi Imroatul Ula

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Keuangan Islam.....	9
2.1.2 Pegadaian.....	11
2.1.3 Motivasi.....	16
2.1.4 Pendapatan.....	18
2.1.5 Pengetahuan Produk.....	20
2.1.6 Lokasi.....	21
2.1.7 Kualitas Pelayanan.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
<b>BAB III: METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Populasi dan Sampel.....	31
3.2 Variabel Penelitian.....	32
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.5 Teknik Analisis Data.....	35
3.5.1 Model Peluang Linier ( <i>Linier Probability Model</i> ).....	35
3.5.2 Evaluasi Hasil Regresi.....	38
3.5.3 Analisis Deskriptif.....	39
<b>BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Analisis Deskriptif Objek Penelitian.....	42
4.2 Analisis Data.....	53
4.2.1 Uji Regresi <i>Linier Probability Model</i> .....	53

4.2.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
4.2.3 Uji F .....	58
4.2.4 Uji t .....	59
4.2.5 Uji Statistik Deskriptif .....	62
<b>BAB V : KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	67
5.3 Saran .....	68
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>70</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>
Lampiran 1 .....	76
Lampiran 2 .....	82

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Kontrak dan Nasabah Aktif PT Pegadaian (Persero) Tahun 2011-2015 .....	3
Tabel II.1	Konsep Pembiayaan Perbankan Islam di Indonesia (% Total Pembiayaan).....	11
Tabel II.2	Segmen Bisnis Pegadaian .....	16
Tabel II.3	Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel IV.1	Agama Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional .....	43
Tabel IV.2	Jenis Kelamin Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional .....	44
Tabel IV.3	Status Pernikahan Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional .....	44
Tabel IV.4	Usia Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional.....	45
Tabel IV.5	Tingkat Pendidikan Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional .....	46
Tabel IV.6	Lama menjadi Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional .....	46
Tabel IV.7	Profesi Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional.....	47
Tabel IV.8	Profesi Suami/Istri Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional .....	48
Tabel IV.9	Rata-rata Pendapatan per Bulan Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional .....	49
Tabel IV.10	Rata-rata Pengeluaran per Bulan Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional .....	49
Tabel IV.11	Jumlah Tanggungan Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional .....	50
Tabel IV.12	Pendidikan Anak Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional .....	51
Tabel IV.13	Kendaraan yang dimiliki Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional .....	52
Tabel IV.14	Jarak Lokasi Nasabah dengan Pegadaian .....	52
Tabel IV.15	Hasil Regresi Model Peluang Linier.....	54
Tabel IV.16	Tabel Perhitungan Uji Regresi Parsial.....	60
Tabel IV.17	Alasan Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional Menggunakan Pegadaian .....	62
Tabel IV.18	Distribusi Frekuensi Tingkat Kepatuhan Syariah di Pegadaian Syariah Dilihat dari Sudut Pandang Nasabah.....	64
Tabel IV.19	Distribusi Frekuensi Tingkat Kepatuhan Syariah di Pegadaian Syariah Dilihat dari Sudut Pandang Nasabah Secara Keseluruhan .....	64

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar I.1	Pembiayaan yang diberikan Tahun 2011-2015 .....	4
Gambar II.1	Sejarah Perkembangan Pegadiaan di Indonesia.....	13
Gambar II.2	Kerangka Pemikiran Penelitian .....	30



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Angket Penelitian.....	76
Lampiran 2	Hasil Kuesioner.....	82

## **ABSTRAK**

*Industri keuangan merupakan salah satu industri yang sudah menerapkan konsep islam dalam kegiatannya, salah satunya dalam pegadaian. Pegadaian yang kegiatannya utamanya adalah memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan cara gadai menjadi salah satu pilihan nasabah yang ingin meminjam dengan mudah, dan memiliki konsep konvensional dan syariah, sehingga nasabah bebas memilih dengan berbagai pertimbangan yang mereka yakini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi nasabah dalam memilih pegadaian, alasan nasabah menggunakan pegadaian dan tingkat kepatuhan syariah di pegadaian syariah. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang kemudian diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis peluang linier (LPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel pendapatan, pengetahuan produk, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pegadaian, sedangkan secara parsial variabel pendapatan dan jaminan adalah variabel yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah, sedangkan variabel lainnya (pengetahuan produk, lokasi, performa layanan, aspek fisik, perhatian terhadap pelanggan, dan kecapatan) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pegadaian. Berdasarkan hasil kuesioner alasan utama nasabah menggunakan pegadaian adalah untuk modal usaha karena prosesnya yang mudah dan cepat. Berdasarkan penilaian nasabah mengenai tingkat kepatuhan syariah (syariah compliance) di pegadaian syariah bagus, sehingga dalam kegiatannya pegadaian syariah masih berjalan dengan konsep syariah.*

**Kata Kunci :** *Motivasi, Pegadaian, Pembiayaan, Keuangan Islam, Preferensi*

## **ABSTRACT**

*One of the financial services that provided the sharia compliant product is the pawnshop. The core service of pawnshop is to give the loan and financing to the society through pawning, having the type of the conventional and islamic pawnshop so the customer could choose as their preference. This research aims to discover the motivation of the customer to choose between islamic and conventional pawnshop, the reason of their preference, and the level of sharia compliance in the islamic pawnshop. This research uses the primary data, collected from the questionnaires, and processed using the descriptive analysis and linier probability model analysis. The result shows that the variable of; income, product knowledge, location, and service quality, simultaneously influence the decicion of the customer to choose the pawnshop. The variable of income and collateral partially influence the customer decision, while the other variables (product knowledge, location, service quality, physical aspect, customer care, and the time-spending) does not significantly influence the customer decision to choose the pawnshop. Based on the result of the questionnaires, the main reason of people to patronize the pawnshop is the fast and easiness of the pawnshop to get the additional capital for their business. The customers appreciate the level of sharia compliance in islamic pawnshop.*

**Keywords:** *Motivation, Preference, Pawnshop, Financing, Islamic Finance*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pentingnya intermediasi keuangan dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi telah ditekankan oleh Gurley dan Shaw (Marty, 1961). Perkembangan keuangan islam saat ini merupakan dampak dari adanya krisis keuangan global tahun 1997 yang terjadi karena banyaknya kredit macet yang dialami lembaga keuangan dan mengakibatkan melambatnya perekonomian (Hasan & Dridi, 2010). Krisis keuangan juga mengindikasikan bahwa sistem keuangan yang digunakan tidak stabil dan *invisible hand* tidak berlaku sesuai yang diserukan pendukungnya, sehingga memandang industri keuangan islam sebagai salah satu alternatif (Smolo & Mirakhor, 2010). Selama krisis, lembaga keuangan islam lebih stabil dibandingkan lembaga keuangan konvensional, hasil ini dibuktikan oleh Hasan dan Dridi (2010) yang menunjukkan bahwa lembaga keuangan syariah lebih tangguh daripada konvensional. Salah satu yang bisa dijadikan bukti adalah Bank Muamalah (lembaga keuangan syariah) yang didirikan tahun 1992 terkena dampak dari krisis akan tetapi masih bisa bertahan sampai sekarang (Handayani, 2012).

Produk Domestik Bruto (PDB) berdasarkan harga konstan tahun 2010 Indonesia 5 tahun terakhir mengalami kenaikan. Tahun 2010 Produk Domestik Bruto Indonesia sebesar 6.864.133,10 miliar rupiah, dan tahun 2015 menjadi 8.976.931,50 miliar rupiah dengan rata-rata kenaikan 5,51 persen setiap tahunnya.

Salah satu yang menjadi kontribusi adalah sektor industri keuangan, ini dibuktikan dengan publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) yang mengatakan bahwa perekonomian Indonesia pada triwulan II-2016 terhadap triwulan II-2015 (*y-o-y*) tumbuh 5,18 persen, pertumbuhan tertinggi dicapai jasa keuangan dan asuransi sebesar 13,51 persen (Statistik, 2016).

Susilo dkk (2000) membagi lembaga keuangan menjadi lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank, di mana pegadaian menjadi salah satu lembaga keuangan bukan bank yang fokus kegiatannya adalah pembiayaan. Ada dua hal yang menjadikan pegadaian menjadi bentuk usaha lembaga keuangan bukan bank. Pertama, dari segi transaksi pegadaian mirip dengan pinjaman bank umum namun memiliki dasar hukum yang berbeda yaitu dengan dasar hukum gadai. Kedua, usaha pegadaian dimonopoli oleh Perum Pegadaian dengan tujuan memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan prosedur yang sederhana (Susilo, Triandanu, & Budi, 2000). Pegadaian menjadi alternatif ketika kekurangan likuiditas karena kondisi keuangan seseorang tidak selalu dalam kondisi baik, dengan adanya permintaan dan penawaran sehingga melahirkan pegadaian.

Jumlah nasabah aktif pegadaian tahun 2015 naik sebesar 23,30 persen dibanding tahun sebelumnya, dengan rata-rata kenaikan 7,47 persen setiap tahun selama 5 tahun terakhir. Sebanyak 6.739.396 orang merupakan nasabah aktif pegadaian konvensional dan, sedangkan sisanya sebanyak 852.846 orang merupakan nasabah aktif pegadaian syariah. Mengalami kenaikan dari tahun 2014

sebesar 21,12 persen (5.564.364) untuk nasabah aktif pegadaian konvensional dan 43,75 persen (593.276) untuk nasabah aktif pegadaian syariah.

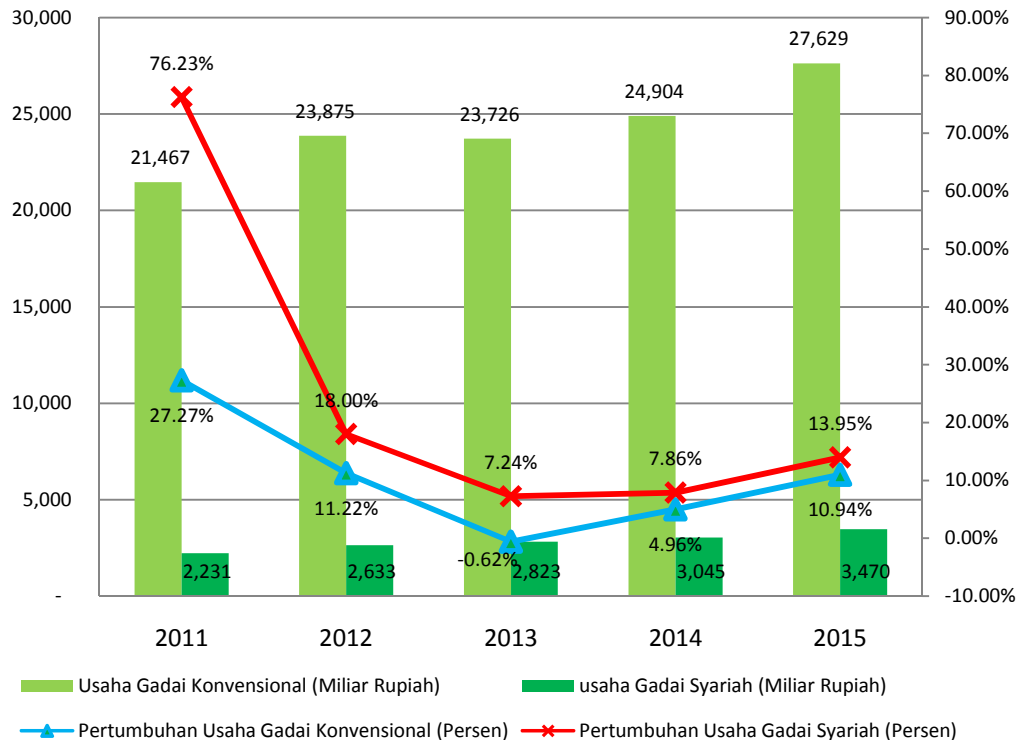
**Tabel I.1**  
**Jumlah Kontrak dan Nasabah Aktif PT Pegadaian (Persero)**  
**Tahun 2011-2015**

<b>Keterangan</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Jumlah Nasabah (orang)	25.425.800	27.492.700	28.389.000	29.865.300	35.653.500
Nasabah Aktif (orang)	5.376.090	5.885.450	6.077.340	6.157.640	7.592.240

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, Statistik Lembaga Keuangan Khusus Tahun 2015*

Seiring dengan semakin tingginya nasabah pegadaian, pembiayaan yang diberikan juga mengalami kenaikan. Produk pembiayaan merupakan penyaluran pinjaman kepada masyarakat untuk keperluan produktif maupun konsumtif dalam rangka meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Pegadaian, 2016). Pembiayaan yang diberikan bersih dari tahun 2014 ke tahun 2015 naik 11,27 persen. Sebesar 88,84 persen merupakan pembiayaan yang diberikan pegadaian konvensional, dan 11,16 persen pembiayaan yang diberikan pegadaian syariah.





**Gambar I.1**  
**Pembiayaan yang Diberikan Tahun 2011-2015**

Walaupun jumlah yang diberikan pegadaian konvensional lebih besar dibandingkan pegadaian syariah, tetapi kenaikan pembiayaan pegadaian syariah lebih tinggi dibandingkan pegadaian konvensional. Dalam 5 tahun terakhir pembiayaan yang diberikan pegadaian syariah tumbuh 24,66 persen sedangkan pembiayaan yang diberikan pegadaian konvensional tumbuh 10,27 persen. Jumlah kantor cabang pegadaian di Indonesia pada tahun 2015 ada 4.430 outlet mengalami penurunan sebanyak 26 outlet dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2014 dengan 4.456 outlet pegadaian, tujuannya adalah untuk meningkatkan produktivitas outlet maupun produktivitas karyawan melalui penambahan jenis fitur produk (Pegadaian, 2016). Total 12 kanwil pegadaian yang ada di Indonesia. Sebanyak 441 cabang pegadaian berada di kanwil Semarang, termasuk 74 cabang

pegadaian yang ada di Yogyakarta. Dari 74 cabang pegadaian yang ada di Yogyakarta 8 diantaranya adalah pegadaian syariah yaitu CPS Kusumanegara, UPS Mlati, UPS Munggur Godean, UPS Ngampilan, UPS Pasar Bantengan, UPS Pasar Tello, UPS Sariharjo, dan UPS Terban (Pegadaian, Jaringan Cabang). Yogyakarta turut berkontribusi dalam perkembangan keuangan islam seiring dengan banyaknya kantor pegadaian konvensional dan pegadaian syariah yang ada.

Di Yogyakarta pegadaian Ngupasan merupakan pegadaian yang pertama kali didirikan diikuti dengan pegadaian Lempuyangan, kedua pegadaian tersebut didirikan pada tahun 1913 yang dipimpin oleh seorang kepala pegadaian bernama RJA Stolk. Kemudian pegadaian mulai mengembangkan kegiatannya dengan membuka kantor-kantor pegadaian baru di beberapa wilayah yang ada di Yogyakarta, yaitu pegadaian Gondomanan, Godean, Tempel, Sleman, Prambanan, Imogiri, Bantul, Jogoyudan, Santolo, Brosot, dan Gunungkidul. Pembangunan ini dilakukan dalam waktu dua tahun yaitu pada 1913-1914 (Ferryardiyanto, 2014).

Semakin berkembangnya lembaga keuangan, pegadaian memiliki kesempatan sebagai instrumen kredit pembiayaan mikro karena memiliki keunggulan (Ismail & Ahmad, 1997) seperti biaya yang murah, tingkat bunga rendah, lembaga keuangan formal yang mudah diakses, durasi pinjaman yaitu jangka pendek, kerahasiaan pinjaman terjaga, dan jam operasional yang relatif lebih lama. Pegadaian juga bisa menarik minat nasabah untuk menggunakan jasa pegadaian syariah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran seperti mengembangkan produk dan pengoptimalan taksiran, pemotongan tarif *ijarah*,

membuka Unit Pelayanan Cabang (UPC), dan melakukan periklanan melalui *leaflet*, brosur, spanduk, souvenir (Sa'adah, 2009). Selain itu beberapa hal yang menjadi pertimbangan nasabah dalam pembiayaan pegadaian seperti pelayanan dan pengetahuan produk, keduanya memiliki pengaruh terhadap perilaku nasabah dalam memilih pembiayaan pegadaian (Rofiani, 2009). Empat faktor yang menjadi pertimbangan seorang pengusaha mikro dalam memilih pembiayaan *ar-rahnu* adalah lokasi, kemudahan mendapatkan pinjaman, *service charge* dan jaminan, di mana *service charge* adalah faktor yang paling mendominasi (Azman, Kassim, & Masron, 2015).

