

BAB I

PENDAHULUAN

1.Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat terhadap produk-produk lembaga keuangan seperti tabungan, investasi, peminjaman modal usaha, pembiayaan rumah, pembiayaan kendaraan bermotor maupun lainnya, yang semakin tinggi membuat persaingan bisnis antar lembaga keuangan semakin ketat. Lembaga keuangan sendiri terbagi menjadi lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank . Lembaga keuangan bank terdiri dari bank sentral, bank umum, dan BPR, sedangkan lembaga keuangan non bank terdiri dari asuransi, leasing, pasar modal, dana pensiun, pegadaian dan lain-lain .

Sistem keuangan syariah mulai muncul di Indonesia sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia tahun 1991, setelah itu disusul oleh bank-bank lainnya, termasuk BPR Syariah serta Baitul Maal wa Tamwil (BMT). Untuk mendukung perkembangan perbankan syariah di Indonesia pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008. Oleh karena itu, pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan perbankan nasional yang sebagian besar memiliki unit ataupun cabang syariah antara lain Bank Syariah Mandiri, Bank Mega Syariah, Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, Bank tabungan Negara (BTN) Syariah, The Hongkong and Shanghai Banking

Corporation (HSBC) Syariah, unit syariah Bukopin, Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah dan sebagainya . Selain perbankan syariah, lembaga keuangan syariah lainnya yang berkembang sejak dua dekade terakhir yaitu Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Syariah serta Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) yang dikenal juga dengan nama Baitul Maal wa Tamwil (BMT) . Di tahun 2014 ini jumlah BMT di Indonesia tercatat sekitar 3.200 buah, aset mereka tumbuh mencapai Rp.2,8 triliun . Untuk mempercepat perkembangan koperasi syariah Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada tahun 2008 menyediakan dana sebesar Rp. 250 miliar .

Perkembangan produk-produk keuangan berbasis syariah pun kian marak dan mulai banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, tidak terkecuali pegadaian. Semakin meningkatnya perkembangan produk - produk keuangan berbasis syariah membuat PT Pegadaian turut serta dalam menyediakan Produk - produk keuangan berbasis syariah. Landasan hukum berdirinya Pegadaian Syariah adalah PP Nomor 103 Tanggal 10 Nopember 2000 serta Fatwa DSN No 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn . Keberadaan Pegadaian Syariah pada awalnya didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga - lembaga keuangan seperti Bank Syariah, Asuransi Syariah, dan lain-lain . Disamping itu juga dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah institusi pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip syariah . Pegadaian sendiri merupakan lembaga keuangan yang menyalurkan pinjaman dengan dasar hukum

gadai yang memiliki tujuan untuk mencegah praktik pegadaian gelap, praktik riba dan pinjaman tidak wajar .

Pegadaian syariah sendiri memiliki karakteristik dimana tidak memungut bunga, menjadikan uang sebagai alat tukar bukan komoditas, dan memperoleh keuntungan bisnis dari jasa penitipan dan penyimpanan barang yang digadaikan .

Berdirinya pegadaian syariah di Indonesia merupakan hal penting untuk menghindarkan umat Islam dari keharaman riba .

Perkembangan pegadaian syariah di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat meskipun pegadaian konvensional masih mendominasi bisnis pegadaian. Pegadaian syariah hanya memperoleh keuntungan dari biaya jasa penyimpanan, perawatan barang serta biaya administrasi . Biaya penyimpanan dan perawatan tersebut ditentukan juga bukan berdasarkan dari jumlah uang yang dipinjamkan .

Berbeda dengan pegadaian konvensional dimana keuntungan yang diperoleh berasal dari bunga/tambahan/sewa modal yang diperhitungkan dari jumlah uang yang dipinjamkan . Selain itu perbedaan antara pegadaian syariah dan pegadaian konvensional terletak pada sumber dana yang digunakan, pegadaian syariah menggunakan dana yang berasal dari modal sendiri ditambah dari sumber dana ketiga yang dapat dipertanggung jawabkan dan bebas dari riba. Pegadaian syariah bekerja sama dengan dengan bank Muamalat sebagai fundernya (Huda dan Heykal, 2010: 280) .

Jelang *spin off* pegadaian syariah, menganalisis perilaku konsumen merupakan hal yang perlu dilakukan. Dengan adanya analisis perilaku konsumen

maka akan diketahui faktor-faktor apa saja yang mendasari nasabah menggunakan produk pegadaian syariah . Maka dari itu strategi marketing yang diterapkan dapat disesuaikan dengan perilaku konsumen yang ada sehingga diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian nasabah .

Perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti . Memprediksi perilaku konsumen memang bukanlah perkara mudah, hal ini dikarenakan setiap orang memiliki faktor yang beraneka ragam dibalik keputusan mereka dalam memilih sebuah produk. Berubah-ubahnya kondisi sosial dan ekonomi membuat perilaku konsumen juga ikut berubah-ubah. Mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama Islam dan adanya fatwa MUI No.1 tahun 2014 tentang keharaman bunga dalam transaksi hutang-piutang merupakan suatu momentum bagi pegadaian syariah untuk dapat lebih berkembang dibanding pegadaian konvensional .

Budianto (2015: 52) menuturkan bahwa perilaku konsumen merupakan faktor-faktor yang dapat menjadi penentu dan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013: 20) dengan memahami perilaku konsumen yang ada akan berguna dalam proses perencanaan strategi pemasaran yang tepat. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku terhadap keputusan pembelian menurut Muanas (2014: 45) adalah faktor produk, faktor harga, faktor lokasi dan faktor promosi .

