ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NASABAH NON MUSLIM MEMILIKI TABUNGAN EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH

(Studi kasus Unit Pelayanan Syariah Wonokitri Surabaya)

SKRIPSI

Oleh :

HAMID ALWI
NIM : G94216106

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

SURABAYA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hamid Alwi

NIM : G94216106

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Nasabah Non Muslim Memiliki Tabungan Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Unit Pelayanan Syariah Wonokitri Surabaya)

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian yang sudah dirujuk pada sumbernya.

Surabaya, 16 April 2020
Saya yang menyatakan,

Hamid Alwi
NIM. G94216106

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Hamid Alwi NIM. G94216106 ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan munaqosah skripsi.

Surabaya, 12 Maret 2020

Pembimbing

Dr. Akhmad Yunan Atho'illah, M.Si.

PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Hamid Alwi NIM G94216106 ini telah dipertahankan dan disetujui di depan sidang Majelis Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, 20 Mei 2020 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana satu (S1) Program Studi Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi

Penguji I	Penguji II
Dr. Akhmad Yunan Atho'illah, M.Si.	**Dr. Hj. Fatmah, ST, MM.**
NIP. 198101052015031003	NIP. 197507032007012020
Penguji III	**Penguji IV**
Dr. Ir. Muhamad Ahsan, MM.	**Ikhwal Huda, M.E.I.**
NIP. 196806212007011030	NIP. 198509042019031005

Surabaya, 20 Mei 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,

Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM.

NIP. 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hamid Alwi
NIM : G94216106
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : alwi.hamid33@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)
yang berjudul :
Analisis Faktor-faktor Yang Memengaruhi Nasabah Non Muslim Memiliki Tabungan Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Unit Pelayanan Syariah Wonokitri Surabaya)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 09 Maret 2021

Penulis

(Hamid Alwi)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi dengan judul "**Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nasabah Non Muslim Memiliki Tabungan Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Unit Pelayanan Syariah Wonokitri Surabaya)**" ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses keputusan pembelian dan faktor-faktor yang memengaruhi nasabah non muslim memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya.

Metode pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu menjelaskan suatu kenyataan atau fakta dari objek penelitian. Pengumpulan data diperoleh dari wawancara kepada enam narasumber. Selain itu juga dilakukan dengan observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses keputusan pembelian dalam hal ini menabung emas yang dilakukan nasabah non muslim pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya ada lima yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Sedangkan faktor-faktor yang memengaruhi nasabah non muslim memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya ada tiga faktor inti yaitu faktor psikologi, faktor sosial, dan faktor pribadi. Faktor psikologi meliputi faktor persepsi, motivasi, proses belajar, serta keyakinan dan sikap. Faktor sosial meliputi faktor kelompok referensi dan faktor keluarga. Sedangkan faktor pribadi meliputi faktor umur, kondisi ekonomi, dan gaya hidup.

Saran untuk pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya, lebih gencar untuk promosi produk tabungan emas dan memperbaiki sistem pegadaian syariah digital untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Untuk penulis selanjutnya yang meneliti dengan topik yang sama diharapkan mendapatkan masalah-masalah yang lebih menarik dari penulis sebelumnya.

Kata Kunci : perilaku konsumen, proses pengambilan keputusan, tabungan emas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

LEMBAR PENGESAHAN iv

ABSTRAK iv

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR BAGAN xiiii

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR TRANSLITERASI xv

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah 8

C. Rumusan Masalah 8

D. Kajian Pustaka 9

E. Tujuan Penelitian 18

F. Kegunaan Hasil Penelitian 18

G. Definisi Operasional 19

H. Kerangka Pemikiran 20

I. Metode Penelitian 21

J. Sistematika Pembahasan 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II LANDASAN TEORI.....30

A. Konsumen.....30

1. Pengertian Konsumen.....30

2. Jenis-Jenis Konsumen.....32

3. Pengertian Perilaku Konsumen.....33

4. Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen.....35

B. Keputusan Pembelian.....38

1. Pengertian Keputusan Pembelian.....38

2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....40

C. Pegadaian Syariah.....42

1. Pengertian Pegadaian Syariah.....42

2. Landasan Hukum Pegadaian Syariah.....44

3. Hukum Rahn.....46

BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....51

A. Profil Umum Pegadaian Syariah UPS Wonokitri Surabaya.....51

1. Sejarah Pegadaian Syariah.....51

2. Sejarah Pegadaian Syariah UPS Wonokitri.....52

3. Visi dan Misi Pegadaian Syariah.....53

4. Struktur Organisasi Pegadaian UPS Wonokitri Surabaya.....54

5. Produk-Produk Pegadaian Syariah UPS Wonokitri Surabaya.....55

B. Keunggulan dan Kelemahan Produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah.....57

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Mekanisme Pembukaan Tabungan Emas Pegadaian Syariah UPS Wonokitri.....57

D. Faktor-faktor yang Memengaruhi Nasabah Non Muslim Menabung Emas di Pegadaian Syariah UPS Wonokitri.....59

BAB IV ANALISIS DATA.....66

BAB V PENUTUP.....76

A. Kesimpulan.....76

B. Saran.....77

DAFTAR PUSTAKA.....78

LAMPIRAN.....80

DRAFT PERTANYAAN.....83

BIODATA PENULIS.....85

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Konseptual 22

Bagan 2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian menurut Kotler 40

Bagan 3. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah UPS Wonokitri 54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Faktor-faktor yang Memengaruhi perilaku konsumen..... 38

Tabel 2. Data Informan……..59

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang senantiasa berinteraksi satu sama lain. Dan, masing-masing individu memiliki ketergantungan. Maka dari itu manusia tidak akan bisa hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Dari hal ini, muncul berbagai problematika kehidupan termasuk dalam muamalah yang kemudian menuntut hukum Islam untuk mengatasi berbagai problem yang ada dengan fleksibel demi tercapainya kemaslahatan umat.

Dewasa ini, kegiatan yang sedang tren di kalangan masyarakat adalah investasi. Investasi merupakan komitmen atas sejumlah dana atau sumberdaya lainnya yang dilakukan saat ini, untuk memperoleh sejumlah keuntungan di masa mendatang. Seseorang yang memiliki saham disebut investor. Instrumen dari investasi sendiri ada banyak antara lain obligasi, saham, dan reksadana. Namun, ada beberapa instrumen atau objek yang bisa digunakan untuk investasi selain tiga instrumen tersebut seperti membeli properti dan emas. Dua objek tersebut sangat cocok untuk investasi jangka panjang karena harga rumah dan emas akan naik seiring berjalannya waktu dari tahun ke tahun.

Investasi sangat dibutuhkan oleh seseorang untuk menambah sumber pendapatanya guna menutupi kebutuhan hidup yang sangat mendesak yang tidak bisa tercukupi dari penghasilan sehari-hari. Selain itu, ada alasan perlunya seseorang berinvestasi antara lain untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya, jaminan masa depan, memproteksi keuntungan, memperoleh *passive income*, dan mewujudkan keinginan untuk mencapai tujuan akhirat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Investasi menurut Islam berbeda dengan investasi yang dipraktikkan oleh banyak pihak. Dalam Islam, tidak ada pihak yang dirugikan dalam investasi karena investasi dalam Islam mengharuskan pemodal dan penerima modal untuk menerapkan bagi hasil dan bagi rugi. Sebelum berinvestasi dalam Islam diharuskan untuk memperhatikan beberapa prinsip. Yang pertama adalah sektor yang akan diinvestasikan merupakan sektor yang halal, artinya tidak dilakukan pada sektor industri hiburan malam yang identik dengan alkohol, hal asusila dan narkoba. Yang kedua adalah memiliki manfaat bagi semua orang. Bagi investor dapat memperoleh keuntungan yang berkah, dan bagi penerima modal bisa mengembangkan perusahaannya dan mendapatkan untung sesuai porsinya.

Dalil tentang investasi tidak secara langsung terdapat dalam Al Quran, namun dapat dicermati dalam Surah An Nisa ayat 29 :

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا

> “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu[1].”

Ayat tersebut ditafsir oleh Ibnu Katsir dengan menegaskan bahwa Allah SWT melarang hamba-Nya yang beriman untuk memakan harta diantara mereka dengan cara yang bathil, yakni melalui usaha yang dilarang syariat. Cara yang bathil diantaranya adalah Maksiat, riba, gharar, judi, dzhalim dan cara lainnya. Oleh karena itu sebelum

[1]Al Quran surah An Nisa ayat 29

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berinvestasi hendaknya meneliti dulu objek investasinya sehingga dapat terhindar dari unsur bathil yang dilarang syariat.

Investasi yang merupakan penundaan manfaat harta yang kita miliki saat ini kemudian mengelola dan mengembangkannya juga terkandung dalam Surah Yusuf ayat 46-50 :

يُوسُفُ أَيُّهَا ٱلصِّدِّيقُ أَفۡتِنَا فِي سَبۡعِ بَقَرَٰتٖ سِمَانٖ يَأۡكُلُهُنَّ سَبۡعٌ عِجَافٞ وَسَبۡعِ سُنۢبُلَٰتٍ خُضۡرٖ وَأُخَرَ
يَابِسَٰتٖ لَّعَلِّيٓ أَرۡجِعُ إِلَى ٱلنَّاسِ لَعَلَّهُمۡ يَعۡلَمُونَ ٤٦ قَالَ تَزۡرَعُونَ سَبۡعَ سِنِينَ دَأَبٗا فَمَا حَصَدتُّمۡ فَذَرُوهُ
فِي سُنۢبُلِهِۦٓ إِلَّا قَلِيلٗا مِّمَّا تَأۡكُلُونَ ٤٧ ثُمَّ يَأۡتِي مِنۢ بَعۡدِ ذَٰلِكَ سَبۡعٞ شِدَادٞ يَأۡكُلۡنَ مَا قَدَّمۡتُمۡ لَهُنَّ إِلَّا
قَلِيلٗا مِّمَّا تُحۡصِنُونَ ٤٨ ثُمَّ يَأۡتِي مِنۢ بَعۡدِ ذَٰلِكَ عَامٞ فِيهِ يُغَاثُ ٱلنَّاسُ وَفِيهِ يَعۡصِرُونَ ٤٩ وَقَالَ ٱلۡمَلِكُ
ٱئۡتُونِي بِهِۦۖ فَلَمَّا جَآءَهُ ٱلرَّسُولُ قَالَ ٱرۡجِعۡ إِلَىٰ رَبِّكَ فَسۡـَٔلۡهُ مَا بَالُ ٱلنِّسۡوَةِ ٱلَّٰتِي قَطَّعۡنَ أَيۡدِيَهُنَّۚ إِنَّ
رَبِّي بِكَيۡدِهِنَّ عَلِيمٞ ٥٠

“(Setelah pelayan itu berjumpa dengan Yusuf dia berseru): "Yusuf, hai orang yang amat dipercaya, terangkanlah kepada kami tentang tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk yang dimakan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan (tujuh) lainnya yang kering agar aku kembali kepada orang-orang itu, agar mereka mengetahuinya". Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan. Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur". Raja berkata: "Bawalah dia kepadaku". Maka tatkala utusan itu datang kepada Yusuf, berkatalah Yusuf: "Kembalilah kepada tuanmu dan tanyakanlah kepadanya bagaimana halnya wanita-wanita yang telah melukai tangannya. Sesungguhnya Tuhanku, Maha Mengetahui tipu daya mereka".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ayat di atas mengajarkan kita untuk tidak mengkonsumsi seluruh harta kekayaan yang kita miliki saat ini, tetapi sebaiknya menyisihkan sebagian kekayaan yang didapat saat ini untuk masa depan dengan cara mengembangkan dan mengelola kekayaan tersebut. Mengelola harta itu juga bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti menyimpan atau mendepositkan uang di bank, mengembangkan dengan cara berbisnis, membeli tanah atau dengan investasi.

Investasi yang banyak digandrungi masyarakat saat ini adalah investasi emas. Emas merupakan jenis logam berharga yang banyak digunakan sebagai cadangan devisa, standar keuangan suatu negara, bahan dasar perhiasan maupun bahan elektronik[2]. Menurut Kurniawan, emas dijadikan alat dalam investasi karena beberapa alasan antara lain adalah kebal inflasi, *global currency*, mudah dirawat, beresiko sedang, mudah dipindahkan, tahan lama, *liquid*, hanya perlu modal minim bagi pemula[3]. Dari pendapat tersebut kita bisa menggambarkan bahwa emas merupakan salah satu aset yang efektif untuk memperoleh keuntungan jangka panjang.

Harga emas cenderung naik dari tahun ketahun, sehingga ketika kondisi ekonomi memburuk semua pihak akan cenderung memegang emas sebagai asetnya daripada aset yang lain.Harga emas dapat ditentukan oleh beberapa indikator[4]. Yang pertama, kenaikan harga US Dollar akan menaikkan harga emas dalam satuan rupiah dan pergerakan nilai mata uang rupiah terhadap US Dollar juga memengaruhi harga emas di Indonesia. Kedua, perkembangan ekonomi Indonesia. Semakin baik kondisi ekonomi

---

[2] Icha Puspita Desriani dan Sri Rahayu, "*Analisis Pengaruh Pendapatan, Harga Emas Dan Tingkat Inflasi Terhadap Penyaluran Kredit di Kasus Pada PERUM Pegadaian Cabang Jombang, Tangerang Periode Maret 2009-September 2011*". Akuntansi dan Keuangan, 2013, hal. 148-165.
[3] EJ Kurniawan, Think Gold (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).
[4] Laura Cristy, Skripsi: "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Emas Di Indonesia"*(Bogor: IPB, 2014), hal. 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam negeri, semakin banyak pula para investor asing yang masuk sehingga tren rupiah terus meningkat. Berikut data harga emas 10 tahun terakhir.

Gambar 1. Data harga emas tahun 2010-2019

Dari gambar di atas bisa kita ketahui perkembangan harga emas dari tahun 2010 sampai tahun 2019. Pada tahun 2010 emas dihargai mulai Rp. 350.000 hingga sekarang mencapai Rp. 700.000 di tahun 2019. Mungkin di tahun 2020 akan menjadi Rp. 800.000-Rp. 900.000. Jika memang investasi emas, maka harus dilakukan dengan sabar dan tidak digunakan jika belum waktunya seperti 5-10 tahun baru dijual. Oleh karena itu, emas bisa dijadikan sebagai objek investasi jangka panjang yang menguntungkan.

Dalam segi muamalah, saat ini mulai bermunculan lembaga keuangan yang berlandaskan syariah yang mulai manjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat salah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satunya yakni pegadaian syariah. Pegadaian syariah adalah lembaga keuangan yang menyediakan transaksi pembiayaan dan jasa gadai berdasarkan prinsip syariah Islam[5]. Produk pegadaian syariah bermacam macam, salah satunya adalah tabungan emas. Tabungan emas pada pegadaian adalah transaksi penjualan dan pembelian emas dengan model titipan atau yang sering disebut *wadi'ah*.

Terdapat banyak keunggulan dari produk tabungan emas pegadaian syariah ini. Yang pertama adalah mudah, karena pembelian emas minimal 0,01 gram dengan harga menyesuaikan harga emas pada saat pembelian. Yang kedua biaya administrasi dan biaya pengelolaan rekening ringan. Dan yang ketiga aman, karena terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan tahan terhadap inflasi. Namun penulis melihat masih banyak masyarakat baik di tingkatan mahasiswa sampai pekerja yang belum mengetahui produk tabungan emas dari pegadaian syariah ini.