Pegadaian menjadi salah satu lembaga keuangan yang memiliki keistimewaan tersendiri bagi nasabahnya. Pegadaian beroperasi dengan menggunakan prinsip syariah dan konvensional. Dilihat dari jumlah nasabah, pegadaian konvensional memiliki jumlah nasabah lebih besar dibanding pegadaian syariah, akan tetapi kenaikan pembiayaan pegadaian syariah setiap tahunnya lebih besar dibandingkan pegadaian konvensional. Sehingga yang menjadi pertanyaan, apakah masyarakat lebih menyukai pegadaian syariah atau pegadaian konvensional dalam memilih pembiayaan. Penelitian ini didesain untuk menjawab pertanyaan tersebut, dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi pertimbangan nasabah memilih pembiayaan pegadaian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah memilih pembiayaan pegadaian syariah?
2. Apa motivasi nasabah memilih pembiayaan pegadaian syariah atau pegadaian konvensional?
3. Bagaimana kepatuhan syariah di pegadaian syariah di mata nasabah?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih pembiayaan pegadaian syariah
2. Menganalisis motivasi nasabah untuk memilih pembiayaan pegadaian syariah atau pegadaian konvensional
3. Menganalisis kepatuhan syariah di pegadaian syariah di mata nasabah

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengalaman dalam bidang studi terkait, juga sebagai sarana untuk mengembangkan pengetahuan yang diperoleh selama proses perkuliahan.

2. Bagi pegadaian, penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran bagi pegadaian dalam mengolah usahanya di masa mendatang.
3. Bagi dunia akademik, penelitian ini menjadi tambahan literatur mengenai pegadaian yang memfokuskan bahasan pada pegadaian syariah, terutama alasan masyarakat lebih memilih pegadaian syariah.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini dibagi menjadi lima bagian. Bagian pertama adalah pendahuluan untuk penelitian. Bagian kedua menyajikan tinjauan literatur yang relevan, termasuk penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian. Bagian ketiga adalah metodologi penelitian yang mencakup deskripsi rinci mengenai penelitian, sampel, prosedur dan pengumpulan data, dan penjelasan uji statistik yang digunakan dalam penelitian. Bagian keempat menyajikan temuan penelitian yang dimulai dengan penyajian analisis profil untuk mengidentifikasi perilaku nasabah pegadaian serta pembahasan lebih rinci tentang hasil uji statistik yang dilakukan. Bagian kelima adalah kesimpulan dari penelitian.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

Landasan teori dibuat sebagai jembatan antara penelitian dengan teori-teori yang mendukung penelitian. Teori-teori yang digunakan untuk mendukung asumsi penelitian adalah sebagai berikut:

##### **2.1.1 Keuangan Islam**

Industri keuangan islam bisa dikatakan masih relatif baru dalam industri keuangan karena prinsip dan operasionalnya berbeda dengan mode operasi keuangan konvensional yang sebelumnya sudah dipraktikkan (Al-Salem, 2009). Tujuan dalam islam adalah mewujudkan keadilan yang lebih besar, dan untuk mewujudkannya dibutuhkan sebuah prinsip untuk semua aspek kehidupan manusia terkait sosial, politik dan kegiatan internasional, serta nilai-nilai moral (Chapra, 2008). Dalam islam setiap kegiatan bersumber dari perintah yang terdapat dalam *Al-Qur'an* dan *Sunnah* sebagai landasan hukum (Warde, 2009), apabila tidak didapat dari keduanya kemudian dengan *ijma'* (konsensus masyarakat umum), *qiyas* (penalaran dan analogi), *maslahah mursalah* (kepentingan umum), *istihsan* (preferensi), *'urf* (kebiasaan umum), dan *sadd aldhara'i* (menghalangi kerusakan) (Ismail & Tohirin, 2010). Prinsip-prinsip islam seperti harus terhindar dari *riba* dan *gharar* (spekulasi dan ketidakpastian), harus berdasarkan prinsip halal, dan secara umum harus berprinsip pada keadilan,



norma-norma dan etika agama. Prinsip dasar keuangan islam diantaranya (Askari, Iqbal, Krichene, & Mirakhor, 2010)

1. Pelarangan bunga atau larangan riba. Larangan ini didasarkan pada argumen keadilan sosial, kesetaraan, dan hak milik. Islam membolehkan menarik keuntungan akan tetapi melarang keuntungan karena riba;
2. Islam menganggap uang sebagai modal, dan akan menjadi modal yang sebenarnya ketika berhubungan dengan sumber daya lainnya dalam kegiatan yang produktif, bukan uang sebagai suatu komoditas
3. Distribusi risiko, atau yang dikenal dengan *Profit and Loss Sharing* (PLS) di mana ketika terjadi keuntungan maupun kerugian mereka berbagi, bukan ditanggung oleh salah satu pihak saja, tapi berbagi beban.
4. Kesucian kontrak, kontrak disetujui oleh kedua belah pihak tanpa ada yang disembunyikan diantara pihak yang melakukan kontrak, sehingga bisa mengurangi risiko asimetri informasi dan *moral hazard*.

Dengan demikian sistem keuangan islam merupakan suatu aktivitas yang dilakukan berdasarkan ajaran hukum islam, melarang dengan keras segala bentuk pembayaran dan penerimaan riba, bukan hanya harus sejalan dengan prinsip dan etika tapi juga mempertimbangkan kepentingan publik (Smolo & Mirakhor, 2010). Untuk membantu meningkatkan pangsa pasar ekuitas bisnis dan PLS dalam suatu proyek, keuangan islam menggunakan model pembiayaan *mudharabah* dan *musharakah*. Meski demikian dalam berhutang islam menganjurkan hanya untuk mengkonsumsi sesuai dengan kebutuhan dan tidak boros, tidak mengandung spekulasi dan tidak untuk kegiatan yang tidak produktif.

Sehingga mode pembiayaan bisa menggunakan pembiayaan *mudharabah*, *ijarah*, *salam*, *istishna*, dan *sukuk* (Chapra, 2008). Di Indonesia lembaga keuangan umumnya dan perbankan khususnya menggunakan kontrak seperti *musharakah*, *mudharabah*, *murabahah*, *istishna*, *qard*, dan *ijarah* (Ismail & Tohirin, 2010). Akan tetapi jenis kontrak yang paling dominan adalah *murabahah* seperti dalam tabel berikut ini.

**Tabel II.1**  
**Konsep Pembiayaan Perbankan Islam di Indonesia**  
**(% Total Pembayaran)**

<b>Jenis Kontrak</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Mudharabah	9.96	8.15	7.40	72.01	0.70
Musarakah	1.85	18.76	21.66	247.51	28.50
Piutang Murabahah	54.91	59.66	60.05	588.83	57.33
Piutang Istishna	0.32	0.25	0.32	3.18	0.36
Piutang Qard	12.60	8.20	4.89	29.93	1.85
Ijarah	3.74	4.98	5.69	5.83	4.99

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Tahun 2015*

### 2.1.2 Pegadaian

Pegadaian sebagai metode yang menyediakan pembiayaan jangka pendek bagi masyarakat dengan menggadaikan perhiasan sebagai jaminan (Amin & Chong, 2011). Islam sudah lama mengenal adanya pegadaian sebagaimana dijelaskan dalam *Al-Qur'an* dan *Hadis* yang menjadi landasan diperbolehkannya pegadaian (Arif, 2012). Allah SWT berfirman dalam surah Al-Baqarah ayat 283 yang artinya:

*“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah dengan tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang (oleh orang yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian*

*yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertaqwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*

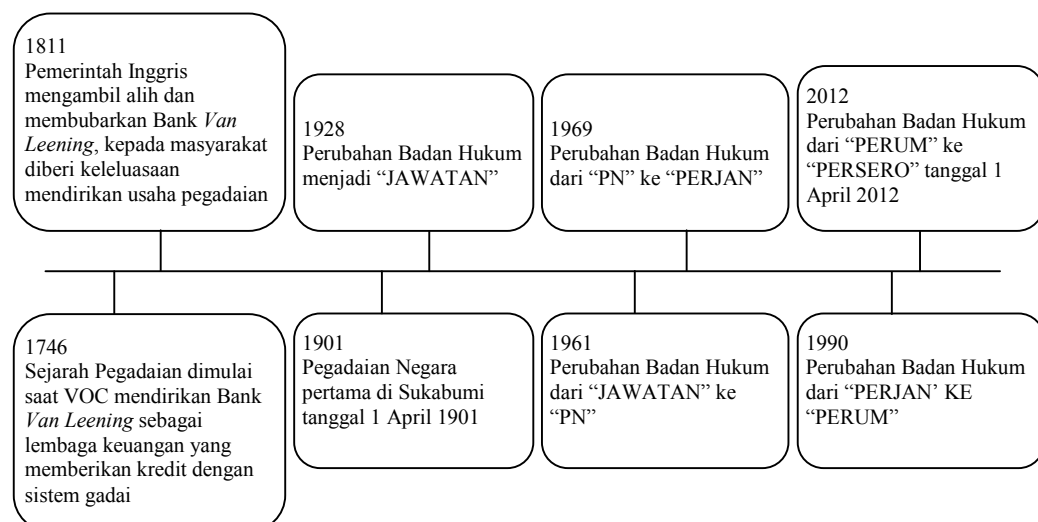
Pegadaian merupakan salah satu transaksi yang dipraktekkan oleh Nabi Muhammad SAW ketika Nabi berada di Madinah dan tidak memiliki uang tunai untuk membeli gandum (Rofiani, 2009). Kemudian beliau menggadaikan baju besi beliau untuk mendapatkan makanan dari seorang Yahudi (Idri, 2015).

*“Dari Aisyah ra. bahwasanya Rasulullah SAW pernah membeli makanan kepada seorang Yahudi dengan pembayaran yang ditanggihkan, maka Rasulullah memberikan baju besinya sebagai jaminan.” (HR. Bukhari dan Muslim)*

Sejarah pegadaian dikelompokkan menjadi era kolonial/penjajahan dan era kemerdekaan (Pegadaian, 2016). Pada tanggal 20 Agustus 1746 lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai pertama didirikan oleh Belanda melalui *Vereenigde Oostindische Compagnie* (VOC) dengan nama *Bank Van Leening*. Tahun 1811 Inggris mengambil alih kekuasaan dari Belanda dan membubarkan *Bank Van Leening*, serta membolehkan masyarakat mendirikan usaha pegadaian sepanjang mendapatkan lisensi pemerintah. Untuk menghindari rentenir Inggris mengganti metode *licentie stelsel* menjadi *pacth stelsel*, yaitu pegadaian hanya bisa didirikan oleh masyarakat umum yang mampu membayar pajak tinggi ke pemerintah. Setelah kembali berkuasa Belanda menerapkan *cultuur stelsel* sebagai metode baru dengan harapan dapat memberikan manfaat lebih besar kepada masyarakat, dengan menerbitkan *Staatsblad* (Stbl) No. 131

tanggal 12 Maret 1901 untuk mengatur pegadaian yang merupakan usaha monopoli pemerintah.

Pada tanggal 1 April 1901 pegadaian pertama didirikan di Sukabumi, Jawa Barat. Meski pernah berkuasa Jepang tidak membuat banyak perubahan dari sisi kebijakan maupun struktur organisasi Jawatan pegadaian (*Sitji Eigeikyuku*). Kantor Jawatan pegadaian pernah berpindah tempat menyesuaikan kondisi saat itu, sebelum akhirnya menetap di Jakarta dan dikeolah oleh Pemerintah Republik Indonesia. Sejak saat itu pegadaian mengalami sejumlah pergantian status mulai dari Perusahaan Negara (PN) pada Januari 1961, dan menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN) pada tahun 1969 berdasarkan PP nomor 7 tahun 1969. Sampai akhirnya keluar PP Nomor 10 Tahun 1990 yang diperbaharui dengan PP Nomor 103 Tahun 2000, di mana pegadaian yang berstatus Perusahaan umum (PERUM) berubah menjadi PT Pegadaian (Persero) berdasarkan Akta Pendirian PT Pegadaian (Persero) Nomor 01 tanggal 1 April 2012.



Sumber: Pegadaian, Laporan Tahunan 2015

**Gambar II.1**  
**Sejarah Perkembangan Pegadaian di Indonesia**

Kashmir mendefinisikan pegadaian sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh dua pihak dengan menjaminkan suatu barang untuk mendapatkan sejumlah uang yang memiliki batas waktu menebus kembali (Arif, 2012). Sasaran utamanya adalah kalangan menengah ke bawah untuk memenuhi tujuan. Pertama, ketika berhadapan dengan situasi diluar kendali. Kedua, sebagai pemenuhan transaksi bagi siapapun yang membutuhkan (Amin & Chong, 2011). Disisi lain Al-Qurtubi mendefinisikan *rahn* sebagai barang yang ditahan oleh pihak pemberi hutang sebagai jaminan, sampai pihak yang berhutang mampu melunasi hutangnya (Mustofa, 2014). Dalam PP No 10/tahun 1990 dijelaskan bahwa pegadaian sebagai perusahaan yang dimiliki negara yang bertujuan memberikan pinjaman dalam jumlah yang terbatas dengan jaminan/gadai barang-barang yang bergerak dengan sasaran utamanya adalah masyarakat kecil (Gilarso, 2004). Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai (Susyanti, 2016). Dengan demikian *ar-rahn* mengharuskan adanya jaminan berupa barang yang memiliki nilai ekonomis, dan dengan jaminan itu pihak yang menahan dapat mengambil kembali piutangnya (Antonio, 2001).

*Dari Abu Hurairah ra. rasulullah SAW bersabda, “Apabila anak ternak digadaikan, punggungnya boleh dinaiki (oleh orang yang menerima gadai), karena ia telah mengeluarkan biaya (menjaga)nya. Apabila ternak itu digadaikan, air susunya yang deras boleh diminum (oleh orang yang menerima gadai) karena ia telah mengeluarkan biaya menjaga)nya. Kepada orang yang naik dan minum, ia harus mengeluarkan biaya (perawatan)nya” (HR Jamaah, kecuali Muslim dan Nasai-Bukhari).*

Pinjaman yang diberikan pegadaian syariah didasarkan pada dua konsep (Ismail & Ahmad, 1997) yaitu *Qardul Hasan* (pinjaman kebajikan atau bebas

bunga, dengan membayar jasa simpanan) dan *Wadi'ah Yad Dhammanah* (jaminan menggunakan barang berharga). Dalam sumber lainnya konsep yang digunakan pegadaian syariah adalah *Qardul Hasan*, *Wadi'ah Yad Amanah* (pinjaman atas dasar kepercayaan), *Al-Ujrah* (biaya keamanan atas barang jaminan), dan *Wadi'ah Yad Dhammanah* (Bhatt & Sinnakkannu, 2008) (Hamid, Rahman, & Halim, 2015). Lembaga keuangan islam menawarkan layanan gadai berdasarkan prinsip *Qardul Hasan*, *Rahnu* (penyerahan aset berharga sebagai jaminan) dan *Wadi'ah* (titipan) (Amin & Chong, 2011). Empat akad pegadaian syariah di Indonesia yaitu *Qardul Hasan*, *Mudharabah*, *Ba'i Muqayyadah* (menggadaikan barang untuk tujuan produktif) dan *ijarah* (pertukaran manfaat tertentu) (Arif, 2012). Apabila nasabah menggadaikan barangnya untuk tujuan konsumtif maka akad yang digunakan adalah *Qardul Hasan*, sehingga *rahin* (penggadai) memberikan upah kepada *murtahin* (pemberi pinjaman) karena telah menjaga *marhun* (barang yang digadaikan), sedangkan akad *Mudharabah* digunakan nasabah yang tujuan dari pengadaianya adalah untuk modal kerja dan pembiayaan investasi, sehingga bagi hasil akan dilakukan antara *rahin* dan *murtahin* sesuai kesepakatan sampai modal yang dipinjam lunas (Susyanti, 2016).

Selain akad, subjek dan objek juga menentukan perjanjian. Subjek pegadaian adalah *rahin* dan *murtahin*, sedangkan objeknya adalah *mahrhun* dan pinjaman yang diterima *rahin* (Susyanti, 2016). Dalam transaksi gadai terdapat rukun dan syarat yang harus terpenuhi diantaranya ada *ijab dan qabul (shigat)*, terdapat orang yang berakad (*rahin dan murtahin*), ada jaminan (*marhun*), dan uang tunai (*marhun bih*) (Hosen, Saraswati, & Pelambang, 2008).



Di Indonesia PP/10 Tanggal 1 April 1990 sebagai awal adanya pegadaian yang misinya mencegah riba dan kemudian diganti dengan PP/103/2000 sebagai landasan pegadaian sampai sekarang (Huda & Heykal, 2010). Pegadaian pertama kali di Jakarta tahun 2003 yaitu pegadaian cabang Dewi Sartika yang beroperasi secara syariah (Sa'adah, 2009). Dalam kegiatan operasionalnya pegadaian memiliki dua segmen yaitu segmen bisnis konvensional dan segmen bisnis syariah (Pegadaian, 2016).

