

**PENGARUH KARAKTERISTIK PEMASARAN SYARIAH TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA PEGADAIAN
SYARIAH PALOPO**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh :

NIKITA SUDIRMAN

13.16.15.0069

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
2018**

**PENGARUH KARAKTERISTIK PEMASARAN SYARIAH TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA PEGADAIAN
SYARIAH PALOPO**



IAIN PALOPO

S K R I P S I

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh :

NIKITA SUDIRMAN

13.16.15.0069

Dibimbing Oleh:

1. Dr. Mahadin Shaleh, M. SI
2. Muzayyana Jabani, ST., M.M

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
2018**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul "Pengaruh Karakteristik Pemasaran Syariah terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengadaan Syariah Palopo", yang ditulis oleh Nikita Sudirman, NIM. 13.16.15.0069, Mahasiswa Program Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo, yang *dimunawafkan* pada 24 Mei 2018 M bertepatan dengan 08 Ramadhan 1439 H, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima untuk memperoleh gelar S.E.

Palopo, 20 Juni 2018 M
06 Syawal 1439 H

Tim Penguji

- | | | |
|----------------------------------|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah, M. M. M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Takdir, S. H., M. H. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Rahmawati, M. Ag. | Penguji I | (.....) |
| 4. Dr. Fasiha, MEI | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Mahadin Shaleh, M. Si | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Muzayyanah Jabani, ST., M. M. | Pembimbing II | (.....) |

IAIN PALOPO

Mengetahui:



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Ramlah, M. M. M.
NIP. 19610228 1994032 001



Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Zainuddin S. S.E., M. Ak.
NIP. 19771018 2006041 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Palopo, 01 Mei 2018

Lamp : -

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu AlaikumWr. Wb

Setelah melakukan bimbingan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nikita Sudirman

NIM : 13.16.15.0069

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : "Pengaruh Karakteristik Pemasaran Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Palopo"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya

Wassalamu AlaikumWr. Wb

Pembimbing II



Muzayyanah Sabani, ST., M.M.
NIP. 19750104 200501 2 003

NOTA DINAS PENGUJI

Hal : Skripsi

Palopo, 01 Mei 2018

Lamp : -

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

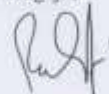
Nama : Nikita Sudirman
NIM : 13.16.15.0069
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : "Pengaruh Karakteristik Pemasaran Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Palopo"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diajukan.

Demikian untuk diproses selanjutnya

Wassalamu Alaikum Wr. Wb

Penguji I



Dr. Rahmawati, M.Ag

NIP. 19730211 200003 2 003

NOTA DINAS PENGUJI

Hal : Skripsi

Palopo, 01 Mei 2018

Lamp : -

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu AlaikumWr. Wb

Setelah melakukan bimbingan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:


Nama : Nikita Sudirman
NIM : 13.16.15.0069
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : "Pengaruh Karakteristik Pemasaran Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Palopo"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut, sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya

Wassalamu AlaikumWr. Wb

Penguji II


Dr. Esaha, M.E.I.
NIP. 19810213 200604 2 002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul : "Pengaruh Karakteristik Pemasaran Syariah Terhadap
Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Palopo"

Yang ditulis oleh:

Nama : Nikita Sudirman
Nim : 13.16.15.0069
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diujikan pada Ujian *Ahliqasyah*.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 01 Mei 2018

Pembimbing I



Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.
NIP. 19561217 198303 1 011

Pembimbing II



Muzayyana Jabani, ST., M.M.
NIP. 19750104 200501 2 003

PERSETUJUAN PENGUJI

Judul : "Pengaruh Karakteristik Pemasaran Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Palopo"

Yang ditulis oleh:

Nama : Nikita Sudirman
Nim : 13.16.15.0069
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diujikan pada Ujian *Ahwaqasyah*.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 01 Mei 2018

Penguji I



Dr. Rahmawati, M.Ag.
NIP. 19730211 200003 2 003

Penguji II



Dr. Easita, M.E.I.
NIP. 19810213 200604 2 002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nikita Sudirman
NIM. : 13.16.15.0069
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

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

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 24 Mei 2018

Yang membuat pernyataan,

Nikita Sudirman
NIM. 13.16.15.0069

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، وَعَلَى آلِهِ
وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ، أَمَّا بَعْدُ .

Alhamdulillah segala puji bagi Allah swt yang memberikan petunjuk-nya kepada penulis dalam proses menuntut ilmu dan menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini. salawat dan salam kepada rasulullah saw senantiasa menjadi suri tauladan bagi kita semua. Skripsi ini berjudul “peran karakteristik pemasaran syariah terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah Palopo”.

Penelitian ini merupakan tugas akhir untuk melengkapi keseluruhan kegiatan perkuliahan dan juga sebagai bentuk pertanggung jawaban penulis sebagai mahasiswa IAIN Palopo serta memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar strata satu (S1) pada program studi perbankan syariah di fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Palopo.

Dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini. Penulis tak lupa menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang turut andil dalam memberikan bimbingan, arahan, bantuan dan kerjasamanya, terkhusus kedua orang tua saya Bapak alm. Sudirman dan Ibu Saheria yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, begitu pula selama penulis mengenal pendidikan dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun material. Sungguh peneliti sadari tidak mampu untuk membalas semua itu, hanya doa yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah swt. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Dr.Abdul Pirol, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

2. Ibu Dekan Dr. Hj. Ramlah Makkulase, MM., selaku Dekan fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Dr. Takdir, SH.,M.H, Dr.Rahmawati.,M.Ag, Dr. Muhammad Tahmid Nur,M.Ag selaku wakil dekan I,II,III fakulltas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Palopo.
4. Zainuddin S, S,E. M.Ak selaku ketua program studi perbankan syariah.
5. Bapak Dr. Mahadin Shaleh, M.Si dan Muzayyana Jabani, ST., M.M selaku dosen pembimbing skripsi I dan dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi masukan kepada penulis mulai awal sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Ibu Dr. Rahmawati, M. Ag dan Dr. Fasiha, MEI selaku dosen penguji I dan dosen penguji II.
7. Seluruh dosen, staf dan karyawan di IAIN Palopo yang dengan sabar mendidik dan membagi pengetahuan, pemahaman, motivasi dan pelayanan selama penulis melaksanakan studi.
8. Kepala perpustakaan dan jajarannya yang telah memberikan ruang dan pelayanan dalam membantu penulis untuk keperluan studi keperustakaan.
9. Bapak Nuzul Rahmat selaku Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Palopo yang telah memberikan informasi yang di butuhkan oleh peneliti hingga selesai menyusun skripsi.
10. Teman-teman FEBI 2013 dan teman kelasku Perbankan A dan semua pihak yang belum sempat penulis jelaskan satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih atas bantuannya, dukunganya dan doa'nya.

Akhirnya tidak ada kata yang lebih penting selain harapan, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis terkhususnya dan bagi pembaca pada umumnya, Amin.

Palopo, 24 Mei 2018
Penulis,

Nikita Sudirman

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan penelitian	6
D. Defenisis Operasional	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
B. Kajian Pustaka	10
C. Kerangka Pikir	34
D. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
C. Sumber data	36
D. Populasi dan Sampel	37
E. Pengukuran Variabel Penelitian	38
F. Metode pengumpulan data.....	39
G. Metode Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	43
A. Hasil Penelitian	43
1. Deskripsi Objek Penelitian	43
2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	46
3. Uji Validitas dan Realibilitas Data.....	54
4. Pengujian Hipotesisi	59
B. Pembahasan	66
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77

ABSTRAK

Nama : Nikita Sudirman
NIM : .13.16.15.0069
Konsentrasi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Karakteristik Pemasaran Syariah terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Palopo

Kata Kunci : Karakteristik Pemasaran, Kepuasan Nasabah, Pegadaian Syariah Palopo

Skripsi ini berjudul pengaruh karakteristik pemasaran syariah terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian palopo yang bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh sikap teitis (*rabbaniyyah*), perilaku etis (*akhlaqiyyah*), realistik (*al-waqi'iyah*), dan sifat humanistik (*al-insaniyyah*) karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Palopo.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan melakukan uji regresi antara variabel karakteristik pemasaran dengan kepuasan nasabah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan responden nasabah pegadaian syariah cabang Palopo. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuisioner dan wawancara. Adapun analisis data dilakukan dengan cara analisis deskriptif, analisis regresi berganda dan uji *validitas* dan *reliabilitas*.

Dari hasil penelitian dan analisis diperoleh bahwa pengaruh karakteristik pemasaran terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Palopo sebesar 0,931 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel karakteristik pemasaran (teistik, etis, realistik dan humanistik) terhadap kepuasan nasabah sebesar 93,1 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam datang dengan membawa pemahaman tentang kehidupan yang membentuk pandangan tertentu dan dalam bentuk garis hukum yang global. Karenanya, guna menjawab setiap permasalahan yang timbul, maka peran hukum Islam dalam konteks kekinian sangat diperlukan kompleksitas permasalahan umat seiring dengan berkembangnya zaman, membuat hukum Islam harus menampakkan sifat elastisitas dan fleksibilitas guna memberikan hasil dan manfaat sesuatu yang terbaik, serta dapat memberikan kemaslahatan (kepentingan) kepada umat Islam khususnya dan manusia pada umumnya tanpa harus meninggalkan prinsip-prinsip yang telah ditetapkan oleh syariat Islam.

Mendasarkan kemaslahatan tersebut, maka Islam mengajarkan kepada umatnya untuk hidup saling membantu, yang kaya harus membantu yang miskin. Bentuk saling membantu ini, dapat berupa pemberian tanpa pengembalian dari yang diberi (berfungsi sosial). Seperti zakat infak, dan sedekah (ZIS) ataupun berupa pinjaman, yang harus dikembalikan kepada yang memberi pinjaman minimal mengembalikan pokok pinjaman.

Berbicara tentang pinjam-meminjam ini, Islam membolehkan baik melalui individu maupun melalui keungan. Salah satu lembaga keungan itu, berupa lembaga keungan syariah (LKS). Salah satu produk LKS adalah pembiayaan, yang dalam hukum Islam kepentingan kreditur itu sangat diperhatikan dan dijaga sekali, jangan sampai ia dirugikan. Oleh sebab itu, ia dibolehkan meminta

‘barang’ dari debitur sebagai jaminan utangnya. Dalam dunia finansial, barang jaminan ini biasa dikenal dengan objek jaminan (collateral) atau barang gadai (marhun) dalam gadai syariah.

Bisnis gadai melembaga pertama kali di Indonesia sejak Gubernur Jendral VOC Van imhoff mendirikan Bank Van leening. Meskipun demikian, diyakini bahwa praktik gadai telah mengakar dalam keseharian masyarakat Indonesia. Pemerintah sendiri baru mendirikan lembaga gadai pertama kali di Sukabumi Jawa Barat, dengan nama pegadaian, pada tanggal 1 april 1901 dengan Wolf Von Westerode sebagai Kepala Pegadaian Negeri Pertama, dengan misi membantu masyarakat dari jeratan para lintah darat melalui pemberian uang pinjaman dengan hukum gadai. Seiring dengan perkembangan zaman, pegadaian telah beberapa kali berubah status mulai sebagai Perusahaan Jawatan (1901), Perusahaan dibawah IBW (1928), Perusahaan Negara (1960), dan kembali ke Perjan di tahun 1969. Baru di tahun 1990 dengan lahirnya peraturan pemerintah 10/1990 tanggal 10 april 1990,¹ sampai dngan terbitnya peraturan Pemerintah 103 tahun 2000, Pegadaian berstatus sebagai Perusahaan Umum (PERUM) dan merupakan salah satu BUMN dalam lingkungan Depertemen RI hingga sekarang.

