

**PENGARUH PERSPEKTIF MASYARAKAT TERHADAP
MINAT PADA PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN
SYARIAH (STUDI PADA MASYARAKAT KELURAHAN
SABBAMPARU KOTA PALOPO)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

ASNITA

18 0402 0014

IAIN PALOPO
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022

**PENGARUH PERSPEKTIF MASYARAKAT TERHADAP
MINAT PADA PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN
SYARIAH (STUDI PADA MASYARAKAT KELURAHAN
SABBAMPARU KOTA PALOPO)**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

ASNITA

18 0402 0014

Pembimbing:

Hendra Safri, SE., M.M.

IAIN PALOPO
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ASNITA
Nim : 18 0402 0014
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

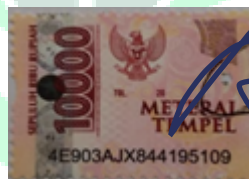
1. Skripsi ini benar-benar merupakan karya hasil saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Selagi kekeliruan dan kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 15 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



ASNITA

NIM. 18 0402 0014


IAIN PALOPO

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Perspektif Masyarakat terhadap Minat pada Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah (Studi pada Masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kokta Palopo) yang ditulis oleh Asnita, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1804020014, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, 07 November 2022 Miladiyah bertepatan dengan tanggal 12 Rabiul Akhir 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).


Palopo, 15 November 2022

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Akbar Sabani, S.EI., M.EI. | Penguji I | () |
| 4. M. Ikhsan Purnama, S.E., M.E.Sy. | Penguji II | () |
| 5. Hendra Safri, S.E., M.M. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Takdir, S.H., M.H.
NIP 19790724 2003121 002

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP 19861020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ.

(اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Perspektif Masyarakat Terhadap Minat Pada Produk Gadai Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo)”** setelah melalui proses yang Panjang.

Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, ahabat dan pengikut-pengikutnya pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana pendidikan dalam bidang perbankan syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda Arifin dan ibunda Sapina, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya serta saudariku yang selama ini membantu mendoakanku.

2. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Dr. H. Muammar Arafat Yusmad selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Dr. Muhaemin, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini.
3. Dr. Takdir, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, beserta Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A, Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Ilham, S.Ag., M.A., yang telah banyak memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
4. Hendra Safri, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syari'ah di IAIN Palopo dan selaku pembimbing beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
5. Akbar Sabani, S.EI., M.EI. dan M. Ikhsan Purnama, S.E., M.E.Sy. selaku penguji I dan Penguji II yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
6. Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Dosen Penasehat Akademik.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

8. H. Madehang, S.Ag., M.Pd. selaku pimpinan perpustakaan IAIN Palopo beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Kepada sahabat saya Syamsukma Syamsu, Sulastry, Annisa Putri, Munawara, Milda Madani, Fitri Yulianti, Indah Sari selalu memberikan saran, masukan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kepada semua teman seperjuangan saya di Perbankan Syariah, yang selalu membantu saya selama saya kuliah dan selalu memberikan saran, masukan dan yang terpenting sudah pernah melalui banyak hal bersama, dan masa kuliah ku bahagia itu dikarenakan oleh kalian. Terima kasih teman-teman, semoga kita sukses semua.

Palopo, 15 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan

ASNITA

NIM. 18 0402 0014

IAIN PALOPO

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

Transliterasi adalah mengalihkan suatu tulisan ke dalam aksara misalnya, dari aksara Arab ke Aksara Latin. Berikut ini adalah surat keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1997 tentang Transliterasi Arab-Latin yang peneliti gunakan dalam penelitian skripsi ini.

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat dibawah ini:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ž	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭ	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda diakritik atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda Vokal	Nama	Latin	Keterangan
أ	<i>Fathah</i>	A	Á
إ	<i>Kasrah</i>	I	Í
أ	<i>Dammah</i>	U	Ú

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	<i>Fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
وِ	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

هَوْلَ : haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ اِ اِى	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā</i>	Ā	a dan garis di atas
اِى	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	Ī	i dan garis di atas
و	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

مَاتَ : māta

رَمَى : rāmā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk tā' marbūtah ada dua, yaitu tā' marbūtah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. sedangkan tā' marbūtah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan tā' marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka tā' marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha [h].

contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : raudah al-atfāl

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : al-madīnah al-fādilah

الْحِكْمَةُ : al-hikmah

5. Syaddah (Tasydīd)

Syaddah atau tasydīd yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydīd (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : rabbanā

نَجَّيْنَا : najjainā

الْحَقُّ : al-haqq

نُعْمٌ : nu'ima

عُدُّوْ : 'aduwwun

Jika huruf ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ) maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsi yah maupun huruf

qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : al-syamsu (bukan asy-syamsu)

الزَّلْزَلَةُ : al-zalزالah (bukan az-zalزالah)

الفَلْسَفَةُ : al-falsafah

الْبِلَادُ : al-bilādu

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : ta'murūna

النَّوْغُ : al-nau'

سَيِّئٌ : syai'un

أُمِرْتُ : umirtu

IAIN PALOPO

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata Al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah swt.” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudāfilah (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ : billāh

دِينُ اللَّهِ: dīnullāh

Adapun tā' marbūtah di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalālah, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ hum fi rahmatillāh

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfi

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muh}ammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd, Nasr Hāmid Abū)

11. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan

Swt. = *subhanahu wa ta`ala*

Saw. = *shallallahu `alaihi wa sallam*

as = *`alaihi as-salam*

H = Hijriah

M = Masehi

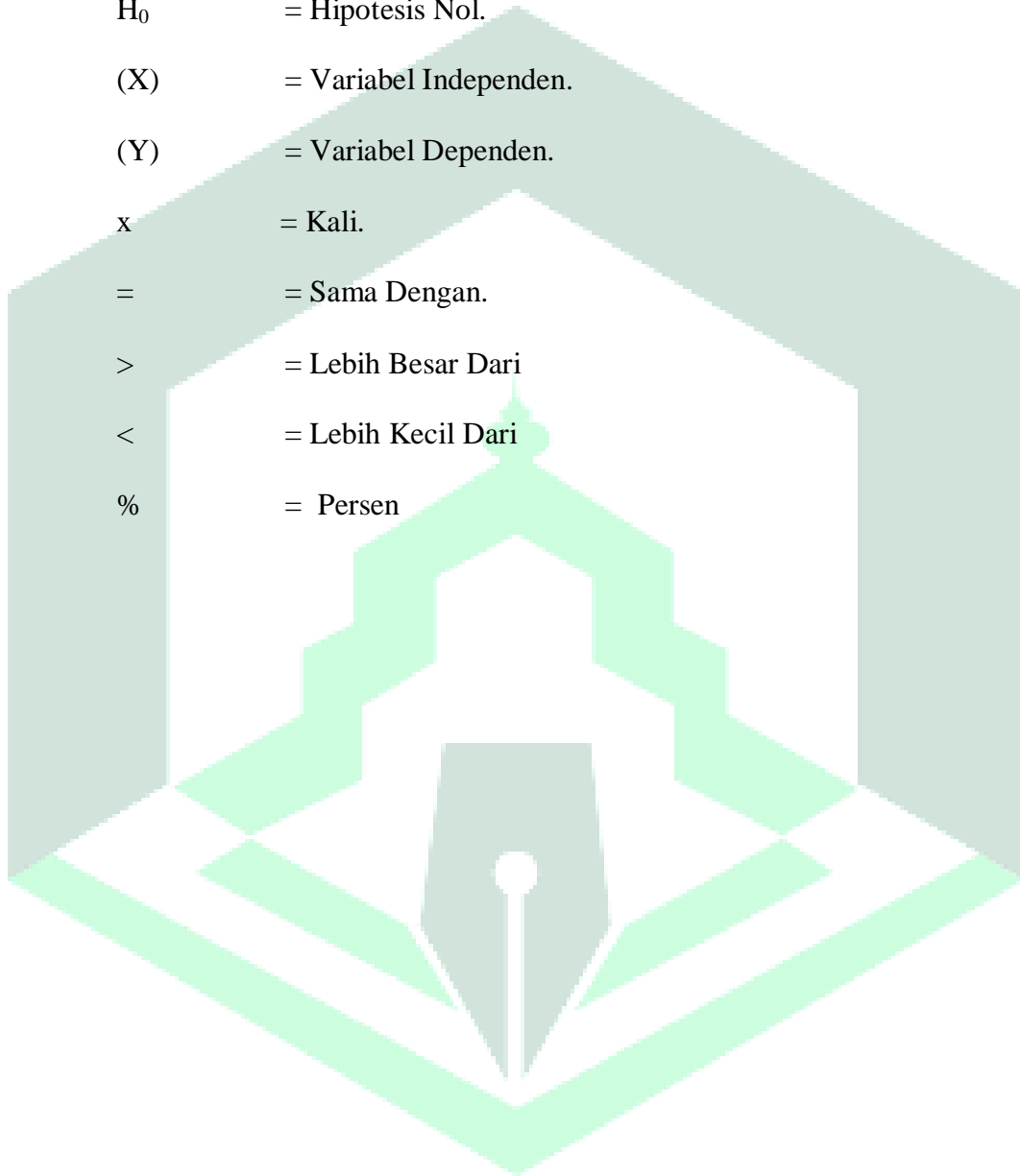
SM = Sebelum Masehi

I = lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

w = wafat tahun

Qs.../...4 = QS al-Baqarah /2:4 atau QS Ali-`Imran/3:4

HR	= Hadis..Riwayat
SPSS	= <i>Statistical Product and Service Solutions.</i>
H_0	= Hipotesis Nol.
(X)	= Variabel Independen.
(Y)	= Variabel Dependen.
x	= Kali.
=	= Sama Dengan.
>	= Lebih Besar Dari
<	= Lebih Kecil Dari
%	= Persen



IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITER ARAB DAN SINGKATAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR ISTILAH	xxii
ABSTRAK	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	7
B. Landasan Teori.....	9
C. Kerangka Pikir	38
D. Hipotesis Penelitian	38

BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
C. Definisi Operasional Variabel.....	40
D. Populasi Dan Sampel.....	41
E. Data dan Sumber Data	43
F. Instrumen Penelitian	43
G. Teknik Pengumpulan Data.....	44
H. Uji Instrumen Penelitian	45
I. Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Hasil Penelitian	50
B. Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP	69
A. Simpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

IAIN PALOPO

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan 1 QS. Al-Baqarah/2:283 23



IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Alternatif Jawaban Responden.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.5 Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.6 Uji Heterokedasitas	63
Tabel 4.7 Uji Regresi Sederhana	64
Tabel 4.8 Uji t (Pengajuan Secara Parsial).....	65
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	66



IAIN PALOPO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir..... 38



IAIN PALOPO

DAFTAR ISTILAH



Perspektif	: Sudut Pandang Manusia Dalam Memilih Opini Dan Kepercayaan Mengenai Suatu Hal
Gadai	: Hak yang diperoleh atas suatu benda bergerak, yang digunakan sebagai jaminan atas pinjaman yang diberikan oleh penerima gadai.
Minat	: Ketertarikan Atau Kecenderungan Pada Sesuatu Yang Merupakan Sebuah Aspek Psikologis.
Pegadaian Syariah	: Lembaga Keuangan syariah yang bergerak pada bidang pembiayaan dan gadai emas
Produk	: Barang atau jasa yang dapat di perjualbelikan
Variabel Independen	: Variabel Bebas
Variabel Dependen	: Variabel Terikat
Rahn	: Akad Gadai
Mulia	: Produk Penjualan Emas
Arrum BPKB	: Pembiayaan BPKB

IAIN PALOPO

ABSTRAK

ASNITA, 2022. *"Pengaruh Perspektif Masyarakat Terhadap Minat Pada Produk Gadai Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo)".* Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Hendra Safri

Judul penelitian ini yaitu Pengaruh Perspektif Masyarakat terhadap Minat pada Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo). Tujuan penelitian ini untuk menganalisis Pengaruh Perspektif Masyarakat terhadap Minat Masyarakat pada Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah Cabang Palopo. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh dari penyebaran angket. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa hasil pengujian untuk variabel perspektif masyarakat mempunyai probabilitas signifikan sebesar $0,01 < 0,05$ dan nilai t hitung $2.142 > t \text{ table } 1,98638$. Hal ini menunjukkan bahwa perspektif masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Sabbamparu pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah cabang Palopo.

Kata kunci: Perspektif Masyarakat, Minat, Pegadaian Syariah.



IAIN PALOPO

ABSTRACT

ASNITA, 2022. " *The Influence of Community Perspective on Interest in Gold Pawn Products in Sharia Pawnshops (Study on the Community of Sabbamparu Village, Palopo City)*". Thesis of Islamic Banking Study Program Faculty of Islamic Economics and Business Palopo State Islamic Institute. Supervised by Hendra Safri

The title of this research is the Influence of Community Perspective on Interest in Gold Pawn Products in Sharia Pawnshops (Study on the Community of Sabbamparu Village, Palopo City). The purpose of this study was to analyze the influence of community perspective on public interest in the gold pawn product at Pawnshop Syariah Palopo Branch. The type of research used in this study includes the type of quantitative research. The type of data used in the form of primary data obtained from the distribution of questionnaires. The results of this study indicate that based on the results of the t-test, it can be seen that the test results for the community perspective variable have a significant probability of $0.01 < 0.05$ and the t-count value is $2.142 > t\text{-table } 1.98638$. This shows that the community's perspective has a positive and significant effect on the interest of the Sabbamparu village community in gold pawn products at the Palopo Sharia Pawnshop branch.

