

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI PT PEGADAIAN SYARIAH PINRANG

Lismawati

lismawatisuwandy@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh kepuasan menjadi nasabah di PT Pegadaian Syariah Pinrang, dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah PT pegadaian syariah pinrang. Jenis Penelitian adalah penelitian kuantitatif, Metode yang dipergunakan dalam penelitian kuantitatif, khususnya kuantitatif analitik adalah metode deduktif. Adapun pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner kemudian data yang di peroleh di analisis menggunakan alat analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan tabel annova diperoleh nilai Fhitung = 22.405 sedangkan menggunakan formula excel diperoleh nilai Ftabel = 2.82 yang berarti Fhitung > Ftabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Kabupaten Pinrang.

Kata Kunci: Bagi hasil, promosi, lokasi, layanan, keputusan nasabah

ABSTRACT

This study discusses the effect of customer satisfaction at PT Pegadaian Syariah Pinrang, with the aim of knowing the factors that influence the decision to become a customer of PT pawadaian syariah pinrang. This type of research is quantitative research. The method used in quantitative research, especially quantitative analytic, is a deductive method. As for data collection using the method of observation, interviews, documentation and questionnaires then the data obtained is analyzed using simple linear regression analysis to determine the factors that influence customer decisions PT. Pinrang Syariah Pawnshop. The results showed that based on the Anova table, the value of Fcount = 22.405, while using the excel formula, the value of Ftable = 2.82, which means Fcount > Ftable, then Ho is rejected and Ha is accepted, meaning that there is a simultaneous significant influence between profit sharing, location, promotion and service on decision to become a customer of PT. Sharia pawnshop in Pinrang Regency.

Keywords: Profit sharing, promotion, location, service, customer decisions

PENDAHULUAN

Menurut kitab undang-undang Hukum perdata pasal 1150, gadai adalah hak yang diperoleh seorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak. Barang bergerak tersebut diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh seorang yang mempunyai utang atau oleh seorang lain atas nama orang yang mempunyai utang. Seorang yang berutang tersebut memberikan kekuasaan kepada orang berpiutang untuk menggunakan barang bergerak yang telah di serahkan untuk melunasi utang apabila pihak yang berutang tidak dapat memenuhi kewajiban pada saat jatuh tempo.¹

Pegadaian syariah merupakan salah satu alternatif untuk memperoleh kebutuhan dana dan pembiayaan. Pegadaian syariah memiliki produk jasa maupun pembiayaan yang bisa memberikan solusi kepada masyarakat atas kebutuhan tersebut yaitu gadai (Rahn) yang merupakan akad menahan harta milik penggadai oleh penerima gadai sebagai jaminan atas hutang yang di terimanya.² Pegadaian syariah juga memiliki produk Ar-rum (Ar-Rahn untuk Usaha Mikro), yaitu pembiayaan usaha mikro dengan jaminan berupa BPKB dan emas.³ Dan ada juga produk lain seperti produk mulia, dan produk amanah.

Pegadaian syariah terus berkomitmen mengembangkan produk-produk jasa keuangan yang dibutuhkan masyarakat. Salah satu adalah produk gadai (Rahn). Produk gadai (Rahn) merupakan produk inovasi yang mendapat respon dari Majelis Ulama Indonesia dengan menyalurkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 26 DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas yang mana membolehkan gadai emas berdasarkan prinsip Rahn sesuai dengan fatwa DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn.

Regulasi yang dijadikan sebagai pijakan awal pendirian pegadaian syariah adalah pasal 2 ayat (1), PP No. 51 Tahun 2011 tentang perubahan bentuk badan

¹ Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem pegadaian Syariah dalam sistem Hukum Nasional di Indonesia*, (Jakarta: Kementrian Agama RI, 2012). Hal 36.

² Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem pegadaian Syariah dalam sistem Hukum Nasional di Indonesia*, (Jakarta: Kementrian Agama RI, 2012). Hal 36.