Terbitnya Peraturan Pemerintah No 10, tanggal 10 April 2014 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan Pegadaian, satu hal yang perlu dicermati bahwa peraturan Pemerintah No 10, menegaskan misi yang harus di imban oleh pegadaian untuk mencegah praktek riba, misi ini tidak berubah hingga terbitnya peraturan pemerintah No 103/2000 yang dijadikan landasan kegiatan

¹Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (yogyakarta; Adipura, 2003), Cet Ke 1, h 157

usaha PT. Pegadaian sampai sekarang. Banyak pihak berpendapat bahwa operasionalisasi Pegadaian Pra Fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 tentang Bunga Bank, telah sesuai dengan konsep syariah meskipun harus diakui belakangan bahwa terdapat beberapa aspek yang anggapan itu. Berkat Rahmat Allah SWT dan setelah melalui kajian panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian unit Layanan Gadai Syariah sebagai langkah awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah.

Konsep operasi Pegadaian Syariah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu azas rasionalitas, efisiensi dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai Islam. Fungsi operasi Pegadaian Syariah itu sendiri dijalankan oleh kantor-kantor Cabang Pegadaian Syariah/Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) sebagai satu unit organisasi di bawah binaan Divisi Usaha Lain Perum Pegadaian. (ULGS) Cabang Dewi Sartika di bulan Januari tahun 2003. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta di tahun yang sama hingga September 2003. Masih di tahun yang sama pula, 4 Kantor Cabang Pegadaian di Aceh dikonversi menjadi pegadaian Syariah.

Disamping pencarian dana yang mudah terbilang cepat, pegadaian juga tidak meminta persyaratan yang menyulitkan dalam meminta dana, cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis, masyarakat sudah bisa mendapat dana untuk memenuhi kebutuhannya baik produktif maupun konsumtif. Pemberian gadai pada dasarnya adalah suatu jaminan dalam hal pelaksanaan suatu prestasi yang akan diberikan nasabah untuk masa yang akan datang.²

²harnitainstitute, Pegadaian Syariah Perspektif Praktisi .(Jakarta;1999)h. 126.

Sebagaimana halnya institusi yang berlabel syariah, maka landasan konsep Pegadaian Syariah juga mengacu kepada syariah Islam yang bersumber dari Al Quran dan Hadist Nabi SAW.

Adapun landasan yang dipakai adalah Alquran Surat Al Baqarah/2 : 283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۖ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ رِءُوسٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Terjemahnya:

“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 “ jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Pegadaian syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan. Meski tanpa bunga pegadaian syariah tetap mendapatkan keuntungan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yaitu memperlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan. Barang dihitung dari nilai barang yang bukan dari jumlah pinjaman, sedangkan pada pegadaian konvensional, biaya yang harus dibayar adalah sejumlah dari yang dipinjamkan.³

³<http://www.EraMuslim.com>di akses pada tanggal 20 Desember 2009

Aspek syariah tidak hanya menyentuh bagian operasionalnya saja, pembiayaan kegiatan dan pendanaan bagi nasabah, harus diperoleh dari sumber yang benar-benar terbebas dari unsur riba. Dalam hal ini, seluruh kegiatan pegadaian syariah termasuk dana yang kemudian disalurkan kepada nasabah, murni berasal dari modal sendiri ditambah dana pihak ketiga dari sumber yang dapat dipertanggung jawabkan. Pegadaian telah melakukan kerja sama dengan Bank Muamalat sebagai fundernya, ke depan pegadaian juga akan melakukan kerjasama dengan lembaga keuangan syariah lain untuk memback up modal kerja.

Pegadaian syariah palopo berdiri pada tanggal 3 April 2010 Keberadaan pegadaian syariah Palopo merupakan tempat pegadaian yang strategis, mudah dijangkau karena alat transportasi mudah ditemui, dan letaknya yang berada di jalan Andi Tadda yang merupakan pusat keramaian kota dan sebagai penghubung jalan ke palopo, pegadaian syariah Andi Tadda sangat dikenal masyarakat luas. Pegadaian ke palopo, pegadaian memiliki ahli taksir yang dengan cepat menaksir, beberapa nilai riil barang jaminan tersebut. Biasanya nilai taksiran lebih rendah dari nilai pasar hal ini dimaksud apabila terjadi kemacetan terhadap pembayaran pinjaman, maka dengan mudah pihak pegadaian melelang jaminan yang diberikan nasabah dibawah harga pasar.⁴

Disamping itu, pegadaian juga memiliki timbangan, serta alat ukur tertentu, misalnya untuk mengukur karat emas atau gram emas. Tujuan akhir dari taksiran itu adalah untuk menentukan besarnya jumlah pinjaman yang dapat diberikan. Besarnya pinjaman yang diperoleh dari 80%-95% dari nilai taksiran. Semakin

⁴Sasli Rais, Pegadaian Syariah: Konsep dan Sistem Operasional Cet pertama, UI-Press, Jakarta: 2005 hal. 135

besar nilai taksiran maka semakin besar pula pinjaman yang diperoleh.⁵ Selain lokasi dan pelayanannya juga sangat dominan dalam menentukan minat nasabah dalam menggadaikan barangnya, dari sini penulis ingin mengangkat tentang peran karakteristik pemasaran syariah terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian palopo maka skripsi ini diberi judul “ ***Peran Karakteristik Pemasaran Syariah terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Palopo***“