**Tabel II.2**  
**Segmen Bisnis Pegadaian**

<b>Bisnis Gadai Konvensional</b>	<b>Bisnis Gadai Syariah</b>
1. Bisnis Gadai a. Pegadaian KCA b. Pegadaian Krasida	1. Bisnis Gadai a. Rahn
2. Bisnis Kredit Mikro Fidusia a. Pegadaian Kreasi b. Pegadaian Kresna c. Pegadaian Krista	2. Bisnis Kredit Mikro Fidusia a. Pegadaian Arrum b. Pegadaian Amanah
3. Bisnis Emas a. Pegadaian Mulia	3. Bisnis Emas a. Pegadaian Mulia

*Sumber: Pegadaian, Laporan Tahunan 2015*

Banyaknya produk yang ditawarkan dengan menggunakan skim yang berbeda bisa menjadi pilihan nasabah dalam menentukan pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan.

### **2.1.3 Motivasi**

Dua tujuan pembiayaan syariah adalah sebagai penyalur sumber daya dari pemegang kekayaan kepada yang kekurangan, kedua adalah sebagai pemenuhan kebutuhan dan menumbuhkan kekayaan sebagai modal kerja (Amin, Rahman, Jr, & Hwa, 2011). Banyak faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memutuskan

memilih menggunakan produk dan jasa. Seperti sebagian besar keputusan nasabah perbankan dalam memilih perbankan, prinsip kepatuhan agama adalah yang paling utama, kemudian pertimbangan selanjutnya adalah tingkat pengembalian dan terakhir adalah rekomendasi keluarga dan teman (Metawa & Almosawi, 1998). Dalam penelitian lain mengatakan sebagian besar konsumen di Malaysia memilih lembaga keuangan seperti perbankan islam lebih kepada bukan aspek agama, tapi lebih kepada pelayanan, efisiensi, kecepatan transaksi, dan keramahan pegawai bank. Sebanyak 40% responden mengindikasikan bahwa agama merupakan dasar dari memilih perbankan islam. Kurangnya pemahaman mereka mengenai perbedaan dari perbankan syariah dan konvensional, serta produk dan pelayanan menjadi salah satu penyebabnya meskipun kesadaran tentang produk syariah tinggi (Haron, Ahmad, & Planisek, 1994).

Pada dasarnya niat dan motivasi menentukan sifat dasar yang sebenarnya dari suatu transaksi atau perbuatan (Idri, 2015). Selain itu ada juga faktor lainnya seperti persepsi, pembelajaran dan juga ingatan (Schiffman & Kanuk, 2007) dalam Frederica dan Chairy (2010). Agar dapat memberikan pelayanan yang baik dibutuhkan pemahaman mengenai motivasi, harapan, dan keinginan pelanggan (haque, Osman, & Ismail, 2009). Motivasi juga memberikan gambaran empiris nasabah dalam menerima *ar-rahnu* (Hamid, Rahman, & Halim, 2015). Motivasi adalah kekuatan yang menggerakkan seseorang untuk melakukan suatu aktivitas atau kegiatan yang mengarah pada perilaku yang diinginkan oleh seseorang tersebut (Hawkins, Mothersbaugh, & Best, 2007) dalam Frederica dan Chairy (2010). Konsep motivasi bisa dipakai untuk menjelaskan perbedaan-perbedaan

dalam intensitas perilaku, dimana perilaku dengan intensitas yang lebih besar dianggap sebagai level motivasi yang lebih tinggi. Motivasi ini diwujudkan dengan tindakan untuk mendapatkan kepuasan terhadap kebutuhan-kebutuhan (Maloney, 1981). Penggerak motivasi diantaranya menurut Mowen & Minor (2002) dalam Frederica dan Chairy (2010) adalah (a) rangsangan, yang menimbulkan adanya kebutuhan; (b) pengenalan kebutuhan, yang tujuannya adalah untuk mencapai tingkat utilitas seseorang; (c) dorongan, seperti faktor yang mempengaruhi keterlibatan seseorang dalam pengambilan keputusan; (d) perilaku berdasarkan tujuan, yaitu tindakan yang dilakukan untuk meringankan keadaan kebutuhan seseorang; (e) insentif konsumen yang bisa berbentuk seperti produk, jasa, informasi atau lainnya yang bisa memuaskan kebutuhan konsumen. Karena dalam segala tindakan yang dilakukan konsumen beralasan, sehingga dalam konteks penelitian ini adalah alasan konsumen atau nasabah memilih dan menggunakan pegadaian syariah atau pegadaian konvensional.

#### **2.1.4 Pendapatan**

Pendapatan merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian barang dan jasa. Pendapatan merupakan jumlah yang didapatkan dalam bentuk upah, gaji, keuntungan atau dari sumber lainnya dalam satu tahun (Case & Fair, 2006). Islam menginginkan dalam mengkonsumsi barang dan jasa hendaklah berdasarkan nilai dan kegunaan barang, serta tidak memanjakan diri untuk membeli barang dan jasa yang haram dan menimbulkan masalah untuk orang lain, menjalani hidup dengan sederhana sesuai

yang dibutuhkan dan mendorong adanya tabungan (Wani). Sehingga pada dasarnya perilaku konsumen dalam melakukan pembelian adalah untuk memenuhi kebutuhan, bukan untuk memuaskan keinginan semata seperti yang ada dalam konvensional (Khan, 2013). Selain konvensional, pegadaian syariah juga dapat menyediakan uang tunai untuk memperluas dan melakukan diversifikasi dalam rangka meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat terutama bagi pengusaha mikro (Azman, Kassim, & Masron, 2015).

Jumlah dan kualitas permintaan konsumen dipengaruhi ukuran kekayaan dan pendapatan, yang umumnya semakin tinggi kekayaan dan pendapatan akan menaikkan tingkat konsumsi (Kahf). Seperti jumlah kredit yang tersedia juga mempengaruhi perilaku konsumen (Kahf) meskipun hukumnya berbeda dengan konsumsi, karena semakin tinggi pendapatan dan kekayaan seseorang tingkat kredit atau pinjaman akan semakin turun. Banyak faktor yang mengakibatkan seseorang memutuskan untuk melakukan kredit atau pinjaman, dan alasan yang paling utama adalah karena mereka tidak bisa atau tidak mampu memenuhi kebutuhannya, dengan sebesar 56,3 persen alasan seseorang menggunakan jasa pegadaian adalah untuk menyelesaikan permasalahan yang tidak terduga (Othman, Hashim, & Abdullah, 2012). Disisi lain kekayaan dan pendapatan konsumen tergantung pada faktor budaya, sosial, dan religius (Kahf). Dalam konteks penelitian ini pengguna jasa pegadaian tentunya memiliki persepsi tersendiri mengenai pendapatan mereka, sehingga memutuskan untuk melakukan gadai.

### **2.1.5 Pengetahuan Produk**

Dalam melakukan pembelian konsumen biasanya mengenal terlebih dahulu produk dan jasa yang akan mereka konsumsi, sehingga pengetahuan konsumen mengenai karakter dan ciri suatu produk menyebabkan konsumen dapat membedakan antara produk satu dengan lainnya. Definisi pengetahuan yang sering digunakan adalah semua yang terkait dengan tahu bagaimana dan tahu mengapa (Gurteen, 1998). Menurut Peter & Olson (1999) dalam Satiti (2012) pengetahuan produk adalah pengetahuan konsumen yang berkaitan dengan pengetahuan tentang ciri atau karakter produk, konsekuensi menggunakan produk, dan nilai (tingkat) kepuasan yang akan dicapai oleh produk. Sehingga bisa dikatakan bahwa pengetahuan produk adalah kumpulan informasi mengenai produk. Pengetahuan konsumen terhadap produk juga dapat mempengaruhi niat pembelian melalui sikap, dimana semakin tinggi pengetahuan seseorang terhadap sesuatu maka akan semakin tinggi niat atau motivasi seseorang.

Pengetahuan mengacu pada fakta, perasaan, pengalaman, dan pembelajaran (Rahman, Asrarhaghghi, & Rahman, 2015). Dalam hal ini nasabah lebih memilih pembiayaan dalam pegadaian karena mereka tahu akan kebutuhan dana yang diperlukan bukan jangka panjang akan tetapi jangka pendek, sehingga mereka lebih memilih pembiayaan di pegadaian daripada lembaga keuangan lainnya (Hamid, Rahman, & Halim, 2015). Pengetahuan dipengaruhi beberapa faktor seperti pendidikan, media, dan keterpaparan informasi (Rofiani, 2009). Dan berdasarkan hasil penelitian yang pernah dilakukan, pengetahuan produk memiliki

pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan pegadaian (Rofiani, 2009).

Dalam pengetahuan produk konsumen ada yang disebut rantai akhir, yaitu suatu struktur pengetahuan yang menghubungkan pengetahuan konsumen mengenai ciri tentang produk dengan pengetahuan tentang konsekuensi dan nilai (Peter & Olson, 1999). Nilai ini terdiri dari:

1. Nilai Terminal, yaitu status akhir yang diinginkan; konsekuensi penggunaan produk yang sangat abstrak seperti harga diri
2. Nilai Instrumental, yaitu model perilaku yang diinginkan; konsekuensi penggunaan produk yang abstrak, seperti menjadi menjadi pusat perhatian
3. Konsekuensi Psikologikal, biasanya terdiri dari konsekuensi psikologi dan sosial dari penggunaan produk, seperti dipandang berbeda oleh orang lain
4. Konsekuensi Fungsional, yaitu konsekuensi nyata dan langsung dari penggunaan produk, seperti penggunaan yang mudah

Sehingga dalam mengambil keputusan untuk melakukan gadai di pegadaian syariah atau konvensional nasabah mempertimbangkan segalanya berdasarkan apa yang mereka yakini.

#### **2.1.6 Lokasi**

Lokasi bisa diartikan dalam dua bentuk yaitu proses pembuatan keputusan dan hasil dari proses itu yaitu lokasi dari kegiatan usaha tertentu (Rymarzak & Sieminska, 2012). Sedangkan menurut Tjiptono (2002) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk

menghasilkan barang dan jasa, yang dalam penelitian ini adalah lokasi pegadaian syariah dan pegadaian konvensional. Lokasi merupakan salah satu yang berpengaruh terhadap pertumbuhan dan keberlangsungan suatu bisnis (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011) yang memiliki dampak besar bagi hampir semua produk, layanan, pasar dan pelanggan (Ahmad & Nadiah, 2012). Lokasi suatu usaha juga ditentukan berdasarkan jenis dari usaha itu sendiri (Malhotra & Birks, 2007). Dengan demikian nantinya akan membentuk pasar yang terdiri dari masyarakat dan pekerja yang terlibat di dalamnya, dan semakin strategis lokasi suatu usaha pastinya akan lebih menguntungkan bagi usaha tersebut, karena lokasi yang strategis memiliki daya tarik yang membuat konsumen menggunakan suatu produk barang atau jasa tertentu (Lempoy, Mandey, & Loindong, 2015).

Pemilihan lokasi untuk menstabilkan bisnis bukan hal yang mudah. Sebelum memutuskan dimana usaha akan dilakukan dan dijalankan, ada beberapa faktor penting yang perlu dievaluasi sebelum membuat keputusan seperti ketersediaan, kualitas, fleksibilitas dan biaya karyawan merupakan faktor pendorong untuk menemukan lokasi bisnis yang tepat (Spee & Douw, 2004). Lebih jelasnya beberapa faktor yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan lokasi (Tjiptono, 2000) adalah (1) Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau. (2) Visibilitas yaitu lokasi bisa dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. (3) Lalu-lintas, terkait dengan banyaknya orang yang lalu-lalang dan kepadatan lalu-lintas atau kemacetan. (4) Tempat parkir yang luas, aman, dan nyaman untuk segala jenis kendaraan. (5) Ekspansi yaitu ketersediaan tempat untuk ekspansi

kemudian hari. (6) lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. (7) kompetisi yaitu lokasi pesaing. (8) Peraturan pemerintah.

Salah satu unsur lokasi adalah jarak, jarak dapat menciptakan gangguan yang diakibatkan karena waktu, tenaga (biaya), dan informasi. Sehingga semakin jauh lokasi maka semakin menurun minat seseorang untuk berpergian (Tarigan, 2005). Dalam penelitian ini yang dimaksud lokasi adalah terkait jarak atau kemudahan nasabah untuk sampai di pegadaian yang mereka gunakan.

### **2.1.7 Kualitas Pelayanan**

Industri jasa berbeda dengan industri barang, karena kualitas dari produk tergantung pada pengalaman pelanggan dengan pelayanan yang dirasakan (Metawa & Almosawi, 1998). Kepuasan pelanggan akan menentukan apakah mereka akan kembali atau tidak, sehingga penting untuk memahami kualitas layanan baik dari segi definisi maupun cara mengukurnya yang nanti akan berguna bagi perusahaan untuk membedakan diri dari pesaingnya (Taap, Chong, Kumar, & Fong, 2011). Menurut Kotler (2000) kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas atau yang tersembunyi. Kualitas dianggap sebagai keunggulan, nilai, kesesuaian, dan spesifikasi yang memenuhi atau melampaui harapan dari pelanggan (Lee & Yang, 2001). Bisa dikatakan bahwa salah satu kelebihan pegadaian adalah kecepatan. Dimana proses pinjaman di pegadaian hanya membutuhkan waktu 15 menit (Pegadaian, Pembiayaan Gadai Syariah).



Mengadopsi dari perbankan, salah satu cara yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dari sudut pandang konsumen dengan menggunakan dimensi yang disebut *compliance for islamic banking service quality* (Abedniya & Zaeim, 2011) dengan menggunakan metode CARTER (Othman & Owen, 2001) yang terdiri dari kepatuhan syariah (kemampuan memenuhi hukum alam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip syariah), jaminan (jaminan keamanan terhadap pelanggan), performa layanan, aspek fisik, perhatian terhadap pelanggan, dan kecepatan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan. Adanya pengukuran mengenai kualitas pelayanan untuk keuangan islam, menjadikan lebih kompetitif dengan keuangan konvensional, dengan *reliability* (kecepatan memberikan bantuan) sebagai faktor penting dalam kualitas pelayanan (Akhtar & Zaheer, 2014). Nasabah memiliki kepuasan tersendiri terhadap pelayanan yang mereka terima, sehingga disini merupakan salah satu dimensi yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seorang pelanggan, dengan menggunakan beberapa indikator.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Dalam rangka untuk memperkaya penelitian maka disajikan penelitian terdahulu sebagai pendukung dari penelitian ini. Penelitian yang sebelumnya juga bisa menjadi bahan perbandingan kajian serta sebagai data pendukung penelitian. Sebagai pertimbangan dalam pengambilan variabel dalam penelitian yang terkait dengan pegadaian, dengan menggunakan beberapa variabel untuk mengetahui

pertimbangan nasabah memilih pembiayaan pegadaian syariah atau pegadaian konvensional.

Penelitian mengenai nasabah dalam memilih menggunakan *Ar-Rahnu* dengan mengidentifikasi beberapa faktor yang berbeda dalam setiap penelitian. Ada yang menggunakan faktor demografis dengan menggunakan analisis frekuensi dan chi-square, yang hasilnya status perkawinan mempengaruhi seseorang memilih pegadaian syariah (Mansor, Ahmad, Bakar, & Ismail, 2014). Dari beberapa penelitian yang memasukkan faktor agama menjadi variabel independen diperoleh hasil yang signifikan meskipun menggunakan alat analisis yang berbeda, artinya variabel agama memiliki pengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan pegadaian syariah (*ar-rahnu*) (Hamid, Rahman, & Halim, 2015) (Pradhanawati, 2011) (Koe & Rahman, 2012). Selain itu variabel kualitas layanan juga memiliki pengaruh terhadap nasabah dalam memilih *ar-rahnu* (Rofiani, 2009) (Ahmad & Nadiah, 2012) (Azman, Kassim, & Masron, 2015) (Hamid, Rahman, & Halim, 2015) dan (Pradhanawati, 2011).

Beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini sudah pernah digunakan oleh penelitian sebelumnya, dan dalam penelitian ini mencoba untuk memasukkan variabel pendapatan sehingga bisa menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian sebelumnya selain pada objek yang diteliti, lokasi penelitian, periode pengamatan dan alat analisis yang digunakan.