Dalam mengembangkan usahanya, pegadaian syariah perlu mengetahui dan mengenal sasaran untuk menjadikan mereka nasabah pegadaian syariah. Maka dari itu pegadaian syariah harus melakukan strategi pemasaran yang tepat dan memperhatikan tentang perilaku konsumen karena perilaku konsumen bisa menggambarkan bagaimana konsumen dalam membuat keputusan terhadap pembelian dan penggunaan baik barang ataupun jasa.

Perilaku konsumen bisa menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian dan bagaimana mereka mengatur pembelian barang dan jasa. Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh kepribadian dan sikap seseorang karena sikap merupakan tingkah laku yang mencerminkan kepribadian seseorang dalam kehidupan

[5] Pegadaian Syariah, "*Produk Pegadaian Syariah*" (http://pegadaiansyariah.co.id/pengertian-dan-produk-pegadaian-syariah-yang-bisa-anda-simak-detail-7668 Diakses pada 27 November 2019).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosialnya. Menurut Kotler, perilaku konsumen adalah sebagai upaya untuk mengetahui siapakah pembeli itu, bagaimana mereka membeli dan dimana mereka membeli dan mengapa mereka membeli[6].

Perilaku setiap konsumen pasti berbeda-beda karena mereka juga mempunyai keinginan yang berbeda-beda juga. Ada yang ingin menabung uang saja yang banyak, ada yang ingin punya aset properti yang banyak, Ada yang memang suka sekali dengan emas, sehingga mengoleksi emas. Ada yang suka jual beli emas dan ada yang tidak tertarik untuk membeli emas. Hal ini perlu menjadi perhatian pegadaian syariah untuk membuat pangsa pasar terhadap produk tabungan emas agar lebih efektif dalam pemasarannya.

Menurut Kotler dalam buku manajemen pemasaran, hal yang menjadi pengaruh pada perilaku konsumen adalah faktor budaya yang meliputi kultur, sub-kultur, dan kelas sosial. Yang kedua faktor sosial yang meliputi kultur rujukan, keluarga peran dan status. Yang ketiga adalah faktor pribadi yang meliputi Usia dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian. Faktor keempat adalah faktor psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap[7].

Target pemasaran pada pegadaian syariah adalah masyarakat yang tergolong menengah ke bawah seperti, usaha menengah, usaha mikro atau juga bisa dikatakan berasal dari kalangan berpendapatan rendah[8]. Namun saat ini nasabah pegadaian syariah semakin bervariasi, bahkan terdapat banyak masyarakat yang beragama selain Islam menjadi nasabah pegadaian syariah dan memiliki tabungan emas di pegadaian syariah.

---

[6] Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2005), hal. 27.
[7] Daryanto dan Isyanto Setyabudi, Konsumen dan Pelayanan Prima (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hal. 8.
[8] Ade Sofiyan Mulazid, Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah dalam Sistem Hukum Nasional di Indonesia (Jakarta: Kementrian Agama, 2012), hal. 86.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal tersebut merupakan fakta bahwa banyak masyarakat non muslim yang mengetahui produk tabungan emas pegadaian syariah.

Dari uraian di atas penulis tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul **"Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nasabah Non Muslim Memiliki Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah(Studi kasus Unit Pelayanan Syariah Wonokitri Surabaya)".**

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

   Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka masalah yang dapat diidentifikasi pada skripsi yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nasabah Non Muslim Memiliki Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah (Studi kasus Unit Pelayanan Syariah Wonokitri Surabaya)" adalah sebagai berikut:

   a. Banyak masyarakat belum mengetahui tentang produk tabungan emas di pegadaian syariah.
   b. Keunggulan produk tabungan emas di pegadaian syariah.
   c. Terdapat masyarakat non muslim yang menggunakan jasa pegadaian syariah dan mempunyai tabungan emas.

2. Batasan Masalah

   Agar penulisan yang dilakukan tidak terlalu meluas, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti yaitu :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pegadaian syariah cabang Surabaya memiliki 9 Unit Pelayanan Syariah (UPS). Karena keterbatasan tenaga dan waktu, penulis membatasi objek penelitian dengan melakukan penelitian di pegadaian syariah UPS Wonokitri.
b. Penelitian ini hanya dilakukan kepada nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri.

C. Rumusan Masalah

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

a. Bagaimana proses pengambilan keputusan nasabah non muslim untuk menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya ?
b. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi nasabah non muslim dalam mengambil keputusan untuk menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya ?

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan kumpulan penelitian terdahulu yang pembahasannya mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu yang relevan dengan pembahasan penelitian ini antara lain :

Dalam jurnal yang berjudul "Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Balikpapan (Studi pada Nasabah Pegadaian Syariah Gunung Sari Balikpapan)" memaparkan bahwa penulis ingin meneliti variabel promosi, produk dan kualitas pelayanan apakah berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah tabungan emas di pegadaian syariah Gunung Sari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Balikpapan[9]. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitaif dimana data yang dikumpulkan berupa angka-angka kemudian data tersebut diuji dengan statistik.

Hasil dari penelitian ini adalah variabel promosi, produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan emas di pegadaian syariah Gunung Sari Balikpapan. Variabel tersebut berpengaruh secara simultan karena faktor tersebut mendorong nasabah untuk menabung emas. Kemudian variabel tersebut berpengaruh secara parsial karena menurut nasabah tabungan emas harganya murah dan keamanannya terjamin. Selain itu, promosi juga dilakukan oleh pegawai secara langsung kepada nasabah sehingga nasabah mengerti dengan jelas dan tertarik.

Persamaan jurnal di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama sama meneliti tentang produk tabungan emas pegadaian syariah, sedangkan perbedaannya adalah responden skripsi di atas adalah seluruh konsumen yang memiliki tabungan emas di pegadaian syariah dan variabel yang diteliti adalah promosi, produk dan kualitas pelayanan sedangkan yang akan diteliti penulis adalah hanya non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian UPS Wonokriti Surabaya.

Dalam skripsi "Pengaruh Produk Pegadaian Syariah (Tabungan Emas) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Nasabah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Metroboulevard Cikarang, Bekasi)"memaparkan bahwa produk tabungan emas merupakan produk yang baru saja muncul pada tahun 2016 dan masih banyak

[9] Lilis Aristiyani dan I Gusti Putu Darya, "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Pegadaian Syariah Balikpapan (Studi paa Nasabah Pegadaian Syariah Gunung Sari Balikpapan*)" Jurnal Madani. Vol. 1 No. 1, 2018, hal. 1-21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat yang belum mengenal produk tersebut. Tabungan emas berpengaruh secara positif dalam peningkatan kesejahteraan nasabah sebesar 31,1%. Sedangkan sisanya sebesar 68,9% dipengaruhi faktor lain berupa pandangan masyarakat tentang emas hanya untuk perhiasan. Jumlah nasabah tabungan emas masih sedikit jika dibandingkan dengan nasabah gadai syariah[10].

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan adalah meneliti tentang produk tabungan emas di pegadaian syariah, sedangkan perbedaannya adalah penelitian di atas meneliti seberapa besar pengaruh tabungan emas terhadap peningkatan kesejahteraan nasabah dan yang akan di teliti penulis adalah analisis perilaku konsumen yaitu faktor pribadi terhadap non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian UPS Wonokriti Surabaya.

Dalam jurnal yang berjudul "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Di Koperasi Siswa SMA Negeri 8 Kota Jambi)" memaparkan bahwa penulis ingin menganalisis faktor-faktor apa yang Memengaruhi perilaku siswa dalam membeli produk di koperasi siswa SMA Negeri 8 Kota Jambi[11]. Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif, karena penelitian tersebut menggambarkan situasi dan kondisi sosial yang terjadi dan menjelaskan faktor-faktor yang Memengaruhi siswa untuk membeli produk koperasi siswa. Setelah diteliti, ternyata ada dua faktor yang Memengaruhi keputusan siswa untuk membeli produk koperasi yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi faktor persepsi, kepribadian,

[10] Tresna Rahmawati, Skripsi: *"Pengaruh Produk Pegadaian Syariah (Tabungan Emas) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Nasabah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Metroboulevard Cikarang, Bekasi)"* (Bekasi: STAI Pelita Bangsa, 2017), hal. 59.
[11] Hadi Kesuma Sanjaya, *"Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Di Koperasi Siswa SMA Negeri 8 Kota Jambi"*. FKIP Universitas Jambi. hal. 1-7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembelajaran, motivasi dan sikap. Sedangkan faktor eksternal meliputi faktor budaya, *demografi*, status sosial dan referensi kelompok.

Persamaan penelitian di atas dengan yang akan diteliti adalah penelitian bersifat kualitatif, sama-sama meneliti tentang perilaku konsumen sedangkan yang akan diteliti penulis adalah analisis perilaku konsumen terhadap nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian di pegadaian UPS Wonokriti Surabaya.

Dalam skripsi "Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Cakranegara Mataram" memaparkan bahwa promosi merupakan kegiatan penting bagi setiap perusahaan termasuk pegadaian syariah karena sebaik apapun produk yang dihasilkan jika tidak dikenal oleh masyarakat atau nasabah maka produk tersebut tidak akan laku di pasaran. Dengan promosi, masyarakat dapat mengetahui tentang sifat dan karakteristik produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sehingga meningkatkan minat mereka.

Setelah diteliti promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah nasabah tabungan emas di pegadaian syariah cabang Cakranegara Mataram sebesar 40,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya[12].Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah meneliti produk tabungan emas di pegadaian syariah. Perbedaannya adalah penelitian di atas meneliti variabel promosi terhadap jumlah nasabah tabungan emas, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah analisis perilaku konsumen nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian UPS Wonokriti Surabaya.

[12] Siti Zohriah, Skripsi: "*Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Cakranegara Mataram*" (Mataram: UIN Mataram, 2017), hal. 61.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam jurnal “Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada PT.Pegadaian (PERSERO) Kanwil V Manado” memaparkan bahwa Pegadaian Tabungan Emas adalah kepemilikan emas batangan oleh pemilik rekening dengan transaksi jual beli emas batangan dalam jumlah minimal pembelian tertentu dengan fasilitas titipan. Pegadaian Tabungan Emas ini selanjutnya disebut dengan Tabungan Emas. Kelemahan dari produk tersebut disaat ini masih banyak yang belum terlalu dikenal oleh banyak masyarakat tentang produk tabungan emas dari sistem informasi yang masih kurang di publis.

Keunggulan dari produk tersebut mudah dan cepat dicairkan untuk memenuhi kebutuhan danamasyarakat, mulai menabung hanya dengan Rp 5.000 sudah termasuk kepemilikan emas seberat 0,01 gram. Produk tersebut bisa diterima dalam bentuk logam mulia atau emas batangan, stock emas adalah emas batangan bersetifikat London Bullion Market Association (LBMA) yg dibeli oleh perusahaan untuk transaksi tabungan emas.

Dengan tabungan emas ini masyarakat bisa lebih mudah untuk berinvestasi, dengan menabung cicilan maka masyarakat bisa mendapatkan sebuah logam emas atau emas batangan sesuai dengan berapa yang ditabung oleh pengguna tabungan emas. PT.Pegadaian (Persero) membuat perencanaan pemasaran yang lebih baik untuk mendapatkan yang positif sesuai dengan slogan Pegadaian yaitu Mengatasi Masalah Tanpa Masalah.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Strategi promosi, citra merek dan persepsi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado.

2. Strategi promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado.

3. Citra Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado.

4. Persepsi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado[13].

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah meneliti produk tabungan emas di pegadaian syariah. Perbedaannya adalah penelitian di atas meneliti pengaruh variabel strategi promosi, citra merek dan persepsi terhadap keputusan nasabah pengguna tabungan emas, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah analisis perilaku konsumen terhadap nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian UPS Wonokriti Surabaya.

Dalam skripsi "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta)" memaparkan bahwa promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di pegadaian syariah pasar telo Yogyakarta[14].

---

[13] Prisca Montolalu dan Michael Ch Raintung, "*Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada PT.Pegadaian (PERSERO) Kanwil V Manado".* Jurnal EMBA. Vol. 6 No. 3 Juli 2018, hal. 1808-1817.

[14] Difa Ikrima Mudzdalifa, Skripsi: *"Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta)"* (Yogyakarta: UINSUKA, 2017), hal. 79.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah diteliti dan diuji, variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di pegadaian syariah pasar telo Yogyakarta, karena dengan promosi dari pegadaian syariah, masyarakat mengerti akan kegunaan dan manfaat dari produk tabungan emas pegadaian syariah. Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di pegadaian syariah pasar telo Yogyakarta karena nasabah hanya ingin kebutuhan mereka terpenuhi yaitu menabung emas tanpa melihat kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegadaian syariah. Variabel motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di pegadaian syariah pasar telo Yogyakarta. Motivasi Memengaruhi nasabah karena mereka ingin mendapatkan emas dengan harga murah dan cara yang mudah.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah meneliti produk tabungan emas di pegadaian syariah. Perbedaannya adalah penelitian di atas meneliti pengaruh variabel strategi promosi, citra merek dan persepsi terhadap keputusan nasabah pengguna tabungan emas dan tempat penelitian di pegadaian syariah Pasar Telo Yogyakarta, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah analisis perilaku konsumen terhadap nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian UPS Wonokriti Surabaya.

Dalam jurnal yang dibuat Erny Rachmawati dengan judul " Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Bakso di Purwokerto" menjelaskan bahwa penulis ingin meneliti tentang faktor-faktor apa saja yang paling dominan terhadap keputusan konsumen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dala membeli bakso di Purwokerto. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner[15].

Setelah diteliti penulis mendapatkan hasil bahwa konsumen pembelian bakso di Purwokerto didominasi oleh perempuan berusia 16 sampai 25 tahun, beragama Islam dengan tingkat pendidikan SMA dan berstatus belum menikah. Kebanyakan mereka berasal dari luar Purwokerto tetapi sudah tinggal di Purwokerto selama 10 tahun lebih, serta mereka mengkonsumsi bakso sejak berumur kurang dari 10 tahun. Ditinjau dari faktor pribadi penulis menjelaskan bahwa konsumen memilih membeli bakso diwarung yang tempatnya bersih dan ada tempat parkirnya. Faktor lain yang Memengaruhi konsumen untuk membeli bakso adalah rasa. Jika konsumen merasa puas dengan rasa bakso tersebut maka secara spontan akan melakukan promosi dengan memberitahukan kepada teman ataupun keluarganya.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah meneliti tentang perilaku konsumen.Perbedaannya adalah penelitian di atas meneliti faktor yang Memengaruhi pembelian pentol di Purwokerto, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah meneliti faktor yang Memengaruhi nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian UPS Wonokriti Surabaya.

Dalam jurnal “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Buah Lokal Di Pasar Modern Kota Palopo” yang ditulis oleh Dian Trisna memaparkan bahwa persaingan petani buah lokal semakin ketat karena banyaknya buah impor yang masuk di Kota Palopo. Namun, buah lokal masih banyak diminati masyarakat

[15] Erny Rachmawati, *“Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Bakso di Purwokerto”*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi. 2016, hal. 150-162.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena jenis yang beragam dan rasa yang segar. Maka dari itu penulis ingin menganalisis perilaku konsumen dalam membeli buah lokal di pasar modern Kota Palopo dan menganalisis faktor-faktor yang mendorong pembelian buah lokal di pasar modern Kota Palopo[16].