Dalam penelitian ini, faktor yang diduga sebagai faktor yang mendasari keputusan nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah (*predictor*) diperoleh dari

riset sebelumnya dan teori-teori yang dapat digunakan sebagai rujukan. Dalam penelitian ini akan difokuskan pada faktor harga, lokasi, bagihasil, kualitas pelayanan, aspek/alasan syariah. Faktor harga dan lokasi digunakan dalam penelitian karena berdasarkan teori Muanas (2014:45) harga dan lokasi merupakan bagian dari stimulan pemasaran yang merupakan faktor - faktor yang mendasari perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Nursalim (2013), Dekritasari (2012) dan Dewi (2014) dimana stimuli pemasaran yang berupa faktor promosi, harga dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian .

Harga atau biaya. Nasabah cenderung memilih lembaga keuangan yang menawarkan biaya rendah. Menurut Kotler dan Amstrong (2002:13) harga sejumlah nilai yang didapatkan dari hasil pembelian, penggunaan dan kepemilikan seorang konsumen terhadap suatu produk yang diberikan penjual. Penetapan harga yang sesuai merupakan suatu hal yang penting untuk menarik minat konsumen .

Harga cenderung menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen . Nasabah akan membandingkan harga dan mencari yang paling sesuai dengan kondisi finansial, selain itu nasabah akan menilai terlebih dahulu apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapat .

Selain harga, lokasi menurut Mohammed et al dalam Hamid (2014: 25) seorang nasabah lebih suka menggunakan pegadaian yang tidak jauh dengan tempat tinggal mereka. Lokasi yang mudah dijangkau akan mempengaruhi perilaku konsumen . Faktor alasan syariah juga tidak dapat dipisahkan dari

perilaku konsumen mengingat pegadaian syariah berdiri karena meningkatnya kebutuhan nasabah muslim terhadap pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah . Berdasarkan penelitian Jatun dan Magnadi (2015) menerangkan bahwa alasan syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Kualitas pelayanan juga menjadi bahan pertimbangan seorang nasabah dalam menggunakan jasa lembaga keuangan. Pelayanan yang dinilai baik dan melebihi ekspektasi nasabah merupakan nilai tambah bagi sebuah perusahaan yang utamanya adalah menawarkan jasa seperti pegadaian syariah. Menurut Hadijah (2015:2) kualitas pelayanan merupakan sebuah usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang penerapannya berusaha disesuaikan dengan harapan dan keinginan konsumen dalam rangka mewujudkan kepuasan konsumen .

Faktor aspek/alasan syariah ditambahkan karena peneliti menduga bahwa faktor syariah menjadi salah satu faktor yang mendasari keputusan nasabah . Hal ini didukung oleh penelitian Jatun & Magnadi (2015) yang menyebutkan bahwa faktor syariah mendasari dan menjadi alasan bagi nasabah dalam memilih lembaga keuangan yang berbasis syariah. Dalam Islam, terdapat larangan untuk tidak berhubungan dengan riba. Maka secara tidak langsung faktor syariah mungkin menjadi alasan sebagian nasabah dalam memilih pegadaian syariah. Agama sendiri merupakan suatu nilai yang mempengaruhi cara hidup, cara berfikir dan kebiasaan. Dengan demikian agama juga akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk .

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendasari para nasabah memilih menggunakan jasa pegadaian syariah Unit KM 11 Palembang. Hal yang menarik adalah dimana pegadaian syariah mengalami pertumbuhan bisnis yang tinggi, bahkan lebih tinggi dari pegadaian konvensional padahal terdapat lebih banyak outlet pegadaian konvensional dan outlet pegadaian syariah sendiri masih sedikit

Dengan meneliti faktor - faktor yang mendasari mereka dalam menggunakan jasa pegadaian syariah maka pegadaian syariah akan mengetahui bagaimana mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan perilaku konsumen ada. Kondisi inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mendasari Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Unit KM 11 Palembang”**.

1.1.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor - faktor apa saja yang mendasari nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah Unit KM 11 Palembang ?

1.2.Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam bab ini penulis perlu membatasi ruang lingkup pembahasan`Pembatasan masalah ini dimaksudkan untuk menjaga jangan sampai masalah yang akan dibahas menyimpang dari pokok permasalahan yaitu faktor – faktor yang mendasari nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah di unit KM 11 Palembang .

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mendasari nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah Unit KM 11 Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diantaranya:

- Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan dan dapat menjadi sumber referensi bagi penulis skripsi atau karya ilmiah lainnya dimasa yang akan datang.

- Manfaat Praktis

Sebagai bahan pertimbangan dalam penyempurnaan strategi pemasaran, baik dalam memperbaiki kekurangan yang ada maupun meningkatkan hal yang dianggap ideal yang sesuai dengan harapan nasabah yang berkaitan dengan harga, lokasi, bagi hasil, kualitas layanan dan aspek/alasan syariah .

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini memberikan gambaran yang sistematis dan terarah serta untuk mempermudah pembaca dalam laporan hasil penelitian ini, maka penulis menguraikan laporan hasil penulisan ini ke dalam lima bab yang terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan secara garis besar mengenai latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Teori yang akan dijelaskan dalam bab ini untuk mendukung penelitian yaitu yang memiliki keterkaitan dengan pengaruh lokasi, biaya jasa/harga, bagi hasil kualitas jasa, alasan syariah terhadap keputusan nasabah yang digunakan sebagai landasan penelitian. penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang objek penelitian, operasional variabel, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, teknik analisis data serta pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai pembahasan dari penelitian berdasarkan landasan teori yang digunakan sebagai acuan dalam membuat hasil penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan dalam bab IV, selanjutnya diberikan

saran perbaikan kepada PT Pegadaian Syariah Unit KM 11
Palembang.