Berikut adalah beberapa penelitian sebelumnya yang dijadikan pendukung penelitian seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel II.3**  
**Penelitian Terdahulu**

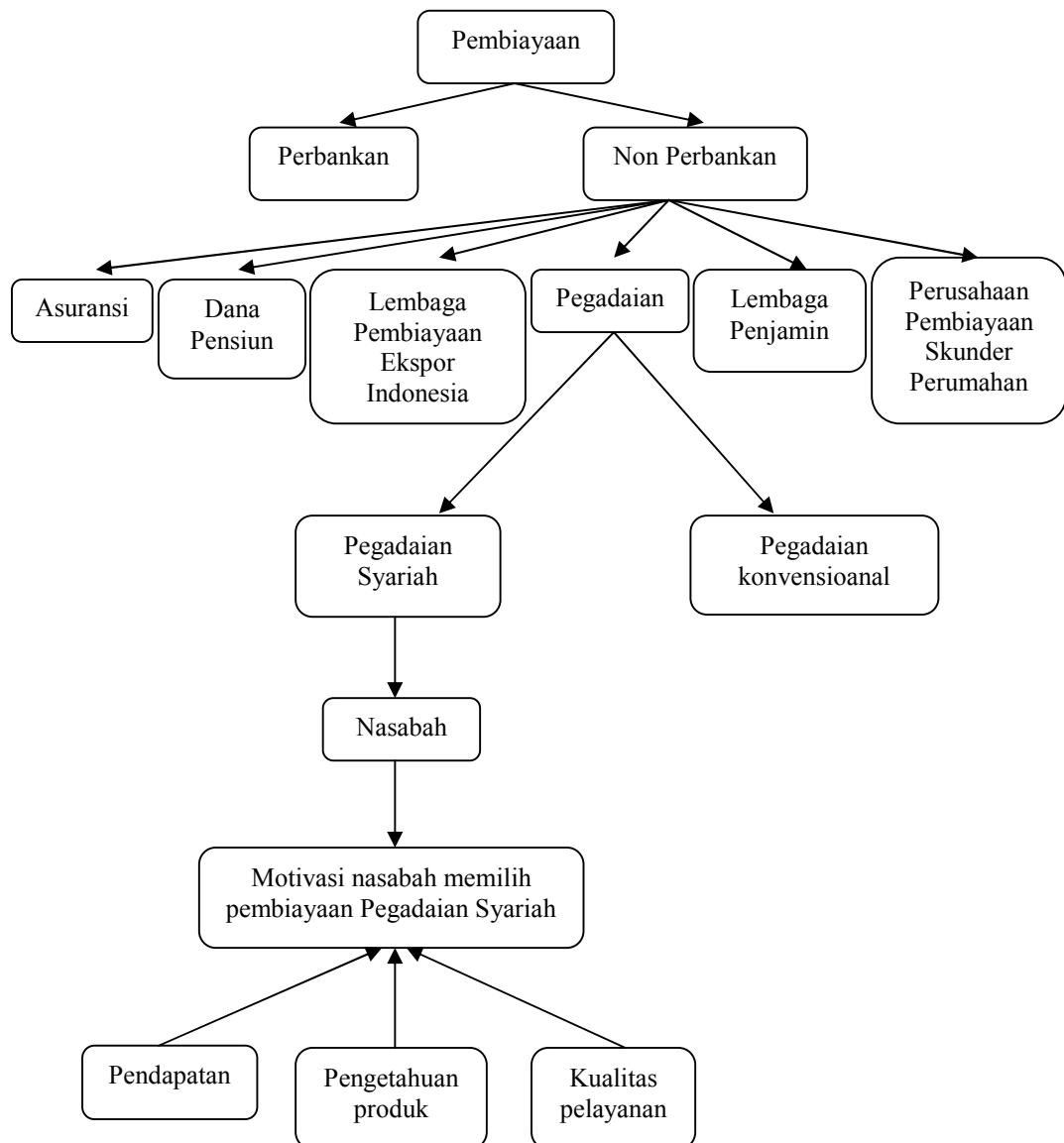
<b>No</b>	<b>Penulis</b>	<b>Judul</b>	<b>Variabel</b>	<b>Metode</b>	<b>Kesimpulan</b>
1.	Payal Bhatt dan Jothee Sinnakkannu (2008)	Ar-Rahnu (Islamic Pawn Broking) Opportunities and Challenges in Malaysia	Key factors that contributed to the existence and the growth of Ar-Rahnu in Malaysia	Previous study and cost borrowing analysis	Konsumen lebih menyukai pegadain syariah daripada konvensional karena memiliki fasilitas kredit yang cepat, bebas dari gangguan, bebas riba dan transparan.
2.	Norudin Mansor, S.A. Bashir Ahmad, Semanat Abu Bakar, dan Irwan Ismail (2014)	A Demographic Analysis on Customer Acceptance Towards Islamic Pawn Broking in Malaysia	Customer acceptance use demographics factors (gender, status, age, education level, occupational sector, monthly income level, duration of customer relationship with ar-rahnu, and frequency of visiting)	Frequency analysis dan Chi-Square analysis	Penelitian mengindikasikan, dari faktor demografi yang diteliti dua yang paling penting dan berpengaruh adalah status perkawinan dan pekerjaan, sedangkan sisanya tidak terlalu penting bagi konsumen
3.	Novi Rofiani (2009)	Prilaku Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegadaian pada PT Bank Syariah Mandiri	Dependen = Perilaku nasabah Independen = Pelayanan, Pengetahuan produk	Analisis regresi	Pelayanan dan pengetahuan produk secara individu dan secara simultan memiliki pengaruh terhadap perilaku nasabah dalam memilih pembiayaan pegadaian
4.	S.A Bashir Ahmad, Norudin Mansor, dan A. Nurul	Customer Acceptance on Islamic Pawn Broking: A Malaysian Case	Dependen = Acceptance of ar-rahnu Independen = Storage	Questionnaire, and analysis using several correlation and multiple	Keempat variabel independen memiliki hubungan signifikan terhadap penerimaan <i>ar-rahnu</i>

No	Penulis	Judul	Variabel	Metode	Kesimpulan
	Nadiyah (2012)		charge, Service quality, Locality, Management	regression with SPSS	
5.	Syadiyah Abdul Shukor dan Hisham Sabri (2013)	Customer Satisfaction Toward Islamic pawnbroking (Ar-Rahnu): Antecedents and Consequences	Customer participation in ar-rahnu depend on antecedent factors (tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy)	Use descriptive analysis, exploratory factor analysis, and regression	Hasil penelitian menunjukkan responsiveness, reliability, dan assurance (jaminan) mendasari kepuasan konsumen dalam pembelian.
6.	Nik Hadiyan Nik Azman, Salina Hj. Kassim, Tajul Ariffin Masron (2015)	Key Factor Influencing Women Micro-Entrepreneurs to Use Ar-Rahnu: Evidence from Siti Khadijah's Market, Kelantan	Dependen = Use ar-rahnu Independen = Locality, Difficulting in getting loan, Service charge, Collateral	Qualitative approach, used in-depth interview with women micro-entrepreneurs at the Siti Khadijah's market	Dari keempat faktor service charge adalah faktor utama yang paling dominan. Semakin rendah service charge semakin baik.
7.	Muhammad Abdul Hamid, Ishak Abd rahman, Ahmad nafis Abd Halim (2015)	Key Factor Influencing Customers to Use Ar-Rahnu (Islamic pawnshop) in Malaysia: Evidence from Bank Rakyat	Dependen = Use ar-rahnu Independen = Shariah view, Customer service, Pledge asset	Quantitative research with descriptive analysis	Shariah view mendominasi pilihan konsumen menggunakan Ar-Rahnu, dengan menggunakan elemen Al-Quran dan Sunnah sebagai sumber bisnis, operasi berdasarkan prinsip dan hukum islam, bebas bunga dan bebas dari ketidakpastian.
8.	Ari Pradhanawati (2010)	Potensi dan Preferensi terhadap Perilaku Memilih Pegadaian Syariah	Dependen = memilih pegadaian syariah Independen = potensi (kecepatan, kemudahan pelayanan, motif agama),	Metode kuantitatif dan analisis deskriptif	Potensi yang mendorong nasabah memilih pegadaian syariah adalah kecepatan dan kemudahan pelayanan, serta motif agama. Dan perilaku memilih dipengaruhi

No	Penulis	Judul	Variabel	Metode	Kesimpulan
			preferensi (prosedur dan proses yang cepat, jasa simpanan relatif murah, pelayanan ramah, dan terhindar dari riba		preferensi nasabah terhadap nilai positif yang dianut pegadaian syariah seperti nilai agama, nilai sosial, dan nilai budaya. Variabel potensi memiliki pengaruh paling besar atas perilaku nasabah memilih pegadaian syariah.
9.	Hanudin Amin dan Risita Chong (2011)	Determinants for Ar-Rahnu Usage Intentions: An Empirical Investigation	Dependen: Usage intention Independen: Attitude dan subjective norm	Structural Equation Modeling (SEM)	Attitude dan subjective norm memiliki hubungan yang signifikan pada niat penggunaan pegadaian syariah.
10.	Wei Loon Koe dan Nor Zalindah Abdul Rahman	The Use of Ar-Rahnu by Islamic Bank Customers in Malaysia	Dependen: Intention to use Ar-Rahnu Independen: Attitude, social influence, religious obligation, attractive price, trust	Analisis data regresi menggunakan Statistical Package for Social Science (SPSS)	Hasil analisis regresi menunjukkan semua variabel independen memiliki hubungan positif signifikan terhadap niat menggunakan Ar-Rahnu.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berikut ini adalah kerangka pemikiran dari penelitian, dengan adanya kerangka penelitian ini akan mempermudah memahami maksud dan tujuan dari penelitian.



**Gambar II.2**  
**Kerangka Pemikiran Penelitian**

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang dinyatakan dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2007). Sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan berpengaruh negatif terhadap pembiayaan pegadaian
2. Pengetahuan produk berpengaruh positif terhadap pembiayaan pegadaian
3. Lokasi pegadaian berpengaruh negatif terhadap pembiayaan pegadaian
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap pembiayaan pegadaian
5. Secara simultan pendapatan, pengetahuan produk, lokasi, dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan pegadaian

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Populasi dan Sampel**

Objek dalam penelitian ini adalah PT Pegadaian. Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2006). Sehingga populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah pegadaian yang ada di Kota Yogyakarta. Sedangkan sampel yang digunakan adalah nasabah CPS (Cabang Pegadaian Syariah) Kusumanegara dan Cabang Pegadaian Lempuyangan. Hal ini sesuai dengan definisi sampel menurut Sekaran (2006) yang mengatakan bahwa “sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri atas jumlah anggota yang dipilih dari populasi”. Pemilihan lokasi dilakukan dengan beberapa pertimbangan seperti lokasi penelitian yang terjangkau dilihat dari sisi tenaga dan efisiensi waktu. Pertimbangan lainnya adalah karena pegadaian Kusumanegara sebagai satu-satunya pegadaian yang sifatnya cabang pegadaian sedangkan pegadaian syariah lainnya sifatnya adalah unit (bagain terkecil).

Agar penelitian dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari suatu populasi maka dilakukan pengambilan sampel (*sampling*) (Sekaran, 2006). Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan cara *convenience sampling* atau juga dikenal dengan *accidental sampling* yang dalam penelitian ini nasabah yang ada di pegadaian pada saat penelitian dilakukan bisa dijadikan sebagai sampel yang cocok dalam penelitian (Sugiyono, 2007).



Untuk memperoleh representasi yang tepat dari populasi perlu dipertimbangkan mengenai karakteristik dari populasi dan kemampuan estimasi yang akan menentukan teknik pengambilan sampel (Noor, 2011). Salah satu cara untuk menentukan sampel menurut Rosche adalah sepuluh kali dari jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2007), sehingga diperoleh sampel sebesar 80 nasabah kemudian dalam penelitian ini digunakan 100 nasabah.

### **3.2 Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor nasabah memilih pegadaian syariah adalah dengan menggunakan pendapatan, pengetahuan produk, lokasi, dan kualitas layanan yang terdiri dari kepatuhan syariah, jaminan, performa layanan, aspek fisik, perhatian terhadap pelanggan, dan kecepatan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan.

### **3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Definisi operasional variabel adalah batasan yang ditarik terhadap masing-masing variabel untuk menjelaskan secara spesifik definisi dan mengukur masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

#### **1. Motivasi (Y)**

Motivasi adalah dorongan kebutuhan dan keinginan konsumen yang mengarah pada suatu tindakan untuk menggunakan barang atau jasa tertentu, seperti motivasi dalam memilih pembiayaan pegadaian. Dimana dalam penelitian

ini motivasi adalah dalam konteks nasabah memilih pegadaian syariah atau pegadaian konvensional dalam melakukan pembiayaan.

## 2. Pendapatan ( $X_1$ )

Pendapatan merupakan jumlah yang didapatkan dalam bentuk gaji, upah, keuntungan atau dari sumber lainnya dalam satu tahun (Case & Fair, 2006). Dalam penelitian ini yang dimaksud pendapatan adalah rata-rata penghasilan seseorang (interval) dalam waktu satu bulan yang dihitung dalam satuan rupiah.

## 3. Pengetahuan Produk ( $X_2$ )

Menurut Peter & Olson (1999) pengetahuan produk adalah pengetahuan konsumen yang berkaitan dengan pengetahuan tentang ciri atau karakter produk, konsekuensi menggunakan produk dan nilai (tingkat) kepuasan yang akan dicapai oleh produk. Dalam penelitian ini pengetahuan produk diukur dengan seberapa jauh nasabah memahami dan mengenal produk yang digunakan di pegadaian.

## 4. Lokasi ( $X_3$ )

Lokasi adalah tempat dimana usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Dalam penelitian ini lokasi diukur dengan jauh atau dekatnya kantor pegadaian yang digunakan nasabah dan dihitung dalam satuan km.

## 5. Kualitas Pelayanan ( $X_4$ )

Kualitas pelayanan menurut Lee & Yang (2001) merupakan keunggulan, nilai, kesesuaian, dan spesifikasi yang memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Untuk mengukur kualitas layanan dalam penelitian ini yaitu dari segijaminan, performa layanan, aspek fisik, perhatian terhadap pelanggan, dan kecepatan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan. Dalam penelitian

kualitas pelayanan dibagi menjadi sub indikator yaitu jaminan, performa layanan, fasilitas fisik, perhatian pelanggan, dan kecepatan layanan yang masing-masing memiliki jumlah pertanyaan yang berbeda.

Selanjutnya untuk pengukuran datanya dalam penelitian ini menggunakan skala likert, dimana skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2007). Untuk setiap pilihan jawaban akan diberikan skor 1 (sangat tidak setuju); 2 (tidak setuju); 3 (setuju); dan 4 (sangat setuju) yang kemudian dari setiap jawaban akan dijumlahkan.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini berdasarkan data primer yang diperoleh melalui kuesioner, yaitu berupa pertanyaan yang akan dijawab oleh masing-masing reponden (Sekaran, 2006). Kuesioner terdiri dari dua bagian, bagian pertama adalah profil nasabah pegadaian, dan bagian kedua berisi pertanyaan mengenai variabel independen dalam penelitian yaitu pendapatan, pengetahuan produk, lokasi, dan kualitas layanan. Pendapatan dan pengetahuan produk menggunakan kuesioner tertutup sehingga hasil yang diperoleh adalah dummy, sedangkan kualitas layanan menggunakan CARTER dengan skala likert dari 1 sampai 4 yang indikatornya sudah ditentukan. Kuesioner diberikan kepada masing-masing nasabah pegadaian. Kuesioner ini diperoleh secara pribadi dengan mendatangi kantor pegadaian yang dilakukan pada September 2017 selama jam operasional pegadaian. Sehingga

pada dasarnya responden yang dipilih bervariasi dari segi kelompok umur dan kesiapan dalam mengisi kuesioner.

### 3.5 Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk mengklasifikasikan konsumen dalam hal sosial demografi, dan untuk menjawab tujuan penelitian mengenai motivasi dan tingkat pemahaman mengenai kepatuhan syariah di pegadaian syariah. Sementara untuk analisis statistik digunakan untuk menguji pengaruh antar variabel yang digunakan. Penjelasan mengenai uji yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 3.5.1 Model Peluang Linier (*Linier Probability Model*)

Model ini dapat diinterpretasikan sebagai peluang seseorang dalam memilih sesuatu berdasarkan informasi (Gaspersz, 1991) dalam hal ini apakah konsumen lebih memilih pegadaian syariah dibanding pegadaian konvensional dengan menggunakan informasi pendapatan, pengetahuan produk, lokasi, jaminan, performa layanan, aspek fisik, perhatian terhadap pelanggan, dan kecepatan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan. Model peluang linier mengasumsikan bahwa probabilitas bersifat linier terhadap variabel penjelas (Widarjono, 2016). Bentuk model peluang linier dalam penelitian ini adalah

$$Y_i = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \beta X_4 + \beta X_5 + \beta X_6 + \beta X_7 + \beta X_8 + u_i \dots\dots\dots (1)$$

Di mana:

$X_1$  = Pendapatan (rupiah)

$X_2$  = Pengetahuan Produk (nilai)

$X_3$  = Lokasi (km)

$X_4$  = Jaminan (nilai)

$X_5$  = peforma layanan (nilai)

$X_6$  = fasilitas fisik (nilai)

$X_7$  = perhatian terhadap pelanggan (nilai)

$X_8$  = Kecepatan (nilai)

$Y_i = 1$  jika memilih pembiayaan pegadaian syariah

0 jika memilih pembiayaan pegadaian konvensional

$u_i$  = galat (error) yang timbul pada pengamatan ke- $i$  yang diasumsikan sebagai variabel acak yang berdistribusi secara bebas dengan nilai tengah sama dengan 0.