Hasil penelitian menjelaskan bahwa faktor yang Memengaruhi pembelian buah lokal di pasar modern Kota Palopo adalah faktor sosial dan faktor pribadi. Faktor sosial merupakan kelompok acuan yang memiliki pengaruh langsung atau disebut kelompok keanggotaan. Kelompok keanggotaan ada dua jenis yaitu primer dan sekunder. Kelompok keanggotaan primer seperti keluarga, tetangga, teman, rekan kerja dan lain lain yang sering berinteraksi. Sedangkan kelompok keanggotaan sekunder cenderung formal dan tidak terlalu sering atau jarang berinteraksi.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah meneliti dan menganalisis tentang perilaku konsumenPerbedaannya adalah penelitian di atas dilakukan pada pembeli buah lokal di pasar modern Kota Palopo, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah analisis perilaku konsumen dan faktor yang Memengaruhi nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian UPS Wonokitri Surabaya.

Dalam jurnal "Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012)" memaparkan bahwa penulis ingin meneliti bagaimana perilaku mahasiswi S1 pendidikan ekonomi fakultas ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2012 dalam bertransaksi.

[16] Dian Trisna, *"Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Buah Lokal di Pasar Modern Kota Palopo"*. ISSN. 2017, hal. 1-8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan *fenomenologi*[17].

Penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa yang pertama motif dalam pembelian makanan. Mahasiswi cenderung memilih tempat dengan tujuan untuk pencitraan karena ingin mendokumentasikan momen tersebut dan disebarluaskan melalui medsos. Yang kedua motif bertransaksi dalam pembelian produk fashion. Mahasiswi tersebut cenderung membeli produk fashion karena terpengaruh oleh teman, tren, merek, iklan dan diskon. Untuk mereka yang terpengaruh berdasarkan merek karena lebih mementingkan kualitas produk, sedangkan mereka yang terpengaruh berdasarkan tren dan teman mereka lebih mementingkan gaya hidup dan gengsi agar menyesuaikan dengan kelompok pertemanan.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sama sama meneliti perilaku konsumen, perbedaannya adalah penelitian yang akan dilakukan fokus kepada analisis perilaku konsumen dan faktor yang Memengaruhi nasabah non muslim menabung emas di pegadaian UPS Wonokriti Surabaya.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana proses pengambilan keputusan nasabah non muslim untuk menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya.

[17] Niati Lisma dan Agung Haryono, *"Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus pada Mahasisawa S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012)"*. JPE. 2016, hal 41-50.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Untuk mengetahui dan menjelaskan apa saja faktor-faktor yang Memengaruhi non muslimmenabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretik

   Hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan atau pengetahuan tentang disiplin ilmu ekonomi syariah dan pegadaian syariah. Selain itu, penelitian ini juga dapat menyumbangkan beberapa pemikiran untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Aplikatif

   Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu acuan atau pertimbangan dalam melakukan evaluasi kegiatan operasional pegadaian syariah, sehingga pegadaian syariah mampu atau bisa memberi apa yang menjadi kebutuhan dan memberi kepuasan kepada nasabah.

G. Definisi Operasional

Definisi Operasional merupakan bagian yang menjelaskan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep/variabel[18]. Penelitian ini berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nasabah Non Muslim Memiliki Tabungan Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Unit Pelayanan Syariah Wonokitri Surabaya)". Untuk

[18] Juliansyah Noor, Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan kemudahan dalam memahami skripsi ini, maka penulis memberikan definisi dari beberapa istilah yang akan diteliti, antara lain

a. Perilaku konsumen.

Perilaku konsumen merupakan sebuah studi tentang proses pengambilan keputusan pada individu, kelompok atau organisasi maupun masyarakat luas untuk menggunakan atau tidak terhadap suatu produk baik barang, jasa dan ide. Penelitian ini fokus pada faktor faktor yang memengaruhi konsumen dalam hal ini nasabah non muslim menggunakan produk tabungan emas pegadaian syariah. Dalam penelitian ini faktor faktor yang dimaksud adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan psikologi.

b. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang berhubungan dengan pemenuhan keinginan atau kebutuhan terhadap suatu produk yang tepat dan sesuai keinginan. Proses keputusan pembelian ini melalui beberapa tahap yang diawali dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, peniliain dari berbagai alternatif, membuat keputusan pembelian, dan perilaku setelah membeli.

c. Nasabah Non-Muslim

Nasabah yang mempunyai kepercayaan atau keyakinan di luar agama Islam disebut nasabah non muslim. Dalam penelitian ini nasabah non muslim adalah nasabah yang beragama kristen, katolik, kong hu cu, hindu dan buddha.

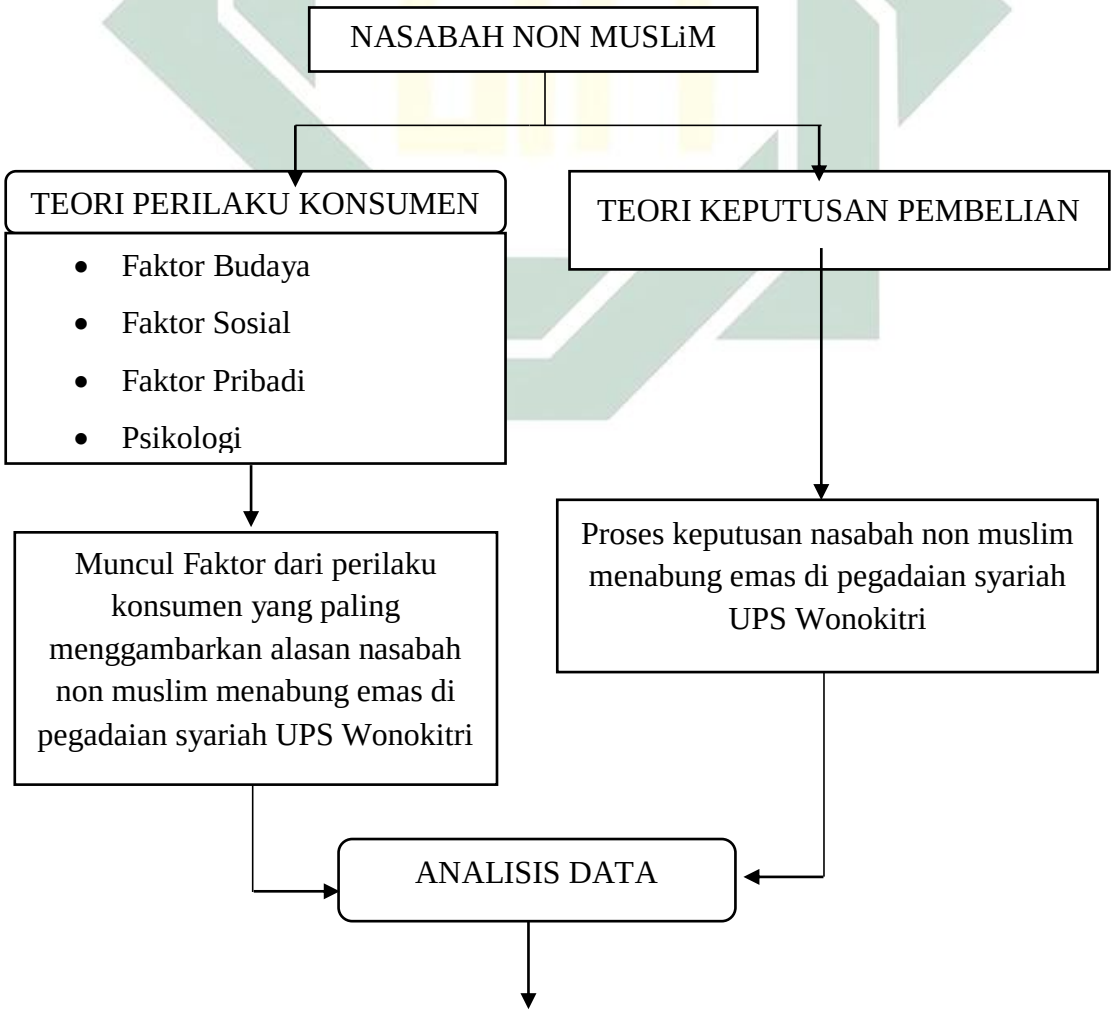
d. Tabungan emas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabungan emas dalam penelitian ini adalah salah satu produk pegadaian syariah yaitu nasabah bisa membeli emas dengan minimal pembelian sebesar 0,01 gram dan ditabung untuk investasi jangka panjang.

H. Kerangka Pemikiran

Untuk mempermudah dalam memahami arah dan tujuan peneliti maka berikut adalah kerangka berpikir yang penulis gambarkan.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KESIMPULAN

Bagan 1. Kerangka Konseptual

I. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Penelitian yang dilakukan berorientasi pada pengumpulan data lapangan dan empiris, yaitu memiliki kriteria tertentu seperti valid dan data yang valid pasti *reliable* dan obyektif[19].

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan jenis data yang dibutuhkan dan tujuan yang akan dicapai, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu dengan cara menjelaskan suatu kenyataan atau fakta dari objek yang dijadikan penelitian. Adapun yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah suatu penelitian sekedar untuk menggambarkan suatu variabel yang berkenan dengan masalah yang diteliti tanpa mempersoalkan hubungan antar variabel[20].

Tujuan dari penggunaan pendekatan ini adalah untuk mendeskripsikan perilaku orang, peristiwa lapangan, serta kegitan-kegiatan tertentu secara terperinci atau mendalam. Menurut Bodgan & Taylor, penelitian kualitatif adalah

[19] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2014).
[20] Sanapiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial* (Jakarta: Rajawali Press, 1992), hal. 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

prosedur penelitian menggunakan data deskriptif berupa lisan atau kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati[21].

Agar dapat memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian ini, maka penulis menggunakan metode *Field Research* (Penelitian Lapangan) yaitu penelitian dalam kanca kehidupan yang sebenarnya[22]. Penulis datang langsung, mempelajari, mengunjungi dan melakukan wawancara pada nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya.

Sedangkan teknik sampling yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah *purposive sampling. Purposive sampling adalah* pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Misalnya orang tersebut dianggap tahu tentang apa yang penulis harapkan atau orang tersebut merupakan penguasa sehingga penulis mudah untuk menjelajahi objek atau situasi yang diteliti[23].

2. Lokasi penelitan

   Tempat yang akan diteliti adalahPegadaian syariah UPS Wonokitri yang terletak di Jalan Mayjend Sungkono No. 40, Surabaya.

3. Sumber Data

   a. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari personal yang diteliti atau dapat berasal dari lapangan. Data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan ini berasal dari wawancara secara langsung kepada pengelola Unit Pegadaian Syariah (UPS) Wonokitri Surabaya dan nasabah non muslim yang mempunyai tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya.

[21] R Bodgan dan S J Taylor, Dasar-dasar Penelitian Kualitatif (A. Khozin Afandi Penerjemah), (Surabaya: Usaha Nasional, 1983).
[22] Hadi sutrisno, Metode Research (Yogyakarta: UGM, 2002).
[23] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Data sekunder merupakan data yang sudah ada sebelumnya yang diteliti atau dikumpulkan oleh instansi atau orang lain diluar dari penulis sendiri. Data sekunder pada penelitian ini didapat dari buku-buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian ini. Karena, data yang akan dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara sebagai berikut.

a. Observasi

Observasi merupakan peninjauan secara cermat untuk mengembangkan suatu imajinasi. Teknik observasi digunakan apabila penelitian yang dilakukan berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak besar. Observasi ini akan dilakukan pada nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya.

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan antara dua orang yang melakukan proses tanya jawab untuk bertukar informasi mengenai suatu topik bahasan tertentu. Metode *Interview* yaitu metode yang dilakukan dengan cara tanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jawab secara lisan antara dua orang atau lebih kemudian bertatap muka dan mendengarkan informasi yang diberikan[24].

Wawancara akan dilakukan pada kepala Unit Pegadaian Syariah Wonokitri Surabaya. Selain pimpinan UPS Wonokitri, wawancara dilakukan pada nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan peneltian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan catatan peristiwa yang telah lalu, mengumpulkan dokumen dari lembaga yang berhubungan dengan penelitian ini. dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya yang menimbulkan kesan dari seseorang(Sugiyono, 2010). Penulis juga akan mengambil gambar atau foto sebagai pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

5. Teknik Pengolahan Data

Berdasarkan data-data yang diperoleh penulis di lapangan, maka penulis menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut :

a. Editing, merupakan pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh. Dalam hal tersebut penulis akan mengambil data yang telah dipaparkan dalam rumusan masalah.

b. Organizing, merupakan penyusunan kembali data yang diperoleh kemudian dipaparkan secara sistematis dan sesuai dengan masalah yang dirumuskan.

[24] Kholid Narkubo dan Abu Achmadi, Metode Penelitian (Jakarta: Bumi Aksara, 2007).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Penemuan Hasil yaitu menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian tersebut untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang terjadi di lapangan.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain secara sistematis sehingga mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan cara menarik sebuah kesimpulan dari teori umum menuju teori khusus dengan penalaran atau biasa disebut metode berfikir deduktif[25]. Dengan metode ini penulis bisa mengambil kesimpulan dari pengetahuan umum seperti teori-teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Kemudian menuju pengetahuan khusus yaitu memaparkan keadaan di lapangan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nasabah non muslim dan bagaimana proses keputusan menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya.

J. Sistematika Pembahasan

Sistematika Pembahasan memuat uraian dalam bentuk *essay* yang menggambarkan alur logis dari struktur bahasan pada skripsi. Agar lebih mudah dipahami, penulis menyusun sistematika pembahasan antara lain sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, bab ini disajikan dengan tujuan agar pembaca dapat mengetahui latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini.

[25] Nana Sudjana, Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah (Bandung: Sinar Baru, 1991). Hal. 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab II adalah landasan teori, yaitu memuat tentang konsumen,jenis konsumen, konsep perilaku kosumen, keputusan pembelian, danteori pegadaian syariah.

Bab III merupakan deskripsi hasil yang terdiri dari gambaran umum tentang pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya, deskripsi perilaku konsumen terhadap non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya.

Bab IV adalah analisis data yaitu menganalisis bagaimana proses keputusan untuk menabung dan faktor-faktor yangMemengaruhi nasabah non muslim menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya.

Bab V merupakan bab terakhir yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dituangkan agar sebaiknya dilakukan oleh seluruh pegadaian syariah umumnya dan pegadaian syariah UPS Wonokitri khususnya dalam memasarkan produk tabungan emas kepada masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Konsumen berasal dari bahasa Belanda dan Inggris *consumen* dan *consumer* yang artinya pembeli. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dsb). Dalam ilmu ekonomi mikro, konsumen adalah seseorang atau kelompok yang melakukan berbagai kegiatan konsumsi barang atau jasa. Pengertian lain dari konsumen adalah orang yang membutuhkan, menggunakan, dan memanfaatkan barang atau jasa[26].

Pengertian konsumen menurut Philip Kotler, adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi secara pribadi[27]. Menurut Inosentius Samsul, konsumen adalah pemakai atau pengguna terakhir suatu produk, baik sebagai pembeli atau diperoleh dengan cara lain, seperti hadiah, pemberian, dan undangan. Sedangkan menurut Mariam Darus Badrul Zaman mendefinisikan konsumen adalah seluruh individu yang menggunakan barang atau jasa secara konkret dan riil[28].