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana pengaruh sikap teitis (*rabbaniyyah*), perilaku etis (*akhlaqiyyah*), realistik (*al-waqi'iyah*), dan sifat humanistik (*al-insaniyyah*) karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh sikap teistik (*rabbaniyyah*), perilaku etis (*akhlaqiyyah*), realistik (*al-waqi'iyah*), dan sifat humanistik (*al-insaniyyah*) karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Palopo.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis yaitu dijadikan bukti empiris bahwa karakteristik pemasaran syariah yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Palopo dan manfaat praktis bagi peneliti menambah wawasan

⁵Kamsir, Pegadaian syariah dan Lembaga Keuangan Lainnya, Edisi 6, Cet 6.Pt RajaGrafindo Persada, Jakarta:2002,h.243

teori dan praktek tentang karakteristik pemasaran syariah terhadap kepuasan nasabah.

2. Bagi Pegadaian Syariah Palopo dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran bagi lembaga tersebut serta sebagai bahan evaluasi kinerja dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Pegadaian Syariah Palopo.

E. Defenisi Operasional Variabel

1. Teitis (Rabbaniyyah) Jiwa yang bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnakan kebatilan, dan menyebarluaskan kemaslahatan karena merasa cukup akan segala kesempurnaan dan kebaikan.

2. Etis (ahlakkiyyah) ia juga sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya.

3. Realistis (al-waqi'iyah), pemasaran syariah bukanlah konsep yang eksklusif, fanatik, dan kaku tetapi sangat profesional dan fleksibel dalam bersikap dan bergaul.

4. Humanitis (al-insaniyyah), adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewannya dapat terkekang dengan panduan syariah.

5. Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

6. Pegadaian syariah adalah perjanjian menahan suatu barang sebagai tanggungan utang, atau menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syariah sebagai tanggungan marhun bih, sehinggah dengan adanya tanggungan utang itu seluruh atau sebagian utang dapat diterimahnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Nurmalasari dengan judul skripsi “Preferensi Masyarakat Kota Palopo terhadap pegadaian syariah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi masyarakat kota palopo terhadap pegadaian syariah di tentukan oleh faktor pelayanan sistem dan lokasi yang strategis. Ketiga faktor ini sangat mempengaruhi preferensi masyarakat kota palopon terhadap pegadaian syariah. Preferensi masyarakat berupa sistem untuk memperoleh imbalan atas jasa dan atau bagi hasil pegadaian syariah di kenal dengan istilah rahn bersifat menguntungkan baik pegadaian maupun masyarakat dan ketersediaan formulir dan mudah di peroleh merupakan faktor dominan dan signifikan yang mempengaruhi preferensi untuk menggunakan pelayanan pegadaian syariah di kota palopo. Preferensi masyarakat kota palopo di tentukan oleh pelayanan, pegadaian syariah akan memberikan perhatian terhadap penyelesaian masalah setiap kali masyarakat menghadapi masalah dalam pengurusan.⁶

2. Dewi Krisnawati dengan judul skripsi “*Peranan pegadaian syariah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di kota palopo* “. Berdasarkan hasil analisis dapat di simpulkan bahwa peranan pegadaian syariah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di kota palopo belum sepenuhnya terealisasi yaitu hanya meningkatkan perekonomian masyarakat yang sifatnya temporer, di karenakan masyarakat menggunakan jasa pegadaian hanya untuk

⁶ Nurmalasari, *Prefensi Masyarakat Kota Palopo terhadap pegadaian Syariah*, (Skripsi IAIN Palopo, 2013), h. 61

peminjaman dana ketika masyarakat membutuhkan dana cepat. Namun pada prinsipnya pegadaian syariah mempunyai peranan kepada masyarakat yaitu membantu masyarakat yang membutuhkan dana cepat, mengurangi pengangguran dengan melakukan pinjaman pegadaian syariah maka seseorang dapat membuka usaha, kemudian membantu pemerintah dalam rangka mengurangi pengangguran.⁷

Perbedaan penelitian terdahulu dengan yang sekarang terletak pada objek penelitian yang diteliti pada penelitian ini mengkaji tentang pengaruh karakteristik pemasaran syariah terhadap kepuasan nasabah di pegadaian syariah Palopo.

G. Kajian pustaka

1. Pengertian Pemasaran Syariah

Pemasaran syariah sendiri adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada stakeholdernya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah. Jadi pemasaran syari'ah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Nilai inti dari pemasaran syari'ah adalah integritas dan transparansi, sehingga pemasaran tidak boleh bohong dan orang membeli karena dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Konsep pemasaran syari'ah sendiri sebenarnya tidak berbedah jauh dari konsep pemasaran yang kita kenal sekarang, pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan

⁷ Dwi Krisnawati, *Peranan Pegadaian Syariah dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di kota palopo* (Skripsi, IAIN Palopo, 2013), h. 58

kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Syariah marketing bukan hanya sebuah marketing yang ditambahkan syariah karena ada nilai-nilai lebih pada syariah marketing, tetapi lebih jauhnya syariah berperan dalam marketing. Syariah berperan dalam marketing bermakna suatu pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas pada pemasaran, sehingga diharapkan perusahaan tidak akan serta merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi saja ia juga harus berusaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat merubah suatu value kepada para stakeholders sehingga perusahaan tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya sehingga menjadi bisnis yang sustainable.

Menurut pemasaran syariah, produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat bernilai guna yang menghasilkan perbaikan material moral, spritual bagi pelanggan. Dalam pemasaran konvensional, produk adalah yang dapat dipertukarkan, tetapi produk dalam pemasaran syariah adalah produk yang dipertukarkan itu berdaya guna secara agama.