Keywords: *Community Perspective, Interest, Sharia Pawnshop*



IAIN PALOPO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan kegiatan usahanya Pegadaian Syariah menawarkan bermacam-macam produk dan salah satunya adalah Gadai Emas. Gadai (*rahn*) merupakan perjanjian penyerahan barang yang digunakan sebagai agunan untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan. Gadai (*rahn*) juga diartikan sebagai jaminan terhadap utang yang mungkin dijadikan sebagai pembayar kepada pemberi utang baik seluruhnya atau sebagian apabila pihak yang berutang tidak mampu melunasinya. Gadai Emas merupakan pembiayaan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah kepada nasabah yang membutuhkan dana dengan menggunakan emas sebagai jaminannya. Investasi emas kini menjadi tren dikalangan masyarakat.¹

Masyarakat menggadaikan emas untuk memperoleh pembiayaan dari lembaga keuangan seperti pegadaian. Salah satu keuntungan investasi emas adalah banyaknya fasilitas pembiayaan yang tersedia dan dapat digunakan sewaktu-waktu dengan cepat. Jika masyarakat membutuhkan uang dalam waktu segera, mereka bisa menggadaikan emas yang dimiliki tanpa harus kehilangan investasi mereka.²

Transaksi gadai diharamkan menurut syariat Islam karena dalam transaksi gadai menggugurkan akad *rahn*. Gadai emas merupakan produk inovasi dari

¹ Deni Tri Mulyanto. "Faktor Nasabah Dalam Memilih Produk *Rahn* Pada Pt. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru." *JUHANPERAK* 2.1 (2021): 107-112.

² Muhammad Kurniawan. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Teori dan Aplikasi)*. (Jakarta:Penerbit Adab, 2021). 45

lembaga keuangan syariah yang mendapat respon dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan mengeluarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2020 Tentang Gadai Emas dan membolehkan gadai emas menggunakan akad Rahn sesuai dengan Fatwa DSN MUI Nomor 25/DSN-MUI/III/2020 tentang Rahn. Fatwa DSN MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2020 mengatur tentang ongkos dan biaya penyimpanan barang (*marhun*) ditanggung oleh pegadai (*rahin*), namun fatwa ini memberikan batasan bahwa ongkos yang dibebankan kepada pegadai (*rahin*) besarnya didasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata diperlukan.³ Berdasarkan fatwa ini Pegadaian Syariah tidak diperbolehkan mengambil keuntungan dari akad qardh dan rahn, kecuali hanya sebatas mengambil biaya-biaya yang nyata diperlukan saja. Akan tetapi ada penambahan akad yaitu ijarah atas penitipan barang gadai.

Pegadaian Syariah cabang Palopo merupakan salah satu Pegadaian Syariah di Indonesia yang menawarkan produk gadai emas. Hal ini disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan pembiayaan emas senantiasa tumbuh dan berkembang sejalan dengan pertumbuhan ekonomi dan kegiatan bisnis. Layanan gadai emas di Pegadaian Syariah mendapat animo yang cukup besar dari masyarakat.

Produk gadai emas syariah mulai banyak dilirik nasabah sebagai alternatif sumber pembiayaan. Nasabah mulai banyak melirik produk ini karena bisa dijadikan sebagai alternatif sumber pembiayaan, dan menjadi salah satu produk unggulan di Pegadaian Syariah cabang Palopo. Walaupun masih banyak masyarakat yang memandang miring Pegadaian Syariah beserta produk-

³ Khotibul Umam. *Transformasi Lembaga Keuangan Konvensional Ke Dalam Lembaga Keuangan Syariah*. (Jogyakarta: Ugm Press, 2021).67

produknya, dengan menganggap Pegadaian Syariah tidak ada bedanya dengan pegadaian konvensional.⁴

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis menunjukkan suatu fenomena yang menjelaskan bahwa beberapa masyarakat memiliki pandangan yang berbeda-beda mengenai Pegadaian Syariah. Terdapat masyarakat yang beranggapan bahwa yang menjadi pembeda antara pegadaian konvensional dengan Pegadaian Syariah hanya di teori saja, sementara untuk penerapan atau implementasinya tidak ada perbedaan diantara keduanya. Serta terdapat masyarakat yang menurutnya bahwa pegadaian syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah.

Struktur pengetahuan dan perspektif masyarakat yang sudah terbangun sejak lama tentu saja tidak mudah untuk diarahkan kepada hanya pegadaian yang berdasarkan syariah Islam. Perspektif adalah anggapan langsung atas sesuatu. Perspektif atau pandangan seseorang terhadap sesuatu dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, hasil informasi tersebut dipahami selanjutnya konsumen akan menarik kesimpulan sehingga menciptakan sebuah penilaian terhadap sesuatu tersebut. Penumbuhan minat konsumen guna untuk menarik konsumen untuk menggunakan jasa yang dipromosikan maka harus bisa menimbulkan perspektif yang positif terhadap produk yang ditawarkan.⁵

IAIN PALOPO

⁴ Tiara Sulaikha Rohimi Harahap. "Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di PT Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Iskandar Muda." *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam* 11.1 (2020): 1-21.

⁵ Achmad Sudiro, *Perilaku Organisasi*. (Yogyakarta: Bumi Aksara, 2021).23

Fenomena yang terjadi bahwa perspektif terhadap Pegadaian Syariah dalam aplikasinya sama dengan pegadaian konvensional.⁶ Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk Pegadaian Syariah serta minimnya edukasi yang mereka dapatkan melalui media-media promosi seperti televisi, media cetak dan media sosial.⁷ Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah kurang dapat menyentuh masyarakat bahkan masih sedikit informasi yang mereka terima dari promosi ini. Dalam penelitiannya Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda menyatakan bahwa perspektif berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan memilih Pegadaian Syariah.⁸ Hasil penelitian tersebut berbeda dengan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada beberapa masyarakat Sabbamparu kota Palopo, beberapa masyarakat mengatakan bahwa Pegadaian Syariah dengan pegadaian konvensional sama saja. Sehingga masyarakat lebih cenderung ke pegadaian konvensional dikarenakan lebih familiar.

Berangkat dari uraian tersebut, maka penulis melakukan penelitian tentang pengaruh perspektif nasabah terhadap minat memilih produk pembiayaan gadai emas. Berdasarkan latar masalah tersebut maka peneliti mengangkat judul penelitian Pengaruh Perspektif Masyarakat Terhadap Minat pada Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo).

⁶ Minta Sari. *Analisis preferensi nasabah terhadap pembiayaan gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan*. Diss. IAIN Padangsidimpuan, 2021: 78

⁷ Reni Farwitawati. "Persepsi Masyarakat Pekanbaru Tentang Perbankan Syariah Dan Penyebab Masyarakat Tidak Memilih Bank Syariah." *Jurnal Daya Saing* 5.2 (2019): 73-87.

⁸ Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda. "Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah". *Jurnal. Amwal* Vol. 10 No. 1, 2019:23

B. Rumusan Masalah

Agar mempermudah dalam melakukan penelitian, maka perlu dirumuskan permasalahan tersebut yaitu:

1. Apakah perspektif masyarakat memengaruhi minat masyarakat memilih produk gadai emas di Pegadaian Syariah?
2. Seberapa besar pengaruh perspektif masyarakat terhadap minat masyarakat memilih produk gadai emas di Pegadaian Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh perspektif masyarakat terhadap minat masyarakat memilih produk gadai emas di Pegadaian Syariah.
2. Untuk mendeskripsikan besar pengaruh perspektif masyarakat terhadap minat masyarakat memilih produk gadai emas di Pegadaian Syariah

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan sumber informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai pengaruh perspektif masyarakat terhadap minat gadai emas di Pegadaian Syariah.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pegadaian Syariah Cabang Palopo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan bagi Pegadaian Syariah Cabang Palopo untuk menentukan langkah selanjutnya yang berkaitan dengan hal yang mempengaruhi minat masyarakat mengambil pembiayaan di Pegadaian Syariah.

b. Bagi Calon Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi calon nasabah terkait gadai emas di Pegadaian Syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini juga merupakan bahan informasi tentang pengaruh Perspektif masyarakat terhadap minat gadai emas di Pegadaian Syariah.

IAIN PALOPO

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Adapun penelitian terdahulu yang diangkat untuk dijadikan acuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Tiara Sulaikha Rohimi Harahap meneliti tentang pengaruh perspektif dan religiusitas nasabah terhadap keputusan memilih produk gadai emas di PT Bank Syariah Mandiri KCP Medan Iskandar Muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif dan religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, dan secara simultan perspektif dan religiusitas juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan memilih produk adalah adalah perspektif dengan nilai R Square sebesar 29,8%, sehingga apabila perspektif nasabah terus ditingkatkan maka akan mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pembiayaan gadai emas pada Pegadaian Syariah Mandiri KCP Medan Iskandar Muda.⁹

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terdapat variabel bebas yang sama digunakan dalam penelitian yaitu variabel persepsi. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini dengan

⁹ Tiara Sulaikha Rohimi Harahap. "Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di Pt Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Iskandar Muda." *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 11.1 (2020): 1-21.

penelitian sebelumnya yaitu penelitian sebelumnya menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda sedangkan penulis menggunakan regresi linear sederhana.

2. Rohana Ferawati meneliti tentang pengaruh perspektif dan layanan terhadap tingkat kepuasan nasabah gadai emas di kantor cabang utama Pegadaian Syariah Handil Jaya". Hasil temuannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara factor Perspektif (X1) terhadap tingkat kepuasan (Y) B yaitu sebesar 18.5 %, dan pengaruh layanan (X2) terhadap tingkat kepuasan (Y) Sebesar 80,1%, di dapat faktor yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepuasan adalah layanan. Lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu, Kualitas produk, Kualitas Layanan, Emosional, Harga, Kemudahan dapat disimpulkan bahwa perspektif dan layanan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah gadai emas di Kantor Cabang Utama Pegadaian Syariah Handil Jaya.¹⁰

Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terdapat variabel bebas yang sama yang digunakan dalam penelitian yaitu variabel persepsi. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian sebelumnya menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda sedangkan penulis menggunakan regresi linear sederhana.

3. Yuselda Miftaqurromah meneliti tentang pengaruh citra perusahaan, tingkat keagamaan, gaya hidup, perspektif, dan promosi terhadap minat

¹⁰ Rohana Ferawati. *Pengaruh Persepsi Dan Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Gadai Emas Di Kantor Cabang Utama Pegadaian Syariah Handil Jaya*. Diss. UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2019:89

menjadi nasabah bank syariah di Kota Blitar. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa hanya variabel perspektif tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Blitar. Secara simultan semua variable berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Blitar dengan total pengaruh sebesar 36,9.¹¹ Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terdapat variabel bebas yang sama digunakan dalam penelitian yang sama yaitu variabel persepsi. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian sebelumnya menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda sedangkan penulis menggunakan regresi linear sederhana.

B. Landasan Teori

1. Perspektif Masyarakat

a. Pengertian Perspektif Masyarakat

Umumnya istilah perspektif digunakan dalam bidang psikologi. Secara terminology pengertian perspektif adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pengindraan. Sedangkan dalam kamus besar psikologi, perspektif diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan

IAIN PALOPO

¹¹ Yuselda Miftaqrromah. "Pengaruh Citra Perusahaan, Tingkat Keagamaan, Gaya Hidup, Persepsi, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Blitar." *Journal of Economics and Policy Studies* 2.2 (2021): 37-48.

dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada di lingkungannya.¹²

Menurut William J. Stanton perspektif dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, *stimuli* (rangsangan-rangsangan) yang kita terima melalui lima indra. Sedangkan, menurut Webster perspektif adalah proses bagaimana *stimuli-stimuli* itu diseleksi, diorganisasi, dan diinterpretasikan.¹³

Orang dapat memberikan perspektif yang berbeda terhadap rangsangan yang sama karena tiga proses perspektif:

1) Perhatian yang Selektif (Eksposur Selektif)

Orang pada umumnya dihadapkan pada jumlah rangsangan yang sangat banyak setiap hari dan tidak semua rangsangan ini dapat diterima. Perhatian yang selektif berarti harus dapat menarik perhatian konsumen, di mana pesan yang disampaikan akan hilang bagi kebanyakan orang yang tidak berada dalam pasar untuk produk tersebut, kecuali untuk pesan yang cukup menonjol atau dominan yang mengelilingi konsumen pasar tersebut.