Selanjutnya dilakukan regresi dengan *Ordinary Least Square* (OLS) untuk mendapatkan estimatornya. Metode OLS bisa digunakan karena LPM memiliki karakteristik yang mirip dengan regresi OLS. Berbeda dengan model biasa,  $E(Y_i|X_i)$  adalah sebuah *conditional mean*, maka dalam LPM,  $E(Y_i|X_i)$  adalah sebuah *conditional probability* (Hakim, 2014). Untuk mengetahui sejauh mana ketepatan model peluang linier digunakan penggolongan dengan aturan:

Penggolongan = Kelompok pertama ( $Y = 1$ ) jika  $\hat{Y} > \frac{1}{2}$ ..... (2)

Kelompok kedua ( $Y = 0$ ) jika  $\hat{Y} \leq \frac{1}{2}$

Dari persamaan (1) dan (2) dapat ditentukan nilai kritisnya, dimana nasabah akan mengalihkan pilihannya. Titik kritis tersebut ditentukan melalui:

$\hat{Y}_i = a + bX_i = \frac{1}{2}$ ..... (3)

Apabila hasil perhitungan atau nilai prediksi dari  $Y$  ( $\hat{Y}_i$ ) melampaui nilai kritis yaitu  $\frac{1}{2}$  maka pilihan individu akan beralih. Dengan kata lain pilihan nasabah pegadaian terhadap pembiayaan pegadaian syariah akan beralih ke pembiayaan pegadaian konvensional apabila hasil perhitungan lebih besar dari nilai kritis sebesar  $\frac{1}{2}$ .

Metode LPM memiliki beberapa kelemahan diantaranya adalah (Widarjono, 2016):

1. Variabel gangguan  $e_i$  tidak berdistribusi normal, karena mengikuti distribusi binomial (distribusi Bernouli) dan modelnya bersifat binari dengan kata lain variabel dependennya hanya memiliki dua nilai sehingga tidak berdistribusi normal. Jika  $Y_i = 1$  maka  $e_i = 1 - \beta_0 - \beta_1 X_i$  maka probabilitasnya  $P_i$  ;
2. Varian dari variabel gangguan mengandung unsur heterokedastisitas, hal ini terjadi karena  $e_i$  mengikuti distribusi binomial. Apabila varian residual bersifat heterokedastisitas maka estimator tidak akan lagi bersifat BLUE, permasalahan ini bisa diatasi dengan menerapkan analisis regresi dengan metode WLS (*weighted least square*);
3. Nilai prediksi  $Y$  dari model linier tidak selalu terletak antara 0 sampai 1;
4. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  diragukan kebenarannya, karena  $R^2$  tidak akan mampu menjelaskan kesesuaian garis regresi dengan datanya jika distribusi data variabel dependen bersifat dikotomis atau binary.

### **3.5.2. Evaluasi Hasil Regresi**

Untuk mengetahui hasil dari analisis dengan menggunakan LPM maka langkah yang perlu dilakukan untuk mengevaluasi hasil regresi adalah sebagai berikut:

#### **3.5.1.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Tujuan dari uji koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen. Apabila nilai  $R^2$  mendekati angka 1 maka akan semakin baik karena variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sengan sempurna, sebaliknya jika nilai  $R^2$  mendekati 0 maka kemampuan variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen.

#### **3.5.1.2 Uji F**

Menurut (Widarjono, 2016) uji F digunakan untuk uji signnifikasi model. Uji F bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian. Untuk menguji apakah koefisien regresi variabel independen secara bersama-sama atau menyeluruh berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria signifikan atau tidaknya variabel independen terhadap varibael dependen ditentukan dengan:

1. Jika nilai probabilitas f-statistik  $<$  tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) maka secara simultan terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen
2. Jika nilai probabilitas f-statistik  $>$  tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) maka secara simultan tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen

### 3.5.1.3 Uji t

Uji statistik t (uji parsial) merupakan salah satu uji statistik yang digunakan untuk mengetahui secara parsial pengaruh dari masing-masing variabel independen yaitu pendapatan, pengetahuan produk, lokasi, jaminan, performa layanan, fasilitas fisik, perhatian terhadap pelanggan, dan kecepatan terhadap variabel dependen yaitu memilih pembiayaan pegadaian syariah atau pembiayaan pegadaian konvensional. Kriteria signifikan atau tidaknya variabel ditentukan dengan:

1. Apabila nilai probabilitas t-statistik  $<$  tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) maka secara parsial terdapat pengaruh antara variabel terkait dengan variabel dependen
2. Apabila nilai probabilitas t-statistik  $>$  tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) maka secara parsial tidak terdapat pengaruh antara variabel terkait dengan variabel dependen

### 3.5.3. Analisis Deskriptif

Model peluang linier merupakan metode untuk menjawab tujuan penelitian yang pertama, sedangkan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang kedua dan ketiga mengenai motivasi nasabah dalam memilih pembiayaan pegadaian dan pengetahuan nasabah terhadap pembiayaan pegadaian adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2007). Dengan



menggunakan metode *survey* melalui kuesioner untuk menggambarkan hal yang sesungguhnya terjadi di lapangan.

Analisis yang digunakan untuk menjawab pertanyaan kedua mengenai alasan nasabah menggunakan pegadaian adalah menggunakan analisis deskriptif frekuensi melalui SPSS. Karena dalam pertanyaan sudah ditentukan beberapa alasan nasabah menggunakan pegadaian yang terdiri dari 6 alasan yaitu konsumsi, pendidikan, bisnis/modal, tabungan/investasi dan lainnya selain yang sudah disebutkan.

Pertanyaan terakhir dalam penelitian ini adalah mengenai tingkat kepatuhan syariah di pegadaian syariah dilihat dari sudut pandang nasabah. Untuk menjawab pertanyaan tersebut dilakukan prosedur penskala likert berdasarkan hasil kuesioner. Beberapa langkah yang dilakukan adalah:

1. Menentukan skor maksimal, yaitu skor jawaban terbesar dikalikan banyaknya item pertanyaan
2. Menentukan skor minimal, yaitu skor jawaban terkecil dikalikan banyaknya item pertanyaan
3. Menentukan nilai median, yaitu  $(\text{skor maksimal} + \text{skor minimal})/2$
4. Menentukan nilai kuartil I,  $(\text{skor minimal} + \text{skor median})/2$
5. Menentukan nilai kuartil III,  $(\text{skor maksimal} + \text{skor median})/2$
6. Kemudian dibuatlah skala yang menggambarkan masing-masing skor
7. Menentukan batas-batas skor untuk masing-masing kategori, kemudian dibuatlah tabel distribusi frekuensi tingkat kepatuhan syariah di pegadaian syariah dilihat dari persepsi nasabah.

Selanjutnya untuk melihat secara keseluruhan dari penilaian nasabah terhadap tingkat kepatuhan syariah di pegadaian syariah, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan skor maksimal, yaitu skor maksimal x banyaknya responden
2. Menentukan skor minimal, yaitu skor minimal x banyaknya responden
3. Menentukan nilai median, yaitu  $(\text{skor maksimal} + \text{skor nominal})/2$
4. Menentukan nilai kuartil I,  $(\text{skor minimal} + \text{skor median})/2$
5. Menentukan nilai kuartil III,  $(\text{skor maksimal} + \text{skor median})/2$
6. Kemudian dibuatlah skala yang menggambarkan masing-masing skor
7. Menentukan batas-batas skor untuk masing-masing kategori, kemudian dibuatlah tabel distribusi frekuensi tingkat kepatuhan syariah di pegadaian syariah dilihat dari persepsi nasabah

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Analisis Deskriptif Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah nasabah Pegadaian Lempuyangan dan nasabah Pegadaian Kusumanegara, pegadaian lempuyangan merupakan salah satu pegadaian yang paling lama berdiri yang ada di wilayah Yogyakarta, sedangkan pegadaian syariah kusumenegara merupakan satu-satunya pegadaian yang beroperasi dibawah prinsip syariah dan membawahi beberapa unit. Data per tanggal 30 April 2017 yang diperoleh dari pegadaian area Yogyakarta menunjukkan jumlah nasabah aktif pegadaian lempuyangan sebesar 14.465 nasabah dan pegadaian kusumanegara 12.510 nasabah.

Beberapa gambaran umum mengenai persamaan dan perbedaan antara pegadaian syariah dengan pegadaian konvensional adalah sebagai berikut (Karim, 2012):

1. Dalam pegadaian syariah dan konvensional, objek yang digadaikan bisa terdiri dari emas dan perhasan lainnya
2. Cara kerja pegadaian konvensional dan juga pegadaian syariah adalah dengan cara, orang yang membutuhkan uang datang ke pegadaian dengan menyerahkan barang yang akan digadaikan yang kemudian akan ditaksir oleh petugas dan nilai taksiranya diberikan dalam bentuk uang

3. Dalam pegadaian konvensional dikenakan bunga untuk jasa yang dilakukan, sehingga orang yang menggadaikan membayarkan bunga, dan pada saat jatuh tempo mereka akan membayar kembali barang tersebut
4. Sedangkan pada pegadaian syariah tidak mengenakan bunga akan tetapi mereka mengambil keuntungan dari biaya sewa atas penyimpanan barang atau biaya sewa penitipan

Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh karakteristik responden yang digambarkan sebagai berikut.

**Tabel IV.1**  
**Agama Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pegadaian Syariah					
Valid	Islam	46	92,0	92,0	92,0
	Kristen	2	4,0	4,0	96,0
	Katolik	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	
Pegadaian Konvensional					
Valid	Islam	35	70,0	70,0	70,0
	Kristen	7	14,0	14,0	84,0
	Katolik	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa pada umumnya nasabah pegadaian terdiri dari 3 agama, dan yang mendominasi adalah nasabah yang beragama islam. Sebanyak 92 persen nasabah pegadaian syariah beragama islam, sedangkan sisanya merupakan nasabah yang beragama kristen dan katolik dengan masing-masing 4 persen. Tidak jauh berbeda dengan syariah, nasabah pegadaian konvensional juga didominasi oleh orang islam yaitu sebesar 70 persen, kristen 14 persen, dan katolik 16 persen.

**Tabel IV.2**  
**Jenis Kelamin Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional**

		<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
<b>Pegadaian Syariah</b>					
Valid	Laki-laki	15	30,0	30,0	30,0
	Perempuan	35	70,0	70,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	
<b>Pegadaian Konvensional</b>					
Valid	Laki-laki	15	30,0	30,0	30,0
	Perempuan	35	70,0	70,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil kuesioner yang didapatkan pegadaian syariah dan konvensional memiliki persentase yang sama tentang jenis kelamin nasabah, dengan 30 persen nasabahnya adalah laki-laki dan 70 persen perempuan.

**Tabel IV.3**  
**Status Pernikahan Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional**

		<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
<b>Pegadaian Syariah</b>					
Valid	Menikah	29	58,0	58,0	58,0
	Belum Menikah	21	42,0	42,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	
<b>Pegadaian Konvensional</b>					
Valid	Menikah	36	72,0	72,0	72,0
	Belum Menikah	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar nasabah sudah berkeluarga atau menikah, dengan persentase 58 persen untuk pegadaian syariah dan 72 persen untuk pegadaian konvensional dan selebihnya merupakan nasabah pegadaian yang belum menikah sebesar 42 persen nasabah syariah dan 28 persen nasabah konvensional.

Sebaran usia responden sangat bervariasi, seperti yang diperlihatkan pada tabel berikut:

**Tabel IV.4**  
**Usia Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pegadaian Syariah					
Valid	18-25	15	30,0	30,0	30,0
	26-35	13	26,0	26,0	56,0
	36-45	9	18,0	18,0	74,0
	46-55	7	14,0	14,0	88,0
	>55	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	
Pegadaian Konvensional					
Valid	18-25	9	18,0	18,0	18,0
	26-35	14	28,0	28,0	46,0
	36-45	15	30,0	30,0	76,0
	46-55	9	18,0	18,0	94,0
	>55	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sebagian besar nasabah pegadaian syariah berusia antara 18-25 tahun yaitu sebesar 30 persen, sedangkan paling rendah sebesar 12 persen adalah nasabah berusia lebih dari 50 tahun. Untuk pegadaian konvensional didominasi nasabah usia 36-45 tahun yaitu sebesar 30 persen dan yang paling rendah adalah nasabah usia 50 tahun keatas sebesar 6 persen.

**Tabel IV.5**  
**Tingkat Pendidikan Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pegadaian Syariah					
Valid	SMP	4	8,0	8,0	8,0
	SMA	15	30,0	30,0	38,0
	S1	11	22,0	22,0	60,0
	Lainnya	19	38,0	38,0	98,0
	6	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	
Pegadaian Konvensional					
Valid	SMP	1	2,0	2,0	2,0
	SMA	24	48,0	48,0	50,0
	S1	3	6,0	6,0	56,0
	Lainnya	21	42,0	42,0	98,0
	6	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil kuesioner tingkat pendidikan nasabah pegadaian didominasi lulusan SMA, yaitu 30 persen untuk syariah dan 48 persen untuk konvensional.

**Tabel IV.6**  
**Lama menjadi Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pegadaian Syariah					
Valid	<1 tahun	20	40,0	40,0	40,8
	1-3 tahun	10	20,0	20,4	61,2
	>3 tahun	19	38,0	38,8	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
	Missing system	1	2,0		
	Total	50	100,0		
Pegadaian Konvensional					
Valid	<1 tahun	17	34,0	34,0	34,0
	1-3 tahun	16	32,0	32,0	66,0
	>3 tahun	17	34,0	34,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas, sebagian besar nasabah pegadaian syariah menjadi nasabah pegadaian kurang dari 1 tahun sebesar 40 persen, 1-3 tahun 20 persen dan lebih dari 3 tahun 38 persen. Sedangkan responden yang menjadi nasabah pegadaian konvensional yang kurang dari 1 tahun dan lebih dari 3 tahun sebesar 34 persen, selebihnya sebesar 32 persen menjadai nasabah antara 1-3 tahun.

Untuk profesi nasabah pegadaian syariah dan konvensional bisa dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.7**  
**Profesi Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Pegadaian Syariah</b>					
Valid	Mahasiswa	12	24,0	24,5	24,5
	Petani	3	6,0	6,1	30,6
	Karyawan Swasta	11	22,0	22,4	53,1
	PNS	5	10,0	10,2	63,3
	Pengusaha	4	8,0	8,2	71,4
	Lainnya	14	28,0	28,6	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
	Missing system	1	2,0		
	Total	50	100,0		
<b>Pegadaian Konvensional</b>					
Valid	Mahasiswa	6	12,0	12,0	12,0
	Petani	1	2,0	2,0	14,0
	Karyawan Swasta	20	40,0	40,0	54,0
	PNS	2	4,0	4,0	58,0
	Pengusaha	6	12,0	12,0	70,0
	Lainnya	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Data yang diperoleh dari kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah pegadaian syariah adalah profesi lainnya sebesar 28 persen. profesi lainnya disini adalah ibu rumah tangga, selanjutnya adalah mahasiswa sebesar 24



persen. Sedangkan untuk pegadaian konvensional sebesar 40 persen penggadai bekerja sebagai karyawan swasta.

Dari nasabah yang sudah menikah, dapat diketahui profesi dari pasangan mereka, seperti yang ada dalam tabel berikut:

**Tabel IV.8**  
**Profesi Suami/Istri Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Pegadaian Syariah</b>					
Valid	0	1	2,0	2,0	2,0
	Mahasiswa	1	2,0	2,0	4,0
	Petani	5	10,0	10,0	14,0
	Karyawan Swasta	17	34,0	34,0	48,0
	PNS	3	6,0	6,0	54,0
	Pengusaha	4	8,0	8,0	62,0
	Lainnya	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	
<b>Pegadaian Konvensional</b>					
Valid	0	1	2,0	2,6	2,6
	Mahasiswa	1	2,0	2,6	5,1
	Karyawan Swasta	18	36,0	46,2	51,3
	PNS	3	6,0	7,7	59,0
	Pengusaha	7	14,0	17,9	76,9
	Lainnya	9	18,0	23,1	100,0
	Total	39	78,0	100,0	
	Missing system	11	22,0		
	Total	50	100,0		

Profesi dari pasangan penggadai yang sudah menikah sebagian besar adalah karyawan swasta, sebesar 34 persen pegadaian syariah dan 36 persen pegadaian konvensional.