Selain itu, dalam pemasaran syariah, bisnis haruslah disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhaan Allah SWT, maka seluruh bentuk transaksinya insya Allah menjadi ibadah dihadapan Allah. Jadi dengan pemasaran syariah seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islami. Selama bisnis ini dapat dijamin atau tidak ada penyimpangan terhadap

prinsip syariah, maka setiap transaksi apapun dalam pemasaran dapat diperbolehkan.

2. Karakteristik Pemasaran Syariah

Karakteristik pemasaran syariah ada 4 yaitu:

- a. Teitis (rabhaniyyah), Jiwa yang bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnakan kebatilan, dan menyebarkan kemaslahatan karena merasa cukup akan segala kesempurnaan dan kebaikan.⁸ salah satu ciri khas pemasaran syariah yang tidak dimiliki pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifat yang religius. Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan tetapi dari kesadaran akan nilai-nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok kedalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain.
- b. Etis (akhlakiyyah), ia juga sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya. keistimewaan yang lain dari seorang pemasaran syariah selain karena teitis, Sifat etis ini sebenarnya merupakan turunan dari sifat teitis di atas. Dengan demikian pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tidak peduli apapun agamanya karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal yang diajarkan semua agama.

⁸ Hermawan kartajaya. *Muhammad syakir sula, pengaruh pemasaran yang dapat digunakan pegadaian syariah*, Bandung : PT mizan pustaka, 2006, h. 28

c. Realistis (al-waqi'iyah), pemasaran syariah bukanlah konsep yang eksklusif, fanatik, dan kaku tetapi sangat profesional dan fleksibel dalam bersikap dan bergaul, ia sangat memahami bahwa dalam situasi pergaulan di lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama dan ras. Fleksibilitas segera diberikan kepada Allah SWT agar penerapan syariah senantiasa realitis dan dapat begitu perkembangan zaman.

d. Humanitis (al-insaniyyah), adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Keistimewaan pemasaran syariah yang lain adalah sifatnya humanistik universal. Pengertian humanistik Dengan memiliki nilai humanistik ia menjadi manusia yang terkontrol dan seimbang bukan manusia yang serakah yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Bukan menjadi manusia yang bisa bahagia diatas penderitaan orang lain atau manusia yang hatinya kering dengan kepedulian sosial. Syariat islam adalah insaniyyah berarti diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan dan status. Hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariat humanistik universal. Hal tersebut dapat dikatakan prinsip ukhuwah insaniyyah (persaudaraan antar manusia).

3. Kepuasan Nasabah

Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan

tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang atau gembira.⁹

Kepuasan konsumen (dalam hal ini nasabah) merupakan investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup perusahaan (dalam hal ini bank). Membangun kepuasan konsumen (dalam hal ini nasabah) merupakan inti dari profitabilitas jangka panjang, konsumen yang merasa dengan hasil kerja perusahaan akan menguntungkan bagi perusahaan. Agar dapat menciptakan kepuasan konsumen, maka perusahaan harus mengenali dan memahami kebutuhan konsumen.

Jadi, kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi

⁹ Ali hasari, *Marketing pegadaian Syariah. Bogor. Chalia Indonesia*, 2010, h. 85

kualitas jasa. Kualitas produk harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Pada dasarnya kepuasan pelanggan inilah yang harus menjadi tujuan setiap pemasaran. Perusahaan berusaha keras memahami apa sesungguhnya harapan konsumen atas produknya. Semakin tepat pemasar merumuskan harapan konsumen, semakin mudah pula memberikan kepuasan. Akan tetapi, sebaliknya bila rumusan tentang harapan konsumen tidak jelas atau salah, bisa jadi kekecewaan yang akan dirasakan. Bagi yang merasa paham dengan harapan konsumen, sewajarnya mencoba untuk mengelolanya sebaik mungkin.¹⁰ Untuk dapat menciptakan para pelanggan yang merasa puas, manajemen perusahaan harus mengetahui hal-hal yang menyebabkan terciptanya kepuasan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian. Apabila pelanggan merasa puas, dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk membeli produk yang sama, selain itu juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk tersebut kepada orang lain .

¹⁰ Taufik Amir, *dinamika Pemasaran jalajhi dan rasakan*, Jakarta. PT. Rajagrafindo persada, 2005, h. 13

Menurut Tjiptono atribut-atribut pembentuk kepuasan yaitu :¹¹

a. Kemudahan dalam Memperoleh

Apabila pelanggan membutuhkan barang atau jasa di sediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan.

b. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan

Apabila jasa yang diterima memuaskan, maka pelanggan akan memberitahukan kepada pihak lain dan sebaliknya apabila ada ketidak puasan atas pelayanan yang diterima ia tidak akan bicara pada pihak lain, tapi justru akan memberitahukan layanan yang kurang memuaskan tersebut pada pihak penyedia dana.

c. Retention

Yakni ia tidak terpengaruh jasa yang ditawarkan oleh pihak lain.