³ www.pegadaian.co.id/produk ar-rum (Diakses Pada Tanggal 30 Desember 2018)

perum pegadaian menjadi perusahaan perseroan pegadaian (persero). Dalam kaitan ini fatwa yang dikeluarkan DSN-MUI telah menjadi rujukan yang melandasi pengembangan gadai syariah dan akomodasinya oleh regulasi pemerintahan memberikan rambu-rambu kepada pemerintah dan masyarakat untuk pengembangan gadai syariah.⁴

Masing-masing lembaga keuangan syariah yang menerapkan fasilitas gadai emas tentu memiliki pelayanan yang berbeda satu dengan yang lainnya. Pelayanan yang di berikan pegadaian dan bank syariah merupakan daya tarik dan pilihan tersendiri bagi masyarakat dalam hal gadai menggadai terutama emas.

Seperti yang kita ketahui, emas tidak saja di minati sebagai sebuah perhiasan untuk mempercantik seorang wanita. Emas juga diminati sebagai investasi berjangka yang dianggap dapat mendatangkan keuntungan dikemudian hari, tentu saja emas yang akan di investasi berbentuk batangan bukan berbentuk perhiasan yang sering di pakai wanita.

Minat seseorang untuk di investasi merupakan suatu usaha yang akan terus diupayakan berkembang dan agar investasi tersebut dapat mendatangkan keuntungan bagi pemiliknya. Memahami minat konsumen tidaklah mudah, agar tujuan pemasaran tercapai pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi, prefensi serta perilaku dan minat sasaran mereka. Individu-individu selalu membuat keputusan, membuat pilihan di antara dua alternatif atau lebih.

Pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pegadaian syariah saat ini cukup baik. Karena, pegadaian syariah saat ini tidak bisa terbilang baru dan kantor cabang syariahnya pun sudah lumayan banyak. Berdasarkan pengamatan di lapangan pertumbuhan pegadaian syariah menunjukkan peningkatan yang pesat di tandai dengan bertambah banyaknya pegadaian kantor cabang di berbagai wilayah di indonesia.

Pada dasarnya semua produk yang dikeluarkan oleh lembaga produk keuangan syariah akan memiliki ciri-ciri yaitu tidak mengandung riba sehingga

⁴ Undang-undang No. 51 Tahun 2011 pasal 2 ayat 1

tidak mengambil tambahan (bunga) dalam berbagai bentuk, kemudian menjadikan uang sesuai dengan kegunaannya yaitu sebagai alat tukar bukan untuk di jadikan komoditas yang di perdagangkan, dan menjalankan kegiatan bisnis agar mendapat imbalan atas jasa yang dilakukan atau dikenal dengan istilah bagi hasil.⁵

Melihat dari hasil yang diraih oleh PT pegadaian dari tahun ketahun yang semakin menunjukkan perkembangan yang positif, tidak semata-mata membuat PT pegadaian puas dari hasil yang diperoleh. Begitupun dengan pegadaian syariah sendiri, yang semakin memberikan yang terbaik dari segi kualitas dan kuantitas ke segala aspek guna memberikan yang terbaik untuk seluruh masyarakat. Pada dasarnya, target pemasaran pegadaian syariah adalah berorientasi pada masyarakat menengah ke bawah, usaha mikro, dan usaha menengah atau bisa juga dikatakan berasal dari kalangan berpendapat relatif kecil (berpenghasilan rendah).⁶

Berdasarkan latar belakang masalah yang di paparkan sebelumnya, maka pada penelitian ini penulis memfokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi menjadi nasabah di PT Pegadaian Syariah Pinrang.

KAJIAN TEORI

Pegadaian Syariah

Gadai adalah kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu guna memperoleh sejumlah uang, dimana barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara si penggadai dan penerima gadai.⁷ Pengadaian Syariah adalah suata daban usaha di Indonesia

⁵ Andri Soemitra, *Bank dan Lemabaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), H. 388.

⁶ Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem pegadaian Syariah dalam sistem Hukum Nasional di indonesia*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012). H. 3.