---

[26] Vinna Sri Yuniarti, "Perilaku Konsumen Teori dan Praktik" (Bandung : CV Pustaka Setia, 2015), hal.46.
[27] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran,* Jilid 2, Alih Bahasa David Octarevia, (Jakarta: Bumi Akasara, 1996), hal. 7.
[28] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2012), hal. 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Istilah konsumen dapat juga kita temukan dalam peraturan perundang-undangan Indonesia. Dalam Pasal 1 ayat 2 UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, "*konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan* ". Mengacu pada Undang-undang perilaku konsumen tentang pengertian konsumen tersebut, terdapat batas bahwa barang atau jasa yang diperoleh atau dikonsumsi tidak untuk diperdagangkan. Sehingga pedagang yang membeli lalu menjual kembali tidak dikatakan sebagai konsumen.

Di dalam kepustakaan ekonomi, konsumen dikenal dengan konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan produk sebagai bagian dari sebuah proses produksi suatu produk lainnya. Jadi yang dimaksud konsumen dalam peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen adalah konsumen akhir[29].

Az. Nasution menegaskan dan memberikan batasan tentang apa itu konsumen antara lain :

a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang atau jasa lain untuk diperdagangkan (tujuan komersial).

[29] Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidup pribadinya, keluarga, dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nonkomersial)[30].

Dari beberapa definisi konsumen di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen adalah setiap orang atau lembaga yang mendapat atau menggunakan produk dan ataupun jasa untuk kepentingan pribadi, keluarga atau untuk tujuan komersial.

2. Jenis-Jenis Konsumen

Setiap manusia mempunyai keinginan yang berbeda-beda, begitu juga dengan konsumen. Untuk memahami konsumen, maka terlebih dahulu harus mengerti tentang jenis-jenis konsumen. Ada beberapa jenis konsumen antara lain[31]:

a. Konsumen atau Pelanggan. Menurut Undang-Undang Konsumen, Pelanggan adalah setiap orang yang membeli atau memakai barang ataupun jasa yang tersedia baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

b. Konsumen *Trend setter*. Jenis konsumen ini adalah konsumen yang selalu suka terhadap sesuatu yang baru atau yang sedang tren saat ini. jika ada barang terbaru maka konsumen ini merasa bahwa dirinya harus menjadi pembeli yang pertama sebelum orang lain.

[30] Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Jaya Widya, 1999), hal. 13.
[31] Arif Setiawan, "Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu" (Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2016), hal. 13-14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Konsumen *Follower*atau pengikut. Konsumen pengikut adalah konsumen yang sangat mudah terpengaruh oleh konsumen lain terutama konsumen *trend setter*.

d. Konsumen pencari nilai atau biasa disebut *Value Seeker*. Mereka adalah konsumen yang mempunyai pertimbangan dan pendirian sendiri. Kelompok ini cenderung sulit dipengaruhi karena mereka memilih produk berdasarkan pada kebutuhan mereka dengan alasan yang rasional, sehingga konsumen *value seeker* ini patut untuk diberi perhatian khusus.

e. Konsumen pemula, yaitu jenis konsumen yang saat datang banyak bertanya, namun konsumen pemula merupakan calon pelanggan dimasa yang akan datang.

f. Konsumen yang loyal dengan harga, siapapun penjualnya asalkan harga produk tersebut sesuai dengan kriteria konsumen maka dia akan loyal. Ini adalah jenis konsumen pada umumnya.

3. Pengertian Perilaku Konsumen

Pada kenyataanya, manusia sering dihadapkan oleh berbagai macam pilihan untuk memenuhi kebutuhannya. Pilihan-pilhan tersebut terpaksa dilakukan karena keinginan atau kebutuhan manusia terbatas, sedangkan alat untuk memenuhi kebutuhan tersebut terbatas. Banyak faktor yang mendorong manusia untuk melakukan pembelian. Pemahaman tentang perilaku konsumen sangat penting karena dapat dijadikan modal penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Ada beberapa pengertian mengenai perilaku konsumen.

Menurut Griffin, perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saat membeli, menggunakan, menghabiskan, produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. Menurut Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, perilaku konsumen adalah perilaku yang dilakukan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, mengatur, dan menilai barang atau jasa yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan mereka[32]. Menurut Nugroho, perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengakhiri tindakan ini[33]

Selanjutnya, Solomon mengemukakan pendapatnya bahwa perilaku konsumen adalah studi terhadap proses yang dilalui individu atau kelompok ketika memilih, membeli, menggunakan, atau membuang produk, jasa, dan ide untuk memuasakan kebutuhan dan keinginan mereka[34]. Menurut Gerald Zaldman dan Melanie Wallendorf, perilaku konsumen adalah proses, tindakan-tindakan, dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok, maupun organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya. Pendapat lainnya dikemukakan oleh Hawkins, Best, dan Coney, perilaku konsumen adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses dimana mereka menyeleksi, menggunakan dan

[32] Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013) hal. 235.
[33] Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media, 2003), hal.3.
[34] Solomon dan Elnora, *Strategi Pemasaran* (Jakarta: Kelompok Gramedia, 2002), hal. 31.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membuang produk, layanan pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan dampak dari proses tersebut pada konsumen masyarakat[35].

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah sebuah studi tentang perilaku individu atau kelompok dalam menilai, membeli, menggunakan, dan membuang produk atau jasa untuk memenuhi kepuasan mereka. Konsumen dapat dilihat dari beberapa sudut termasuk usia, jenis kelamin, status sosial, dan sebagainya. Sehingga berbagai faktor tersebut akan Memengaruhi cara mereka memilih, menggunakan atau membuang barang dan jasa. Kebutuhan dan keinginan mereka pun akan berbeda, oleh karena itu mempelajari perilaku konsumen sangat penting. Apalagi untuk seorang pemasar memahami perilaku konsumen agar kegiatan pemasaran yang dilaksanakan berjalan secara efektif dan efisien.

4. Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen

Keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor[36]. Beberapa faktor yang Memengaruhi perilaku konsumen yaitu :

a. Faktor Kebudayaan, terdiri dari :

1) Budaya yaitu pola perilaku yang diperoleh secara sosial kemudian di ekspresikan melalui simbol-simbol, bahasa atau dengan cara lainnya kepada anggota masyarakat.

2) Sub-budaya merupakan sosialisasi atau pengenalan yang lebih khusus untuk seluruh anggotanya. Sub-budaya ini meliputi agama, kebangsaan, kelompok ras maupun daerah geografis.

---

[35] Rini Dwiastuti, Dkk, *"Ilmu Perilaku Konsumen"*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), hal. 3-4.

[36] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta : Prenada Media, 2003), hal. 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Kelas sosial dimana pada dasarnya seluruh masyarakat menunjukkan stratifikasi sosial dalam bentuk kelas sosial lebih seringnya.

b. Faktor Sosial, adalah faktor yang berhubungan dengan kesatuan sosial yang menjadi wadah atau tempat untuk berinteraksi antara satu dengan yang lain karena ada hubungan diantara mereka. Faktor sosial dalam perilaku konsumen terdiri dari :

1) Kelompok referensi, termasuk kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung atau biasa dikenal dengan kelompok keanggotaan.

2) Keluarga, merupakan kelompok acuan primer yang paling penting dalam masyarakat dan paling berbemgaruh. Terdapat dua macam dalam kehidupan pembeli yaitu keluarga orientasi (*family orientation*) dan keluarga prokreasi (*family of procreation*).

3) Peran dan status. Peran merupakan kegiatan yang mampu dilakukan oleh seseorang dan diharapkan Memengaruhi sebagian dari perilaku pembelinya. Setiap peran akan membawa sebuah status.

c. Faktor Pribadi, merupakan ciri-ciri individual dari perpaduan sifat, tempramen, kemampuan umum serta bakat yang perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungannya[37]. Ciri-ciri pribadi dapat Memengaruhi keputusan seseorang untuk membeli yaitu :

1) Umur, karena sepanjang hidup seseorang akan mengalami perubahan dalam membeli barang atau jasa.

[37] Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran* (Jakarta: Graha Ilmu, 2012), hal. 57.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Pekerjaan. Ketika seseorang bekerja, hal tersebut pasti akan Memengaruhi pola konsumsinya. Sehingga para pemasar mencoba mengenali kelompok pekerjaan yang memiliki minat terhadap produk dan jasa lebih dari rata-rata
3) Keadaan ekonomi. Keadaan atau kondisi ekonomi Memengaruhi pembeli dalam memilih sebuah produk. Kondisi ini meliputi pendapatan yang dialokasikan untuk dibelanjakan, tabungan, utang, piutang, kemampuan untuk belanja serta menabung.
4) Gaya hidup, merupakan pola hidup yang dijalankan seseorang dalam melakukan kegiatan sehari-hari.
5) Kepribadian dan konsep diri merupakan karakteristik yang berbeda dari setiap orang dalam merespon terhadap lingkungan.

d. Faktor Psikologi, terdiri dari :

1) Motivasi, yaitu dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.
2) Persepsi, merupakan proses seseorang dalam memilih, mengelola, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran atau mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya.
3) Proses belajar, merupakan perubahan perilaku konsumen yang timbul karena beberapa pengalaman.
4) Kepercayan dan sikap, adalah perilaku seseorang yang meyakini bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1. Faktor-faktor yang Memengaruhi perilaku konsumen

Faktor Kebudayaan	Faktor Sosial	Faktor Pribadi	Faktor Psikologi
Kebudayaan	Keluarga	Umur	Motivasi
Sub-budaya	Kelompok referensi	Pekerjaan	Persepsi
Kelas sosial	Peran dan status	Keadaan ekonomi	Proses belajar
		Gaya hidup	Kepercayaan dan sikap
		Kepribadian dan konsep diri	

B. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah disaat manusia membeli suatu produk untuk memenuhi suatu keinginan dan kebutuhan.Keputusan konsumen adalah tindakan konsumen untuk membentuk beberapa referensi pilihan diantara produk-produk yang ada kemudian memilih dan membeli produk yang paling disukai[38]. Menurut Muanas, pengambilan keputusan adalah sebuah proses memilih dan menilai suatu produk atau jasa yang paling sesuai menurut anggapan konsumen dan paling menguntungkan diantara alternatif-alternatif lain yang ada[39].

[38]Hotman Panjaitan, *Analisis Respon Konsumen melalui Sistem Teknologi Informasi, Kualitas Layanan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur,* (Surabaya: PT. Refka Petra Media, 2013), hal. 15.
[39]Arief Muanas, *Perilaku Konsumen,* (Yogyakarta: Gerbang Media Aksara, 2014), hal. 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Schiffman dan Kanuk, pengambilan keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih faktor atau alternatif pilihan yang ada, artinya konsumen dapat membuat keputusan saat dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan. Keputusan membeli dapat mengarah pada saat bagaimana proses pengambilan keputusan tersebut dilakukan[40]. Sedangkan menurut Peter dan Olshon, inti dari keputusan pembelian adalah proses yang memadukan beberapa pengetahuan untuk memilih satu dari beberapa alternatif setelah dilakukan sebuah evaluasi[41].

Selanjutnya menurut Kotler, keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang berhubungan dengan pemenuhan keinginan atau kebutuhan terhadap suatu produk yang tepat dan sesuai keinginan. Proses keputusan pembelian ini melalui beberapa tahap yang diawali dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, peniliain dari berbagai alternatif, membuat keputusan pembelian, dan perilaku setelah membeli[42].

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses yang dilalui seseorang dalam menetapkan sebuah keputusan yang terbaik, rasional, logis, dan ideal berdasarkan fakta, informasi, dan data dari sebuah alternatif untuk mencapai sebuah keinginan atau kebutuhan dengan resiko yang kecil, efektif, dan efisien.

---

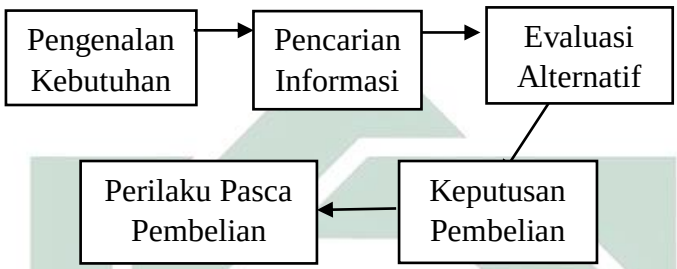
[40]Hatane Samuel, "*Perilaku dan Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50% Discount di Surabaya*", Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol 2 No. 2, (2000), hal. 75.
[41]J. Paul Peter & Jerry C. Olshon, *Consumer Behaviour & Marketing Strategy (Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran).* Terjemahan: Diah Tantri Dwiandani, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 163.
[42]Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran (Terjemahan),* (Jakarta: PT Indeks Kelompok Media), hal. 212.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Menurut Kotler, ada lima proses yang dilalui seseorang atau konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Lima proses terebut adalah sebagai berikut[43]:

Bagan 2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian menurut Kotler



a. Pengenalan kebutuhan

Proses pertama yang dilalui konsumen adalah pengenalan kebutuhan. Proses kebutusan pembelian konsumen dimulai ketika konsumen menemukan dan meyadari keinginan atau kebutuhan terhadap suatu produk yang harus dipenuhi.

b. Pencarian informasi

Setelah konsumen menyadari akan keinginan atau kebutuhannya terhadap suatu produk, maka untuk memenuhi keinginan atau kebutuhannya, konsumen akan berusaha untuk mencari informasi terkait dengan produk yang sesuai. Sumber informasi bisa didapat dari berbagai sumber seperti keluarga, teman, iklan, tenaga penjual, media massa, sumber pengalaman penggunaan, dan lain-lain.

[43]Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Evaluasi alternatif

Tahap ketiga yang dilalui konsumen adalah evaluasi alternatif. Setelah informasi dikumpulkan, konsumen akan mengevaluasi atau melakukan penilaian terhadap produk yang sejenis. Kemudian konsumen akan menilai dan membandingkan keuntungan dan keunggulan produk tersebut. Konsumen akan menyeleksi produk mana yang dianggap tepat sesuai dengan keinginan atau kebutuhan.

d. Keputusan pembelian

Tahap keempat dari proses keputusan pembelian adalah keputusan pembelian. Setelah konsumen menyeleksi sekian jenis produk yang tersedia, konsumen akan menemukan produk yang paling tepat menurutnya dibandingkan dengan produk lainnya dan memutuskan untuk membeli. Keputusan ini diambil setelah proses penilaian terkait jenis, kualitas, harga, lokasi pembelian, mekanisme pembayaran, dan lain-lain.

e. Perilaku pasca pembelian

Tahap terkahir dalam proses keputusan pembelian adalah perilaku pasca pembelian. Orientasi dari perilaku pasca pembelian adalah kepuasan konsumen. Setelah membeli produk, konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk yang dibeli. Jika merasa puas terhadap produk tersebut, konsumen akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Jika merasa tidak puas, maka konsumen akan Memengaruhi orang lain agar tidak membeli produk tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Pegadaian Syariah

Teori pegadaian syariah pada penelitian ini akan membahas tentang pengertian pegadaian syariah, landasan hukum pegadaian syariah, dan hukum rahn.

1. Pengertian Pegadaian Syariah

Gadai secara umum adalah aktivitas menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu untuk memperoleh sejumlah uang, yang mana barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara penggadai dan penerima gadai. Pegadaian merupakan sebuah badan atau organisasi yang bergerak dibidang pelayanan jasa peminjaman uang dengan menggadaiakan barang sebagai jaminannya. Pegadaian adalah salah satu bentuk lembaga keuangan bukan bank yang orientasinya diperuntukkan kepada masyarakat menengah ke bawah yang membutuhkan uang dalam waktu singkat seperti biaya pendidikan anak pada ajaran baru, biaya pengobatan di rumah sakit, biaya menghadapi lebaran idul fitri, dan lain-lain[44].