2) Gangguan yang Selektif (Distorsi Selektif)

Rangsangan yang diperhatikan konsumen pun tidak selalu seperti apa yang dimaksud. Setiap orang berusaha menyesuaikan informasi yang masuk dengan pandangannya. Distorsi selektif

¹² Mohammad Asrori, *Psikologi Pembelajaran*, (Bandung: CV Wacana Prima, 2019), 21

¹³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk strategi dan Penelitian Pemasaran*, cet. I, (Jakarta: Kencana, 2019), 160

menggambarkan kecenderungan orang untuk meramu informasi dengan cara yang lebih mendukung daripada menentang konsepsi-konsepsi yang telah dimilikinya. Dengan demikian, pemasar harus berupaya memahami susunan pikiran konsumen dan dampak serta interpretasi iklan dan produk mereka.

3) Mengingat Kembali yang Selektif (Retensi Selektif)

Orang cenderung melupakan apa yang mereka pelajari dan menahan informasi yang mendukung sikap dan kepercayaan mereka. Mengingat yang selektif berarti mereka akan mengingat apa yang dikatakan sebagai keunggulan suatu produk dan melupakan apa yang dikatakan pesaing.¹⁴

b. Faktor yang Memengaruhi Perspektif Seseorang

Miftah Toha menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perspektif seseorang adalah sebagai berikut :

- 1) Faktor internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi.
- 2) Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran,

IAIN PALOPO

¹⁴ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2020). 12-13

keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek.¹⁵

Sedangkan menurut Stephen P. Robins terdapat 3 faktor yang mempengaruhi perspektif seseorang, yaitu:

1) Individu yang bersangkutan (pemersepsi)

Apabila seseorang melihat sesuatu dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya itu, ia akan dipengaruhi oleh karakteristik individual yang dimilikinya seperti sikap, motif, kepentingan, minat, pengalaman, pengetahuan, dan harapannya.

2) Sasaran dari persepsi

Sasaran dari perspektif dapat berupa orang, benda, ataupun peristiwa. Sifat-sifat itu biasanya berpengaruh terhadap perspektif orang yang melihatnya. Perspektif terhadap sasaran bukan merupakan sesuatu yang dilihat secara teori melainkan dalam kaitannya dengan orang lain yang terlibat. Hal tersebut yang menyebabkan seseorang cenderung mengelompokkan orang, benda, ataupun peristiwa sejenis dan memisahkannya dari kelompok lain yang tidak serupa.

3) Situasi Perspektif harus dilihat

Secara kontekstual yang berarti situasi dimana perspektif tersebut timbul, harus mendapat perhatian. Situasi merupakan

¹⁵ Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2019, 154-156

faktor yang turut berperan dalam proses pembentukan perspektif seseorang.¹⁶

c. Indikator-indikator Perspektif

Adapun indikator dari perspektif adalah sebagai berikut:

1) Tanggapan (respon)

Tanggapan (respon) yaitu gambaran tentang sesuatu yang ditinggal dalam ingatan setelah melakukan pengamatan atau setelah berfantasi. Tanggapan disebut pula kesan, bekas atau kenangan. Tanggapan kebanyakan berada dalam ruang bawah sadar atau pra sadar, dan tanggapan itu disadari kembali setelah dalam ruang kesadaran karena sesuatu sebab. Tanggapan yang berada pada ruang bawah sadar disebut *talent* (tersembunyi) sedang yang berada dalam ruang kesadaran disebut *actueel* (sungguh-sungguh).

2) Pendapat

Dalam bahasa harian disebut sebagai: dugaan, perkiraan, sangkaan, anggapan, pendapat subjektif “perasaan”.

3) Penilaian

Bila mempersepsikan sesuatu maka kita memilih pandangan tertentu tentang hal yang diperspektifkan. Sebagaimana yang dikutip oleh Renato Tagulisi dalam bukunya *Alo Liliwery* dalam bukunya yang berjudul *perspektif teoritis, komunikasi antar pribadi*, menyatakan bahwa perspektif seseorang mengacu pada proses yang membuatnya

¹⁶ Stephen P Robbins, *Perilaku Organisasi : Konsep, Kontroversi, aplikasi*, edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta : PT. Prenhalindo, 2019),126

menjadi tahu dan berfikir, menilai sifat-sifat kualitas dan keadaan internal seseorang.¹⁷

2. Minat Masyarakat

a. Pengertian Minat

Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Pengertian minat diartikan sebagai keinginan, kehendak atau kesukaan. Dan atau minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan.¹⁸

Menurut Andi Mappiare, definisi minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.¹⁹

Menurut Slameto, minat merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat.²⁰

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Menurut Rambat Lupiyoadi yaitu sebagai berikut:²¹

¹⁷ Kartini Kartono, *Psikologi Sosial untuk Manajemen, Perusahaan dan Industri*, (Jakarta: Rajawali, 2019),304.

¹⁸ W.J.S.Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga* (Jakarta: Balai Pustaka, 2018),78.

¹⁹ Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, (Surabaya: Usana Offset Printing, 2019),62.

²⁰ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Pustaka Indonesia, 2020), 180.

²¹ Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Asa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 183.

- 1) Bauran pemasaran merupakan sesuatu yang sangat berpengaruh pada perusahaan dalam memasarkan produk serta jasa. Kegiatan promosi tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat guna mempengaruhi konsumen pada kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.
- 2) Kebutuhan yaitu sama dengan keinginan. Kebutuhan merupakan sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk mempertahankan hidup serta untuk memperoleh kenyamanan, kesejahteraan dan kelangsungan hidup.

c. Indikator Minat

Menurut Ferdinand, minat beli dapat diidentifikasi melalui aspek-aspek sebagai berikut:²²

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat *preferensial*, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefensi utama pada produk tersebut.

Prefensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk tersebut.

IAIN PALOPO

²²Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), 129.

- 4) Minat *eskploratif*, yaitu minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang dilanggannya.

3. Produk

a. Definisi Produk

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Rahmawati produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (*tangible*). Dalam arti luas, produk meliputi objek-objek fisik, jasa, acara, tempat, organisasi, ide²³.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan melalui barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi dan gagasan. Atribut yang ditampilkan pada suatu produk atau jasa dapat menimbulkan daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen. Penilaian konsumen terhadap produk dan jasa menggambarkan sikap konsumen terhadap produk dan jasa tersebut,

IAIN PALOPO

²³ Rahmawati, Anggi, and Hanif Aulawi. "Dampak Penerapan Segmentation, Targeting, Positioning PT Kimia Farma Pada Pasar Nasional." *Jurnal Administrasi Kantor* 8.2 (2020): 209-222.

sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa.²⁴

Secara umum definisi produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dari pengertian dapat disimpulkan bahwa sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan pembelian.

Atribut produk menurut Gitosudarno adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan diharapkan oleh pembeli. Apabila suatu produk memiliki atribut atau sifat-sifat yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pembeliannya maka produk tersebut akan dianggap cocok oleh konsumen. Mundir dan Yanti menyatakan bahwa keputusan mengenai atribut ini mempengaruhi reaksi konsumen terhadap suatu produk. Atribut produk Islam meliputi kualitas produk, fitur produk dan gaya dan desain produk. Dalam konteks penelitian ini, maka aspek-aspek yang diukur dari nasabah non Muslim menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri dan Bank Syariah BNI Palopo ini meliputi: *Profit sharing*, Pelayanan, dan Produk.

²⁴A. Fitria Arliana Mallawa, "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat non muslim menabung di perbankan syariah". *Jurnal Ilmiah*, Vol. III, No. 2, (Juli 2017): 12

Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan fitur-fitur paling bermutu, berpestasi, atau inovatif. Para manager dalam organisasi ini fokus pada membuat produk yang superior dan meningkatkan dalam organisasi ini berfokus pada membuat produk yang superior dan meningkatkannya sepanjang waktu. Akan tetapi, para manager ini kadang-kadang terperangkap dalam urusan cinta dengan produk-produk mereka. Mereka mungkin komitmen dengan kesesatan “perangkap tikus yang lebih baik” yang yakin bahwa sebuah perangkap tikus yang baik itu bisa berhasil hanya kalau produk ini berharga, didistribusikan, diiklankan, dan dijual secara memadai.²⁵

b. Indikator Produk

Adapun Indikator Produk yang digunakan yaitu:

- 1) Mempunyai keistimewaan tertentu, Pegadaian Syariah dapat memberikan sesuatu yang istimewa dalam memasarkan produknya.
- 2) Bentuk dan gaya, dimana pada ATM Pegadaian Syariah memiliki bentuk dan gaya yang berbeda dari pegadaian lainnya yang dapat menarik minat masyarakat.
- 3) Kualitas, Pegadaian Syariah memberikan jaminan keamanan dan fasilitas yang bermanfaat untuk nasabah.

c. Produk Pegadaian Syariah Cabang Palopo

- 1) Tabungan Emas

²⁵ Aditya Halim Perdana Kusuma, et al. *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020). 67

Produk ini merupakan layanan jual emas dengan fasilitas titipan dengan harga terjangkau (mulai dari 0,01 gram). Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Tabungan emas pegadaian adalah layanan penitipan saldo emas yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi emas secara mudah, murah, aman dan terpercaya. Transaksi jual beli pada produk tabungan emas menggunakan akad Murabahah.

2) Rahn (gadai syariah)

Rahn adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Prosesnya pencarian dana yang tepat, beragam barang jaminan, dan jangka waktu pinjaman yang flexibel akan mempermudah anda mendapat pembiayaan yang sesuai kebutuhan.

Barang Rahn dari Pegadaian Syariah Luwu menawarkan kredit atau pinjaman dengan jaminan berupa emas perhiasan, emas batangan, logam mulia, handphone, laptop, elektronik lainnya, kendaraan bermotor. Kredit (Marhun Bih) atas pembiayaan Rahn berkisar antara 50 ribu hingga 200 juta.

Adapun akad utama yang digunakan pada produk Pegadaian Syariah adalah akad rahn. Dalam fatwa Dewan Syari'ah Nasional (DSN) Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tentang rahn dijelaskan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang

sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn diperbolehkan dengan beberapa ketentuan.

3) Mulia

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan berbagai kebutuhan nasabah. Pilihan emas yang beragam dari 5 gram hingga 1 kilo gram dengan jangka waktu angsuran yang fleksibel dari 3 bulan sampai 36 bulan. Skema jual beli Mulia di pegadaian syariah ini pada dasarnya terdiri dari dua akad, yaitu akad murabahah (jual- beli) dan akad rahn.

4) Arrum Haji

Arrum haji merupakan pembiayaan buat nasabah yang ingin mendapatkan porsi haji, nasabah yang mempunyai emas minimal 15 gram dapat mengajukan pembiayaan haji. Pengurusan pendaftaran akan diselesaikan oleh pihak Pegadaian Syariah Luwu, dengan mengajukan pendaftaran ke kantor kementerian agama untuk mendapatkan nomor tunggu, dan sisa pembayaran akan dibayar oleh nasabah secara angsuran sebelum melaksanakan haji. Dalam Arrum Haji akad-akad yang digunakan adalah rahn, ijarah, dan qardh. Dimana

dalam kegiatan gadai emas, Pegadaian Syariah menggunakan akad gadai (rahn) dan sewa-menyewa (ijarah).

5) Arrum BPKB

Pembiayaan Arrum BPKB merupakan pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro-kecil untuk keperluan pengembangan secara angsuran dengan menggunakan jaminan BPKB mobil atau motor. Jangka waktu pembiayaan fleksibel mulai dari 12, 18, 24, dan 36 bulan dan kendaraan dapat digunakan si pemilik. Akad yang digunakan pada produk arrum BPKB merupakan akad ijarah.

4. Gadai Syariah

a. Pengertian Gadai Syariah (Rahn)

Transaksi gadai dalam fiqih Islam disebut Ar-Rahn ialah suatu jenis perjanjian untuk menampung barang sebagai beban atau kewajiban utang, sementara tafsiran Ar-Rahn dalam bahasa Arab ialah *ats-tsubut wa ad-dawam* yang berarti tetap atau stabil dan kekal. Rahn juga dapat diterjemahkan menampung salah satu harta milik si pengutang sebagai jaminan (uang muka) atas pinjaman yang diterimanya. Barang tersebut menyimpan nilai efisien. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat memilih kembali seluruh atau sebagian piutang. Sedangkan Rahn Emas syariah yakni menahan barang jaminan berupa barang berharga (emas) milik si peminjam (rahin), baik yang bersifat materi atau manfaat tertentu, sebagai agunan atas bantuan yang

diterimanya. Barang yang diterima tersebut memiliki dan menyimpan nilai efisien, sehingga pihak yang menahan (murtahin) mendapatkan jaminan untuk mengambil kembali sebagian atau seluruh utangnya dari barang gadai tersebut apabila pihak yang menggadaikannya tidak dapat membayar hutang tepat waktu. Pegadaian Syariah sebagai lembaga keuangan alternatif bagi masyarakat guna menetapkan pilihan dalam pembiayaan di sektor riil.

Biasanya kalangan yang berhubungan pegadaian adalah masyarakat menengah ke bawah yang membutuhkan pembiayaan jangka pendek dengan margin yang rendah. Karena itulah Pegadaian Syariah harus lebih akomodatif dalam menyelesaikan persoalan ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat. Secara formal, keberadaan Pegadaian Syariah berada dalam lingkup Perusahaan Umum (Perum) pegadaian. Karena Perum Pegadaian merupakan satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai.²⁶

b. Rukun dan Syarat Sah Gadai

1) Rukun Gadai

Rukun gadai meliputi orang yang menggadaikan (Rahin), barang yang digadaikan (Marhun), orang yang menerima gadai

²⁶ Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. (Yogyakarta:Graha ilmu, 2019), 169

(Murtahin), sesuatu yang karenanya diadakan gadai, yakni harga, dan sifat akad gadai.