⁷ Sasli Rais, *Pegadaian Syariah : Konsep Dan Sistem Operasional*, (Jakarta : Universitas Indonesia, 2005), . 125-126.

yang secara resmi memiliki izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip keislaman.⁸

Dasar hukum yang mengatur pegadaian di Indonesia sebagai lembaga keuangan resmi yaitu, dimana dinas pegadaian perubahan bentuk badan hukum sehingga pada akhirnya pada tahun 1990 menjadi perusahaan umum. Pada tahun 1969 Perusahaan Negara Jawatan (Perjan) Pegadaian, dan pada tahun 1990 menjadi perusahaan umum (perum). Pegadaian melalui peraturan pemerintah No. 10 Tahun 1990 tentang berdirinya lembaga gadai dalam bentuk perusahaan Jawatan pegadaian menjadi perusahaan umum pegadaian pasal 3 ayat (1a) menyebutkan bahwa perum pegadaian adalah badan usaha tunggal yang diberi wewenang untuk menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai. Kemudian misi dari perum pegadaian adalah terdapat pada pasal 5 ayat 2b, yaitu pencegahan praktek ijon, riba, pinjaman tidak wajar lainnya.⁹

Dalam rangka lebih meningkatkan efisiensi dan efektifitas penyelenggaraan penyaluran pinjaman khususnya kepada masyarakat menengah ke bawah, usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, perusahaan umum (perum) pegadaian yang didirikan dengan peraturan pemerintah Nomor 10 Tahun 1990 tentang pengalihan bentuk perusahaan jawatan (Perjan) pegadaian menjadi perusahaan umum (Perum) pegadaian, perlu mengubah bentuk badan hukum perusahaan umum (Perum) pegadaian menjadi perusahaan perseroan. Adapun perubahan bentuk badan hukum perusahaan umum (Perum) pegadaian menjadi perusahaan perseroan (Persero), diatur dalam peraturan pemerintah (PP) RI No. 51 Tahun 2011.¹⁰

⁸ Muhammad Sholikul Hadi. *Pegadaian Syariah*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Diniyah, 2003. H. 17.

⁹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003). H. 162.

¹⁰ www.depdagri.go.id/media/documents/2012/.../pp_no.15-2011.pdf (Diakses 29 Desember 2018)

Jumhur Ulama menyepakati kebolehan status hukum gadai. Hal dimaksud, berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad SAW. Yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang Yahudi. Para ulama juga mengambil indikasi dari contoh Nabi Muhammad SAW, tersebut, ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada para sahabat yang kaya kepada seorang Yahudi, bahwa hal itu tidak lebih sebagai sikap Nabi Muhammad SAW., yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya enggan mengambil ganti ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad SAW kepada mereka.¹¹

Sifat usaha Pegadaian pada prinsipnya menyediakan pelayanan bagi kemanfaatan masyarakat umum dan sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan yang baik. Oleh karena itu, Perum Pegadaian bertujuan sebagai berikut:

- a. Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program Pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran unag pembiayaan/pinjaman atas dasar hukum gadai.
- b. Pencengahan praktik ijon, pegadaian gelap, dan pinjaman tidak wajar lainnya.
- c. Pemanfaatan gadai bebas bunga pada gadai Syariah memiliki efek jaring pengaman sosial karena masyarakat yang butuh dana mendesak tidak lagi dijerat pinjaman/pembiayaan berbasis bunga.
- d. Membantu orang-orang yang membutuhkan pinjamandengan syarat mudah.

Adapun manfaat pegadaian antara lain :

- a. Bagi nasabah, tersedianya dana dengan prosedur yang relatif lebih sederhana dan dalam waktu yang lebih cepat dibandingkan dengan pembiayaan/kredit perbankan. Di samping itu, nasabah juga mendapat

¹¹ Zainuddin, Ali, *Hukum Gadai Syariah* (Jakarta: Sianar Grafika, 2008), h. 8.

manfaat penaksiran suatu barang bergerak secara profesional. Mendapatkan fasilitas penitipan barang bergerak yang aman dan dapat dipercaya.

b. Bagi perusahaan pegadaian:

1) Penghasilan yang bersumber dari sewa modal yang dibayarkan oleh peminjam dana.

2) Penghasilan yang bersumber dari ongkos yang dibayarkan oleh nasabah yang memperoleh jasa tertentu. Bagi Bank Syariah yang mengeluarkan gadai syariah dapat mendapat keuntungan dari pembebanan biaya administrasi dan biaya sewa tempat penyimpanan emas.

c. Pelaksanaan misi Perum Pegadaian sebagai BUMN yang bergerak di bidang pembiayaan berupa pemberian bantuan kepada masyarakat yang memerlukan dana dengan prosedur yang relatif sederhana.

d. Berdasarkan PP No. 10 Tahun 1990, laba yang diperoleh digunakan untuk :

1) Dana pembangunan semesta (55%)