Jika nasabah ingin meminjam uang di pegadaian maka harus menggadaikan barang sebagai jaminannya. Setelah menggadaikan barang tersebut, nasabah akan mendapatkan uang sejumlah harga taksiran barang yang digadaikan. Setiap pinjaman memiliki jangka waktu. Nasabah bisa melunasi pinjaman atau menebus barangnya sebelum jatuh tempo. Jika sudah melebihi batas waktu yang disepakati maka barangnya akan hangus sehingga tidak bisa ditebus atau di lelang oleh pihak pegadaian[45].

---

[44]Mardani, *Hukum Bisnis Syariah* (Jakarta : Prenadamedia Group, 2014), hal. 202

[45] Amanita Novi, "*Pegadaian*"(http://staffnew.uny.ac.id/upload/132318570/pendidikan/pegadaian.pdf, Diakses pada 17 Januari 2020)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seiring berjalannya waktu dan melihat kebutuhan masyarakat yang ada didirikanlah pegadaian syariah di Indonesia. Pegadaian syariah dalam istilah fiqih disebut dengan *rahn. Rahn* adalah pengusaan barang milik peminjam oleh pemberi pinjaman sebagai jaminan[46].

Ulama Syafi'iyah mendefinisikan *rahn* yaitu menjadikan suatu barang yang bisa dijual sebagai jaminan utang yang dapat dipenuhi dari harganya, bila yang berhutang tidak sanggup membayar atau melunasi utangnya. Menurut ulama Hanabilah dalam kitab al-Mugni karangan Ibnu Qudamah *rahn* adalah suatu benda yang dijadikan kepercayaan suatu utang untuk dipenuhi dari harganya[47]. Ulama Malikiyyah mendefinisikan *rahn* yaitu suatu yang bernilai harta yang diambil dari pemiliknya untuk dijadikan pengikat atas utang yang tetap. Sedangkan menurut Ahmad Azhar Basyir *rahn* adalah perjanjian menahan suatu barang sebagai tanggungan utang atau menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan *syara* sebagai tanggungan *marhūn bih*, sehingga dengan adanya tanggungan, seluruh utang atau sebagian utang dapat diterima[48].

Berdasarkan beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa *rahn* adalah suatu akad utang-piutang dengan menjadikan barang yang bernilai menurut syara' yang dimiliki nasabah (*Rāhin*) sebagai jaminan utang (*Marhūn Bih*) sehingga nasabah bisa mendapatkan utang yang dibutuhkan, atau dengan kata lain menahan barang milik nasabah (Rāhin) yang bersifat materi sebagai jaminan atas uang pinjaman yang diterima, dan barang yang diterima tersebut bernilai ekonomis sehingga pihak pegadaian (Murtahīn) memperoleh jaminan

[46] Pasal 20 Ayat 14 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah
[47] Abu Muhammad 'abdullah bin Muhammad bin Qudamah, *al-mugni*, 1994, hal. 234.
[48] A.A. Basyir, *Hukum Islam Tentang Riba, Utang-Piutang Gadai*, (Bandung: Al-Ma'arif, 1983), hal. 50.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian utangnya dari barang gadai, bila rāhin tidak bisa membayar utang pada waktu yang telah ditentukan.

Jadi, Pegadaian syariah adalah sebuah badan usaha milik negara Indonesia yang secara resmi dan memiliki izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan yaitu pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai yang berlandaskan prinsip-prinsip keislaman[49].

2. Landasan Hukum Pegadaian Syariah

a. Al Quran

Dalam surat Al-baqarah ayat 283 Allah SWT berfirman :

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتُمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۚ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

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

b. Al-Hadits

عَنْ عَائِشَةَ قَالَتْ اشْتَرَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ يَهُودِيٍّ طَعَامًا وَرَهَنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

"Rasulullah saw. pernah membeli makanan dari seorang Yahudi dengan cara menangguhkan pembayarannya, lalu beliau menyerahkan baju besi beliau sebagai jaminan". HR. Muslim[50]

[49] Muhammad Sholikul Hadi, *Pegadaian Syariah* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2003), hal.51.

[50] Al-Mundziri, *Ringkasan Shahih Muslim*, (Bandung: Jabal, 2013), hal.372.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Ijma'

Ijma' merupakan kesepakatan seluruh ulama' mujtahid pada satu masa setelah zaman Rasulullah atas sebuah perkara agama. Ijma ulama yang dijadikan sebagai dasar gadai adalah Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 yang berbunyi bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan hutang dalam bentuk *rahn* dibolehkan dengan ketentuan sebagai berikut:[51]

a) Ketentuan Umum :

1) Murtahīn (Penerima barang) mempunyai hak untuk menahan barang sampai yang berhutang melunasi hutangnya.
2) Marhūn dan manfaatnya akan tetap menjadi milik dari rāhin. Dan pada prinsipnya marhun tidak diperbolehkan untuk dimanfaatkan oleh murtahin kecuali seizin rāhin, dengan tidak mengurangi nilai marhun dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan perawatannya.
3) Pemeliharaan dan penyimpanan marhun pada dasarnya menjadi kewajiban rāhin, namun dapat juga dilakukan oleh murtahin, sedangkan biaya pemeliharaan dan penyimpanan tetap menjadi kewajiban rāhin.
4) Besar biaya administrasi dan penyimpanan marhun tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.
5) Penjualan marhun :

[51] Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hal. 359.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Apabila jatuh tempo, murtahīn harus memperingatkan rāhin untuk segera melunasi hutangnya.

b) Apabila rāhin tetap tidak melunasi hutangnya, maka marhun dijual paksa.

c) Hasil penjualan marhūn digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan, dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.

d) Kelebihan hasil penjualan menjadi milik rāhin dan kekurangannya menjadi kewajiban rāhin.

b) Ketentuan Penutup :

1) Jika salah satu pihak tidak dapat mennaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

2) Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari terdapat kekeliruan akan di ubah dan di sempurnakan sebagai mana mestinya[52].

3. Hukum Rahn

Diantara hukum-hukum rahn adalah sebagai berikut[53] :

a. Rahn (barang gadai) harus berada ditangan *murtahīn* dan bukan ditangan *rāhin*. Jika *rāhin* meminta pengembalian *rahn* dari tangan *murtahīn* maka

[52] Ibid
[53] Ahmad Rodoni, *Asuransi dan Pegadaian Syariah* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hal. 67.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak diperbolehkan. Adapun *murtahīn*, ia diperbolehkan mengembalikan *rahn* kepada pemiliknya, karena ia mempunyai hak di dalamnya.

b. Barang-barang yang tidak boleh digadaikan, kecuali tanaman dan buah-buahan dipohonnya yang belum masak, karena penjualan kedua barang tersebut tersebut haram, namun digadaikan diperbolehkan, karena tidak ada *gharar* di dalamnya bagi *murtahīn* karena piutangnya tetap ada kendati tanaman dan buah-buahannya digadaikan kepadanya mengalami kerusakan.

c. Jika jatuh tempo gadai telah habis, maka *murtahīn* meminta *rāhin* melunasi utangnya. Jika *rāhin* melunasi utangnya, maka *murtahīn* mengembalikan barang kepada *rāhin*. Jika *rāhin* tidak membayar utangnya, maka *murtahīn* mengambil piutangnya dari hasil barang yang digadaikan *rāhin* kepadanya jika ada. Jika hasilnya tidak ada, ia menjualnya dan mengambil piutangnya dari hasil penjualan barang gadai.Jika hasil penjualan barang gadai lebih dari piutangnya, maka harus mengembalikan kepada *rāhin*. Jika hasil penjualan kurang dari piutangnya atau belum cukup untuk membayar utangnya, maka sisa utang tetap menjadi tanggungan *rāhin*.

d. *Rahn* adalah amanah untuk *murtahīn*. Jadi, jika rahn mengalami kerusakan bukan karena keteledoran *murtahīn*, ia tidak wajib mengganti dan piutangnya tetap menjadi tanggungan *rāhin*.

e. *Rahn* boleh dititipkan kepada orang yang bisa dipercaya selain *murtahīn* sebab yang terpenting adalah barang tersebut dijaga dan itu biasa dilakukan oleh orang yang bisa dipercaya.

f. Jika *rāhin* mensyaratkan rahn tidak dijual ketika utang telah jatuh tempo, maka rahn menjadi batal. Begitu juga jika *murtahīn* mensyaratkan kepada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rāhin dengan berkata kepadanya "jika tempo pembayaran utang telah jatuh dan engkau tidak membayar utangmu kepadaku maka rahn menjadi milikku", maka tidak sah karena Rasulullah SAW bersabda: "*Rahn* itu tidak boleh dimiliki, *rahn* itu milik orang yang menggadaikannya, ia berhak atas keuntungan dan kerugiannya".

g. Jika *rāhin* cekcok dengan *murtahīn* mengenai besarnya utang, maka ucapan yang diterima adalah ucapan *rāhin* dengan disuruh bersumpah, kecuali jika keduanya cekcok tentang *rahn*, misalnya *rāhin* berkata "tidak engkau hanya menggadaikan unta saja tanpa anaknya kepadaku", maka ucapan yang diterima adalah ucapan *murtahīn* dengan disuruh bersumpah, kecuali jika *rāhin* bisa mendatangkan barang bukti yang menguatkan dakwaannya, karena Rasulullah SAW bersabda: "Barang bukti dimintakan dari orang yang mengklaim dan sumpah dimintakan dari orang yang tidak mengaku"[54].

h. Jika *murtahīn* mengklaim telah mengembalikan *rahn* dan *rāhin* tidak mengakuinya, maka ucapan yang diterima adalah ucapan *rāhin* dengan disuruh bersumpah kecuali jika *murtahīn* bisa mendatangkan barang bukti yang menguatkan klaimnya.

i. Murtahīn berhak menaiki rahn yang bisa dinaiki dan memerah rahn yang bisa diperah sesuai dengan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk rahn tersebut. Tapi, ia harus adil artinya tidak memanfaatkannya lebih banyak dari biaya yang dikeluarkan untuk rahn tersebut, karena Rasulullah SAW bersabda: "punggung hewan itu bisa dinaiki dengan mengeluarkan biaya untuknya jika hewan tersebut digadaikan. Air susu bisa diperah dengan mengeluarkan

[54] Ibid, hal. 68.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

biaya jika digadaikan. Dan orang yang menarik dan memerah harus menanggung pembiayaannya". (HR. Bukhari).

j. Hasil *rahn* seperti anak dari *rahn* (jika *rahn* berbentuk hewan) hasil panen (jika *rahn* berbentuk tanaman), dan lain sebagainya menjadi milik *rāhin*. Oleh karena itu, ia berhak memberi air dan apa saja yang dibutuhkannya, karena Rasulullah SAW bersabda: "*Rahn* itu milik orang yang menggadaikannya, ia berhak atas keuntungan dan kerugiannya".

k. Jika *murtahīn* mengeluarkan biaya untuk *rahn* tanpa meminta izin kepada *rāhin*, maka ia tidak boleh meminta *rāhin* mengganti biaya yang telah dikeluarkannya untuk *rahn* tersebut. Jika *murtahīn* tidak bisa meminta izin kepada *rāhin* karena lokasinya berjauhan, ia berhak meminta *rāhin* mengganti biaya tersebut. Jika tempat keduanya tidak berjauhan, ia tidak boleh meminta pengembalian biaya yang telah dikeluarkannya untuk *rahn*, karena orang yang bertindak sukarela itu tidak boleh meminta pengembalian atas apa yang telah dikerjakannya.

l. Jika rumah yang digadaikan mengalami kerusakan, kemudian *murtahīn* memperbaikinya tanpa seizin *rāhin*, maka tidak apa-apa kalau ia meminta penggantian biaya yang telah dikeluarkan untuk perbaikan rumah tersebut, kecuali jika *rahn* berupa alat seperti kayu dan batu yang tidak bisa dicabut, maka ia boleh meminta penggantian kepada *rāhin*.

m. Jika rāhin meninggal dunia, atau bangkrut, maka murtahīn lebih berhak atas rahn daripada semua kreditur. Jika tempo pembayaran utang telah jatuh, ia menjual rahn yang ada padanya dan ia mengambil piutangnya dari hasil penjualan rahn tersebut. Jika hasil penjualan rahn surplus, maka ia harus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengembalikannya kepada rāhin, dan jika defisit maka ia memiliki hak yang sama bersama para kreditur terhadap sisa rahn[55].

[55] Ibid, hal. 69.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Profil Umum Pegadaian Syariah UPS Wonokitri Surabaya

1. Sejarah Pegadaian Syariah

Pegadaian mulai berkembang di Indonesia pada tanggal 10 April 1990 semenjak adanya PP/10. PP/10 dibentuk dengan tujuan agar pegadaian mampu mencegah adanya praktik riba di Indonesia hingga diterbitkannya PP 103/200 sebagai landasan kegiatan usaha Perum Pegadaian dan berlaku sampai saat ini. banyak yang berpendapat operasionalisasi dari pegadaian sebelum adanya Fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 tentang bunga bank, bahwa ha tersebut sudah sesuai dengan konsep syariah walaupun banyak yang meragukan anggapan tersebut. Pegadaian syariah sendiri mengacu pada sistem administrasi modern yang memiliki asas rasionalitas, efisiensi, dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai-nilai Islam[56].

Setelah melewati berbagai kajian, terbentuklah yang namanya Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) sebagai implementasi konsep syariah dibawah binaan divisi usaha lain PT. Pegadaian. Meskipun begitu pengelolaan ULGS terpisah dari usaha pegadaian konvensional karena termasuk unit bisnis mandiri. ULGS yang pertama kali berdiri adalah ULGS Dewi Sartika yang berdiri pada tahun 2003 pada bulan September di Jakarta. Kemudian di berdiri pula ULGS di berberapa kota seperti Makassar, Surabaya, Semarang, Jakarta serta Yogyakarta

[56] Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam : Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Kencana Prenanda Media Grup, 2010), hal. 275.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sampai September 2013. Di tahun yang sama, 4 cabang pegadaian di Aceh di konversi menjadi syariah[57].

Seiring berjalannya waktu, ULGS atau yang lebih dikenal dengan pegadaian syariah semakin banyak diminati masyarakat, sehingga banyak pendirian cabang-cabang pegadaian syariah di seluruh penjuru kota di Indonesia. Salah satu cabangnya adalah pegadaian syariah cabang Surabaya yang ada di Blauran. Di bawah cabang ada yang namanya Unit Pelayanan Syariah yang biasa disebut UPS. Pegadaian syariah cabang Surabayamembawahi 8 UPS antara lain: UPS Wonokitri, UPS Ngagel Jaya, UPS Kutisari, UPS Urip Sumoharjo, UPS Ketintang, UPS Dukuh Kupang, UPS Kutai, dan UPS Kali Butuh[58].

2. Sejarah Pegadaian Syariah UPS Wonokitri

Faktor lahirnya pegadaian syariah antara lain adalah adanya keinginan masyarakat akan adanya pegadaian syariah di Indonesia. Pegadaian syariah merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai yang berlandaskan prinsip-prinsip keislaman. Pegadaian syariah yang pertama kali berdiri adalah Pegadaian syariah Dewi Sartika Jakarta yang berdiri pada bulan September tahun 2003. Sampai sekarang sudah ada ratusan outlet pegadaian syariah di seluruh Indonesia.