**Tabel IV.9**  
**Rata-rata Pendapatan per Bulan Nasabah Pegadaian Syariah dan**  
**Konvensional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Pegadaian Syariah</b>					
Valid	<1.000.000	13	26,0	27,1	27,1
	1.000.000-5.000.000	33	66,0	68,8	95,1
	5.000.000-10.000.000	2	4,0	4,2	100,0
	10.000.000-15.000.000	48	96,0	100,0	
	15.000.000-20.000.000	2	4,0		
	Total	50	100,0		
<b>Pegadaian Konvensional</b>					
Valid	<1.000.000	5	10,0	10,0	10,0
	1.000.000-5.000.000	34	68,0	68,0	78,0
	5.000.000-10.000.000	9	18,0	18,0	96,0
	10.000.000-15.000.000	1	2,0	2,0	98,0
	15.000.000-20.000.000	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Pendapatan nasabah pegadaian baik syariah maupun konvensional setiap bulannya adalah berada di kisaran 1-5 juta atau lebih tepatnya rata-rata sekitar 1,98 juta per bulan. Pendapatan maksimal nasabah syariah adalah 5-10 juta per bulan, sedangkan pegadaian konvensional dalam setiap bulannya ada nasabah yang memperoleh 15-20 juta.

**Tabel IV.10**  
**Rata-rata Pengeluaran per Bulan Nasabah Pegadaian Syariah dan**  
**Konvensional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Pegadaian Syariah</b>					
Valid	<1.000.000	8	16,0	16,7	16,7
	1.000.000-5.000.000	36	72,0	75,0	91,7
	5.000.000-10.000.000	4	8,0	8,3	100,0
	Total	48	96,0	100,0	
	Missing system	2	4,0		
	Total	50	100,0		

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Pegadaian Konvensional</b>					
Valid	<1.000.000	14	28,0	28,6	28,6
	1.000.000-5.000.000	31	62,0	63,3	91,8
	5.000.000-10.000.000	4	8,0	8,2	100,0
	Total	49	98,0	100,0	
	Missing system	1	2,0		
	Total	50	100,0		

Selanjutnya kita bisa lihat berapa rata-rata pengeluaran nasabah pegadaian setiap bulannya. Rata-rata pengeluaran nasabah pegadaian sebesar 1-5 juta setiap bulan, dengan persentase syariah 72 persen dan nasabah pegadaian konvensional 62 persen.

**Tabel IV.11**  
**Jumlah Tanggungan Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Pegadaian Syariah</b>					
Valid	Tidak ada	19	38,0	39,6	39,6
	1-3	21	42,0	43,0	83,3
	>3	8	16,0	16,7	100,0
	Total	48	96,0	100,0	
	Missing system	2	4,0		
	Total	50	100,0		
<b>Pegadaian Konvensional</b>					
Valid	Tidak ada	19	38,0	38,0	38,0
	1-3	21	42,0	42,0	80,0
	>3	7	14,0	14,0	94,0
	4	2	4,0	4,0	98,0
	5	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sebesar 42 persen nasabah pegadaian syariah memiliki 1-3 tanggungan, sama dengan pegadaian konvensional yang juga sebesar 42 persen nasabahnya memiliki jumlah tanggungan 1-3 orang.

Penggadai yang menikah dan memiliki anak yang masih bersekolah bisa kita lihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.12**  
**Pendidikan Anak Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Pegadaian Syariah</b>					
Valid	SD	7	14,0	18,9	18,9
	SMP	2	4,0	5,4	24,3
	SMA	9	18,0	24,3	48,6
	D3	2	4,0	5,4	54,1
	S1	4	8,0	10,8	64,9
	Lainnya	13	26,0	35,1	100,0
	Total	37	74,0	100,0	
	Missing system	13	26,0		
	Total	50	100,0		
<b>Pegadaian Konvensional</b>					
Valid	SD	2	4,0	4,7	4,7
	SMP	5	10,0	11,6	16,3
	SMA	6	12,0	14,6	30,2
	D3	3	6,0	7,0	37,2
	S1	6	12,0	14,0	51,0
	Lainnya	21	42,0	48,0	100,0
	Total	43	86,0	100,0	
	Missing system	7	14,0		
	Total	50	100,0		

Pendidikan anak antara nasabah pegadaian syariah dan konvensional memiliki nilai yang sama dengan persentase paling banyak adalah lainnya, sebesar 26 persen pegadaian syariah dan 42 persen untuk pegadaian konvensional. Lainnya disini seperti TK dan balita. Apabila dihitung mulai usia sekolah untuk pegadaian syariah adalah SMA sebesar 18 persen sedangkan pegadaian konvensional adalah SMA dan S1 sebesar 12 persen.

Selain itu berikut ini adalah jenis kendaraan yang dimiliki oleh nasabah pegadaian, dimana kepemilikan kendaraan ini kita bisa memperkirakan berapa

rata-rata pengeluaran mereka dalam satu bulan. Berikut ini adalah jenis kendaraan yang dimiliki sebagaimana dalam tabel berikut:

**Tabel IV.13**  
**Kendaraan yang dimiliki Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pegadaian Syariah					
Valid	0	1	2,0	2,1	2,1
	Mobil	5	10,0	10,4	12,5
	Motor	31	62,0	64,6	77,1
	Keduanya	11	22,0	22,9	100,0
	Total	48	96,0	100,0	
	Missing system	2	4,0		
	Total	50	100,0		
Pegadaian Konvensional					
Valid	Mobil	6	12,0	12,0	12,0
	Motor	35	70,0	70,0	82,0
	Keduanya	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Untuk jenis kendaraan yang dimiliki oleh nasabah adalah motor sebesar 62 persen untuk syariah dan 70 persen untuk konvensional.

**Tabel IV.14**  
**Jarak Lokasi Nasabah dengan Pegadaian**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pegadaian Syariah					
Valid	<1 km	16	32,0	32,0	32,0
	1-5 km	26	52,0	52,0	84,0
	6-10 km	6	12,0	12,0	96,0
	>10 km	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	
Pegadaian Konvensional					
Valid	<1 km	15	30,0	30,0	30,0
	1-5 km	27	54,0	54,0	84,0
	6-10 km	7	14,0	14,0	98,0
	>10 km	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sebagian besar jarak lokasi nasabah dengan pegadaian adalah 1-5 km, untuk pegadaian syariah sebesar 52 persen dan pegadaian konvensional sebesar 54 persen. Meski demikian ada yang lokasi lebih dari 10 km akan tetapi hanya sebagian kecil, yaitu sebesar 4 persen untuk pegadaian syariah dan 2 persen untuk pegadaian konvensional. rata-rata jarak yang ditempuh nasabah untuk sampai pegadaian adalah 1,9 km dengan jarak yang paling jauh adalah berkisar antara 5-10 km dan yang paling dekat adalah kurang dari 1 km.

## **4.2 Analisis Data**

Dalam penelitian ini akan diuji pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan pegadaian dengan menggunakan regresi LPM (*Linier Probability Model*), selanjutnya dilakukan analisis deskriptif untuk mengetahui motivasi nasabah menggunakan pegadaian dan tingkat pemahaman nasabah pegadaian syariah terhadap kepatuhan syariah di pegadaian syariah. Berikut pembahasan dan hasil pengujiannya:

### **4.2.1 Uji Regresi *Linier Probability Model***

Metode LPM digunakan untuk menguji faktor pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk memilih pegadaian yang akan digunakan yaitu peluang nasabah memilih antara pegadaian syariah atau konvensional, analisis ini menggunakan model peluang linier dengan variabel dependen (pegadaian syariah atau konvensional) dan variabel independen yaitu pendapatan ( $X_1$ ), pengetahuan produk ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), performa layanan ( $X_5$ ), aspek fisik ( $X_6$ ),

perhatian terhadap pelanggan ( $X_7$ ), dan kecepatan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan ( $X_8$ ). Berikut tabel hasil pengujiannya:

**Tabel IV.15**  
**Hasil Regresi Model Peluang Linier**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.436486	0.540335	0.807806	0.4213
X1	-0.247952	0.075758	-3.272934	0.0015
X2	-0.017330	0.017421	-0.994786	0.3225
X3	0.022201	0.065338	0.339793	0.7348
X4	0.139217	0.047798	2.912636	0.0045
X5	-0.022390	0.038887	-0.575783	0.5662
X6	-0.027835	0.034379	-0.809669	0.4202
X7	0.009490	0.028701	0.330664	0.7417
X8	0.004393	0.031563	0.139193	0.8896
R-squared	0.202271	Mean dependent var		0.500000
Adjusted R-squared	0.132141	S.D. dependent var		0.502519
S.E. of regression	0.468141	Akaike info criterion		1.405597
Sum squared resid	19.94323	Schwarz criterion		1.640062
Log likelihood	-61.27983	F-statistic		2.884225
Durbin-Watson stat	0.438142	Prob(F-statistic)		0.006576

*Sumber: Data primer diolah peneliti*

Berdasarkan pada data hasil regresi LPM yang ditunjukkan pada tabel diatas, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Y = & \quad 0.4365 \quad - 0.2480 X_1 \quad - 0,0173 X_2 \quad + 0,0222 X_3 \quad + 0,1392 X_4 \\
 & \quad - 0,0224 X_5 \quad - 0,0278 X_6 \quad + 0,0095 X_7 \quad + 0,0044 X_8 \\
 SE = & \quad (0.5403) \quad (0.0758) \quad (0.0174) \quad (0.0653) \quad (0.0478) \\
 & \quad (0.0389) \quad (0.0344) \quad (0.0287) \quad (0.0316) \\
 R^2 = & \quad 20,22\%
 \end{aligned}$$

Dari hasil regresi terdapat dua variabel yang signifikan dengan tingkat probabilitas 1% yaitu variabel  $X_1$  (pendapatan) dan  $X_4$  (jaminan). Berdasarkan persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa:

### 1. Konstanta

Nilai konstanta persamaan regresi ini sebesar 0,4358 menyatakan bahwa jika variabel pendapatan, pengetahuan produk, lokasi, jaminan, performa layanan, aspek fisik, perhatian terhadap pelanggan, dan kecepatan dalam memberikan bantuan kepada pelanggannya 0, maka rata-rata probabilitas nasabah memilih pegadaian syariah sebesar 43,65%.

### 2. Pendapatan ( $X_1$ )

Koefisien variabel pendapatan ( $X_1$ ) sebesar -0,2480 menunjukkan bahwa apabila pendapatan naik satu satuan maka rata-rata probabilitas nasabah menggunakan pegadaian akan turun 24,80%, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi dianggap konstan. Ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mansor dkk (2014) dimana faktor demografi seperti pendapatan memiliki pengaruh terhadap nasabah pegadaian dalam memilih pegadaian syariah, dan sesuai dengan teori pendapatan yang mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan maka kemampuan seseorang untuk melakukan pinjaman akan turun, sehingga hubungan antara pendapatan dan kredit adalah negatif.

### 3. Jaminan ( $X_4$ )

Koefisien variabel jaminan ( $X_4$ ) sebesar 0,1392 menunjukkan bahwa apabila semakin baik jaminan maka rata-rata probabilitas nasabah untuk memilih dan menggunakan pegadaian akan naik sebesar 13,92%, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi dianggap konstan. Jaminan merupakan salah satu sub indikator kualitas pelayanan, hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Shukor dan Sabri (2013) dimana salah satu yang mendasari kepuasan pelanggan



dalam pelayanan adalah jaminan, selain itu berdasarkan penelitian yang dilakukan Azman, Kassim dan Masron (2015) diketahui bahwa jaminan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nasabah dalam memilih pegadaian.

Untuk variabel lainnya seperti pengetahuan produk ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ), performa layanan ( $X_5$ ), aspek fisik ( $X_6$ ), perhatian terhadap pelanggan ( $X_7$ ), dan kecepatan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan ( $X_8$ ) berdasarkan hasil pengujian tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pegadaian. Tidak signifikannya variable-variabel tersebut dikarenakan:

1. Pengetahuan Produk ( $X_2$ )

Dalam beberapa penelitian seperti yang dilakukan Rofiani (2009) pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap perilaku nasabah dalam memilih pembiayaan pegadaian. Berbeda dengan penelitian sebelumnya dalam penelitian ini pengetahuan produk tidak berpengaruh terhadap nasabah dalam memilih pembiayaan pegadaian. Hal ini bisa dikarenakan nasabah yang menggunakan pegadaian adalah mereka yang membutuhkan uang tunai dalam waktu singkat, sehingga mereka mungkin kurang mementingkan mengenai banyak atau sedikitnya informasi mengenai produk yang mereka gunakan, karena kondisi yang sedang dialami sehingga mereka akan tetap melakukan gadai untuk mendapatkan uang yang mereka butuhkan. Rekomendasi dari seseorang juga menjadi alasan lain nasabah tidak membutuhkan banyak informasi mengenai produk pegadaian, karena mereka menggunakan pegadaian berdasarkan rekomendasi seseorang yang sudah mereka kenal dengan baik dan pernah menggunakan pegadaian.

## 2. Lokasi ( $X_3$ )

Dalam penelitian ini lokasi juga tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk memilih pembiayaan pegadaian, berbeda dengan penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan Ahmad, Mansor dan Nadiah (2012) dimana lokasi memiliki pengaruh terhadap nasabah pegadaian syariah. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan Azman, Kassim dan Masron (2015) lokasi juga memiliki pengaruh meskipun tidak menjadi yang paling dominan diantara faktor-faktor lainnya. Tidak signifikannya lokasi bisa dikarenakan lokasi pegadaian sudah tersebar ke daerah-daerah khususnya untuk pegadaian yang ada di Yogyakarta mudah dijangkau oleh nasabah baik menggunakan kendaraan pribadi atau angkutan umum, sehingga jauh atau dekat suatu pegadaian tidak menjadi masalah bagi nasabah. Selain itu keyakinan nasabah mengenai pegadaian yang mereka gunakan bisa menjadi alasan tidak signifikannya lokasi, karena mereka sudah terbiasa menggunakan pegadaian tersebut.

## 3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dalam penelitian terdiri dari sub indikator seperti jaminan ( $X_4$ ), performa layanan ( $X_5$ ), aspek fisik ( $X_6$ ), perhatian terhadap pelanggan ( $X_7$ ), dan kecepatan dalam memberikan bantuan kepada pelanggan ( $X_8$ ). Hasil regresi menunjukkan dari 5 variabel yang signifikan hanyalah jaminan, sedangkan variabel lainnya tidak signifikan. Bidang usaha pegadaian utamanya adalah pembiayaan dalam bentuk gadai. Bagi nasabah pegadaian barang yang mereka gadaikan sangatlah penting sehingga mereka ingin menggadaikan barang pada tempat yang sudah menjamin keamanan barangnya dan pegadaian

merupakan lembaga yang dijamin oleh pemerintah dengan adanya regulasi untuk gadai, sehingga ini bisa menjadi alasan kenapa hanya jaminan yang signifikan sedangkan variabel lainnya tidak signifikan. Selain itu pelayanan yang diberikan oleh pegadaian relatif cepat dibandingkan lembaga keuangan lainnya semisal perbankan sehingga sudah mereka puas dengan pelayanan yang diberikan.

#### 4.2.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil regresi LPM menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 20,22% yang berarti variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 20,22% sedangkan sisanya sebesar 79,78% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Nilai  $R^2$  ini tidak menjamin adanya koefisien determinasi yang sedekat mungkin dengan data yang merupakan salah satu kelemahan LPM. Dalam LPM variabel dependen bersifat binary yang bernilai 1 atau 0 sehingga tidak ada jaminan bahwa nilai koefisien determinasi mendekati data yang sebenarnya.

#### 4.2.3 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama). Berdasarkan hasil regresi LPM diperoleh nilai probabilitas  $F_{\text{statistik}}$  sebesar 0.0066 yang jika dibandingkan dengan  $\alpha = 1\%$  berarti signifikan karena nilai probabilitas  $F_{\text{statistik}} < \alpha = 1\%$ . Artinya secara bersama-sama (simultan) variabel pendapatan, pengetahuan produk, lokasi, jaminan, performa layanan, fasilitas fisik, perhatian karyawan, dan kecepatan

pelayanan berpengaruh signifikan terhadap nasabah dalam memilih jenis pegadaian.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan Rofiani (2009) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pelayanan dan pengetahuan produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan pegadaian. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa seorang nasabah atau konsumen sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu produk barang atau jasa, mereka akan mencari tahu terlebih dahulu mengenai produk yang akan digunakan bisa dari berbagai sumber seperti teman atau yang lainnya.

Ahmad, Mansor, dan Nadiah (2012) dalam penelitian mereka menyatakan bahwa faktor-faktor seperti pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh terhadap nasabah dalam memilih pegadaian. Begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan Mansor dkk (2014) dan Azman, Kassim, dan Mansor (2015) yang menunjukkan bahwa lokasi dan pendapatan memiliki pengaruh terhadap nasabah dalam menggunakan pegadaian.