2) Cadangan umum (20%)

3) Cadangan tujuan (5%)

4) Dana sosial (20%)

Teori Keputusan Nasabah

Keputusan adalah hal sesuatu yang dibutuhkan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Hasil pemutusan suatu ketepatan yang dipilih berdasarkan beberapa alternative. Keputusan juga dapat diartikan untuk memutuskan suatu kesimpulan. Sedangkan keputusan nasabah adalah sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Atau suatu keputusan setelah

memulai beberapa proses atau pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan.¹²

Pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai suatu proses penilaian dan pemelihan dari berbagai alternative sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Proses pemilihan dan penilaian itu biasa diawali dengan mengidentifikasi masalah utama yang mempengaruhi tujuan, menyusun, menganalisis dan memilih berbagai alternatif tersebut dan pengambilan keputusan yang dianggap paling baik. Langkah terakhir dari proses itu merupakan sistem evaluasi untuk menentukan efektifitas dari keputusan yang telah diambil.

Beberapa proses pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa yang dilakukan perilaku nasabah yaitu :

- a. Menganalisis kebutuhan dan keinginan pengambilan keputusan oleh nasabah untuk menggunakan suatu jasa ini diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan.
- b. Pencarian informasi pada tahap ini konsumen melakukan pencarian informasi tentang keberadaan jasa yang diinginkannya. Proses pencarian ini dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan jasa yang diinginkan. Dari berbagai informasi yang diperoleh nasabah akan melakukan seleksi atas alternatif-alternatif yang tersedia.
- c. Penilaian dan seleksi terhadap alternatif pada proses seleksi inilah yang disebut sebagai tahap evaluasi informasi. Dengan menggunakan berbagai kriteria yang ada dalam benak nasabah, setelah satu produk yang dipilih telah digunakan.

¹² Budi Wahyono, *Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen*, (PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2012), H. 86

- d. Keputusan untuk menggunakan jasa, bagi nasabah yang mempunyai keterlibatan tinggi terhadap jasa yang diinginkan, proses pengambilan keputusan akan mempertimbangkan berbagai hal, diantaranya mengenai harga dan tingkat kebutuhan.
- e. Perilaku setelah menggunakan jasa, dengan digunakan jasa tertentu, proses evaluasi belum berakhir karena nasabah akan melakukan evaluasi pasca penggunaan jasa. Proses evaluasi ini akan menentukan apakah nasabah merasa puas atau tidak atas penggunaannya. Seandainya nasabah merasa puas, maka kemungkinan akan menggunakannya kembali pada masa depan akan terjadi, sementara jika nasabah tidak puas atas keputusan menggunakan jasanya, maka akan mencari kembali berbagai informasi jasa.¹³

Indikator-indikator Minat Nasabah

Minat Nasabah dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut.¹⁴

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat referensi, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan

¹³ Rizki Amalia, 2014, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah* (Bank Syariah Mandiri Cabang Padang), Skripsi jurusan Managemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. H. 22-23

¹⁴ Augusty Ferdinand. *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro). 2006. H. 129

mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.¹⁵ Metode yang dipergunakan dalam penelitian kuantitatif, khususnya kuantitatif analitik adalah metode deduktif. Dalam metoda ini teori ilmiah yang telah diterima kebenarannya dijadikan acuan dalam mencari kebenaran selanjutnya.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung dari responden dan informasi melalui wawancara dan observasi langsung di lapangan. Data sekunder yang merupakan pelengkap bagi data primer yaitu, diperoleh dari sumber penelitian dengan mempelajari referensi yang memiliki hubungan dengan sasaran penelitian. Baik dari buku, majalah, jurnal, yang mendukung penelitian tersebut.¹⁶

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Pegadaian Syariah Kabupaten Pinrang. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang berjumlah 27 orang yang dipilih secara acak.

Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, kuesioner tersebut akan disebarakan kepada responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dalam hal ini nasabah PT. Pegadaian Syariah Cabang Pinrang. Kuesioner yang digunakan menggunakan skala likert dalam alternative jawabannya.

¹⁵ Nasution, *Metode Research : Penelitian Ilmiah*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2003), h. 24.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kalitatif, dan R&D*, 2017, Bandung; cv Alfabeta, h.53

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik analisis data regresi linier berganda. Regresi linear berganda adalah alat statistik yang dapat digunakan untuk mengukur pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam melakukan pengolahan data regresi linier penulis menggunakan bantuan aplikasi SPSS Versi 21.