Salah satu pegadaian syariah yang ada di Indonesia adalah pegadaian syariah Cabang Surabaya yang berada di Jl. Blauran No. 74-76 Sawahan Surabaya. Pegadaian Syariah Cabang Surabaya membawahi 8 Unit Pelayanan Syariah

[57] Ibid, hal. 276.
[58] Imam Sufaat, Pengelola Unit, *Wawancara* melalui *whatsapp*, 5 Maret 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(UPS) salah satunya adalah UPS Wonokitri. Pegadaian UPS Wonokitri berada di Jl. Mayjend Sungkono No. 40 Pakis Surabaya.

Menurut Imam Sufaat selaku Pengelola Unit di pegadaian syariah UPS Wonokitri bahwa UPS Wonokitri berdiri pada tahun 2004.Berdirinya pegadaian syariah UPS Wonokitri sebagai jawaban dari keinginan masyarakat yang *minded* akan pegadaian syariah[59].Pegadaian syariah UPS Wonokitri adalah pegadaian syariah yang pertama berdiri di daerah surabaya barat sebelum adanya pegadaian syariah UPS Kutai dan lain-lain.

Setiap pegadaian syariah mempunyai target yang berbeda-beda. Target pegadaian syariah UPS Wonokitri adalah 16 Miliyar per tahun. Sampai saat ini nasabah pegadaian syariah UPS Wonokitri sebanyak 2.515 nasabah yang menggunakan produk atau jasa dari pegadaian syariah UPS Wonokitri.Untuk tabungan emas sendiri hingga saat terakhir kali wawancara kepada Imam Sufaat, ada 734 nasabah yang memiliki tabungan emas dari 600 nasabah yang ditargetkan. Nasabah pegadaian UPS Wonokitri bukan hanya dari kalangan muslim saja tapi non muslim juga banyak yang menggunakan jasa pegadaian syariah.

3. Visi dan Misi Pegadaian Syariah

Imam Sufaat, Laki-laki menyatakan bahwa visi misi semua pegadaian syariah di Indonesia adalah sama. Visi dari pegadaian syariah adalah menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan sebagai agen inklusi keuangan pilihan masyarakat. Sedangkan misinya adalah :

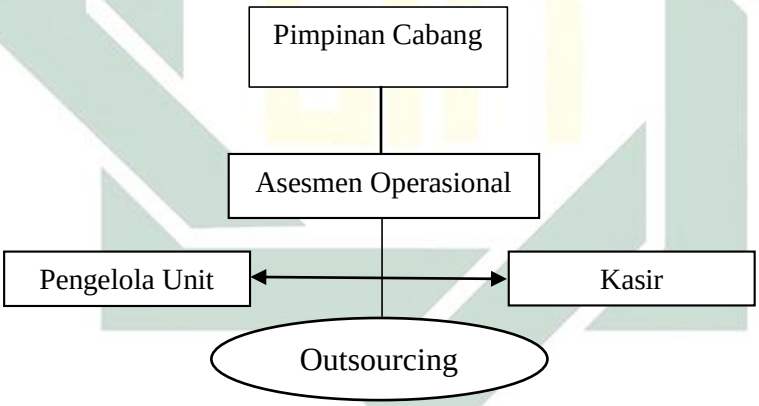
[59] Imam Sufaat, *Wawancara*, Surabaya, 26 Februari 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti.
2) Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan.
3) Memberikan *service exelence* dengan *focus* nasabah melalui :
   a. Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital.
   b. Praktek manajemen risiko yang kokoh.
   c. SDM yang profesional berbudaya kinerja baik[60].

4. Struktur Organisasi Pegadaian UPS Wonokitri Surabaya

Berikut struktur yang ada di Pegadaian Syariah UPS Wonokitri Surabaya



Bagan 3. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah UPS Wonokitri

a. Kepala Cabang

Kepala cabang bertugas untuk mengelola operasional cabang, menyusun program kerja operasional cabang agar sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Kepala pegadaian syariah cabang Surabaya saat ini adalah Sri Sumaryani.

[60]https://pegadaian.co.id/profil/visi-dan-misi diakses pada 05 Februari 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Asisten Manajer Operasional

Tugas dari asisten manajer operasional adalah membantu menjalankn operasional yang ada di cabang.

c. Pengelola Unit

Pengelola Unit ini bertugas untuk Mengkoordinasikan, melaksanakan, dan mengawasi administrasi, keuangan, keamanan, dan kebersihan serta pembuatan laporan kegiatan operasional Unit Pelayanan Syariah (UPS). Pengelola Unit Pelayanan Syariah Wonokitri saat ini adalah Imam Sufaat.

d. Kasir

Kasir adalah bagian Frontliner yang bertugas melayani administrasi pembayaran semua jenis transaksi produk dan jasa pegadaian syariah.

e. Outsourcing

Pegawai outsourcing disini terdiri dari satu orang *Office Boy* yang bertugas menjaga kebersihan kantor, mengirim atau mengambil dokumen antar divisi, dan lain-lain. Kemudian dua orang satpam yang bertugas untuk menjaga keamanan dan kenyamanan nasabah saat berada di pegadaian syariah.

5. Produk-Produk Pegadaian Syariah UPS Wonokitri Surabaya

Produk pegadaian syariah semua cabang maupun unit sama dan bukan hanya gadai saja, tetapi ada beberapa produk lainnya yaitu :

a. Rahn, yaitu peminjaman dana dengan jaminan berupa barang perhiasan, elektronik atau kendaraan bermotor. Pinjaman mulai dari Rp 50.000 sampai dengan Rp 200.000.000 atau lebih dengan jangka waktu maksimal 4 bulan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau 120 hari dan dapat diperpanjang dengan membayar ijaroh atau mengangsur sebagian uang pinjaman.

b. Rahn Tasjily Tanah, yaitu produk yang ditujukan untuk para petani dan pengusaha mikro yang membutuhkan pinjaman dana dengan jaminan bukti kepemilikan tanah atau sertifikat tanah. Pinjaman mulai dari Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 200.000.000.

c. Pembiayaan Amanah, yaitu produk pegadaian syariah yang ditujukan kepada karyawan tetap maupun pengusaha mikro untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran. Pembiayaan dapat diberikan untuk kendaraan baru ataupun *second*. Uang muka untuk motor mulai 10% sedangkan untuk mobil mulai 20% dengan janga waktu mulai 12, 18, 24, 36, 48, dan 60 bulan.

d. ARRUM BPKB, yaitu produk pegadaian syariah yang ditujukan kepada para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan BPKB saja, kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga bisa digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari. Jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 sampai dengan 36 bulan.

e. ARRUM Haji, yaitu produk pegadaian syariah untuk membantu nasabah mendapatkan porsi haji dan pergi ke tanah suci dengan jaminan emas.

f. MULIA, yaitu produk pegadaian syariah berupa layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai, angsuran, kolektif ataupun arisan. Berat emas batangan mulai dari 5 gram sampai dengan 1 kilogram.

g. Multi Pembayaran Online (MPO), yaitu produk pegadaian syariah yang melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/pulsa, air minum, pembelian tiket, dan BPJS.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

h. Tabungan Emas, yaitu layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan.

B. Keunggulan dan Kelemahan Produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah

1. Keunggulan dari produk tabungan emas pegadaian syariah antara lain:
   a. Nabung minimal setara dengan 0,01 gram.
   b. Bisa nabung kapan saja atau waktu yang fleksibel.
   c. Tidak ada uang muka.
   d. Biaya jasa penitipan bukan per bulan tapi per tahun.
   e. Bisa dijadikan jaminan jika ada kebutuhan mendesak.
2. Kelemahan dari produk tabungan emas pegadaian syariah antara lain:
   a. Terdapat kurs jual dan kurs beli.
   b. Emas hanya bisa diambil jika tabungan sudah mencapai minimal 1 gram
   c. Dikenakan biaya cetak jika ingin memiliki fisik emas.

C. Mekanisme Pembukaan Tabungan Emas Pegadaian Syariah UPS Wonokitri

Tabungan emas adalah salah satu produk pegadaian syariah yang melayani penjualan dan pembelian emas dengan fasilitas titipan. Dalam penerapannya, saldo tabungan emas bukanlah nominal uang yang ditabung, tapi jumlah berat emas yang dimiliki nasabah dalam satuan gram. Jadi, saat nasabah menabung dengan nominal berapapun jumlah uang yang disetorkan, uang tersebut akan langsung dikonversikan kedalam satuan gram emas logam mulia 24 karat. Misalkan nasabah ingin menabung sejumlah Rp. 150.000, sementara saat nasabah menabung harga emas Rp. 810.000, maka saldo tabungan emas yang didapat sebesar 0,1852 gram.

Sistem yang dipakai pegadaian syariah dalam produk tabungan emas ini adalah sistem beli-titip. Maksudnya, nasabah membeli sejumlah emas kemudian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menitipkannya kepada pegadaian syariah. Nasabah juga bisa mencairkan tabungan emasnya dalam bentuk uang jika saldo emasnya mencapai 1 gram lebih. Nasabah juga bisa mencetak fisik emas dari saldo tabungan emasnya, namun dikenakan biaya cetak dengan perhitungan sesuai berat emas yang akan dicetak dan sesuai dengan harga emas dunia pada saat itu, adapun biaya cetak emas bersifat fluktuatif.

Berikut mekanisme pembukaan rekening tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri:

1. Nasabah mendatangi outlet pegadaian syariah dengan membawa beberapa persyaratan yaitu:
   a. Fotocopy KTP/SIM/Paspor
   b. Membayar uang sejumlah Rp. 50.000 (termasuk buku tabungan, biaya pemeliharaan selama 1 tahun seharga Rp. 30.000, dan saldo emas 0,01 gram)
2. Nasabah mengisi formulir pembukaan rekening tabungan emas dan menandatangani formulir tersebut, lalu diserahkan kepada kasir beserta dengan identitas diri.
3. Kasir menerima dan memeriksa kelengkapan formulir pembukaan tabungan emas serta menandatangani formulir tersebut sebagai bukti pembukaan tabungan emas.
4. Kemudian kasir memberitahukan kepada nasabah besaran biaya yang harus dibayar
5. Setelah itu, kasir menyerahkan buku tabungan emas kepada nasabah yang didalamnya sudah tertera saldo emas 0,01 gram emas.

   Apabila suatu saat nasabah membutuhkan uang karena kebutuhan yang mendesak, nasabah boleh memilih apakah emas yang ditabung selama ini dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rekening tabungan emas akan digadaikan, atau dijual kepada pihak pegadaian syariah (*Buyback*).

D. Faktor-faktor yang Memengaruhi Nasabah Non Muslim Menabung Emas di Pegadaian Syariah UPS Wonokitri

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses keputusan menabung emas dan faktor-faktor yang Memengaruhi nasabah non muslim untuk menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya. Selama penelitian berlangsung, penulis menjumpai dan melakukan wawancara dengan 6 nasabah non muslim yang mempunyai tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya. Berikut data singkat 6 nasabah yang penulis temukan:

Tabel 2. Data Informan

No	Nama	Usia	Jenis kelamin	Agama	Pekerjaan	Alasan
1	Rut Budiman	44	Perempuan	Kristen	Agen asuransi	• Simpel • Untuk anak anak sekolah • Mudah dicairkan
2	Rudi	50	Laki-laki	Kristen	Swasta	• Investasi jangka panjang • Keluarga
3	Elly	35	Perempuan	Kristen	Ibu Rumah Tangga	Untungnya banyak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4	Nadya Christina	46	Perempuan	Kristen	Swasta	• Investasi jangka panjang • Untuk anak-anak • Bisnis
5	Komiati	40	Perempuan	Katolik	Ibu Rumah Tangga	Untuk anak-anak
6	Lidya	39	Perempuan	Katolik	Pebisnis	• Murah • Investasi

Nasabah yang pertama saya jumpai adalah Rut Budiman. Agamanya kristen dan berusia 44 tahun. Rut budiman bekerja sebagai agen asuransi prudential dan tinggal di bukit palma A3 no. 16 Surabaya. Rut Budiman dulu kerja di BCA. Beliau suka menggunakan kartu kredit, teman-temannya suka beli emas antam, kemudian beliau datang ke pegadian syariah UPS Wonokitri dan ditawari tabungan emas.

"suka pake kartu kredit, terus ternyata kok lebih enak di pegadaian. Temen temen saya itu suka beli antam, terus yowes akhirnya kesini ditawari tabungan emas terus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tertarik pengen nyobak tabungan emas dan sampek sekarang masih nabung emas disini"[61].

Rut budiman menabung emas di pegadaian syariah selama 3 tahun, dan beliau juga membuatkan tabungan untuk anak-anaknya. Ketika ditanya apakah tabungan emas pegadaian syariah merupakan kebutuhan atau tidak beliau menjawab

"mmmm bisa dibilang iya se mas, soalnya kan enak nabungnya murah dan kalo temenku nyari antam kan aku bisa ambil dan jual ke temenku"[62].

Rut Budiman menerima gaji 4 kali dalam sebulan, dan beliau nabung emas di pegadian syariah setiap kali gajian. Gaji dalam sebulan bisa mencapai Rp. 4.000.000 bisa lebih. Jadi, Rut Budiman menabung emas empat kali dalam sebulan dengan nominal yang tidak tentu seperti yang dikatakan Rut Budiman "ga mesti mas kadang 200 kadang lebih" [63].

Bagi Rut Budiman Agama sama sekali tidak Memengaruhi keputusannya untuk menabung emas di pegadaian syariah karena agamanya tidak melarang dan pihak lembaga juga tidak melarang.

"kan di agama saya ga ngelarang mas dan disini juga *welcome*, jadi menurut saya ya gapapa ga berpengaruh kalo masalah agama bagi saya"[64].

Karena teman-temannya suka beli emas antam, Rut Budiman menabung emas saat harga emas turun, dan melakukan *buyback* saat harga emas naik, kemudian menjual ke teman-temannya. Selain itu Rut Budiman menabung emas untuk sekolah anak-anaknya. Beliau juga mengatakan bahwa tabungan emas pegadaian syariah simpel tidak ribet, jika butuh modal bisa cepat dan tidak bingung mencari utang.

Nasabah kedua yang saya temui adalah Rudi. Rudi berusia 50 tahun dan beragama Kristen. Alamat tempat tinggalnya berada di Darmo Baru Surabaya.

[61] Rut Budiman, *Wawancara*, Surabaya, 19 Februari 2020.
[62] Ibid.
[63] Ibid.
[64] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pekerjaan Rudi adalah swasta. Rudi mengetahui tentang tabungan emas karena ditawari pegawai pegadaian syariah. Menurut Rudi, tabungan emas pegadaian syariah merupakan suatu kebutuhan untuk investasi jangka panjang. Rudi tidak memandang faktor agama sebagai indikator untuk menabung emas di pegadaian syariah karena yang diutamakan adalah keuntungan.

Selain tabungan emas, Rudi juga mempunyai tabungan namun bukan tabungan emas, melainkan tabungan uang di bank. Selama satu bulan, Rudi mendapatkan setidaknya Rp. 4.000.000 dan sudah menabung emas selama 2 tahun. Rudi menabung emas setiap satu kali sebulan saat awal bulan dengan alokasi dana yang digunakan untuk menabung sebesar Rp.400.000 kadang lebih. Saat ditanya motivasi menabung emas di pegadaian syariah, Rudi menjawab :

"karena emas merupakan investasi yang menguntungkan saat ini, selain properti. Buat pegangan juga kalo ada keperluan[65]."