2) Syarat Sah

Gadai Disyaratkan untuk sahnya akad gadai sebagai berikut: berakal, baligh (dewasa), wujudnya marhun, marhun dipegang oleh murtahin. Asy Syafi'i mengatakan bahwa syarat sah gadai adalah harus ada jaminan yang berkriteria jelas dalam serah terima. Sedangkan Maliki mensyaratkan bahwa gadai wajib dengan akad dan setelah akad, orang yang menggadaikan wajib menyerahkan barang jaminan kepada yang menerima gadai.²⁷

c. Fungsi dan Tujuan

Gadai Emas Syariah Dalam Q.S Al-Baqarah/2: 283:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Terjemahnya:

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

²⁷ Muhammad Sholikul Hadi, Pegadaian Syariah, (Ed.I; Jakarta: Salemba Diniyah, 2019),

adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.²⁸

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dan jika kalian tengah bepergian jauh, sedang kalian tidak menjumpai seorang pencatat bagi kalian, maka serahkanlah kepada pemilik hak (piutang) sesuatu yang menjadi jaminan di sisinya bagi haknya sampai orang yang berhutang mengembalikan tanggungan hutangnya. Jika sebagian dari kalian saling percaya dengan yang lain, maka tidak mengapa untuk mengabaikan pencatatan (transaksi hutang), persaksian dan jaminan barang, dan kemudian hutang tetap menjadi amanat (tanggungan) pihak penghutang yang wajib membayarkannya, dia harus merasa diawasi oleh Allah Swt, tidak mengkhianati partnernya itu.²⁹

Apabila penghutang mengingkari kewajiban hutangnya, sedang disitu ada orang yang dahulu hadir dan menyaksikan, maka kewajiban orang tersebut untuk mengajukan persaksiannya. dan barang siapa yang menyembunyikan persaksiannya, maka orang itu orang yang berhati pengkhianat lagi jahat. Dan Allah SWT maha mengetahui rahasia-rahasia hati, ilmunya meliputi seluruh urusan kalian dan akan memberikan balasan kepada kalian sesuai dengan amal perbuatan kalian.³⁰ Akan tetapi pada

IAIN PALOPO

²⁸ Departemen Agama RI Al-Hikmah. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Bandung: Diponegoro). 7

²⁹ M. Quraish Shihab. *Tafsir al-misbah*. (Jakarta: lentera hati 2 2002). 12

³⁰ Tafsirweb. <https://tafsirweb.com/1049-surat-al-baqarah-ayat-283.html>. diakses pada tanggal 20 September 2022

prakteknya rahn tersebut berfungsi bukan untuk sekedar tolong menolong, melainkan berfungsi sebagai jaminan atau utang piutang (Qard).³¹

Sifat usaha Pegadaian pada prinsipnya menyediakan pelayanan bagi kemanfaatan masyarakat umum dan sekaligus menumpuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan yang baik. Oleh karena itu, adanya Pegadaian bertujuan sebagai berikut :³²

- 1) Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pembiayaan atau pinjaman atas dasar hukum gadai.
- 2) Pencegahan praktek ijon, pegadaian gelap, dan pinjaman tidak wajar lainnya.
- 3) Membantu orang-orang yang membutuhkan pinjaman dengan syarat mudah dan proses cepat.

d. Manfaat Gadai Emas Syariah

Adapun manfaat gadai ini antara lain sebagai berikut:³³

- 1) Bagi Nasabah, tersedianya dana dengan prosedur yang relatif lebih sederhana dan dalam waktu yang lebih cepat dibandingkan dengan pembiayaan atau kredit perbankan, selain itu juga nasabah mendapat manfaat penaksiran nilai suatu

³¹ Sasli Rais, *Pegadaian Syariah (konsep dan sistem operasional)*, (Jakarta: UI-PRESS, 2019), 42.

³² Andri Sumitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grafindo Persada, 2020),82.

³³ Andri Sumitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grafindo Persada, 2020),.395.

barang bergerak secara profesional serta mendapatkan fasilitas penitipan barang bergerak yang aman dan dapat dipercaya.

- 2) Bagi perusahaan Pegadaian, penghasilan yang bersumber dari sewa modal yang dibayarkan oleh peminjam dana, penghasilan yang bersumber dari ongkos yang dibayarkan oleh nasabah memperoleh jasa tertentu.

5. Perilaku Konsumen

Menurut James F. Engel et al, berpendapat bahwa perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Kemudian Davis L. Loudon dan Albert J. Della Bitta, mengemukakan bahwa perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.³⁴

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.

³⁴ A. A Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung:Eresco Anggota IKAPI, 2019). 3

Menurut Setiadi bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal. Dari beberapa pengertian perilaku konsumen yang diberikan oleh para ahli pemasaran, maka dapat disimpulkan, yaitu :

- a. Perilaku konsumen menyoroti individu dan rumah tangga.
- b. Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk.
- c. Perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibelanjakan, kapan, dengan siapa, siapa saja, dan bagaimana barang yang sudah dibeli dikonsumsi.

Selain itu juga terdapat variabel-variabel yang tidak dapat diamati, seperti nilai-nilai yang dimiliki konsumen, kebutuhan pribadi, persepsi, bagaimana konsumen mengevaluasi alternatif, dan apa yang dirasakan konsumen tentang kepemilikan dan penggunaan produk yang bermacam-macam.

Konsumen yang rasional (*mustahlik al-aqlani*) senantiasa membelanjakan pendapatan pada berbagai jenis barang yang sesuai dengan

kebutuhan jasmani maupun rohaninya. Cara seperti ini dipastikan dapat mengantarkannya pada keseimbangan hidup yang memang menuntut keseimbangan kerja dari seluruh potensi yang ada, mengingat terdapat sisi lain diluar sisi ekonomi yang juga butuh untuk berkembang. Karakteristik ini didasari atas fiman Allah dalam Alquran. An-Nisā'/4: 5:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا
وَأَكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥﴾

Terjemahnya:

dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.³⁵

Berdasarkan ayat tersebut menjelaskan bahwa di dalam Islam sangat memberikan penekanan tentang cara membelanjakan harta, dalam Islam sangat dianjurkan untuk menjaga harta dengan hati-hati termasuk menjaga nafsu supaya tidak terlalu berlebihan dalam menggunakan. Rasionalnya konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut.³⁶

6. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen

Memahami perilaku membeli (*buying behavior*) dari pasar sasaran merupakan tugas penting dari manajemen pemasaran. Untuk memahami hal ini perlu diketahui faktor-faktor apakah yang memengaruhi konsumen

³⁵ Departemen Agama RI Al-Hikmah. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Bandung: Diponegoro). 22

³⁶M. Quraish Shihab. *Tafsir al-misbah*. (Jakarta: lentera hati 2 2002). 29

dalam memutuskan pembelian. Faktor-faktor tersebut yaitu sebagai berikut.³⁷

a. Faktor eksternal

Faktor-faktor lingkungan eksternal yang memengaruhi perilaku konsumen antara lain:

1) Kebudayaan

Sifat dari kebudayaan sangat luas dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Kebudayaan adalah kompleks yang mencakup pengertian, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat serta kebiasaan-kebiasaan yang didapatkan oleh manusia sebagai anggota masyarakat. Mempelajari perilaku konsumen adalah mempelajari perilaku manusia, sehingga perilaku konsumen juga ditentukan oleh kebudayaan yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa. Jadi perilaku konsumen sangat ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya, dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan atau perkembangan zaman dan masyarakat itu.

2) Kelas social

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen yang bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun

³⁷ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (Yogyakarta :CAPS, 2019). 251

secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai minat dan perilaku yang sama. Dengan memahami perilaku konsumen antar masing-masing kelas sosial maka perusahaan dapat menyelenggarakan dan melaksanakan program-program pemasaran yang efektif dan efisien.

3) Keluarga

Keluarga digunakan menggambarkan berbagai macam bentuk rumah tangga. Dalam keluarga masing-masing anggota dapat berbuat hal yang berbeda dalam membeli sesuatu. Setiap anggota keluarga memiliki selera dan keinginan yang berbeda. Oleh karena itu perusahaan dalam mengidentifikasi perilaku konsumen harus mengetahui siapa perlu, pengambil inisiatif, pembeli atau siapa yang memengaruhi keputusan untuk membeli dengan mengetahui peranan dari masing-masing anggota keluarga, maka perusahaan dapat menyusun program-program pemasaran dengan lebih baik dan terarah.

4) Kelompok referensi dan kelompok social

Kelompok referensi adalah kelompok yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian perilakunya.

Biasanya masing-masing kelompok mempunyai pelopor opini yang dapat memengaruhi anggota dalam membeli sesuatu.

Sedangkan kelompok sosial merupakan himpunan manusia yang hidup bersama, saling berhubungan timbal balik,

pengaruh memengaruhi dan kesadaran untuk tolong menolong. Suatu kelompok tidak merupakan kelompok yang statis, akan tetapi selalu berkembang, dan akan mengalami perubahan-perubahan dalam aktivitas maupun bentuknya. Perkembangan dan perubahan suatu kelompok sosial dan memengaruhi individu-individu dalam suatu kelompok dalam berperilaku.

b. Faktor Internal

Faktor-faktor lingkungan internal yang memengaruhi perilaku konsumen adalah :

1) Motivasi

Motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Tanpa motivasi seseorang tidak akan terpengaruh untuk mencari kepuasan terhadap dirinya.

2) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Persepsi dapat melibatkan penafsiran seseorang atas suatu kejadian berdasarkan pengalaman masa lalunya.

3) Belajar

Belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Proses belajar terjadi karena

adanya interaksi antara manusia yang dasarnya bersifat individual dengan lingkungan khusus tertentu. Perubahan perilaku seseorang terjual melalui keadaan saling memengaruhi antara dorongan, rangsangan, petunjuk-petunjuk penting jawaban, faktor penguat dan tanggapan. Proses belajar pada suatu pembelian terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan, atau sebaliknya tidak terjadi apabila konsumen merasa kecewakan oleh produk yang kurang baik.

4) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian adalah pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertingkah laku. Kepribadian mencakup kebiasaan-kebiasaan, sikap dan ciri-ciri sifat dan watak yang khusus yang menentukan perbedaan perilaku dari tiap-tiap individu, dan yang berkembang apabila orang tadi berhubungan dengan orang lain. Sedangkan konsep diri memengaruhi perilaku konsumen di dalam pembelian. Konsep diri merupakan pendekatan yang dikenal luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri dalam konsumen dengan *image* merek dan *image* penjual.

5) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai sesuatu. Kepercayaan ini merupakan citra

produk dan merek. Sedangkan sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan-perasaan emosional dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa objek atau gagasan.³⁸

7. Pegadaian Syariah

a. Pengertian Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah adalah lembaga keuangan non bank milik pemerintah yang berhak memberikan pembiayaan kepada masyarakat atas dasar hukum gadai yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadis serta Peraturan Perundang-Undangan yang berhubungan dengan Pegadaian Syariah. Pegadaian Syariah merupakan Perusahaan Perseroan (Persero) sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2011 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian Menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Keberadaan Pegadaian Syariah di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari keinginan masyarakat untuk melaksanakan transaksi akad gadai berdasarkan prinsip syariah dan kebijakan pemerintah dalam pengembangan praktik ekonomi dan lembaga keuangan yang sesuai dengan nilai dan prinsip hukum Islam³⁹

Menurut kitab Undang-undang Hukum perdata pasal 1150 disebutkan: Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh

³⁸ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (Yogyakarta :CAPS, 2019). 251

³⁹ Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta, Sinar Grafika, 2018). 15.

seorang berutang atau oleh seorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari pada orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan. Pada masa pemerintah RI, Dinas Pegadaian yang merupakan kelanjutan dari pemerintah Hindia-Belanda, status pegadaian diubah menjadi Perusahaan Negara (PN) Pegadaian berdasarkan Undang-Undang No. 19 PRp 1960 jo.