Berikut rumus regresi linear yang digunakan sebagai alat analisis data dalam penelitian ini:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4$$

Dimana:

Y = Keputusan Menjadi Nasabah

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X₁ = Bagi Hasil

X₂ = Lokasi

X₃ = Promosi

X₄ = Layanan

HASIL

Pengumpulan data pada penelitian dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner ke 27 responden yaitu kepada para nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang. Data yang telah terkumpul diperoleh dari hasil jawaban responden, hasil pengolahan data berupa informasi yang digunakan untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya. Adapun Karakteristik pada penelitian ini meliputi jenis pekerjaan responden, usia responden, pendidikan terakhir dan pendapatan responden.

Dengan menggunakan analisis presentase dari kuesioner yang dibagikan kepada 27 responden sebagai sampel, maka data yang diperoleh dapat digunakan untuk menentukan gambaran nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang.

Karakteristik responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner sebagai berikut :

Responden dengan jenis pekerjaan PNS/BUMN jumlahnya 3 orang atau 11%, pegawai swasta sebanyak 4 orang atau 15%, wiraswasta berjumlah 12 orang atau 45%, ibu rumah tangga berjumlah 6 orang atau setara 22% dan pelajar/mahasiswa jumlahnya 2 orang atau 7%. Jadi sebagian besar nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang bekerja sebagai wiraswasta.

Responden dengan usia antara 20 sampai 40 tahun jumlahnya 23 orang atau 85%, responden dengan usia antara 41 sampai 60 tahun jumlahnya 3 orang atau 11% dan responden dengan usia diatas 60 tahun jumlahnya 1 orang atau 4%. Jadi sebagian besar nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang memiliki usia 20 sampai 40 tahun.

Responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMP berjumlah 1 orang atau 4%, responden dengan pendidikan terakhir SMA ada 1 orang atau 78%, responden dengan pendidikan terakhir D1/D2/D3 berjumlah 2 orang atau setara dengan 7% dan responden yang memiliki tingkat pendidikan S1 jumlahnya 3 orang atau 11%. Jadi sebagian besar nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang memiliki pendidikan terakhir SMA.

Responden dengan tingkat pendapatan dibawah 1 juta jumlahnya 2 orang atau setara dengan 8%, responden yang memiliki pendapatan 1 sampai 5 juta berjumlah 19 orang setara dengan 70% dan responden dengan pendapatan diatas 5 juta ada 6 orang atau 22%. Jadi sebagian besar nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang memiliki pendapatan antara 1 sampai dengan 5 juta.

Alat analisis yang peneliti gunakan untuk mengolah data sehingga dapat diukur pengaruh variabel X dalam hal ini bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan terhadap variabel Y dalam hal ini keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 24.

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan maka berikut peneliti sajikan hasil *output* analisis data regresi linier berganda pengaruh variabel bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah PT.Pegadaian Syariah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Correlations

	Keputusan Menjadi Nasabah	Bagi Hasil	Lokasi	Promosi	Layanan	
	Keputusan Menjadi Nasabah	1.000	.823	.837	.723	.849
Pearson	Bagi Hasil	.823	1.000	.849	.674	.828
Correlation	Lokasi	.837	.849	1.000	.668	.800
	Promosi	.723	.674	.668	1.000	.757
	Layanan	.849	.828	.800	.757	1.000
	Keputusan Menjadi Nasabah	.	.000	.000	.000	.000
Sig. (1-tailed)	Bagi Hasil	.000	.	.000	.000	.000
	Lokasi	.000	.000	.	.000	.000
	Promosi	.000	.000	.000	.	.000
	Layanan	.000	.000	.000	.000	.
	Keputusan Menjadi Nasabah	27	27	27	27	27
	Bagi Hasil	27	27	27	27	27
	Lokasi	27	27	27	27	27
	Promosi	27	27	27	27	27
	Layanan	27	27	27	27	27

1. Dari tabel *correlations* dapat dianalisis:

a. Korelasi Parsial Variabel Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah

Korelasi parsial antara variabel bagi hasil (X1) terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang (Y) diperoleh nilai sebesar $r = 0,823$. nilai ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat secara positif antara bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang. Maksud sangat kuat secara positif di sini adalah terjadi hubungan yang searah antara bagi hasil dan keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang.