Usia, kondisi ekonomi, dan keluarga juga merupakan indikator bagi Rudi untuk menabung emas di pegadaian syariah selain hanya untuk memperoleh keuntungan. Ketika ditanya tentang kepuasan, Rudi menjawab :

"ya puas, kan enak nabungnya murah, kan emas naik terus. Usia saya juga kan uda gak muda lagi mas, jadi menurut saya aset yang menjanjikan ya emas ini. Buat anak-anak juga barangkali ada kebutuhan mendadak kan bisa dipakai ini".

Nasabah ketiga yang saya temui adalah Elly. Usianya 35 tahun dan beragama Kristen. Elly tinggal di Surabaya tepatnya Darmo Permai 3 dan dia seorang Ibu Rumah Tangga. Elly mengetahui tentang tabungan emas pegadaian syariah dari pegawai yang menawarkan tabungan emas. Setelah mengetahui prduk tabungan emas Elly mencari informasi lagi kepada teman-temannya tentang tabungan emas.

[65] Rudi, *Wawancara*, Surabaya, 20 Februari 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Meskipun non muslim, tapi Elly tetap manabung emas di pegadaian syariah karena menurutnya sama saja antara pegadaian konvensinal dan syariah.

Elly sudah menabung emas selama 3 tahun. Pendapatan Elly selama satu bulan ketika ditanya saat adalah sebesar Rp. 1.000.000 dan ketika ditanya setiap kapan nabung emas, Elly menjawab :

"kalo bawa ya nabung, kadang juga enggak... bisa 2 bulan sekali atau 3 bulan sekali, ga tentu lah. Atau satu bulan atau dua bulan berapa kali, ga tentu kadang 300 kadang kurang kadang lebih".

Elly menabung emas karena menurutnya untungnya banyak.

"iyaa emas kan ga pernah anjlok, maksudnya naik turun kan...kalo uang beeh tarik teruuuus abis"[66].

Nasabah keempat yang saya temui adalah Nadya Christina. Usianya 46 tahun dan beragama Kristen. Pekerjaan Nadya swasta dan tinggal di Pakis Gunung 2A/14A Surabaya. Nadya mengetahui produk tabungan emas pegadaian syariah melalui brosur. Tabungan emas menjadi suatu kebutuhan bagi Nadya karena untuk jangka panjang, dan jangka panjang bagi Nadya adalah 3 sampai 5 tahun. Saat ditanya kenapa Nadya menabung emas di pegadaian syariah padahal dia non muslim, Nadya menjawab " ya karena deket".

Nadya bukan hanya memiliki tabungan emas pegadaian syariah saja, tapi juga menabung uang di bank. Nadya sudah membuka tabungan emas selama satu tahun. Saat ditanya berapa pendapatannya dalam satu bulan, Nadya menjawab "ga sampek 3 juta mas" dan alokasi dana untuk ditabung adalah Rp. 200.000 setiap bulannya. Saat ditanya alasannya nabung emas, Nadya menjawab "karena aku suka nabung, investasi gitu kan". Nantinya, emas yang ditabung Nadya akan digunakan untuk

[66] Elly, *Wawancara*, Surabaya, 20 Februari 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

anak-anaknya, dan mungkin nantinya akan digunakan untuk bisnis juga[67]. Nadya bekerja di prudential dan dia bisa memantau harga emas saat ini, sehingga saat harga emas turun, Nadya menabung atau membeli emas, saat harga emas naik, Nadya menjual Emas tersebut. Selain itu, usia dan kondisi ekonomi juga Memengaruhi Nadya untuk menabung emas sebagaimana dia mangatakan :

"kalo dipikir piker iya sih kan anak anak masih kecil dan bisa buat investasi masa depan"

Nasabah kelima yang saya temui adalah Komiati. Usianya 40 tahun dan beragama Katolik. Komiati merupakan Ibu Rumah Tangga dan tinggal di Lidah Wetan 4B Nomor 87. Penghasilan Komiati didapat dari suaminya yang bekerja di proyek industri. Komiati mengetahui dan tertarik dengan tabungan emas pegadaian syariah karena ditawari pegawai dan membaca brosur. Komiati sudah menabung emas selama 6 bulan. Menurut Komiati, Agama bukanlah suatu hal yang berpengaruh bagi Komiati untuk memutuskan menabung emas di pegadaian syariah.

Awalnya Komiati menabung emas setiap satu bulan satu kali. Sejak ibunya sering jatuh sakit, Komiati menabung saat ada uang lebih saja,

"itu lho mas, anak saya kan masih kecil kan masih kelas 3 SD maksudnya tak tabung opo, dari sisa uang yang ada, tak tabung. Dulu saya sering satu minggu 150, 200 gitu".

Satu-satunya alasan Komiati menabung emas adalah untuk anaknya yang masih kecil. Komiati juga berpikir bahwa tabungan emas bisa jadi harapan saat anaknya sudah besar,

"iya nabung, nanti kalo anakku uda besar...kan kalo emas kan naik terus kan, masih bisa diharapkan gitu lho mas, nanti kalo misal tabungan biasa kan kayak BCA itu

[67] Nadya Christina, *Wawancara*, Surabaya, 25 Februari 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kan mesti dari ATM enak aja kan ambil haha. Ini kan kebetulan ibu sakit, nanti kalo uda ya nabung lagi”[68].

Komiati mengaku puas terhadap produk tabungan emas pegadaian syariah karena disamping harga emas naik terus, murah nabungnya, dan juga menjadi solusi saat kebutuhan mendadak. Komiati akan menabung dengan rutin setelah ibunya sembuh.

Nasabah keenam yang saya temui adalah Lidya. Usianya 39 tahun dan seorang Katolik. Lidya mempunyai bisnis properti. Alamat sesuai KTP nya di Jogja, tapi tempat tinggalnya di Kalimantan, Jakarta dan Bali. Rata-rata pendapatan Lidya mencapai 4-5 juta per bulan. Lidya sudah mengetahui produk tabungan emas sejak 2 tahun yang lalu, tapi Lidya baru membuka tabungan emas pegadaian syariah pada tanggal 23 Oktober 2019. Lidya menabung emas di pegadaian syariah karena menurutnya murah dan untuk investasi juga. Lidya menabung setiap dia ke Surabaya. Karena apartemen yang di Surabaya sudah dijual, Lidya jarang ke Surabaya dan kedepannya dia akan menabung emas via aplikasi pegadaian syariah digital[69].

Saat saya bertanya mengenai mengapa Lidya menabung emas di pegadaian syariah meskipun dia non muslim, dia menjawab :

“kalo saya oke saya emang bukan muslim tapi saya percaya syariah lebih baik daripada konvensional udah itu aja”.

Masalah kepuasan, Nadya merasa belum puas. Bukan karena produknya tetapi karena fasilitas atau pelayanan yang menurutnya masih kurang.

[68] Komiati, *Wawancara*, Surabaya, 25 Februari 2020.
[69]Lidya, *Wawancara*, Surabaya, 25 Februari 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

Beberapa pakar ekonomi mengemukakan bahwasanya banyak faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen. Menurut Griffin, perilaku konsumen ialah segala kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan seseorag dalam melakukan pembelian, penggunaan produk, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal tersebut konsumen pasti mengevaluasi hal tersebut. sedangkan menurut Solomon menjelaskan bahwasanya perilaku konsumen ialah segala proses yang dilalui seseorang ketika memilih, membeli, menggunakan, atau membuang produkjasa, dan ide untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Berdasarkan pendapatan dapat ditarik kesimpulan bahwsanya perilaku konsumen ialah segala bentuk proses yang dirasakan oleh konsumen sebelum, saat, sesudah dan setelah pemakaian produk barang atau jasa tersebut.

Perilaku konsumen tidak hanya terjadi pada produk sandang, pangan, dan papan saja. Namun, dalam pemilihan produk pada lembaga keuangan dalam pegadaian syariah hal tersebut juga dapat menjadi pandangan bagi manajemen dari Pegadaian Syariah tersebut dalam memasarkan produk Pegadaian Syariah. Beberapa faktor ditemukan dalam menganalisis perilaku konsumen nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas pada Pegadaian Syariah Wonokitri Surabaya ini juga dipengaruhi oleh keputusan pembelian serta tujuan dari nasabah non muslim tersebut. Menurut kotler keputusan pembelian ialah proses penyelesaian masalah yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan terhadap suatu produk yang tepat dan sesuai keinginan. Dari teori tersebut dapat diketahui bahwasanya dalam pemilihan keputusan pembelian dipengaruhi pula oleh tujuan pembelian. Pada teori yang dikemukakan oleh Kotler

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dijelaskan bahwasanya produk yang terpilih ialah produk yang tepat dan sesuai keinginan.

Adapun proses keputusan pembelian yang dilakukan setiap orang dalam mengambil keputusan pembelian seperti pada yang dijelaskan pada Bab 2 tentang proses keputusan pembelian yang diterangkan pada bagan 2.Dalam penelitian ini, proses keputusan menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya yakni seperti dibawah ini :

a. Pengenalan Kebutuhan

   Setiap konsumen khususnya nasabah non muslim pada Pegadaian Syariah Wonoktri Surabaya dalam memilih produk tabungan emas pasti juga mengetahui kebutuhan tabungan emas ini untuk apa. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, beberapa nasabah memilih tabungan emas ini untuk kebutuhan dimasa mendatang seperti untuk investasi jangka panjang, untuk keluarga dan anak-anaknya serta kebutuhan bisnis yang sedang dijalankan. Nasabah non muslim tersebut menyadari bahwasanya memiliki tabungan emas ini akan dapat menguntungkan dimasa depan. Hal tersebut dijelaskan oleh beberapa nasabah yang telah diwawancarai salah satunya seperti Rut Budiman (Perempuan, Kristen, 44 tahun), Rudi (Laki-Laki, Kristen, 50 tahun).

b. Pencarian Informasi

   Ketika nasabah non muslim tersebut telah menyadari kebutuhannya, nasabah tersebut mencari informasi tersebut dan mengetahuinya melalui brosur, iklan, dijalan serta informasi dari rekan-rekan nasabah non muslim tersebut tentang produk dari Pegadaian Syariah berupa tabungan emas. Setelah mengetahui tentang tabungan emas nasabah non muslim tersebut mendatangi Pegadaian Syariah dan bertanya mengenai proses pendaftaran dan terkait operasional dari tabungan emas tersebut. Dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informasi-informasi tersebut nasabah non muslim akan semakin dapat memberikan keputusan ingin memiliki tabungan emas tersebut atau tidak.

c. Evaluasi Alternatif

Setelah infromasi-informasi yang berkaitan dengan kebutuhannya didapat secara sadar atau tidak sadar sesorang akan melakukam evaluasi ini dengan membandingkan produk satu dengan produk lainnya. sama halnya dengan nasabah non muslim tersebut, mereka juga membandingkan produk tabungan emas dengan tabungan biasa berupa uang.Beberapa nasabah yang telah ditelah diwawancarai memiliki pendapatnya masing-masing terkait produk tabungan emas di Pegadaian Syariah. Beberapa orang membandingkan produk tabungan emas dengan investasi pada properti. Adapula yang membandingkan produk tabungan emas dengan tabungan berupa uang. Nasabah tersebut berpendapat bahwasanya menabung emas ini lebih menguntungkan daripada diinvestasikan berupa properti atau uang, dan juga menurut nasabah tersebut jika menabung uang akan cepat mudah habis karena beliau akan mudah dalam mengambil uang tersebut melalui ATM, menurut beliau sama saja tidak menabung, hal tersbut dijelaskan oleh Rut Budiman dan Komyati selaku informan dalam penelitian ini.

d. Keputusan Pembelian

Setelah melalui beberapa proses dalam memutuskan pilihan, sesorang tersebut akan dapat memutuskan produk apa yang akan diambil yang tepat dan sesuai kebutuhannya. Pada studi kasus yang tecjadi pada Pegadaian Syariah Wonokitri, nasabah-nasabah non muslim tersebut menjatuhkan pilihannya pada produk tabungan emas dengan beberapa pertimbangan yang tepat untuk kebutuhannya di masa yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akan datang. Semua narasumber yang saya wawancarai semuanya memiliki orientasi untuk investasi jangka panjang.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Proses terakhir yang perlu diperhatikan pula ialah perilaku konsumen pasca pembelian. Dengan melihat perilaku konsumen pasca pembelian kita akan mengetahui produk tersebut layak diproduksi secara berkelanjutan atau tidak. Dalam hal ini dengan melihat studi kasus yang ada pada Pegadaian Sayraiah Wonokitri, nasabah-nasabah non muslim tersebut setelah memutuskan memiliki tabungan emas di Pegadaian Syariah, nasabah-nasabah tersebut semakin rajin menabung secara berkelanjutan. Artinya nasabah non muslim tersebut memberikan respon positif terhadap adanya produk tabungan emas pada Pegadaian Syariah di Wonokitri ini. Dari semua narasumber yang saya wawancarai, yang paling lama menabung emas adalah Rut Budiman dan Elly yang sudah 3 tahun menabung emas di pegadaian syariah. Sedangkan yang paling sedikit adalah Lidya yang belum sampai satu tahun menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri.

Adanya proses pengambilan keputusan tersebut, penulis dapat lebih dimudahkan dalam menganalisis apa saja yang menjadi faktor-faktor yang Memengaruhi nasabah non muslim memiliki tabungan emas di Pegadaian Syariah Wonokitri. Pada teori yang dikemukakan oleh Kotler tentang faktor-faktor yang Memengaruhi perilaku konsumen dikelompokkan menjadi empat yaitu yang pertama faktor kebudayaan yang terdiri dari budaya, sub-budaya, dan kelas social. Faktor yang kedua adalah faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status. Faktor yang ketiga adalah faktor pribadi yang terdiri dari umur, keadaan ekonomi, pekerjaan, gaya hidup, dan konsep diri.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Faktor yang keempat adalah faktor psikologi yang terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar, dan kepercayaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses keputusan manabung emas dan faktor-faktor yang memengaruhi nasabah non muslim menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya. Setelah proses penelitian yang didalamnya dilakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi, penulis menemukan hasil sehingga muncul analisis faktor-faktor yang memengaruhi non muslim menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya. Selama penelitian berlangsung, penulis telah menemukan 6 narasumber yaitu nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya yaitu Rut Budiman, Rudi, Elly, Nadya Christina, Komiati, dan Lidya.

Untuk menjawab faktor apa yang paling dominan berpengaruh terhadap non muslim untuk menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya, penulis akan memaparkan sebagai berikut :

1. Faktor Psikologi

   Faktor psikologi merupakan faktor yang berasal dari dirinya sendiri yang berkaitan dengan proses mental, baik normal maupun abnormal dan pengaruhnya pada perilaku. Menurut Kotler, pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologi yaitu persepsi, motivasi, proses belajar, serta keyakinan dan sikap. Faktor persepsi merupakan proses seseorang dalam memilih, mengelola, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran atau mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya. Faktor motivasi merupakan dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Faktor proses belajar atau pengetahuan merupakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perubahan perilaku konsumen yang timbul karena beberapa pengalaman. Faktor keyakinan dan sikap merupakan perilaku seseorang yang meyakini bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata.