Peraturan Pemerintah RI No.178 Tahun 1960 tanggal 3 Mei 1961 tentang Pendirian Perusahaan Pegadaian (PN Pegadaian). Kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No.7 Tahun 1969 tanggal 11 Maret 1969 tentang Perubahan ke kedudukan PN Pegadaian menjadi Jawatan Pegadaian jo. UU No. 9 Tahun 1969 tanggal 1 Agustus 1969 dan Penjelasannya mengenai bentuk-bentuk usaha negara dalam Perusahaan Jawatan (perjan), Perusahaan Umum (perum) dan Perusahaan Perseroan (persero). Selanjutnya untuk meningkatkan efektivitas dan produktivitasnya, bentuk perjan pegadaian tersebut kemudian dialihkan menjadi Perusahaan Umum (perum) Pegadaian berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 1990 tanggal 10 April 1990. Dengan perubahan status dari perjan menjadi Perum, Pegadaian diharapkan akan lebih mampu mengelola usahanya dengan lebih profesional, *business oriented*

tanpa meninggalkan ciri khusus misinya, yaitu penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai dengan pasar sasaran adalah masyarakat golongan ekonomi lemah dengan cara mudah, cepat aman dan hemat sesuai dengan motonya menyelesaikan masalah tanpa masalah.⁴⁰

b. Perbedaan Pegadaian Syariah dan Konvensional

Perbedaan Pegadaian syariah dan konvensional adalah pada akad yang digunakan. Pegadaian syariah adalah produk pinjaman berbasis gadai (rahn) dan pembiayaan. Dalam Pegadaian syariah, akad utama yang digunakan pada produk Pegadaian Syariah adalah akad rahn dan mun'ah. MUI sendiri sudah mengatur akad Pegadaian syariah dalam fatwa Dewan Syari'ah Nasional (DSN) Nomor 25/DSN-MUI/III/2002. Sesuai namanya, produk-produk Pegadaian Syariah diklaim bebas dari unsur bunga berbunga alias riba yang memang dilarang dalam Islam.

Perbedaan Pegadaian syariah dan konvensional adalah terletak pada penerapan bunga pinjaman. Di mana produk Pegadaian Syariah menggunakan akad mu'nah dan rahn. Berikut ini beberapa produk Pegadaian syariah sebagaimana dikutip dari laman resmi Pegadaian:

1) Amanah

Amanah sendiri merupakan produk Pegadaian Syariah adalah berupa cicilan kendaraan. Plafon pinjaman yang ditawarkan yakni minimal Rp 5 juta dan paling besar Rp 45 juta dengan jangka waktu pinjaman 12-60 bulan. Dalam

⁴⁰ Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta, Sinar Grafika, 2018). 17

Amanah, nasabah dikenakan biaya administrasi atau (mu'nah akad) sebesar Rp 200 ribu untuk mobil dan Rp 70 ribu untuk motor. Di Pegadaian Syariah adalah tidak menerapkan bunga, namun ada biaya pemeliharaan barang (mu'nah). Biaya mu'nah untuk Amanah itu adalah 0,9 persen x harga kendaraan.

2) Rahn

Rahn adalah produk Pegadaian Syariah berbentuk pembiayaan gadai emas, di mana emas seperti perhiasan maupun emas batangan bisa dijadikan agunannya. Pinjaman (marhun bih) mulai dari Rp 50 ribu sampai dengan Rp 1 miliar ke atas dengan jangka waktu pinjaman 4 bulan dan bisa diperpanjang. Untuk Rahn cara pembayarannya sesuai dengan kemampuan nasabah (rahin), boleh melunasi sekaligus, mencicil, atau melakukan perpanjangan rahn dengan membayar biaya pemeliharaan (mu'nah)-nya saja. Tidak ada bunga pinjaman, namun nasabah dikenakan biaya mun'ah sebesar Rp 2 ribu sampai Rp 120 ribu.

3) Arum BPKB

Sesuai namanya, Arrum BPKB Pegadaian Syariah adalah pembiayaan syariah untuk pengembangan UMKM dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor. Pembiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12, 18, 24, dan 36 bulan di mana nasabah harus menjadikan BPKB sebagai barang agunan untuk

pinjaman dengan plafon Rp 1 juta sampai Rp 400 juta. Untuk biaya mun'ah ditetapkan sebesar 1 persen dari pinjaman, pinjaman Rp 100 juta ke atas tidak dikenakan mu'nah akad.

4) Arrum Emas

Arrum emas adalah produk Pegadaian Syariah berupa pinjaman dana tunai dengan jaminan perhiasan (emas dan berlian). Biaya admin Rp 70 ribu dan biaya munah 0,95 persen per bulan dari nilai taksiran barang jaminan, dengan plafon sebesar 95 persen dari taksiran.

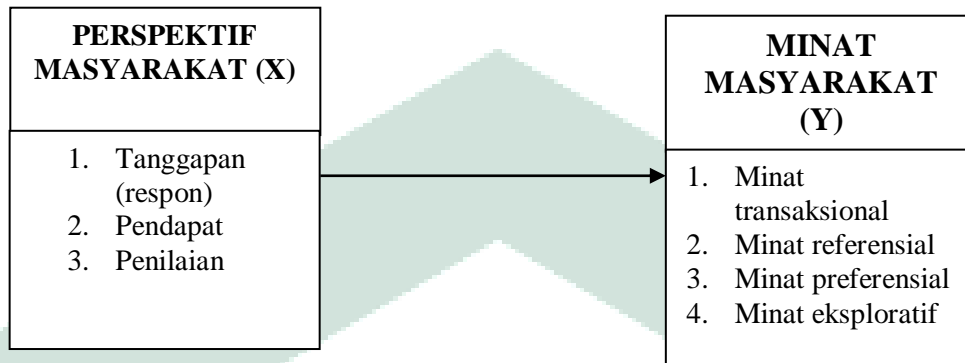
5) Arrum Haji

Pegadaian Syariah Pembiayaan Porsi Haji adalah pembiayaan untuk mendapatkan porsi nomor antrean ibadah haji secara syariah. Jaminan yang digunakan adalah emas. Biaya administrasi pinjaman ini yakni sebesar Rp 270 ribu dengan pinjaman minimal Rp 1,9 juta dan maksimal Rp 25 juta dalam jangka waktu 1-5 tahun. Selain biaya adminisitrasi, nasabah akan dikenakan biaya tambahan yang akan dipergunakan untuk biaya pemeliharaan barang jaminan yang dititipkan.⁴¹

IAIN PALOPO

⁴¹ Chaidir Iswanaji, Siti Afidatul Khotijah, and M. Zidny Nafi'Hasbi. *Lembaga Keuangan Syariah Buku Ajar Konsentrasi Syariah*. (Jakarta: Penerbit Adab, 2021). 34

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Pada penelitian ini kerangka pikir digunakan sebagai pedoman peneliti mencakup uraian langkah yang ditempuh dalam proses penelitian. Berikut adalah gambar kerangka konseptual dari penelitian ini :

Berdasarkan kerangka pikir tersebut maka tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh perspektif masyarakat terhadap minat masyarakat pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah cabang Palopo.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan proposisi yang dinyatakan dalam bentuk yang dapat diuji dan yang memprediksi hubungan tertentu antara keduanya (atau lebih) variabel. Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_0 : Diduga tidak ada pengaruh perspektif masyarakat terhadap minat masyarakat pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah cabang Palopo.

H_a : Diduga adanya pengaruh perspektif masyarakat terhadap minat masyarakat pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah cabang Palopo.



IAIN PALOPO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggabungkan beberapa uji hipotesis dengan data yang tepat sehingga diketahui bagaimana pengaruh suatu variabel terhadap variabel yang lain. Jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian asosiatif. Jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian tentang hubungan kausal yang merupakan hubungan sebab akibat. Dengan tujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.⁴² Dalam hal ini yang ingin diketahui adalah apakah perspektif masyarakat memengaruhi minat masyarakat pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah cabang Luwu.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian akan dilakukan, beserta jalan dan kotanya. Lokasi penelitian tersebut merupakan tempat penelitian yang diharapkan mampu memberikan informasi yang peneliti butuhkan dalam penelitian yang diangkat. Adapun lokasi penelitian ini di Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Serta waktu penelitian dilakukan pada tanggal 2 Juni sampai dengan 4 Juli tahun 2022.

C. Definisi Operasional Variabel

Untuk mencegah timbulnya kesalahpahaman atau salah penafsiran dari pembaca. Peneliti terlebih dahulu mengemukakan makna dari beberapa variabel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

⁴²M. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka, 2019), 102.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator
1	Persepektif Masyarakat (X)	Perspektif dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, (rangsangan-rangsangan) yang kita terima melalui lima indra.	1. Tanggapan (respon) 2. Pendapat 3. Penilaian
2	Minat Masyarakat (Y)	Minat merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat.	1. Minat Transaksional 2. Minat Refrensial 3. Minat Prefrensial 4. Minat eksploratif

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu daerah yang umum di dalamnya terdapat obyek dan subyek, memiliki kriteria tertentu yang ditentukan peneliti untuk dipelajari dan mendapatkan kesimpulan. Sampel adalah anggota populasi yang dipilih menurut beberapa tahapan sehingga bisa menjadi perwakilan populasi.⁴³ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo yang berjumlah 1.532 responden.

⁴³ Muslich Ansori. *Metode penelitian kuantitatif Edisi 2*. (Surabaya, :Airlangga University Press, 2020). 45

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari anggota suatu populasi yang diambil berdasarkan jumlah serta karakteristik tertentu dengan prosedur tertentu. Sampel adalah sub kelompok dari suatu populasi yang akan diteliti, oleh karena itu suatu Sample harus mewakili dan juga memberikan gambaran yang benar tentang populasi.⁴⁴

Metode pengambilan sampel ini digunakan untuk menghemat waktu dan tenaga, maka penelitian ini menggunakan *convenience sampling*, dimana calon responden yang terpilih adalah mereka yang tinggal di lokasi yang sama dengan peneliti yaitu Kota Palopo. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E 2 = Error level (tingkat kesalahan)

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{1.532}{1 + 1.532 \cdot 0.1^2}$$

$$n = 93.87$$

IAIN PALOPO

⁴⁴ Gulo, W., *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Gramedia Widiasarana Indonesia,2020) , 56.

Karena jumlah sampel sebesar 93.87 maka dibulatkan menjadi 94 responden.

E. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi tentang data yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui media perantara, data primer dihasilkan dari instrumen penelitian, dalam penelitian ini merupakan hasil dari menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Kelurahan Sabbamparu untuk memperoleh tanggapan dari masyarakat terhadap atribut atau indikator penelitian.

2. Data Sekunder

Data Sekunder dalam penelitian ini berupa hasil dari kajian pustaka yang mendukung penulisan penelitian ini yang diperoleh dari literatur yang relevan dengan penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner / angket kepada para responden. Angket (kuesioner) yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pertanyaan dalam

kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah di sediakan. Pertanyaan dalam angket disajikan dalam bentuk skala likert yang disesuaikan dengan kriteria alternatif jawaban berikut :

Tabel 3.1 Kriteria Alternatif Jawaban Responden

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu - Ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.⁴⁵ Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan pada suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini antara lain:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.⁴⁶ Di dalam observasi ini peneliti akan belajar tentang perilaku, dan makna dari

⁴⁵ Gulo, W., *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Gramedia Widiasarana Indonesia, 2020).

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 139

perilaku tersebut.⁴⁷ Teknik pengumpulan data menggunakan observasi ini bertujuan untuk mengetahui lebih dekat tentang objek yang diteliti.

2. Angket

Angket (Kuesioner) yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁴⁸ Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pernyataan dalam kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah disediakan. pernyataan dalam angket tentang minat masyarakat gadai emas di Pegadaian Syariah disajikan dalam bentuk skala likert.

H. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid, maka perlu diuji dengan uji korelasi antar skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. Adapun teknik korelasi yang biasa dipakai adalah teknik korelasi *product moment* dan untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap pertanyaan itu *significant*, maka dapat dilihat pada tabel nilai *productmoment* atau menggunakan SPSS untuk mengujinya. Secara sederhana pengukuran validitas dapat dilakukan dengan empat cara :

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 309

⁴⁸ Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: Persada Pers, 2020),77

- a. Melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk
 - b. Uji validitas dengan perbandingan t hitung dan t table
 - c. Uji validitas dengan perbandingan r hitung dan r tabel.⁴⁹
2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Reliabilitas ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Untuk diketahui bahwa perhitungan/uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang telah memiliki atau memenuhi uji validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas.⁵⁰

Uji reliabilitas atau uji konsistensi suatu item pertanyaan dengan membandingkan antara nilai cronbach's alpha dan taraf keyakinan (*coefficients of confidence/CC*). Cronbach's alpha adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya item/butir dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $CC < \text{cronbach's alpha}$, item pertanyaan reliabel (konsisten).

IAIN PALOPO

⁴⁹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, CV.2017),121

⁵⁰ Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2020).120.

- b. Jika $CC > \text{cronbach's alpha}$, item pertanyaan tidak reliabel (tidak konsisten).

I. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier sederhana dengan bantuan *software* SPSS statistics. Metode-metode yang digunakan yaitu uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear sederhana, uji hipotesis dan uji determinan :

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan untuk menguji asumsi-asumsi yang ada pada penelitian dengan model regresi. Model regresi harus terbebas dari asumsi klasik yang terdiri dari normalitas dan heteroskedastisitas

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah jika distribusi datanya normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat uji glesjer.