Artinya bila nilai bagi hasil naik, maka keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang juga akan mengalami peningkatan.

Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara mayoritas responden yang menyatakan bahwa mayoritas nasabah yang diwawancarai menjelaskan bahwa salah satu alasan nasabah memilih PT. Pegadaian Syariah Pinrang karena penerapan sistem bagi hasil yang sesuai dengan syariat Islam sebagaimana yang diterapkan selama ini oleh PT. Pegadaian Syariah Pinrang.

b. Korelasi Parsial Variabel Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah

Korelasi parsial antara variabel lokasi (X_2) terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang (Y) diperoleh nilai sebesar $r = 0,837$. nilai ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat secara positif antara lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang. Maksud sangat kuat secara positif di sini adalah terjadi hubungan yang searah antara lokasi dan keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang. Artinya bila nilai lokasi naik, maka keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang juga akan mengalami peningkatan.

Hasil tersebut sejalan dengan hasil wawancara dengan nasabah dimana mayoritas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Pinrang menjelaskan bahwa salah satu pertimbangan sehingga memutuskan untuk menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang karena lokasinya yang strategis letaknya di pusat kota Kabupaten Pinrang sehingga mudah dijangkau oleh nasabah.

c. Korelasi Parsial Variabel Promosi Terhadap Keputusan Nasabah

Korelasi parsial antara variabel promosi (X_3) terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang (Y) diperoleh nilai sebesar $r = 0,723$. nilai ini menunjukkan hubungan yang kuat secara positif antara promosi terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang. Maksud kuat secara positif di sini adalah terjadi hubungan yang searah antara promosi dan keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang. Artinya bila promosi semakin

sering dilakukan, maka keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang juga akan mengalami peningkatan.

Hasil tersebut sejalan dengan penjelasan nasabah dimana hasil wawancara menunjukkan bahwa mayoritas nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang tertarik dengan promosi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syariah Pinrang, nasabah memperoleh informasi mengenai sistem bagi hasil serta produk-produk yang ditawarkan melalui promosi yang dilakukan baik melalui media cetak maupun media elektronik.

d. Korelasi Parsial Variabel Layanan Terhadap Keputusan Nasabah

Korelasi parsial antara variabel layanan (X4) terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang (Y) diperoleh nilai sebesar $r = 0,849$. nilai ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat secara positif antara layanan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang. Maksud sangat kuat secara positif di sini adalah terjadi hubungan yang searah antara layanan dan keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang. Artinya bila layanan semakin baik, maka keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang juga akan mengalami peningkatan.

Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dimana mayoritas nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang yang diwawancarai merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Pegadaian Syariah Pinrang, kepuasan nasabah terhadap layanan didasarkan pada kemampuan para pegawai PT. Pegadaian Syariah Pinrang dalam memenuhi kebutuhan nasabah dan bersifat ramah terhadap seluruh nasabah yang datang ke kantor Pegadaian Syariah Pinrang.

Tabel 4.2
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	F Change
1	.896 ^a	.803	.767	.994	.803	22.405	4	22	.000

Predictors: (Constant), Layanan, Promosi, Lokasi, Bagi Hasil

2. Tabel *Model Summary* dapat dianalisis:

Korelasi secara simultan antara bagi hasil (X_1), lokasi (X_2), promosi (X_3), layanan (X_4) terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang diperoleh nilai sebesar $r = 0,896$. Nilai ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat secara positif secara bersamaan antara variabel bagi hasil, lokasi, promosi, layanan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang. Maksud sangat kuat secara positif di sini adalah terjadi hubungan yang searah antara variabel variabel bagi hasil, lokasi, promosi, layanan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang. artinya bila nilai kelima variabel bebas tersebut meningkat, maka keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang juga akan mengalami peningkatan signifikan.

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang semakin mendekati angka 100%, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Koefisien determinasi yang digunakan adalah nilai *R square*.