Dalam penelitian ini, menghasilkan bahwa semua faktor psikologi memengaruhi nasabah non muslim untuk menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri. Yang pertama dalam faktor persepsi, nasabah menerima informasi tentang tabungan emas pegadaian syariah dari tawaran pegawai, brosur, maupun iklan lainnya. Setelah mengelola informasi tersebut dan mengetahui dengan jelas apa itu tabungan emas pegadaian syariah, barulah nasabah non muslim tersebut memiliki persepsi bahwa tabungan emas pegadaian syariah adalah produk yang bagus dan cocok untuk kebutuhannya. Selain itu, semua nasabah non muslim yang diwawancara memiliki persepsi yang sama yaitu harga emas selalu naik dalam jangka panjang, dan juga persepsi mereka harga atau nominal minimal untuk menabung emas di pegadaian syariah tergolong murah.

Faktor yang kedua dari faktor psikologi adalah faktor motivasi. Keputusan menabung emas di pegadaian syariah bagi nasabah non muslim tentunya dipengaruhi oleh beberapa motivasi. Setelah dilakukan wawancara, motivasi nasabah non muslim untuk menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri berbeda-beda, meskipun ada yang sama yaitu untuk investasi jangka panjang. Motivasi Rut Budiman menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri adalah untuk memudahkan anak-anaknya di masa depan, dan juga untuk bisnis karena teman-temannya adalah penyuka emas antam. Berbeda dengan Elly, yang motivasi menabung emas hanya untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. Untuk Rudi, Nadya Christina, dan Komiati, sama-sama termotivasi karena keluarganya terutama anak-anak mereka.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan motivasi Lidya menabung emas di pegadaian syariah adalah karena murah dan untuk investasi.

Faktor ketiga dari faktor psikologi adalah proses belajar atau pengetahuan. Nasabah non muslim memilih untuk menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri karena proses belajar atau pengetahuan. Beberapa nasabah non muslim yang saya wawancara seperti Rut Budiman, Elly, dan Komiati memilih untuk menabung emas di pegadaian syariah daripada menabung uang di bank. Mereka memiliki tabungan uang di bank dan berdasarkan pengalaman mereka, mereka lebih sering mengambil uang jika ditabung di bank daripada menabung emas di pegadaian syariah. Setelah mereka mengetahui produk tabungan emas pegadaian syariah dan membandingkan dengan tabungan biasa di bank, akhirnya mereka belajar dari pengalaman dan memilih menabung emas di pegadaian syariah meskipun tetap menabung juga di bank.

Faktor yang keempat dari faktor psikologi adalah faktor kepercayaan dan sikap, bahwa mereka benar benar percaya terhadap apa yang mereka yakini dan dibuktikan dengan sikap atau perilaku. Berdasarkan persepsi, motivasi, dan pengetahuan mereka, semua nasabah non muslim yang saya wawancara memiliki keyakinan bahwa harga emas terus naik, percaya bahwa tabungan emas ini akan memperoleh keuntungan, dan bermanfaat bagi anak-anak mereka dimasa depan. Hal ini dibuktikan dengan sikap atau perilaku mereka yang menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri secara rutin. Rut Budiman dan Elly sudah menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri selama 3 tahun, Rudi selama 2 tahun, Nadya Christina selama 1 tahun, sedangkan Komiati dan Lidya yang belum genap 1 tahun.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jadi semua faktor psikologi yang memengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler benar-benar terjadi pada nasabah non muslim yang memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya. Semua faktor baik persepsi, motivasi, proses belajar atau pengetahuan, serta kepercayaan dan sikap masing-masing memiliki keterkaitan.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial ternyata juga memengaruhi nasabah non muslim untuk menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya. Faktor sosial merupakan faktor yang berhubungan dengan kesatuan sosial yang menjadi wadah atau tempat untuk berinteraksi antara satu dengan yang lain karena ada hubungan diantara mereka. Didalam faktor sosial terdapat beberapa faktor didalamnya yaitu faktor kelompok referensi, faktor keluarga, serta faktor peran dan status. Setelah proses wawancara, penulis mendapatkan hasil bahwa faktor sosial yang berpengaruh terhadap nasabah non muslim untuk menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri adalah faktor kelompok referensi dan faktor keluarga.

Faktor yang pertama dari faktor sosial adalah faktor kelompok referensi. Faktor kelompok referensi merupakan kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung misalnya teman kerja, teman nongkrong, dan lain-lain. Nasabah non muslim yang dipengaruhi faktor kelompok referensi adalah Rut Budiman. Rut Budiman memiliki banyak teman yang menyukai emas. Dari situ, Rut Budiman menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri salah satunya untuk dijual kepada teman-temannya.

Faktor yang kedua adalah faktor keluarga. Hampir semua nasabah non muslim yang diwawancara menjawab bahwa mereka menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri adalah karena faktor keluarga yaitu Rut Budiman, Rudi, Elly, Nadya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Christina, dan Komiati. Mereka mempunyai anak-anak yang masih sekolah dan mereka menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri dengan harapan agar hidup anak-anak mereka lebih enak.

3. Faktor Pribadi

Faktor ketiga yang memengaruhi nasabah non muslim untuk memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri adalah faktor pribadi. Faktor pribadi merupakan ciri-ciri individual dari perpaduan sifat, tempramen, kemampuan umum serta bakat yang perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungannya. Faktor pribadi dibagi lagi menjadi beberapa faktor yaitu faktor umur, faktor pekerjaan, faktor kondisi ekonomi, faktor gaya hidup, serta faktor kepribadian dan konsep diri. Faktor pribadi yang memengaruhi nasabah non muslim memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya adalah faktor umur, kondisi ekonomi, dan gaya hidup.

Faktor pribadi yang pertama adalah umur. Dari 6 nasabah non muslim yang diwawancara, semuanya setuju bahwa faktor umur berpengaruh bagi mereka untuk menabung emas di pegadaian syariah. Usia mereka semua lebih dari 30 tahun. Ada yang berpikiran umur mereka masih muda dan punya anak kecil sehingga memilih untuk menabung emas di pegadaian syariah untuk investasi jangka panjang, seperti Elly yang berusia 35 tahun. Sedangkan Rudi yang berusia 50 tahun beranggapan bahwa usianya tidak lagi muda dan mempunyai 2 anak sehingga Rudi memutuskan untuk memiliki tabungan emas di pegadaian syariah.

Faktor kedua dari faktor pribadi yang Memengaruhi nasabah non muslim memiliki tabungan emas di pegadaian syariah adalah faktor kondisi ekonomi. Dari 6 nasabah non muslim yang diwawancara, semuanya memiliki kondisi ekonomi yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbeda-beda. Rut Budiman seorang agen asuransi dengan pendapatan setiap bulan sebesar Rp. 4.000.000. Kedua, Rudi pekerjaan swasta dengan pendapatan Rp. 4.500.000 setiap bulan. Kemudian Elly seorang ibu rumah tangga dengan pendapatan Rp. 1.000.000 setiap bulan. Keempat, Nadya Christina seorang karyawan swasta dengan pendapatan Rp. 2.500.000 setiap bulan. Kelima, Komiati seorang ibu rumah tangga yang pendapatannya dari suaminya yang bekerja di sebuah proyek jalan. Kemudian Elly, seorang pebisnis yang rata-rata pendapatannya sebesar Rp. 5.000.000 setiap bulan.

Kondisi ekonomi mereka memang berbeda-beda, tetapi dari kondisi ekonomi yang mereka miliki, mereka berpikir bahwa dengan kondisi ekonomi yang dimiliki sekarang, lebih baik menabung emas untuk kehidupan kedepan yang lebih nyaman. Nasabah seperti Elly dan Komiati yang bekerja sebagai ibu rumah tangga berpikir bahwa mereka harus menyisihkan uangnya untuk menabung emas di pegadaian syariah agar kehidupan di masa mendatang akan lebih baik. Sedangkan seperti Lidya, Rut Budiman, dan Rudi berpikir bahwa selagi ada uang lebih, alangkah baiknya ditabung di tabungan emas pegadaian syariah agar memperoleh keuntungan di masa mendatang.

Faktor ketiga dari faktor pribadi yang Memengaruhi nasabah non muslim memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya adalah faktor gaya hidup. Gaya hidup merupakan pola yang dilakukan seseorang dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Dari 6 nasabah non muslim yang diwawancara, yang dipengaruhi oleh gaya hidup adalah Rut Budiman karena dia dan teman-temannya suka mengoleksi emas. Begitu juga dengan Lidya dan Nadia Christina yang suka dengan jual beli emas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pemaparan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa :

1. Proses pengambilan keputusan nasabah non muslim untuk menabung emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri ada 5 tahap yaitu yang pertama pengenalan kebutuhan, beberapa nasabah memilih tabungan emas ini untuk kebutuhan dimasa mendatang seperti untuk investasi jangka panjang, untuk keluarga dan anak-anaknya serta kebutuhan bisnis yang sedang dijalankan. Yang kedua adalah pencarian informasi. Setelah mengetahui kebutuhan terhadap tabungan emas, nasabah non muslim mencari informasi mengenai tabungan emas pegadaian syariah baik dari pegawai, brosur, iklan, dan teman-temannya. Proses ketiga adalah evaluasi alternatif, yaitu membandingkan produk satu dengan produk lainnya. Proses keempat adalah keputusan pembelian, dimana nasabah-nasabah non muslim tersebut menjatuhkan pilihannya pada produk tabungan emas dengan beberapa pertimbangan yang tepat untuk kebutuhannya di masa yang akan datang. Dan proses yang terakhir adalah perilaku pasca pembelian, dimana setelah memilih menabung emas di pegadaian syariah mereka rutin untuk menabung emas demi untuk mencapai kebutuhan mereka.
2. Terdapat tiga faktor inti yang memengaruhi nasabah non muslim memiliki tabungan emas di pegadaian syariah UPS Wonokitri Surabaya adalah yang pertama faktor psikologi yang terdiri dari faktor persepsi, motivasi, proses belajar, serta keyakinan dan sikap. Faktor kedua adalah faktor sosial yang terdiri

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari faktor kelompok referensi dan faktor keluarga. Faktor ketiga adalah faktor pribadi yang terdiri dari faktor umur, kondisi ekonomi, dan gaya hidup.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, terdapat beberapa saran yaitu :

1. Bagi Pegadaian Syariah UPS Wonokitri

   Lebih masif lagi untuk mempromosikan produk tabungan emas karena masih banyak yang belum mengetahui tentang tabungan emas pegadaian syariah, misalkan dengan mengadakan promo. Yang kedua memperbaiki sistem aplikasi pegadaian syariah digital agar konsumen merasa puas dengan pelayanan pegadaian syariah.

2. Bagi Penulis Selanjutnya

   Bagi penulis selanjutnya, jika ingin melakukan penelitian yang sejenis, sebaiknya dilakukan pada objek yang berbeda, dengan teori yang berbeda untuk dianalisis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Al Quran

Al Mundziri. (2013). *Ringkasan Sahih Muslim.* Bandung: Jabal

Aristiyani, L., & Darya, I. P. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Pegadaian Syariah Balikpapan (Studi paa Nasabah Pegadaian Syariah Gunung Sari Balikpapan). *Jurnal Madani*, 1-21.

Bodgan, R., & Taylor, S. (1983). *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif (A. Khozin Afandi Penerjemah).* Surabaya: Usaha Nasional.

Cristy, Laura. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Harga Emas Di Indonesia. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.

Daryanto, & Setyabudi , I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima.* Yogyakarta: Gava Media.

Desriani, I. P., & Rahayu, S. (2013). Analisis Pengaruh Pendapatan, Harga Emas Dan Tingkat Inflasi Terhadap Penyaluran Kredit di Kasus Pada PERUM Pegadaian Cabang Jombang, Tangerang Periode Maret 2009-September 2011). *Akutansi dan Keuangan*, 148-165.

Dwiastuti, Rini, Dkk. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen.* Malang: Universitas Brawijaya Press.

Faisal, Sanapiah. (1992). *Format-format Penelitian Sosial,* Jakarta: Rajawali Press.

Hadi, Muhammad Sholikul. (2003). *Pegadaian Syariah.* Jakarta: Salemba Diniyah.

https://pegadaian.co.id/profil/visi-dan-misi diakses pada 05 Februari 2020.

Huda, Nurul dan Mohamad Heykal. (2010). *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Grup.

Kasiram, M. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif - Kuantitatif.* Malang: UIN Maliki Press.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Krisyantono. (2006).*Teori Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Kencana.

Kurniawan, E. (2013). *Think Gold.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kuswarno, Engkus. (2008). *Etnografi Komunikasi Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran.

Lisma, N., & Haryono, A. (2016). Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus pada Mahasisawa S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012). *JPE*, 41-50.

Montolalu, P., & Raintung, M. C. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada PT.Pegadaian (PERSERO) Kanwil V Manado. *EMBA*, 1808-1817.

Mulazid, A. S. (2012). *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah dalam Sistem Hukum Nasional di Indonesia.* Jakarta: Kementrian Agama.

Muzdalifa Difa Ikrima. 2017. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta). Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Narkubo, C., & Achmadi, A. (2007). *Metode Penelitian.* Jakarta: Bumi Aksara.

Nasution, Az. (1999). *Hukum Perlindungan Konsumen.* Jakarta: Jaya Widya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah.* Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Novi, Amanita. (2020, 17 Januari). Pegadaian. dari http://staffnew.uny.ac.id/upload/132318570/pendidikan/pegadaian.pdf.

produk pegadaian syariah. (2017). Diambil kembali dari pegadaian syariah: http://pegadaiansyariah.co.id/pengertian-dan-produk-pegadaian-syariah-yang-bisa-anda-simak-detail-7668.

Rahmawati Tresna. 2017. Pengaruh Produk Pegadaian Syariah (Tabungan Emas) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Nasabah. Skripsi. Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Pelita Bangsa.

Rachmawati, E. (2016). Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Bakso di Purwokerto. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Media Ekonomi*, 150-162.

Rodoni, Ahmad. (2015). *Asuransi dan Pegadaian Syariah.* Jakarta: Mitra Wacana Media.

Samuel, Hatane. (2000).Perilaku dan Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Melalui Stimulus 50% Discount di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran,* Vol 2. No. 2.

Sanjaya, H. K. (2013). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk di Koperasi Siswa SMA Negeri 8 Kota Jambi. *FKIP Universitas Jambi*, 1-7.

Setiawan, Arif. 2016. Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik Produksi Kabupaten Pringsewu. Skripsi. Universitas Lampung, Bandar Lampung.

Solomon, & Elnora. 2002. *Strategi Pemasaran.* Jakarta: Kelompok Gramedia.

Sudjana, N. (1991). *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah* . Bandung: Sinar Baru.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.

Trisna, D. (2017). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Buah Lokal di Pasar Modern Kota Palopo. *ISSN*, 1-8.

Umam, Khaerul. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah.* Bandung: CV Pustaka Setia.

Wibowo, Sukarno, & Supriadi, Dedi. *Ekonomi Mikro Islam.* Bandung: CV Pustaka Setia.

Winanto, N. S., & Roekminiati, S. (2017). Hubungan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan di PT Pegadaian Syariah (PERSERO) Cabang Babakan Surabaya. *JIABI*, 14-29.

Yuniarti, Vinna Sri. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik.* Bandung: CV Pustaka Setia.

Zohriah Siti. 2017. Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Cakranegara Mataram. Skripsi. Universitas Islam Negeri Mataram.

Zulham. (2012). *Hukum Perlindungan Konsumen.* Jakarta: Kencana Prenada Media.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id