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.⁵¹ Jika *variance* dari residual satu

⁵¹J.Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2019). 80

pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan salah satu jenis metode regresi yang paling banyak digunakan. Regresi linier sederhana terdiri atas satu variabel terikat (*dependent*) dan satu variabel bebas (*independent*). Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh Perspektif Masyarakat (X) Terhadap Minat Gadai Emas (Y). Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependent (Minat Gadai Emas)

X = Variabel independent (Perspektif Masyarakat)

a = Konstanta

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji t (secara simultan) dan uji F (secara parsial).

a. Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial (individu) terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya konstan. Ketentuan yang digunakan dalam uji statistik t adalah nilai F tabel dapat dilihat pada F

statistik pada $df = n - k - 1$ atau dengan signifikansi 0,05. Atau jika nilai t hitung $>$ t tabel.⁵²

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Selain itu Koefisien Determinasi menunjukkan variasi naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X . Nilai koefisien determinasi adalah antara satu dan nol. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka satu berarti variabel independen dapat menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya apabila nilainya kecil atau mendekati nol berarti variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.⁵³

IAIN PALOPO

⁵² Dominikus Dolet Unaradjan. *Metode penelitian kuantitatif*. (Jakarta: Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta, 2019). 36

⁵³ Dominikus Dolet Unaradjan. *Metode penelitian kuantitatif*. (Jakarta: Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta, 2019). 42

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Kota Palopo

Kota palopo, dahulu disebut kota administratif (Kotip) Palopo, merupakan Ibu Kota Kabupaten Luwu yang dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor Tahun 42 Tahun 1986. Seiring dengan perkembangan zaman, tatkala gaung reformasi bergulir dan melahirkan UU No. Tahun 1999 dan PP 129 Tahun 2000, telah membuka peluang bagi Kota Administratif di seluruh Indonesia yang telah memenuhi sejumlah persyaratan untuk dapat ditingkatkan statusnya menjadi sebuah daerah otonom.

Ide peningkatan status Kotip Palopo menjadi daerah otonom, bergulir melalui aspirasi masyarakat yang menginginkan peningkatan status kala itu, yang ditandai dengan lahirnya beberapa dukungan peningkatan status Kotip Palopo menjadi Daerah Otonom Kota Palopo dari beberapa unsur kelembagaan penguat seperti :⁵⁴

- 1) Surat Bupati Luwu No. 135/09/TAPEM Tanggal 9 Januari 2001, Tentang Usul Peningkatan Status Kotip Palopo menjadi Kota Palopo.

⁵⁴ Pemerintah kota Palopo, Sejarah Singkat Terbentuknya Kota Palopo, [Palopokota | Portal Resmi Pemerintah Kota Palopo](#), diakses pada tanggal 20 September 2022

2) Keputusan DPRD Kabupaten Luwu No. 55 Tahun 2000 Tanggal 7 September 2000, tentang Persetujuan Pemekaran/Peningkatan Status Kotip Palopo menjadi Kota Otonomi,

3) Surat Gubernur Propinsi Sulawesi Selatan No. 135/922/OTODA tanggal 30 Maret 2001 Tentang Usul Pembentukan Kotip Palopo menjadi Kota Palopo;4). Keputusan DPRD Propinsi Sulawesi Selatan No. 41/III/2001 tanggal 29 Maret 2001 Tentang Persetujuan Pembentukan Kotip Palopo menjadi Kota Palopo;

Hasil Seminar Kota Administratif Palopo Menjadi Kota Palopo; Surat dan dukungan Organisasi Masyarakat, Organisasi Politik, Organisasi Pemuda, Organisasi Wanita dan Organisasi Profesi; Pula di barengi oleh Aksi Bersama LSM Kabupaten Luwu memperjuangkan Kotip Palopo menjadi Kota Palopo, kemudian dilanjutkan oleh Forum Peduli Kota.

Akhirnya, setelah Pemerintah Pusat melalui Depdagri meninjau kelengkapan administrasi serta melihat sisi potensi, kondisi wilayah dan letak geografis Kotip Palopo yang berada pada Jalur Trans Sulawesi dan sebagai pusat pelayanan jasa perdagangan terhadap beberapa kabupaten yang meliputi Kabupaten Luwu, Luwu Utara, Tana Toraja dan Kabupaten Wajo serta didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai, Kotip

Palopo kemudian ditingkatkan statusnya menjadi Daerah Otonom Kota Palopo.

Tanggal 2 Juli 2020, merupakan salah satu tonggak sejarah perjuangan pembangunan Kota Palopo, dengan di tanda tangannya prasasti pengakuan atas daerah otonom Kota Palopo oleh Bapak Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia, berdasarkan Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Pembentukan Daerah Otonom Kota Palopo dan Kabupaten Mamasa Provinsi Sulawesi Selatan, yang akhirnya menjadi sebuah Daerah Otonom, dengan bentuk dan model pemerintahan serta letak wilayah geografis tersendiri, berpisah dari induknya yakni Kabupaten Luwu.

Diawal terbentuknya sebagai daerah otonom, Kota Palopo hanya memiliki 4 Wilayah Kecamatan yang meliputi 19 Kelurahan dan 9 Desa. Namun seiring dengan perkembangan dinamika Kota Palopo dalam segala bidang sehingga untuk mendekatkan pelayanan pelayanan pemerintahan kepada masyarakat, maka pada tahun 2021 wilayah kecamatan di Kota Palopo kemudian dimekarkan menjadi 9 Kecamatan dan 48 Kelurahan.⁵⁵

b. Geografis

Secara Geografis, Kota Palopo terletak antara 2o53'15" – 3o04'08" Lintang Selatan dan 120o03'10" – 120o14'34" Bujur Timur. Kota Palopo sebagai sebuah daerah otonom hasil pemekaran dari kesatuan Tanah Luwu yang saat ini menjadi empat bahagian, dimana di sebelah Utara berbatasan

⁵⁵ Pemerintah kota Palopo, Sejarah Singkat Terbentuknya Kota Palopo, [Palopokota | Portal Resmi Pemerintah Kota Palopo](#), diakses pada tanggal 20 September 2022

dengan Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu, di sebelah Timur dengan Teluk Bone, di sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Bua Kabupaten Luwu, dan di sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tondon Nanggala Kabupaten Tana Toraja.

Luas wilayah administrasi Kota Palopo sekitar 247,52 km² atau sama dengan 0,39% dari luas wilayah Propinsi Sulawesi Selatan. Dengan potensi luas wilayah seperti itu, oleh Pemerintah Kota Palopo telah membagi wilayah Kota Palopo menjadi 9 Kecamatan dan 48 Kelurahan pada tahun 2005.⁵⁶

c. Visi dan Misi

1) Visi

Menjadi Salah Satu Kota Pelayanan Jasa Terkemuka di kawasan Timur Indonesia

2) Misi

a) Menciptakan karakter warga kota Palopo sebagai pelayan jasa terbaik dibidang pemerintahan, dan pembangunan.

b) Menciptakan suasana kota Palopo sebagai kota yang damai aman dan tentram bagi kegiatan politik, ekonomi, sosial budaya, agama, pertahanan, dan keamanan dalam menunjang keutuhan Negara.⁵⁷

d. Kondisi Perekonomian Kota Palopo

⁵⁶ Pemerintah kota Palopo, Sejarah Singkat Terbentuknya Kota Palopo, [Palopokota | Portal Resmi Pemerintah Kota Palopo](#), diakses pada tanggal 20 September 2022

⁵⁷ Pemerintah kota Palopo, Sejarah Singkat Terbentuknya Kota Palopo, [Palopokota | Portal Resmi Pemerintah Kota Palopo](#), diakses pada tanggal 20 September 2022

Kota Palopo sebagai pintu utama masuknya barang dan jasa dari dan ke wilayah lain yang ada di provinsi Sulawesi selatan, baik itu regional maupun nasional. Transaksi perdagangan menjadi hidup sebagai akibat dampak ikutan dari belanja kategori Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib yang dimana belanja pemerintahan dan belanja aparatur dilakukan dikota ini. Adapun fenomena menarik yang ditemukan adalah maraknya dan tingginya sumbangan perdagangan mobil, sepeda motor dan reparasinya bagi perekonomian di Kota Palopo. Selain kebutuhan akan transportasi yang memadai, kepemilikan sepeda motor juga diduga telah menjadi gaya hidup bagi Sebagian masyarakat di Kota Palopo. Berdasarkan data UPTB Pendapatan Kota Palopo di Badan Pendapatan, Pengelola Keuangan dan Aset Daerah Provinsi Sulawesi Selatan, maka jumlah kendaraan bermotor pribadi Kota Palopo tahun 2017 adalah 21.253 unit (12,25%) dan kendaraan roda empat sebanyak 4.292 unit (4,29%). Jika dibandingkan jumlah penduduk kota palopo tahun 2017, maka kepemilikan kendaraan roda dua di kota palopo cukup tinggi, yaitu 1 kendaraan bermotor roda dua 3,9 orang atau hampir setiap rumah tangga memiliki kendaraan roda dua. Fenomena ini tentunya dapat berdampak pada ketertiban dan keselamatan berlalu lintas, jika tidak dikelola dengan baik.⁵⁸

IAIN PALOPO

⁵⁸ BPS Kota Palopo. *Palopo dalam angka*. (Palopo:BPS Kota Palopo, 2022)

Secara keseluruhan perekonomian di Kota Palopo didominasi oleh aktivitas-aktivitas jasa dan perdagangan. Berdasarkan struktur ekonomi maka terdapat 5 aktivitas-aktivitas jasa perdagangan yang utama yakni :

- 1) Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib
- 2) Perdagangan Besar dan Eceran; reparasi mobil dan sepeda motor
- 3) Transportasi dan Pergudangan
- 4) Informasi dan Keuangan
- 5) Jasa Keuangan dan Asuransi

Secara keseluruhan menyumbang sebanyak 51,43% dari PDRB Kota Palopo. Beberapa aktivitas menunjang menunjang Kota Palopo sebagai kota jasa, juga terlihat dari kontribusi jasa Pendidikan, jasa perusahaan, jasa Kesehatan dan kegiatan sosial dan jasa lainnya, yang mencapai 10,26% dari total PDRB. Hal ini memberikan harapan untuk melakukan pengelolaan yang lebih baik bagi aktivitas jasa ke depan. Jika mengamati struktur ekonomi Kota Palopo tahun 2017 yang cenderung dinamis, maka trend struktur ekonomi tahun 2018 diperkirakan tidak berubah jauh dari kondisi tahun 2017, dengan aktivitas-aktivitas jasa dan perdagangan.⁵⁹

2. Sistem Gadai Emas di Pegadaian Syariah Cabang Palopo

⁵⁹ BPS Kota Palopo. *Palopo dalam angka*. (Palopo:BPS Kota Palopo, 2022)

Gadai emas merupakan salah satu produk unggulan pada Pegadaian Syariah Cabang Palopo. Gadai emas berupa pemberian dana kepada nasabah. Pembiayaan gadai emas adalah solusi yang tepat bagi kebutuhan untuk dana cepat yang sesuai dengan syariah. Cepat prosesnya, aman penyimpanannya, sesuai dengan motto Pegadaian yaitu “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”. Saat ini produk gadai di Pegadaian Syariah terus mengalami peningkatan. Meski mengalami peningkatan, pembiayaan gadai emas pada Pegadaian Syariah juga memiliki potensi risiko yang tinggi pula. Adapun penerapan sistem gadai emas, yaitu:

a. Tahap-Tahap Melakukan Pembiayaan Gadai Emas

Tahap-tahap melakukan pembiayaan gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Palopo, sebagai berikut :

1) Tahapan awal pembiayaan gadai emas:

- a) Rahin menyerahkan marhun (barang jaminan) yang memenuhi syarat kepada penaksir.
- b) Menyerahkan fotocopy KTP/SIM/Paspor.
- c) Rahin mengisi Formulir Permintaan Pinjaman (FPP) dan menandatangani.

2) Tahap Penaksir Gadai Emas

Tahap penaksiran dilakukan dengan menguji dan meneliti emasnya. Langkah-langkah penaksiran sebagai berikut:

- a) Emas digosok dengan batu uji
- b) Ditetesi air uji

c) Ditimbang

3) Tahap Pencairan Pembiayaan Gadai Emas

Tahap Pencairan pembiayaan gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Palopo yaitu sebagai berikut:

- a) Setelah penaksir menghitung nilai barang jaminan lalu taksiran tersebut diberitahukan kepada rahin.
- b) Jika rahin setuju, maka akan diproses dengan mencetak akad perjanjiannya.
- c) Lalu nasabah menandatangani Surat Bukti Rahn (SBR).
- d) Kemudian kasir memberikan pencairan kepada rahin, pencairan tersebut bisa dilakukan dengan cara cash ataupun transfer ke rekening rahin.

4) Tahap Jatuh Tempo

Pembiayaan Gadai Emas Jangka waktu tempo pembiayaan gadai emas pada Pegadaian Syariah Cabang Palopo selama 4 bulan atau 120 hari dari tanggal awal pembiayaan.

5) Tahap Pelunasan

Pembiayaan Gadai Emas Tahap pelunasan pembiayaan gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Palopo yaitu sebagai berikut:

- a) Rahin wajib membawa Surat Bukti Rahn (SBR) beserta identitas rahin atas nama yang tercantum dalam SBR.
- b) Rahin menyerahkan sejumlah uang untuk pelunasan.