Kontribusi atau determinasi yang diberikan oleh variabel bagi hasil, lokasi, promosi, layanan, terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang adalah $D = (0,896)^2 \times 100\% = 80,28\%$. Artinya kelima variabel bebas tersebut memberikan kontribusi pengaruh sebesar 80,28% terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang, sisanya 19,72% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikuti dalam penelitian.

Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 80,28% keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang dipengaruhi oleh variasi dari kelima variabel yaitu bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan. Sedangkan sisanya sebesar 19,72% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti.

Tabel 4.3
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.379	1.313		.288	.776
Bagi Hasil	.172	.204	.171	.844	.408
Lokasi	.314	.182	.329	1.724	.099
Promosi	.122	.147	.122	.831	.415
Layanan	.349	.197	.352	1.772	.090

endent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

3. Tabel Coefficients dapat dianalisis:

Dari tabel *coefficients* menunjukkan bahwa model persamaan regresi berganda untuk memperkirakan keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang yang dipengaruhi oleh variabel bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.379 + 0.172 X_1 + 0.314 X_2 + 0.122 X_3 + 0.349 X_4$$

Nilai konstan keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang jika tanpa adanya nilai bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan (X_1, X_2, X_3 dan $X_4 = 0$), maka keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang berada pada nilai 0,379. Jika bagi hasil (X_1) bertambah 1 poin maka keputusan menjadi nasabah bertambah 0.172, jika lokasi (X_2) bertambah 1 poin maka keputusan menjadi nasabah bertambah 0.314, jika promosi (X_3) bertambah 1 poin maka akan menambah keputusan menjadi nasabah sebesar 0.122, jika layanan (X_4) bertambah 1 poin maka akan menambah keputusan menjadi nasabah sebesar 0.349.

Tabel 4.4
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	88.557	4	22.139	22.405	.000 ^b
Residual	21.739	22	.988		
	110.296	26			

endent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

dictors: (Constant), Layanan, Promosi, Lokasi, Bagi Hasil

4. Uji F (Secara Simultan)

Berdasarkan tabel *annova* maka dapat dilakukan uji F untuk melihat signifikansi pengaruh variabel bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang, sebagai berikut.

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Pinrang.

Berdasarkan tabel *annova* diperoleh nilai $F_{hitung} = 22.405$ sedangkan menggunakan formula excel diperoleh nilai $F_{tabel} = 2.82$ yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Kabupaten Pinrang.

Perilaku konsumen merupakan bagian dari proses keputusan yang menyebabkan dan mempengaruhi tindakan untuk membeli produk dan jasa, termasuk juga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tersebut. Inti dari perilaku konsumen adalah suatu proses mencari, memilih, membeli dan menggunakan produk atau jasa dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan hidup.

Perilaku konsumen memiliki banyak peran tergantung dari sisi penggunaannya, peran perilaku konsumen terhadap pemasar/produsen adalah sebagai berikut: membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Memahami bagaimana konsumen berperilaku, berfikir dan bertindak agar pemasaran produk dapat disesuaikan. Memahami alasan/faktor dibalik keputusan pembelian konsumen, sehingga strategi dapat disesuaikan.

Perilaku konsumen penting untuk diamati dan dipahami karena akan bermanfaat untuk pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi dan penentuan strategi promosi yang tepat untuk menarik konsumen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dengan mengetahui bagaimana perilaku konsumen dan faktor utama yang mendasari pengambilan keputusan pembelian para konsumen akan berguna dalam perancangan strategi pemasaran yang tepat. Penetapan harga, pemilihan promosi yang menarik, lokasi yang strategis, serta mekanisme pelayanan dapat disesuaikan dengan harapan konsumen atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen.

Islam telah menetapkan kaidah dan aturan pada setiap aspek kehidupan manusia. Dalam hal konsumsi pun Islam telah mengaturnya. Hal ini agar manusia mendapatkan maslahat dari setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan dan terhindar dari mudharat. Seorang muslim akan senantiasa bertindak rasional dalam setiap hal termasuk dalam kegiatan konsumsi. Pengambilan keputusan akan senantiasa didasarkan pada perbandingan antar berbagai preferensi, peluang dan manfaat serta mudharat yang ada. Konsumen muslim akan memilih komoditas yang memberikan utilitas paling besar.