#### **4.2.4 Uji t**

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (sendiri-sendiri). Berikut ringkasan tabel hasil penelitian:

**Tabel IV.16**  
**Tabel Perhitungan Uji Regresi Parsial**

<b>Keterangan</b>	<b>t-Hitung</b>		<b>t-Tabel</b>	<b>Kesimpulan</b>
Pendapatan (X <sub>1</sub> )	-3,2729	<	2,418	Berpengaruh negatif terhadap nasabah dalam memilih pegadaian
Pengetahuan produk(X <sub>2</sub> )	-0,9948	<	2,418	Tidak berpegaruh terhadap nasabah dalam memilih pegadaian
Lokasi(X <sub>3</sub> )	0,3398	<	2,418	Tidak berpegaruh terhadap nasabah dalam memilih pegadaian
Jaminan (X <sub>4</sub> )	2,9126	>	2,418	Berpengaruh positif terhadap nasabah dalam memilih pegadaian
Performa layanan(X <sub>5</sub> )	-0,5758	<	2,418	Tidak berpegaruh terhadap nasabah dalam memilih pegadaian
Fasilitas fisik(X <sub>6</sub> )	-0,8097	<	2,418	Tidak berpegaruh terhadap nasabah dalam memilih pegadaian
Perhatian karyawan(X <sub>7</sub> )	0,3307	<	2,418	Tidak berpegaruh terhadap nasabah dalam memilih pegadaian
Kecepatan pelayanan(X <sub>8</sub> )	0,1392	<	2,418	Tidak berpegaruh terhadap nasabah dalam memilih pegadaian

*Sumber : Data primer diolah peneliti*

Dari hasil uji t diatas dengan tingkat  $\alpha = 1\%$  dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel yang berpengaruh positif terhadap nasabah dalam memilih pegadaian adalah Lokasi(X<sub>3</sub>), Jaminan (X<sub>4</sub>), Perhatian karyawan(X<sub>7</sub>) dan Kecepatan pelayanan(X<sub>8</sub>), sedangkan variabel Pendapatan (X<sub>1</sub>), Pengetahuan produk(X<sub>2</sub>), Performa layanan(X<sub>5</sub>) dan Fasilitas fisik(X<sub>6</sub>) memiliki pengaruh negatif terhadap nasabah dalam memilih pegadaian.

Terdapat beberapa teori yang sangat mendukung penelitian ini, dari tabel diatas dilihat bahwa pendapatan berpengaruh negatif terhadap nasabah pegadaian, sehingga teori yang digunakan berlaku seperti yang diungkapkan oleh Kahf bahwa apabila pendapatan naik, tingkat kredit seseorang akan semakin turun atau berhubungan negatif. Pengetahuan produk berpengaruh negatif terhadap nasabah

dalam menggunakan pegadaian, hasil ini tidak sesuai dengan teori dan hasil penelitian seperti yang dilakukan oleh Rofiani (2009) yang mengatakan bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan pegadaian. Selanjutnya adalah lokasi, seperti yang diungkapkan oleh Lempoy, Mandey, dan Loindong (2015) dan juga Taringan (2005) yang mengatakan bahwa semakin strategis suatu lokasi maka konsumen akan semakin tertarik untuk menggunakan jasa pegadaian, sebaliknya semakin jauh lokasi maka minat seseorang menggunakan pegadaian akan turun, akan tetapi dalam penelitian ini teori tersebut tidak berlaku. Tidak berlakunya teori ini bisa dikarenakan letak dari pegadaian yang kurang strategis, sehingga nasabah tidak kesulitan untuk mendatangi pegadaian, sehingga jarak yang mereka tempuh tidak menjadi persoalan atau dapat juga dikarenakan sebagian besar nasabah hanya menempuh rata-rata 1,9 km untuk sampai ke pegadaian, dan menurut persepsi mereka itu bukanlah jarak yang terlalu jauh untuk ditempuh.

Kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 sub indikator memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap keputusan nasabah, beberapa yang berhubungan positif adalah jaminan, perhatian karyawan (empati), dan kecepatan pelayanan (daya tanggap). Sedangkan untuk 2 variabel lain yaitu performa layanan dan fasilitas fisik memiliki hubungan negatif terhadap keputusan nasabah menggunakan pegadaian. Sehingga secara umum bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap nasabah dan sesuai dengan teori yang digunakan, yaitu semakin bagus pelayanan maka seseorang akan cenderung untuk

menggunakan lebih barang atau jasa tersebut, karena mereka puas (Lee & Yang, 2001).

#### 4.2.5 Uji Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini terdapat 3 pertanyaan. Analisis sebelumnya dilakukan untuk menjawab pertanyaan mengenai faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih pegadian, dan untuk menjawab pertanyaan selanjutnya dilakukan uji deskriptif, yaitu uji yang dilakukan untuk mengetahui motivasi atau alasan nasabah menggunakan pegadaian. Berdasarkan hasil kuesioner mengenai alasan menggunakan pegadaian, nasabah memiliki pertimbangan/alasan, berikut adalah alasan nasabah menggunakan pegadaian berdasarkan hasil kuesioner, yang dikelompokkan dalam beberapa alasan utama seperti dalam tabel berikut:

**Tabel IV.17**  
**Alasan Nasabah Pegadaian Syariah dan Konvensional Menggunakan Pegadaian**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Pegadaian Syariah</b>					
Valid	Konsumsi	13	26,0	26,0	26,0
	Pendidikan	2	4,0	4,0	30,0
	Bisnis/Modal	14	28,0	28,0	58,0
	Tabungan/Inventasi	11	22,0	22,0	80,0
	Lainnya	7	14,0	14,0	94,0
	6	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	
<b>Pegadaian Konvensional</b>					
Valid	Konsumsi	11	22,0	22,0	22,0
	Pendidikan	4	8,0	8,0	30,0
	Bisnis/Modal	16	32,0	32,0	62,0
	Tabungan/Inventasi	4	8,0	8,0	70,0
	Lainnya	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dalam melakukan gadai, nasabah memiliki banyak pertimbangan sehingga akan sangat bervariasi jawaban dari nasabah untuk pertanyaan tersebut. Sehingga disini dikelompokkan beberapa alasan atau tujuan dari nasabah untuk melakukan pegadaian. Dapat dilihat bahwa sebagian besar tujuan atau alasan nasabah menggunakan pegadaian adalah untuk bisnis atau mendapatkan modal. Dengan persentase nasabah pegadaian syariah sebesar 28 persen sedikit lebih rendah jika dibandingkan dengan nasabah konvensional yang sebesar 32 persen. Untuk kegiatan konsumsi ada 26 persen pegadaian syariah dan 22 persen untuk pegadaian konvensional. Sedangkan alasan lainnya yang tidak masuk dalam kelompok baik untuk pegadaian syariah dan juga konvensional nasabah menggunakan pegadaian adalah seperti untuk keperluan yang mendesak, dan butuh waktu cepat untuk mendapatkan dana tunai.

Hasil ini berbeda dengan Othman, Hashim, & Abdullah (2012) yang mengatakan bahwa alasan nasabah untuk melakukan pegadaian adalah untuk menyelesaikan masalah yang tidak terduga, meski demikian dalam penelitian ini alasan tersebut masih ada meskipun tidak menjadi alasan utama nasabah untuk menggadai. Dimana nasabah konvensional memiliki nilai sebanyak 30 persen dan nasabah syariah 14 persen.

Pegadaian syariah dalam menjalankan usahanya harus patuh pada aturan-aturan syariah, dan dalam penelitian ini mencoba melihat tingkat kepatuhan (*syariah compliance*) pegadaian syariah dari sudut pandang nasabah. Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Skor maksimal} = 4 \times 3 = 12$$



$$\text{Skor minimal} = 1 \times 3 = 3$$

$$\text{Nilai median} = (12 + 3)/2 = 7,5$$

$$\text{Kuartil 1} = (3 + 7,5)/2 = 5,25$$

$$\text{Kuartil 3} = (12 + 7,5)/2 = 9,75$$

Berdasarkan hasil perhitungan kemudian di tentukan skala dari masing-masing kategori seperti yang ada dalam tabel berikut:

**Tabel IV.18**  
**Distribusi Frekuensi Tingkat Kepatuhan Syariah di Pegadaian Syariah**  
**Dilihat dari Sudut Pandang Nasabah**

<b>Kategori</b>	<b>Kategori skor</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Sangat baik	9,75 – 12	28	56%
Baik	7,5 – 9,75	19	38%
Buruk	5,25 – 7,5	3	6%
Sangat buruk	3 – 5,25	-	-

Dari tabel diatas bisa kita lihat bahwa nasabah memiliki tanggapan yang bervariasi dari masing-masing pertanyaan mengenai kepatuhan syariah, akan tetapi secara garis besar nasabah menganggap bahwa tingkat kepatuhan syariah di pegadaian syariah sangat baik, seperti hasil yang ada pada masing-masing item pertanyaan. Nasabah yang menilai tingkat kepatuhan syariah di pegadaian syariah sangat baik yaitu sebanyak 56% nasabah, nasabah yang menilai baik sebesar 38% dan nasabah yang menilai buruk sebesar 6%.

Untuk melihat sikap responden secara keseluruhan terhadap tingkat kepatuhan syariah di pegadaian syariah dari sudut pandang nasabah diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Skor maksimal} = 12 \times 50 = 600$$

$$\text{Skor minimal} = 3 \times 50 = 150$$

$$\text{Nilai median} = (600 + 150)/2 = 375$$

$$\text{Kuartil 1} = (150 + 375)/2 = 262,5$$

$$\text{Kuartil 3} = (600 + 375)/2 = 487,5$$

Berdasarkan hasil perhitungan kemudian di tentukan skala dari masing-masing kategori seperti yang ada dalam tabel berikut

**Tabel IV.20**  
**Distribusi Frekuensi Tingkat Kepatuhan Syariah di Pegadaian Syariah**  
**Dilihat dari Sudut Pandang Nasabah Secara Keseluruhan**

<b>Kategori</b>	<b>Kategori skor</b>	<b>Skor</b>
Sangat baik	$\text{Kuartil III} \leq x \leq \text{Skor Maksimal}$	487,5 - 600
Baik	$\text{Median} \leq x \leq \text{Kuartil III}$	375 - 487,5
Buruk	$\text{Kuartil I} \leq x \leq \text{Median}$	262,5 - 375
Sangat buruk	$\text{Skor Minimal} \leq x \leq \text{Kuartil I}$	150 - 262

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa secara keseluruhan nasabah menganggap bahwa tingkat kepatuhan syariah di pegadaian syariah sangat bagus, karena total skor untuk seluruh responden mengenai tingkat kepatuhan syariah sebesar 519. Nilai itu masuk kategori baik berdarakan hasil perhitungan dalam tabel. Sehingga kesimpulannya adalah menurut nasabah, pegadaian syariah dinilai masih menjalankan kegiatan mereka sesuai dengan prinsip syariah dalam setiap usahanya.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini antara lain:

1. Berdasarkan analisis deskriptif responden sebagian besar adalah beragama islam, dengan jenis kelamin perempuan dan sudah menikah. Menurut usia, mereka masih berada dalam usia produktif dengan rentang usia terbanyak adalah 26-35 tahun. Sebagian besar latar belakang pendidikan nasabah adalah SMA dengan profesi tiga tertinggi adalah (karyawan swasta, ibu rumah tangga dan mahasiswa), dan sebagian besar nasabah menggunakan pegadaian adalah kurang dari 1 tahun.
2. Nasabah yang sudah menikah rata-rata memiliki 1 sampai 3 anak, dengan berbagai tingkat pendidikan yang sedang di tempuh. Sebagian besar dari mereka belum masuk usia sekolah atau bisa saja sudah bekerja. Sedangkan anak yang masih usia sekolah sebagian besar adalah SMA.
3. Rata-rata pendapatan nasabah setiap bulannya berkisar antara 1-5 juta, dengan nilai mean sebesar 1,98. Pengeluaran nasabah juga berkisar di posisi yang sama yaitu, 1-5 juta dengan nilai mean 1,86. Sehingga bisa disimpulkan bahwa antara pendapatan dan pengeluaran nasabah seimbang, dalam artian pendapatan yang mereka peroleh cukup untuk memenuhi kebutuhan mereka.

4. Berdasarkan hasil regresi dengan menggunakan LPM diperoleh hasil bahwa secara simultan variabel independen (pendapatan, pengetahuan produk, lokasi, jaminan, performa layanan, aspek fisik, perhatian terhadap pelanggan kecepatan) mempengaruhi nasabah dalam memilih pegadaian akan tetapi secara parsial berdasarkan uji t pendapatan dan jaminan memiliki pengaruh terhadap nasabah dalam memilih pegadain sedangkan variabel lainnya tidak berpegaruh terhadap nasabah dalam menggunakan pegadaian
5. Dengan menggunakan analisis deskriptif diketahui bahwa mayoritas nasabah menggunakan pegadaian adalah untuk memperoleh modal atau bisnis, diikuti dengan konsumsi dan tabungan/investasi. Hal ini tidak terlepas dari alasan bahwa meminjam uang dipegadaian jauh lebih mudah jika dibandingkan dengan meminjam pada lembaga keuangan lain.
6. Dalam lembaga yang berdasarkan prinsip syariah terdapat *syariah compliance*, dan berdasarkan hasil kuesioner diperoleh hasil bahwa menurut nasabah, pegadaian syariah dinilai sangat bagus dalam menerapkan *syariah compliance*, hal ini mengindikasikan bahwa pegadaian syariah dalam menjalankan usahanya mematuhi norma-norma syariah.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa keterbatasan penelitian yang dengan keterbatasan penelitian tersebut bisa mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah LPM yang memiliki beberapa kelemahan seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, sehingga perlu dilakukan menggunakan analisis lainnya untuk penelitian selanjutnya
2. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner terbuka, sehingga meskipun jawaban responden berbeda dalam beberapa pertanyaan, nilainya dianggap sama, seperti pertanyaan mengenai pendapatan, pengeluaran, jumlah tanggungan keluarga, dan jarak lokasi.

### **5.3 Saran**

Dengan melihat hasil penelitian ini maka penulis memberikan saran yang mungkin akan berguna, saran-saran tersebut sebagai berikut:

1. Pegadaian sebagai lembaga pembantu masyarakat dalam mengatasi permasalahan keuangan yang kegiatan utamanya adalah gadai bisa meningkatkan sosialisasi terhadap produk-produk lainnya selain pembiayaan gadai. Sehingga nasabah tidak hanya terfokus pada pembiayaan terutama untuk yang tujuannya adalah konsumsi, akan tetapi pada produk-produk pegadaian lainnya.
2. Faktor yang digunakan dalam penelitian ini terbatas hanya kepada pendapatan, pengetahuan produk, lokasi dan kualitas pelayanan, sehingga untuk penelitian selanjutnya bisa dimasukkan variabel baru yang belum dimasukkan dalam penelitian ini.

3. Untuk penelitian selanjutnya jumlah sampel juga bisa ditambahkan agar lebih merepresentasikan populasi. Serta bisa mengambil sampel dari pegadaian lainnya dengan menggunakan metode analisis yang berbeda.

## Daftar Referensi

- Abedniya, A., & Zaeim, M. N. (2011). Measuring the Perceive Service Quality in Islamic Banking System in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 2(13), 122-135.
- Ahmad, S. A., & Nadiah, A. N. (2012). Customer Acceptance on Islamic Pawn Broking: Malaysian Case. *Interdiciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(10), 748-763.
- Akhtar, A., & Zaheer, A. (2014). Service Quality Dimensions of Islamic Banks: A Scale Development Approach. *Global Journal of Manaement and Business Research*, 14(5).
- Al-Salem, F. H. (2009). Islamic Financial Product Innovation. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(3), 187-200.
- Amin, H., & Chong, R. (2011). Determinants for Ar-Rahnu Usage Intention: An Empirical Investigation. *Africal Journal Business and Management*, 5(20), 8181-8191.
- Amin, H., Rahman, A. R., Jr, S. L., & Hwa, A. M. (2011). Determinants of Customer's Intention to Use Islamic Personal Financing. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1), 22-42.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arif, M. N. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis dan Praktis*. Bandung: Pustaka Setia.
- Askari, H., Iqbal, Z., Krichene, N., & Mirakhor, A. (2010). *The Stability of Islamic Finance*. Singapore: John Wiley & Sons (Asia).
- Azman, N. H., Kassim, S. H., & Masron, T. A. (2015). Key Factors Influencing Woman Micro Entrepreneurs to Use Ar-Rahnu: Evidence from Siti Khadijah's Market Kelantan. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 9(28), 105-110.