- c) Tahap pelunasan pembiayaan gadai emas pada Cabang Pegadaian Syariah yaitu dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan Mu'nah selama masa pinjaman.
- d) Pinjaman dapat diangsur oleh rahin

3. Karakteristik Responden

Penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh perspektif masyarakat terhadap minat pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah. Berdasarkan pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada masyarakat dapat dilihat karakteristik responden di bawah ini :

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur Responden	Jumlah (Orang)	Persentase
20 – 30 Tahun	70 Orang	74,4 %
31 – 40 Tahun	22 Orang	23,4 %
41 – 50 Tahun	2 Orang	2,2 %
Jumlah	94 Orang	100 %

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan hasil olahan data pada tabel 4.1 mengenai karakteristik responden berdasarkan usia dapat diketahui bahwa jumlah responden 94 responden dengan presentase 100 % yang berumur kurang dari (20-30 tahun) sebanyak 70 responden (74,4 %), yang berumur (31-40 tahun) sebanyak 22 responden (23,4 %), dan yang berumur (41-50 tahun)

sebanyak 2 responden (2,2 %). Sehingga bisa diketahui bahwa responden didominasi oleh karyawan yang telah dimiliki umur (20-30 dan 31-40).

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki – Laki	23	24,5 %
Perempuan	71	75,5 %
Jumlah	94 Orang	100%

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden 94 responden dengan presentase 100% yang mengisi kuesioner berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan sebanyak 23 orang atau sebanyak 24,5 %, dan laki-laki sebanyak 71 orang atau sebanyak 75,5% responden.

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur benar-benar cocok atau sesuai sebagai alat ukur yang diinginkan. Menurut Sugiyono instrument yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti bahwa instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Pengujian validitas bertujuan untuk melihat tingkat keandalan atau keshahihan (ketepatan) suatu alat ukur. Dalam penelitian ini, validitas dapat diketahui dengan melakukan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antara

skor instrumen dengan skor totalnya. Hal ini dilakukan dengan korelasi *product moment*.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas

Varibel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Perspektif Masyarakat (X)	X1	0.433	0.2028	Valid
	X2	0.741	0.2028	Valid
	X3	0.586	0.2028	Valid
	X4	0.578	0.2028	Valid
	X5	0.349	0.2028	Valid
Minat (Y)	Y1	0.696	0.2028	Valid
	Y2	0.723	0.2028	Valid
	Y3	0.680	0.2028	Valid
	Y4	0.501	0.2028	Valid
	Y5	0.473	0.2028	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Dari tabel tersebut sehingga diketahui bahwa Variabel Perspektif Masyarakat (X) dan Minat (Y) serta setiap item-item pernyataan yang diuji berdasarkan aplikasi SPSS versi 25 dinyatakan valid. Karena nilai *Corrected Item-Correlation* > dari r tabel pada signifikansi 0,05 (5 persen).

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengukur ketepatan instrumen atau ketetapan dalam menjawab alat evaluasi tersebut. Suatu alat evaluasi (*instrument*) dilakukan baik bila reliabilitasnya tinggi. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner (maksudnya apakah alat ukur

tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali).

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Varibael	Item	Alpha Cronbach's	Batas Reliabilitas	Keterangan
Perspektif Masyarakat (X)	X1	0.682	0.60	Reliabel
	X2	0.602	0.60	Reliabel
	X3	0.645	0.60	Reliabel
	X4	0.647	0.60	Reliabel
	X5	0.718	0.60	Reliabel
Minat (Y)	Y1	0.692	0.60	Reliabel
	Y2	0.684	0.60	Reliabel
	Y3	0.703	0.60	Reliabel
	Y4	0.735	0.60	Reliabel
	Y5	0.740	0.60	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0.60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau kedua-duanya

mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Tabel 4.5 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60495076
Most Extreme Differences	Absolute	.183
	Positive	.114
	Negative	-.183
Test Statistic		.183
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,062 atau lebih besar dari 0,05 atau $0,062 > 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variabel pada residual dari satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi. Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan, itu disebut kesalahan kuadrat rata-rata, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ini tidak terjadi

dengan model regresi yang baik. Lakukan uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dengan melihat uji Glejser.

Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized		Standardize	Sig.	
		B	Std. Error	d		
		Coefficients		Beta	t	
1	(Constant)	-1.114	1.459		-.764	.447
	PERSPEKTIF	.114	.075	.156	1.517	.133
	MASYARAKAT					

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil output uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser yaitu masing-masing variabel memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau 0,133 > 0,05. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

6. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier merupakan salah satu jenis metode regresi yang paling banyak digunakan. Regresi linier sederhana terdiri atas satu variabel terikat (*dependent*) dan satu variabel bebas (*independent*). Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh perspektif masyarakat (X) Terhadap minat (Y). Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependent (Minat)

X = Variabel independent (perspektif masyarakat)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Nilai residu (tingkat kesalahan)

Tabel 4.7 Uji Regresi Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.325	2.025		8.060	.000
	PERSPEKTIF MASYARAKAT	.203	.104	.198	2.142	.001

a. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan tabel 4.7 yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan program SPSS versi 25 maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 16.325 + 0.203X + e$$

Berdasarkan rumus regresi linier sederhana tersebut maka dapat dinyatakan nilai koefisiennya sebagai berikut:

- a. Nilai konstan untuk persamaan regresi berdasarkan perhitungan statistik di atas sebesar 16.325 artinya apabila variabel perspektif masyarakat bernilai nol (0) maka minat masyarakat tetap sebesar

16.325.

IAIN PALOPO

- b. Nilai Koefisien Regresi sebesar 0.203, artinya setiap peningkatan variabel perspektif masyarakat sebesar satu persen maka minat masyarakat akan meningkat sebesar 0.203 satuan.

7. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji t (secara Parsial).

a. Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial (individu) terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya konstan. Ketentuan yang digunakan dalam uji statistik t adalah nilai t tabel dapat dilihat pada t statistik pada $df = n - k - 1$ atau dengan signifikansi 0,05. Atau jika nilai t hitung $>$ t tabel.

Tabel 4.8 Uji t (Pengujian Secara Parsial)

		Coefficients ^a		Standardize		
		Unstandardized		d		
		Coefficients		Coefficient		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.325	2.025		8.060	.000
	PERSPEKTIF MASYARAKAT	.203	.104	.198	2.142	.001

a. Dependent Variable: MINAT

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa hasil pengujian untuk variabel perspektif masyarakat mempunyai probabilitas signifikan sebesar $0,01 < 0,05$ dan nilai t hitung $2.142 >$ t table 1,98638. Hal ini menunjukkan bahwa perspektif masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah. Dengan demikian Hipotesis yang menyatakan bahwa perspektif masyarakat berpengaruh positif terhadap minat pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah dinyatakan diterima.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Selain itu Koefisien Determinasi menunjukkan variasi naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X. Nilai koefisien determinasi adalah antara satu dan nol. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka satu berarti variabel independen dapat menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya apabila nilainya kecil atau mendekati nol berarti variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.464 ^a	.545	.202	2.144

a. Predictors: (Constant), PERSPEKTIF MASYARAKAT

Hasil analisis variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan bahwa nilai *R square* sebesar 0.545. Hal ini berarti variabel perspektif masyarakat mempunyai kontribusi sebesar 54.5 % terhadap variabel terikat yakni minat masyarakat sedangkan sisanya sebesar 45.5 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dari penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa

pengaruh antar variabel kuat karena semakin besar angka *R Square* semakin kuat pula pengaruh variabel tersebut.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa hasil pengujian untuk variabel perspektif masyarakat mempunyai probabilitas signifikan sebesar $0,01 < 0,05$ dan nilai t hitung $2.142 > t \text{ table } 1,98638$. Hal ini menunjukkan bahwa perspektif masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Sabbamparu pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Dengan demikian Hipotesis yang menyatakan bahwa perspektif masyarakat berpengaruh positif terhadap minat pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah dinyatakan diterima.

Kemudian dilakukan pengujian Uji Koefisien Determinasi (R^2) di peroleh nilai *R square* sebesar 0.545. Hal ini berarti variabel perspektif masyarakat mempunyai kontribusi sebesar 54.5 % terhadap variabel terikat yakni minat masyarakat sedangkan sisanya sebesar 45.5 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dari penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh antar variabel kuat karena semakin besar angka *R Square* semakin kuat pula pengaruh variabel tersebut. Sehingga dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik perspektif masyarakat mengenai Pegadaian Syariah maka akan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan jasa produk gadai emas di Pegadaian Syariah cabang Palopo.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo penulis menemukan bahwa terdapat beberapa

masyarakat yang memiliki perspektif bahwa yang menjadi pembeda antara pegadaian konvensional dengan Pegadaian Syariah hanya pada nama bank saja, sementara untuk penerapan atau implementasinya tidak ada perbedaan diantara keduanya. Serta terdapat masyarakat yang menurutnya bahwa Pegadaian Syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah. Struktur pengetahuan dan Perspektif masyarakat yang sudah terbangun sejak lama tentu saja tidak mudah untuk diarahkan kepada hanya pegadaian yang berdasarkan syariah Islam. Fenomena yang terjadi bahwa Perspektif terhadap Pegadaian Syariah dalam aplikasinya sama dengan pegadaian konvensional.⁶⁰ Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk Pegadaian Syariah serta minimnya edukasi yang mereka dapatkan melalui media-media promosi seperti televisi, media cetak dan media sosial.⁶¹ Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah kurang dapat menyentuh masyarakat bahkan masih sedikit informasi yang mereka terima dari promosi ini.

IAIN PALOPO

⁶⁰ Minta Sari. *Analisis preferensi nasabah terhadap pembiayaan gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan*. Diss. IAIN Padangsidempuan, 2021.

⁶¹ Reni Farwitawati. "Persepsi Masyarakat Pekanbaru Tentang Perbankan Syariah Dan Penyebab Masyarakat Tidak Memilih Bank Syariah." *Jurnal Daya Saing* 5.2 (2019): 73-87.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil analisis serta pembahasan yang telah dilakukan yaitu mengenai pengaruh perspektif masyarakat terhadap minat pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah (studi pada masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo) maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa perspektif masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo pada produk gadai emas di Pegadaian Syariah cabang Palopo.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini maka penulis beberapa masukan sebagai berikut:

1. Untuk Pegadaian Syariah Cabang Luwu

Melihat masih terdapat beberapa masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo yang belum mengerti sistem operasional yang ada di Pegadaian Syariah maka diharapkan Pegadaian Syariah cabang Palopo lebih giat dalam melakukan sosialisasi dan promosi

2. Untuk peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk atau jasa yang ada di Pegadaian Syariah cabang Palopo.

DAFTAR PUSTAKA

- Sudiro, Achmad. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Bumi Aksara, 2021
- Siti, Aisyah. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta)". *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*. Vol 2. No 1. 2019:102. <http://elibrary.almaata.ac.id/1655/>
- Mappiare, Andi. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, Surabaya: Usana Offset Printing, 2019
- Sumitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grafindo Persada, 2020
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Graha ilmu, 2020
- Mulyanto, Deni Tri. "Faktor Nasabah Dalam Memilih Produk Rahn Pada Pt. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru." *JUHANPERAK* 2.1 (2021): 107-112.
- Priyatno, Duwi. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2020
- Gulo, W., *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2020
- Hartono. *Bimbingan karier*. Jakarta: Prenada Media, 2018
- Ghazali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019
- Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Jakarta: Persada Pers, 2020
- J. Supranto. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2019
- Umam, Khotibul. *Transformasi Lembaga Keuangan Konvensional Ke Dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ugm Press, 2021

- Arikunto, M. Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka, 2019
- Thoha, Miftah, *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: Grafindo Persada, 2019
- Asrori, Mohammad, *Psikologi Pembelajaran*, Bandung: CV Wacana Prima, 2019
- Kurniawan, Muhammad. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta:Penerbit Adab, 2021
- Hadi, Muhammad Sholikul, *Pegadaian Syariah*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2018
- Zuhirsyan, Muhammad dan Nurlinda. "Pengaruh Religiusitas Dan Perspektif Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah". *Jurnal. Amwal* Vol. 10 No. 1:23
- Setiadi, Nugroho J., *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2019
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Asa*. Jakarta: Salemba Empat, 2019
- Ferawati, Rohana. Pengaruh Perspektif Dan Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Gadai Emas Di Kantor Cabang Utama Pegadaian Syariah Handil Jaya. Diss. UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2019
- Rais, Sasli. *Pegadaian Syariah (konsep dan sistem operasional)*. Jakarta: UI-PRESS, 2021
- Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019
- Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Pustaka Indonesia, 2020
- Robbins, Stephen P, *Perilaku Organisaai : Konsep, Kontroversi, aplikasi, edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta : PT. Prenhalindo, 2019
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta, 2017
- Harahap, Tiara Sulaikha Rohimi. "Pengaruh Perspektif Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di Pt Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Iskandar Muda." *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 11.1 (2020): 1-21.

W.J.S.Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia* Edisi Ketiga (Jakarta: Balai Pustaka, 2021)

Miftaqrromah, Yuselda. "Pengaruh Citra Perusahaan, Tingkat Keagamaan, Gaya Hidup, Perspektif, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Blitar." *Juornal of Economics and Policy Studies* 2.2 (2021): 37-48.