Konsumen muslim juga akan mempertimbangan dari sisi kehalalan sebuah produk, kesejahteraan akan meningkat apabila ia mengkonsumsi lebih banyak barang yang bermanfaat, halal dan mengurangi barang yang haram. Islam telah mengklasifikasikan dengan cukup rinci mana yang halal dan mana yang termasuk haram.

Perilaku konsumsi muslim dari segi tujuan tidak hanya mencapai kepuasan dan konsumsi barang dan penguasaan barang tahan lama (sebagaimana teori konvensional) tapi juga dalam rangka mendapatkan ridha Allah. Perilaku konsumsi muslim berfungsi sebagai ibadah sehingga merupakan amal sholeh, karena setiap perintah-Nya mengandung ibadah.

Inilah mengapa agama memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsinya. Terdapat norma yang harus dipatuhi sebagai bentuk ketaatan terhadap agama yang dianut. Seorang Muslim yang bertaqwa akan memilih produk-produk yang tidak menimbulkan mudharat dan tidak dilarang dalam agama. Sama halnya dengan produk-produk lembaga keuangan konvensional yang masih mengandung riba yang diharamkan dalam Islam. Meskipun tidak semua muslim menjadikan riba sebagai pertimbangan dalam memilih pembiayaan, namun mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam tidak menutup kemungkinan bahwa faktor religiusitas yang mempengaruhi sebagian masyarakat dalam menggunakan lembaga keuangan syariah adalah karena ingin menghindari riba yang memang jelas diharamkan dalam Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan merupakan faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk memutuskan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Kabupaten Pinrang. Variabel bagi hasil merupakan perwujudan sistem ekonomi islam yang diterapkan dalam PT. Pegadaian Syariah Kabupaen Pinrang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat membuat kesimpulan bahwa berdasarkan tabel *annova* diperoleh nilai $F_{hitung} = 22.405$ sedangkan menggunakan formula excel diperoleh nilai $F_{tabel} = 2.82$ yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara bagi hasil, lokasi, promosi dan layanan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Pegadaian Syariah Kabupaten Pinrang.

REFERENSI

- Ade Sofyan Mulazid. 2012. "*Kedudukan Sistem pegadaian Syariah dalam sistem Hukum Nasional di indonesia*". Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Abu Achmadi dan Narbuko Cholid. 2013. "*Metode Penelitian*". Jakarta : Bumi Aksara.

- Augusty Ferdinand. 2015. *"Metode Penelitian Manajemen"*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Aditya Hermawati. 2013. *"Analisis Marketing Mix Modern Ritel terhadap kepuasan minat masyarakat dan loyalitas minat masyarakat."* Malang. D3 Perbankan Syariah : Jurnal Ilmiah.
- Ahmad Rodoni. 2004. *"Lembaga Keuangan syariah, cet 1"* Jakarta: Zikrul Hakim.
- Andri Soemitra. 2009. *"Bank dan Lemabaga Keuangan Syariah"*. Jakarta: Kencana.
- Beni Ahmad Saebani. 2008. *"Metodologi Penelitian"*. Bandung : CV Pustaka Seta.
- Budi Wahyono. 2012. *"Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen"*. PT.Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Buchari Alma. 2009 *"Manajemen bisnis syariah, cet 1"*. Bandung: Alfabeta.
- Dila Larantika. 2010. *"Minat Masyarakat Terhadap jual-beli Emas di Pegadaian syariah Cabang Cinere"*. Jakarta. Program Strata Satu: Skripsi.
- Djaslim Saladin. 2011. *"Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank"*. Jakarta: CV Rajawali.
- Departemen Agama RI. *"Al-Qur'an dan Terjemahannya"*. Surabaya: CV Pustaka Harapan Agung.
- Hamzah Gufron. 2011. *"Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Produk Qardh dengan Gadai Emas di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan"*. Program Strata Satu: Skripsi.
- Heri Sudarsono. 2003. *"Bank dan Lembaga Keuangan Syariah"*. Yogyakarta: Ekonisia.
- <http://kbbi.web.id/nasabah> Diakses pada tanggal 17 Desember 2018.
- Imam Bukhari. *Sahih Bukari*. Kutub al-Tis'ah (CD)
- Ibnn Rusdy. 1991 *"Bidaya al-Mujtahid, alih bahasa imaam Gazali Said"*. Jakarta: Pustaka Amini.