4. Strategi Kepuasan Nasabah

Pada prinsipnya, strategi kepuasan pelanggan menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut suatu perusahaan. Satu hal yang perlu diperhatikan di sini adalah bahwa kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan :¹²

a. Strategi pemasaran berupa, pemasaran relasip yaitu strategi di mana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah

¹¹ Maria Ayuk Christina. *Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Layanan Simpanan Terhadap Kepuasan Nasabah pegadaian syariah Kantor Cabang Pattimura Semarang UNNES*,2006, h. 21

¹² Budi W. Soetjipto, *SahalaHarahap, dll, HR Excelllence 2007Kisah Sukses Para Kampium SDM*, (Jakarta:Salemba Empat, 2008)hal.168,

penjualan selesai. Dengan kata lain, dijalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus-menerus yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga terjadi bisnis ulangan.

b. Strategi superior customer service yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar kemampuan sumber daya manusia dan usaha gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior. Oleh karena itu, seringkali perusahaan yang menawarkan layanan pelanggan superior akan membebankan harga yang lebih tinggi pada produk-produknya.

c. Strategi unconditional service guarantee yaitu strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik dari pada sebelumnya.

d. Strategi penanganan keluhan yang efisien, yaitu penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas. Proses penanganan keluhan yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh. Ketidakpuasan bisa semakin besar apabila pelanggan yang mengeluh merasa keluhannya tidak diselesaikan dengan baik kondisi ini dapat menyebabkan mereka berprasangka buruk dan sakit hati. Yang terpenting bagi pelanggan adalah bahwa pihak penabung harus menunjukkan rasa perhatian,

keprihatian, dan penyesalannya terhadap kecewanya dan berusaha memperbaiki situasi.¹³

5. Pengadaian Syariah

Dalam istilah bahasa arab, gadai diistilahkan dengan *rahn* dan dapat juga dinamai Al-habsu, menurut A.Basyir, rahn adalah perjanjian menahan suatu barang sebagai tanggungan utang, atau menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syarah sebagai tanggungan marhun bih, sehinggah dengan adanya tanggungan utang itu seluruh atau sebagian utang dapat diterimahnya.

Adapun pengertian rahn menurut Ibnu Qudamah dalam kitab al-mughni adalah sesuatu benda yang dijadikan kepercayaan dari suatu hutang untuk dipenuhi dari harganya, apabila yang berhutang tidak sanggup membayarnya dari orang yang berpiutang. Sedangkan Imam Abu Zakaria al-Anshary dalam kitabnya Fathul Wahab mendefinisikan rahn adalah menjadikan benda yang bersifat harta benda itu bila utang tidak dibayar. Dari beberapa pengertian di atas dapat kita simpulkan bahwa pengertian rahn adalah menahan harta salah satu milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimahnya. Secara sederhana dapat di jelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.

Pengertian gadai yang ada dalam syariah agak berbeda dengan pengertian gadai yang ada dalam hukum positif. Pengertian gadai dalam hukum positif seperti yang dicantumkan dalam Burgerlijk Wetboek (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata) adalah suatu hal yang diperoleh seseorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berhutang atau oleh

¹³ Hermawan Kartajaya, *Muhammad syakir sula, pemasaran syariah, Bandung* : PT mizan pustaka, 2006, hal.28

orang lain atas namanya dan yang memberikan kekuasaan kepada si berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari pada orang-orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya-biaya mana yang harus didahulukan (pasal 1150 KUH Perdata).¹⁴ Jadi perbedaan pegadaian syariah dan hukum positif adalah dimana hukum positif ialah mendahulukan orang yang menggadaikan barangnya dibandingkan dengan orang yang berpiutang lainnya.

a. Dasar Hukum Pegadaian Syariah

Islam dengan ajarannya yang komitmen dan luas membenarkan adanya praktek utang piutang yang menjadi praktek inti lembaga Pegadaian Syariah. Praktek ini secara normatif dapat digali dalam surah Al-Baqarah ayat 282 yang mengajarkan perjanjian hutang piutang yang perlu dibuat dengan catatan dan melibatkan saksi-saksi. Dalam Qs. Al-Baqarah 2: 282:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.¹⁵

Ayat tersebut oleh komisi Dewan Fatwa Majelis Ulama Indonesia dijadikan sebagai dasar pertimbangan untuk menetapkan fatwa yang membolehkan praktek

¹⁴ Abdul Ghafur Anshori , *Gadai syariah Di Indonesia Konsep , Implementasi Dan Institutionalisasi*, Edisi Pertama, Cet Pertama Gadjah Mada University Press, Yogyakarta 2006 h:89

¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qu'ran dan terjemahan*, Ed. Revisi (Cet.II; Surabaya: Surya Cipta Aksara, 1993). h. 157

rhan (gadai). Dalam dasar pertimbangan Dewan Fatwa dikemukakan beberapa butir yaitu:

1) Salah satu bentuk jasa pelayanan keuangan yang menjadi kebutuhan masyarakat adalah pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang.

2) Lembaga keuangan syariah perlu merespon kebutuhan masyarakat dalam berbagai produknya.

3) Agar cara tersebut dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. *Rhan* merupakan salah satu untuk menahan barang sebagai jaminan atas utang.¹⁶

Lembaga Pegadaian Syariah di Indonesia sudah ada ketika Indonesia belum merdeka. Pada awalnya lembaga itu merupakan lembaga swasta. Keadaan itu juga berkelanjutan pada masa-masa awal kemerdekaan. Barulah pada tahun 1961, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 178 Tahun 1961 lembaga itu berubah menjadi Perusahaan Negara. Selanjutnya berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 180 Tahun 1965 Perusahaan Negara Pegadaian diintegrasikan kedalam urusan Bank Sentral. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 1969 Perusahaan Negara Pegadaian diubah statusnya menjadi Perusahaan Jawatan Pegadaian.¹⁷

b. Hakikat dan Fungsi Gadai Syariah

Dalam Al-Quran surat Al-baqarah ayat 283 dijelaskan bahwa gadai pada hakikatnya merupakan salah satu bentuk dari konsep muamalah, dimana sikap menolong dan sikap amanah sangat ditonjolkan. Begitu juga dalam hadits

¹⁶ *Ibid.* h. 69

¹⁷ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Ed.I. (Cet.II; Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h. 109-110

Rasulullah SAW. Dari Ummul Mu'min 'Aisyah ra. Yang diriwayatkan Abu Hurairah, disana sangat nampak sikap tolong menolong antara Rasulullah SAW dengan orang yahudi saat Rasulullah SAW menggadaikan baju besinya kepada orang yahudi tersebut.