IAIN PALOPO



LAMPIRAN-LAMPIRAN

IAIN PALOPO

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
4. Pendidikan Terakhir :
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA/SMK
 - d. D-3
 - e. S-1

VARIABEL PERSPEKTIF MASYARAKAT (X)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Produk Pegadaian Syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam					
2	Aktivitas kegiatan dan operasional yang dijalankan Pegadaian Syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam					
3	Pegadaian Syariah adalah pegadaian yang bebas dari bunga/riba					
4	Orientasi bisnis Pegadaian Syariah selain mencari profit					

	juga berusaha mendapatkan keberkahan dari Allah SWT					
5	Informasi yang SAYA terima dari promosi berbagai Pegadaian Syariah maupun pegadaian konvensional menarik saya untuk menjadi nasabah Pegadaian Syariah.					

VARIABEL MINAT MASYAKAT (Y)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya berusaha mencari informasi mengenai produk-produk Pegadaian Syariah					
2	Saya berminat untuk menggunakan jasa Pegadaian Syariah.					
3	Saya mengajak kerabat saya untuk menggunakan jasa pegadaian syariah.					
4	Menggunakan produk gadai lebih mudah dari pada lembaga keuangan lain					
5	Saya yakin menitipkan barang di pegadaian sangat aman.					

IAIN PALOPO

Lampiran 2: Tabulasi Data

No Kuesioner	Variabel X (PERSPEKTIF MASYARAKAT)						Variabel Y (Minat)					
	X1	X2	X3	X4	X5	X	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
1	4	4	5	5	2	20	4	4	4	4	4	20
2	4	4	5	5	2	20	5	5	5	4	4	23
3	4	4	5	5	3	21	5	5	4	5	5	24
4	3	3	5	5	3	19	4	5	4	4	4	21
5	4	5	5	5	2	21	5	5	5	5	4	24
6	4	2	2	2	3	13	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	3	19	5	5	4	4	4	22
8	4	3	4	4	2	17	5	5	4	4	4	22
9	4	4	4	5	3	20	5	5	4	4	4	22
10	3	3	3	4	3	16	4	4	4	4	4	20
11	5	4	4	4	3	20	4	3	4	4	4	19
12	4	3	4	4	3	18	5	4	4	4	4	21
13	4	4	4	4	3	19	5	4	4	4	4	21
14	2	4	4	5	3	18	5	5	5	1	5	21
15	4	4	4	4	3	19	5	4	4	4	4	21
16	3	4	4	5	3	19	4	4	4	4	4	20
17	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	4	23
18	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	3	19	5	4	5	4	3	21
20	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
21	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	2	18	5	4	4	4	4	21
23	4	4	5	4	3	20	4	4	5	4	5	22
24	4	4	4	5	3	20	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	4	20
27	4	4	5	4	3	20	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	2	2	16	4	4	4	4	4	20
29	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	4	20
30	4	4	3	4	3	18	5	5	5	4	4	23
31	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
33	4	4	5	4	3	20	5	4	3	3	5	20
34	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	3	19
36	5	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
37	4	3	4	4	3	18	4	4	3	3	4	18
38	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
40	5	3	4	5	3	20	4	4	4	4	4	20
41	2	4	4	5	4	19	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
48	5	4	4	5	3	21	4	4	4	3	4	19
49	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
52	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	3	19	5	4	4	4	4	21
55	5	5	4	5	3	22	5	5	5	5	5	25
56	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
57	4	4	3	4	2	17	5	5	5	5	5	25
58	5	4	4	5	4	22	4	4	5	4	4	21
59	5	5	5	5	3	23	5	5	5	4	5	24
60	4	3	4	4	2	17	4	4	3	3	3	17
61	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
62	4	4	5	4	2	19	5	4	4	4	4	21
63	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	4	22
64	3	4	4	4	3	18	4	4	4	3	4	19
65	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
66	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19
67	4	3	4	4	4	19	3	3	4	5	5	20
68	3	4	4	3	4	18	2	2	4	4	5	17
69	4	4	5	4	4	21	5	3	4	4	5	21
70	4	3	2	4	4	17	4	4	4	4	4	20
71	4	4	3	4	4	19	3	3	3	4	4	17
72	4	3	3	4	4	18	4	4	4	3	2	17
73	4	4	5	3	4	20	4	4	4	4	4	20
74	3	3	4	3	5	18	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	4	18
77	5	4	4	4	3	20	4	3	4	4	4	19
78	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	5	22
79	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	5	21
80	4	5	5	5	4	23	3	3	4	3	4	17
81	5	4	4	5	4	22	4	3	4	4	5	20
82	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
83	4	4	5	3	4	20	4	4	4	3	3	18
84	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
85	3	4	5	4	4	20	3	3	2	4	4	16
86	4	4	3	4	4	19	4	3	4	3	3	17
87	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	4	4	20	5	3	4	4	3	19
89	3	4	4	4	4	19	4	4	5	4	4	21
90	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
91	4	3	4	4	4	19	5	4	4	3	4	20
92	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
93	3	2	4	4	4	17	4	5	4	4	3	20
94	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19

Lampiran 3: Hasil Olah Data Dengan Spss

1. Uji Validitas Variabel Perspektif Masyarakat

		Correlations					PERSPEKTI F MASYARA KAT
		X1	X2	X3	X4	X5	
X1	Pearson Correlation	1	.257**	.005	.078	-.080	.433**
	Sig. (1-tailed)		.006	.481	.229	.223	.000
	N	94	94	94	94	94	94
X2	Pearson Correlation	.257**	1	.426**	.345**	.024	.741**
	Sig. (1-tailed)	.006		.000	.000	.408	.000
	N	94	94	94	94	94	94
X3	Pearson Correlation	.005	.426**	1	.289**	-.117	.586**
	Sig. (1-tailed)	.481	.000		.002	.130	.000
	N	94	94	94	94	94	94
X4	Pearson Correlation	.078	.345**	.289**	1	-.092	.578**
	Sig. (1-tailed)	.229	.000	.002		.190	.000
	N	94	94	94	94	94	94
X5	Pearson Correlation	-.080	.024	-.117	-.092	1	.349**
	Sig. (1-tailed)	.223	.408	.130	.190		.000
	N	94	94	94	94	94	94
PERSPEKTIF MASYARAKAT	Pearson Correlation	.433**	.741**	.586**	.578**	.349**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

2. Uji Validitas Variabel Minat Masyarakat

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	MINAT
Y1	Pearson Correlation	1	.576**	.409**	.051	.052	.696**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.313	.310	.000
	N	94	94	94	94	94	94
Y2	Pearson Correlation	.576**	1	.434**	.108	.033	.723**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.150	.375	.000
	N	94	94	94	94	94	94
Y3	Pearson Correlation	.409**	.434**	1	.151	.172*	.680**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.073	.048	.000
	N	94	94	94	94	94	94
Y4	Pearson Correlation	.051	.108	.151	1	.242**	.501**
	Sig. (1-tailed)	.313	.150	.073		.009	.000
	N	94	94	94	94	94	94
Y5	Pearson Correlation	.052	.033	.172*	.242**	1	.473**
	Sig. (1-tailed)	.310	.375	.048	.009		.000
	N	94	94	94	94	94	94
MINAT	Pearson Correlation	.696**	.723**	.680**	.501**	.473**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

IAIN PALOPO

3. Uji Realibilitas Variabel Perspektif Masyarakat

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	34.69	9.033	.276	.682
X2	34.81	7.898	.643	.602
X3	34.61	8.349	.438	.645
X4	34.55	8.465	.439	.647
X5	35.31	9.183	.133	.718
PERSPEKTIF MASYARAKAT	19.33	2.567	1.000	.350

4. Uji Realibilitas Variabel Minat Masyarakat

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	36.29	8.487	.590	.692
Y2	36.47	8.295	.618	.684
Y3	36.43	8.892	.592	.703
Y4	36.56	9.259	.364	.735
Y5	36.46	9.391	.337	.740
MINAT	20.24	2.681	1.000	.588

5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual	
N	94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean .0000000
	Std. Deviation 1.60495076
Most Extreme Differences	Absolute .183
	Positive .114
	Negative -.183
Test Statistic	.183
Asymp. Sig. (2-tailed)	.062 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

6. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.114	1.459		-.764	.447
	PERSPEKTIF MASYARAKAT	.114	.075	.156	1.517	.133

a. Dependent Variable: Abs_RES

7. Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.325	2.025		8.060	.000
	PERSPEKTIF MASYARAKAT	.203	.104	.198	2.142	.001

a. Dependent Variable: MINAT

8. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.464 ^a	.545	.202	2.144

a. Predictors: (Constant), PERSPEKTIF MASYARAKAT

Lampiran 4: Surat Izin Penelitian



1 2 0 2 2 1 9 0 0 9 0 5 6 6

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpn : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN

NOMOR : 566/IP/DPMP/SP/2022

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 28 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Pendelegasian Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Pelempahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: ASNITA
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Sungai Rongkong Kota Palopo
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 18 0402 0014

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH PERSPEKTIF MASYARAKAT TERHADAP MINAT PADA PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH (STUDI PADA MASYARAKAT KELURAHAN SABBAMPARU KOTA PALOPO)

Lokasi Penelitian	: KELURAHAN SABBAMPARU KOTA PALOPO
Lamanya Penelitian	: 06 Juni 2022 s.d. 06 September 2022

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal: 06 Juni 2022
f. n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP



ERICK K. SIGA, S.Ges
Pangkat: Penata Tk.I
NIP : 19830414 200701 1 005

Tembusan :

1. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
2. Walikota Palopo
3. Chandim 1403 SWG
4. KapokeswPalopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian

Lampiran 5: Surat Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul: *Pengaruh Perspektif Masyarakat terhadap Minat pada Produk Gadai Emas Syariah (Studi pada Masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo)*

Yang ditulis oleh :

Nama : Asnita

NIM : 18 0402 0014

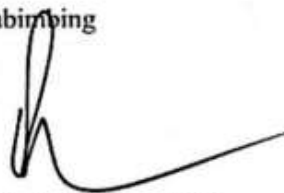
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian Munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing



Hendra Safri, S.E, M.M

Tanggal: Oktober 2022

Lampiran 6: Nota Dinas Pembimbing

Hendra Safri, S.E.,M.M

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : skripsi an. Asnita

Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Asnita

NIM : 18 0402 0014

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Perspektif Masyarakat terhadap Minat pada Produk Gadaai Emas di Pegadaian Syariah (Studi pada Masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo)

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *Munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Pembimbing



Hendra Safri, S.E.,M.M

Tanggal : Oktober 2022

Lampiran 7: Nota Dinas penguji

Akbar Sabani S.EI., M.E
M.Ikhsan Purnama, SE.Sy.,ME.

NOTA DINAS PENGUJI

Lamp. : -
Hal : skripsi an. Asnita

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa di bawah ini:

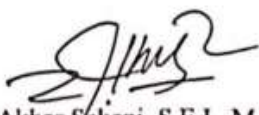
Nama : Asnita
NIM : 18 0402 0014
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Perspektif Masyarakat terhadap Minat pada Produk Gadaai Emas di Pegadaian Syariah (Studi pada Masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo)

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *Munaqasyah*.

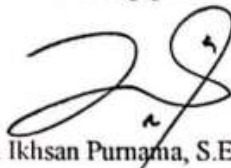
Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Penguji I


Akbar Sabani, S.E.I., M.E.
Tanggal: September 2022.

Penguji II


M. Ikhsan Purnama, S.E., Sy., M.E.
Tanggal: September 2022

Lampiran 8: Surat Verifikasi Naskah Skripsi

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp. :

Hal : skripsi Asnita

Yth. Dekan Fakultas *Ekonomi dan Bisnis Islam*

Di

Palopo

Assalamu 'alaikumwr.wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas *Ekonomi dan Bisnis Islam* IAIN

Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Asnita
NIM : 18 0402 0014
Program Studi : Perbankan Syariah
JudulSkripsi : Pengaruh Perspektif Masyarakat Terhadap Minat pada Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah (*Studi pada Masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo*)

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas *Ekonomi dan Bisnis Islam* IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikumwr.wb.

Tim Verifikasi

1.  Hendra Safri, S.E., M.M.

Tanggal : 21 Oktober 2022

2. Purnama Sari, S.E

Tanggal : 21 Oktober 2022

()
()

IAIN PALOPO

Lampiran 9: Dokumentasi



Pengisian Angket Oleh Masyarakat Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo Yang Didampingi Oleh Peneliti

IAIN PALOPO

Lampiran 10: Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Asnita, lahir di Palopo pada tanggal 17 Agustus 2000. Penulis merupakan anak kedelapan dari delapan bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Arifin dan ibu Sapina. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jln Sungai Rongkong Kecamatan Wara Utara Kelurahan Sabbamparu Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2012 di SDN 252 Sabbamparu. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMPN 7 Palopo hingga tahun 2015. Pada saat menempuh pendidikan di SMP, penulis aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler Pramuka. Selanjutnya menempuh pendidikan di SMAN 6 Palopo. Setelah lulus SMA ditahun 2018, penulis kemudian melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu di prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contact person penulis: asnita0014@iainpalopo.ac.id

IAIN PALOPO