- Bhatt, P., & Sinnakkannu, H. (2008). Ar-Rahnu (Islamic Pawning Broking) Opportunities and Challenges in Malaysia. *6th International Islamic Finance Conference*, 1-12
- Case, C. E., & Fair, R. C. (2006). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Jilid 1* (Kedelapan ed.). (Y. A. Zainur, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Chapra, M. U. (2008). The Global Financial Crisis: Can Islamic Finance Help Minimize the Severity and Frequency of Such a Crisis in the Future? 1-17.
- Ferryardiyanto. (2014, Juni 27). *Tinjauan Sejarah Pegadaian di Yogyakarta*. Retrieved Maret 9, 2017, from [kebudayaan.kemdikbud.go.id: http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbyogyakarta/2014/06/07/tinjauan-sejarah-pegadaian-di-yogyakarta/](http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbyogyakarta/2014/06/07/tinjauan-sejarah-pegadaian-di-yogyakarta/)
- Frederica, B. G., & Chairy. (2010). Pengaruh Psikologi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Balckberry. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 3 (2), 128-143.
- Gaspersz, V. (1991). *Ekonometrika Terapan* (1 ed.). Bandung: Tarsito.
- Gilarso, T. (2004). *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Gurteen, D. (1998). Knowledge, Creativity and Innovation. *Journal of Knowledge Management*, 2(1), 3-15.
- Hakim, A. (2014). *Pengantar Ekonometrika dengan Aplikasi Eviews*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Hamid, M. A., Rahman, I. A., & Halim, A. N. (2015). Key Factor Influencing Customers to Use Ar-Rahnu (Islamic Pawn Shop) in Malaysia: Evidence from Bank Rakyat. *International Journal of Interdisciplinary Research and Innovations*, 1(4), 73-80.
- Handayani, S. (2012). Pengakuan dan Pengukuran Pendapatan Akuntansi Ijarah Menurut PSAK No 107 di Pegadaian Pamekasan. *Nuansa*, 9(1), 141-164.



- Haque, A., Osman, J., & Ismail, A. Z. (2009). Factor Influences Selection of Islamic Banking: A Study on Malaysian Customer Preferences. *American Journal and Applied Science*, 6(5), 992-928.
- Haron, S., Ahmad, N., & Planisek, S. L. (1994). Bank Patronage Factors of Muslim and Non-Muslim Customers. *International Journal of Bank Marketing*, 12(1), 32-40.
- Hasan, M., & Dridi, J. (2010). The Effects of Financial of the Global Crisis on Islamic and Conventional Banks: A Comparative Study. *IMF Working Paper*, 1-47.
- Hosen, M. N., Saraswati, H., & Pelambang, Y. (2008). *Lembaga Bisnis Syariah*. Jakarta: Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah Publishing.
- Huda, N., & Heykal, M. (2010). *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana Preneda Media Group.
- Idri, H. (2015). *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Ismail, A. G., & Ahmad, N. Z. (1997). Pawnshop as an Instrument of Microenterprise Credit in Malaysia. *International Journal of Social Economics*, 24(11), 1343-1352.
- Ismail, A. G., & Tohirin, A. (2010). Islamic law and Finance. *Humanomics*, 26(3), 178-199.
- Kahf, M. (n.d.). The Demand Side or Consumer Behavior Islamic Perspective. 1-36.
- Karim, A. (2012, April 11). *adiwarmankarim*. Dipetik Januari 4, 2018, dari [www.adiwarmankarim.com](http://www.adiwarmankarim.com):  
[http://www.adiwarmankarim.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=110:mekanisme-kerja-pegadaian-konvensional-dan-syariah&catid=53:radio&Itemid=91&lang=en](http://www.adiwarmankarim.com/index.php?option=com_content&view=article&id=110:mekanisme-kerja-pegadaian-konvensional-dan-syariah&catid=53:radio&Itemid=91&lang=en)
- Khan, M. F. (2013). An Alternatif Approach to Analysis of Customer Behaviour: Need for Distinctive "Islamic" Theory. *Journal of Islamic Business and Management*, 3(2), 1-35.

- Koe, W. L., & Rahman, N. Z. (2012). The Use Ar-Rahnu by Islamic Bank Customer in Malaysia. *Technology and Social Sciences (ICTSTSS)*, 11-18.
- Lee, C. C., & Yang, J. (2001). The Knowledge Value of Customers and Employed in Product Quality. *Journal of Management Development*, 20(8), 691-704.
- Mansor, N., Ahmad, S. A., Bakar, S. A., & Ismail, I. (2014). A Demographic Analysis on Customer Acceptance toward Islamic Pawn Broking in Malaysia. *Asian Social Science*, 10(2), 27-36.
- Maloney, W. F. (1981). Motivation in Construction: A Review. *Journal of the Construction Division*, 107 (4), 641-647.
- Marty, A. L. (1961). Gurlay and Shaw on Money in a Theory of Finance. *Journal of Political Economy*, 69(1), 56-62.
- Metawa, S., & Almoosawi, M. (1998). Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Persepectives and Implications. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7), 299-313.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Consumer Behavior* (6 ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Mustofa, I. (2014). *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*. Yogyakarta: Kaukaba.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Pertama ed.). Jakarta: Kencana.
- Othman, A. Q., & Owen, L. (2001). Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Service*, 3(1).
- Othman, A., Hashim, N., & Abdullah, S. (2012). Customer Satisfaction Level of Service Quality at Ar-Rahnu, Kelantan. *3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding*. Bandung: ResearchGate.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Laporan Lembaga Keuangan Syariah 2015*. Jakarta: Otoritas Jasa keuangan.

- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Statistik Lembaga Keuangan Khusus 2015*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Paul, P. J., & Olson, J. C. (1999). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pegadaian. (2016). *Laporan Tahunan 2015*. Jakarta: PT Pegadaian (Persero).
- Pegadaian. (n.d.). *Jaringan Cabang*. Retrieved Maret 9, 2017, from pegadaian.co.id: <http://www.pegadaian.co.id/jaringan-cabang.php>
- Pegadaian. (n.d.). *Pembiayaan Gadai Syariah*. Retrieved April 25, 2017, from pegadaian.co.id: <http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-rahn.php>
- Pradhanawati, A. (2011). Potensi dan Preferensi Terhadap Perilaku Mambilik Pegadaian Syariah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, XII(1), 1-7.
- Rahman, A. A., Asrarhaghighi, E., & Rahman, S. A. (2015). Consumers and Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 1-25.
- Rofiani, N. (2009). Perilaku Nasabah dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegadaian pada PT Bank Syariah Mandiri. *Al-Iqtishad*, 2, 145-168.
- Rymarzak, M., & Sieminska, E. (2012). Factors Affecting the Location of Real Estate. *Journal of Corporate Real Estate*, 14 (4), 214-225.
- Sa'adah, F. (2009). Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah. *Al-Iqtishad*, I(2), 61-86.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (4 ed.). (K. M. Yon, Trans.) Jakarta: Salemba Empat.
- Smolo, E., & Mirakhor, A. (2010). The Global Financial Crisis and Its Implications for the Islamic Financial Industry. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(4), 372-385.
- Shukor, S. A., & Sabri, H. (2013). Customer Satisfaction Toward Islamic Pawnbroking (Ar-Rahnu): Antecedents and Consequences. *Global Journal of Commerce & Management Perspective*, 2 (6), 29-36.

- Badan Pusat Statistik. (2016, Agustus 5). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2016. *Berita Resmi Statistik*, pp. 1-11.
- Satiti, S. (2012). Implikasi Pengetahuan Produk, Tingkat Kepuasan dan Preferensi Pembelian terhadap Brand Switching pada Produk Handphone Blackberry di Bandar Lampung.
- Sugiyono. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Susilo, Y. S., Triandanu, S., & Budi, A. T. (2000). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susyanti, J. (2016). *Pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah*. Malang: Empat Dua.
- Taap, M. A., Chong, S. C., Kumar, M., & Fong, T. K. (2011). Measuring Service Quality of Coventional and Islamic Banks: A Comparative Analysis. *International Journal of Quality & Reliablility Management*, 28(8), 822-840.
- Tarigan, R. (2005). *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Ofsert.
- Wani, T. A. (n.d.). Buying Behaviour An Islamic Perspective: An Analysis of an Ideal Muslim Buying Behaviour. *The Journal of Commerce*, 5(2), 10-15.
- Warde, I. (2009). *Islamic Finance: Keuangan Islam dalam Perekonomian Global*. (A. Ramli, Trans.) Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Widarjono, A. (2016). *Ekonometika Pengantar dan Aplikasinya disertai Panduan Eviews (4 ed.)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### ANGKET PENELITIAN

Kepada  
Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i  
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb  
Piji syukur kehadiran Allah SWT Tuhan semesta alam yang Maha Menguasai segala sesuatunya. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah atas junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Sehubungan dengan penyusunan tesis saya yang berjudul **“Motivasi Pemilihan Pembiayaan Pegadaian: Studi Kasus Cabang Pegadaian Syariah Kusumanegara dan Cabang Pegadaian Lempuyangan”** oleh karena itu saya memerlukan data dan informasi dari bapak/ibu/saudara/i. Jawaban dan identitas anda akan dijaga kerahasiaannya, tidak untuk disebarluaskan, serta semata-mata digunakan untuk penelitian akademik. Saya sangat berharap kesediaan dari bapak/ibu/saudara mengisi angket yang telah disediakan untuk pengumpulan data. Jawaban atas pertanyaan yang saya ajukan merupakan hal yang sangat bernilai untuk membantu menyelesaikan penyusunan tesis tersebut.

Demikian permohonan saya ini, atas bantuan dan kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi angket ini kami haturkan banyak terimakasih.  
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 31 Agustus 2017  
Hormat saya,

Novi Imroatul Ula

## DAFTAR PERTANYAAN

### A. PROFIL RESPONDEN

1. Nama :

2. Agama:

Islam	
Kristen	
Katolik	
Hindu	
Budha	

3. Jenis Kelamin

Laki-laki	
Perempuan	

4. Status Pernikahan

Menikah	
Belum menikah	

5. Usia

<input type="checkbox"/>	18-25	<input type="checkbox"/>	46-55
<input type="checkbox"/>	26-35	<input type="checkbox"/>	>55
<input type="checkbox"/>	36-45		

6. Pendidikan

<input type="checkbox"/>	SD	<input type="checkbox"/>	D3
<input type="checkbox"/>	SMP	<input type="checkbox"/>	S1
<input type="checkbox"/>	SMA	<input type="checkbox"/>	Lainnya.....

7. Pegadaian apa yang anda gunakan?

<input type="checkbox"/>	Syariah	<input type="checkbox"/>	Konvensional
<input type="checkbox"/>	Keduanya		

8. Berapa lama anda menjadi nasabah di pegadaian?

< 1 tahun	
1-3 tahun	
> 3 tahun	

## 9. Profesi penggadai

<input type="checkbox"/>	Mahasiswa	<input type="checkbox"/>	PNS
<input type="checkbox"/>	Petani	<input type="checkbox"/>	Pengusaha
<input type="checkbox"/>	Karyawan Swasta	<input type="checkbox"/>	Lainnya.....

## 10. Profesi Suami/Istri (isi bila sudah menikah)

<input type="checkbox"/>	Mahasiswa	<input type="checkbox"/>	PNS
<input type="checkbox"/>	Petani	<input type="checkbox"/>	Pengusaha
<input type="checkbox"/>	Karyawan Swasta	<input type="checkbox"/>	Lainnya.....

**B. PENDAPATAN**

## 1. Berapa rata-rata pendapatan penggadai per bulan?

<input type="checkbox"/>	<1.000.000	<input type="checkbox"/>	10.000.000 - 15.000.000
<input type="checkbox"/>	1.000.000 - 5.000.000	<input type="checkbox"/>	15.000.000 - 20.000.000
<input type="checkbox"/>	5.000.000 - 10.000.000	<input type="checkbox"/>	>20.000.000

## 2. Berapa rata-rata pengeluaran penggadai per bulan?

<input type="checkbox"/>	<1.000.000	<input type="checkbox"/>	10.000.000 - 15.000.000
<input type="checkbox"/>	1.000.000 - 5.000.000	<input type="checkbox"/>	15.000.000 - 20.000.000
<input type="checkbox"/>	5.000.000 - 10.000.000	<input type="checkbox"/>	>20.000.000

## 3. Apakah penggadai punya sumber penghasilan lainnya?

<input type="checkbox"/>	Tidak
<input type="checkbox"/>	Sewa (sewa rumah, sewa tanah, dsb)
<input type="checkbox"/>	Upah (kerja paruh waktu)
<input type="checkbox"/>	Warisan (seperti zakat, program bantuan pemerintah, beasiswa, dsb)
<input type="checkbox"/>	Uang pensiun
<input type="checkbox"/>	Lainnya :

## 4. Berapa jumlah tanggungan dalam keluarga?

<input type="checkbox"/>	Tidak ada
<input type="checkbox"/>	1-3
<input type="checkbox"/>	>3

5. Tingkat pendidikan anak saat ini?

<input type="checkbox"/>	SD
<input type="checkbox"/>	SMP
<input type="checkbox"/>	SMA

<input type="checkbox"/>	D3
<input type="checkbox"/>	S1
<input type="checkbox"/>	Lainnya.....

6. Jenis kendaraan yang dimiliki?

<input type="checkbox"/>	Mobil
<input type="checkbox"/>	Motor
<input type="checkbox"/>	Keduanya

### C. PENGETAHUAN PRODUK

1. Apa tujuan anda melakukan gadai?

<input type="checkbox"/>	Konsumsi
<input type="checkbox"/>	Pendidikan
<input type="checkbox"/>	Bisnis

<input type="checkbox"/>	Tabungan/Investasi
<input type="checkbox"/>	Lainnya

2. Produk dan jasa yang ada di pegadaian

Pilihlah jawaban yang sesuai dan lingkari nomor sesuai pengetahuan anda

No	Keterangan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1.	Saya mengetahui jenis dan produk pegadaian yang saya gunakan	1	2	3	4
2.	Saya mengetahui akad-akad yang digunakan di pegadaian	1	2	3	4
3.	Saya mengetahui keunggulan pegadaian	1	2	3	4
4.	Saya mengetahui pegadaian nyaman digunakan	1	2	3	4
5.	Saya menggunakan pegadaian pegadaian karena prosesnya mudah dan cepat	1	2	3	4
6.	Saya senang menggunakan pegadaian	1	2	3	4
7.	Saya puas menggunakan pegadaian pegadaian	1	2	3	4
8.	Saya ingin menggunakan pegadaian kembali	1	2	3	4



**D. JARAK/LOKASI**

Seberapa jauh tempat tinggal anda dengan lokasi pegadaian yang anda gunakan

	<1 km
	1-5 km

	6-10 km
	>10 km

**E. KUALITAS PELAYANAN**

Pilihlah Jawaban yang sesuai dan lingkari nomor sesuai pengetahuan anda

No	Keterangan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
<b>1.</b>	<b><i>Compliance</i> (jawab apabila menggunakan pegadaian syariah)</b>				
	a. Menjalankan prinsip dan hukum islam	1	2	3	4
	b. Tidak ada bunga baik tabungan dan pinjaman	1	2	3	4
	c. Menerapkan ketentuan layanan produk secara islami	1	2	3	4
<b>2.</b>	<b><i>Assurance</i></b>				
	a. Karyawan sopan dan bersahabat	1	2	3	4
	b. Menyediakan saran-saran dan nasehat keuangan	1	2	3	4
	c. Interior dan ruang tunggu yang nyaman	1	2	3	4
<b>3.</b>	<b><i>Reliability</i></b>				
	a. Pemberian layanan yang menyenangkan (cepat)	1	2	3	4
	b. Penyediaan produk dan layanan luas	1	2	3	4
	c. Keamanan bertransaksi yang terjamin	1	2	3	4
	d. Waktu (jam) layanan optimal	1	2	3	4
<b>4.</b>	<b><i>Tangible</i></b>				
	a. Tampilan kantor yang fasilitas fisik baik	1	2	3	4
	b. Transaksi cepat dan efisien	1	2	3	4
	c. Jam operasi jelas	1	2	3	4
	d. Menyediakan pembatas loket yang jelas	1	2	3	4
<b>5.</b>	<b><i>Empathy</i></b>				
	a. Lokasi yang mudah di jangkau	1	2	3	4
	b. Nama, reputasi dan citra yang dikenal	1	2	3	4
	c. Penyediaan area parkir yang memadai	1	2	3	4

No	Keterangan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
	d. Kerahasiaan data nasabah terjamin	1	2	3	4
	e. Penyediaan produk dan layanan yang menguntungkan	1	2	3	4
	f. Penetapan tariff yang rendah	1	2	3	4
<b>6.</b>	<b><i>Responsiveness</i></b>				
	a. Penyediaan konsultasi keuangan	1	2	3	4
	b. Kesiadaan karyawan membantu konsumen	1	2	3	4
	c. Cara karyawan melayani konsumen secara islami	1	2	3	4
	d. Memiliki cabang yang tersedia	1	2	3	4

#### F. MOTIVASI

Berilah tanda (✓) pada jawaban yang sesuai pengetahuan anda

Keterangan	Ya	Tidak
Saya lebih suka menggunakan pegadaian syariah dibandingkan pegadaian konvensional		