Maka pada dasarnya, hakikat dan fungsi pegadaian dalam Islam adalah semata-mata untuk memberikan pertolongan kepada orang yang membutuhkan dengan bentuk *marhun* sebagai jaminan, dan bukan untuk kepentingan komersial dengan mengambil keuntungan yang sebesar-sebarnya tanpa menghiraukan kemampuan orang lain.

c. Syarat Sah dan Rukun Gadai Syariah

Rukun dan syarat sahnya perjanjian gadai adalah sebagai berikut:

1) Ijab qabul (shigat)

Hal ini dapat dilakukan baik dalam bentuk tertulis maupun lisan, asalkan saja didalamnya terkandung maksud adanya perjanjian gadai di antara para pihak.

2) Orang yang bertransaksi (Aqiq)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi bagi orang yang bertransaksi gadai yaitu rahin (pemberi gadai) dan murtahin (penerima gadai) adalah:

a). Telah dewasa

b). Berakal

c). Atas keinginan sendiri

3) Adanya barang yang digadaikan (Marhun)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk barang yang akan digadaikan oleh rahin (pemberi gadai) adalah:

- a). Dapat diserahterimakan
 - b). Bermanfaat
 - c). Milik rahin (orang yang menggadaikan)
 - d). Jelas
 - e). Tidak bersatu dengan harta lain
 - f). Dikuasai oleh rahin
 - g). Harta yang tetap dan dapat dipindahkan
- 4) Marhun bih (utang)

Menurut ulama hanafiyah dan syafiiyah syarat utang yang dapat dijadikan atas utang adalah:

- a). Berapa utang tetap dan dapat dimanfaatkan
- b). Utang harus lazim pada waktu akad
- c). Utang harus jelas dan diketahui oleh rahin murtahin.¹⁸

d. Hak dan Kewajiban Para Pihak Gadai Syariah

Aspek lainnya yang perlu mendapat perhatian dalam kaitan dengan perjanjian gadai adalah yang menyangkut masalah hak dan kewajiban masing-masing pihak dalam situasi dan kondisi yang normal maupun yang tidak normal. Situasi dan kondisi yang tidak normal bisa terjadi karena adanya peristiwa *force mayor* seperti perampokan, bencana alam, dan sebagainya.

¹⁸ Abdul Ghofur Anshori, *op.cip*, h:92

Dalam keadaan normal hak dari rahin setelah melaksanakan kewajibannya adalah menerima uang pinjaman dalam jumlah yang sesuai dengan yang disepakati dalam batas nilai jaminannya, sedang kewajiban rahin adalah menyerahkan barang jaminan yang nilainya cukup untuk jumlah hutang yang dikehendaki. Sebaliknya hak dari murtahin adalah menerima barang jaminan dengan nilai yang aman untuk uang yang akan dipinjamkannya, sedangkan kewajibannya adalah menyerahkan uang pinjaman sesuai dengan yang disepakati bersama.

Setelah jatuh tempo, rahin berhak menerima barang yang menjadi tanggungan hutangnya dan berkewajiban membayar kembali hutangnya dengan sejumlahnya uang yang diterima pada awal perjanjian hutang, sedang kewajibannya adalah menyerahkan barang yang menjadi tanggungan hutangnya dan berkewajiban membayar kembali hutangnya dengan sejumlahnya uang yang diterima pada awal perjanjian hutang, sedang kewajibannya adalah menyerahkan barang yang menjadi tanggungan hutang rahin secara utuh tanpa cacat.

Di atas hak dan kewajiban tersebut diatas, kewajiban murtahin adalah memelihara barang jaminan yang dipercayakan kepadanya sebagai barang amanah, sedang haknya adalah menerima biaya pemeliharaan dari rahin. Sebaliknya rahin berkewajiban membayar biaya pemeliharaan yang dikeluarkan murtahin, sedang haknya adalah menerima barang yang menjadi tanggungan hutang dalam keadaan utuh.

e. Strategi Pengembangan Pegadaian Syariah

Perusahaan Umum (PT) Pegadaian mempunyai peranan penting dalam penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai kepada masyarakat. Oleh karena itu, dalam rangka upaya peningkatan pelayanan kepada masyarakat dan pengembangan usaha diperlukan dana yang cukup besar. Sumber dana yang selama ini dipergunakan untuk keperluan penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai berasal dari dana intern perusahaan dan pinjaman dari lembaga keuangan masih belum mencukupi, maka diperlukan dana dari sumber lain yang sah.

Perusahaan umum pegadaian sebagai badan Usaha Milik Negara yang melaksanakan tugas pelayanan kepada masyarakat di bidang penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai, perlu didukung dengan partisipasi masyarakat berupa keikutsertaan dalam pendanaan.

Pegadaian turut serta membantu pemerintah dalam melaksanakan pembangunan dibidang perekonomian, terutama membantu dalam hal menyediakan atau memberikan pendanaan untuk dijadikan sebagai modal dalam melakukan usaha yaitu lewat jasa gadai sedangkan atribut lain adalah jasa penaksiran barang, jasa penitipan barang dan toko emas. Salah satu tantangan dari perkembangan Pegadaian Syariah antara lain:

- 1) Usaha untuk membentuk lembaga Pegadaian Syariah terus dilakukan sebagai usaha untuk mensosialisasikan praktek ekonomi syariah di masyarakat menengah ke bawah yang mengalami kesulitan dalam mendapat pendanaan.

2) Masyarakat akan lebih memilih Pegadaian Syariah dibanding bank di saat masyarakat membutuhkan dana karena prosedur untuk mendapatkan dana relatif lebih mudah dibanding meminjam dana di bank.

3) Pegadaian Syariah bukan sebagai pesaing yang mengakibatkan kerugian bagi lembaga keuangan lainnya.¹⁹

Terkait dengan strategi pengembangan Pegadaian Syariah Muhammad Firdaus NH mengarahkannya pada 6 (enam) bentuk kegiatan, yaitu:

- 1) Mengoptimalkan produk yang sudah ada dengan lebih profesional
- 2) Mempertahankan surplus Pegadaian Syariah dan terus berupaya meningkatkannya
- 3) Memasarkan produk baru yang menguntungkan
- 4) Meningkatkan modernisasi dan penanganan sarana dan prasarana
- 5) Meningkatkan komposisi barang gadai (marhun)
- 6) Transaksi yang digunakan harus disesuaikan dengan penggunaan dana.

Berkaitan dengan hal di atas penulis menambahkan untuk strategi pengembangan Pegadaian Syariah yaitu: a) Mengembangkan jaringan usaha, b) Melakukan diservikasi produk utamanya terkait dengan nasabah menengah kebawah, c) Mengembangkan jaringan kantor utamanya di lokasi daerah-daerah berbasis islam, d) Memberikan pembinaan kepada nasabah agar tetap komitmen dengan produk gadai syariah.

f. Produk dan Jasa Pegadaian Syariah

¹⁹ Heri Sudarsono, *pegadaian dan Lembaga Keuangan Syariah*, Ed.II. (Cet. I; Yogyakarta; Ekonomi, 2003). h. 168

Produk dan jasa yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Syariah kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

1) Pemberian pinjaman atas dasar hukum gadai

Pemberian pinjaman atas dasar hukum gadai berarti mensyaratkan pemberian pinjaman atas dasar penyerahan barang bergerak oleh penerima pinjaman. Konsekuensi pertamanya adalah jumlah atau nilai pinjaman yang diberikan kepada masing-masing peminjam sangat dipengaruhi oleh nilai barang bergerak yang digadaikan. Menurut aturan dasar pegadaian, barang-barang yang dapat digadaikan di lembaga itu hanyalah barang-barang bergerak (gadai dalam KUH Pegadaian) hanyalah berbentuk barang-barang bergerak.

Pinjaman ini pada dasarnya adalah kredit jangka pendek dengan memberikan pinjaman uang tunai dari Rp. 50.000.000,00 hingga Rp. 250.000.000,00 dengan jaminan benda seperti perhiasan, emas, alat rumah tangga, kendaraan, barang elektronik dan sebagainya dengan prosedur mudah dan layanan cepat. Sewa bunga pinjaman di pegadaian merupakan pinjaman dengan jangka waktu selama 4 bulan. Apabila telah melewati batas pinjaman nasabah dapat memperpanjang dengan membayar sewa modal (bunga) atau dapat menebus barang jaminannya. Apabila kedua hal tersebut tidak dapat dilaksanakan maka pegadaian berhak untuk melelang barang jaminan.

2) Penaksiran nilai barang

PT. pegadaian juga memberikan jasa penaksiran nilai suatu barang. Jasa ini dapat diberikan oleh perum pegadaian karena perusahaan ini mempunyai

peralatan penaksir serta petugas-petugas yang sudah berpengalaman dan terlatih dalam menaksir nilai suatu barang akan digadaikan, terutama emas, berlian dan intan.

3) Penitipan barang

Jasa lain yang ditawarkan oleh perum pegadaian adalah penitipan barang. PT. pegadaian dapat menyelenggarakan jasa tersebut karena perusahaan ini mempunyai tempat penyimpanan barang bergerak yang cukup memadai.

4) Jasa lain

Kantor PT. Pegadaian JL. Andi Tadda tertentu juga menawarkan jasa lain seperti;²⁰

- a) Penjualan koin emas ONH. Koin emas OHN adalah emas berbentuk koin yang bisa digunakan untuk tujuan persiapan dana pergi haji bagi pembelinya
- b) Arrum (Ar-Rahn untuk Usaha Mikro Kecil) Yaitu skim pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB mobil/motor.
- c) Arrum haji adalah pembiayaan syariah untuk melaksanakan ibadah haji. Nasabah yang memiliki emas minimal 15 gram dapat mengajukan pembiayaan haji. Naninya pihak Pegadaian Syariah akan mengajukan pendaftaran ke kantor Kementerian Agama untuk mendapatkan nomor tunggu. Kemudian nasabah membayar sisa biaya dengan cara mengansur ke Pegadaian Syariah sebelum ibadah haji dilaksanakan. Untuk jangka waktu pengembalian pinjaman, ada tiga pilihan angsuran yang ditawarkan pihak Pegadaian Syariah. Jangka waktu

²⁰ Ibid.

pembiayaan ibadah haji mulai 12, 18, 24, dan 36 bulan, angsuran per bulannya kurang lebih Rp2.336.200,24 bulan angsurannya Rp1.294.500, dan 36 bulan angsuran per bulannya kurang lebih Rp947.300.

d) Tabungan emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

g. Manfaat PT Pegadaian Syariah

1) Manfaat Bagi Nasabah

Manfaat utama diperoleh oleh nasabah yang meminjam dari PT. Pegadaian Syariah adalah ketersediaan dana dengan prosedur yang relative lebih sederhana dan dalam waktu yang lebih cepat terutama apabila dibandingkan dengan kredit perbankan. Di samping itu, mengingat jasa-jasa yang ditawarkan oleh perum pegadaian tidak hanya jasa pegadaian, maka nasabah juga dapat memperoleh manfaat antara lain:²¹

- a) Penaksiran nilai suatu barang bergerak dari pihak institusi yang telah berpengalaman dan dapat dipercaya. Penaksiran atas suatu barang antara penjual dan pembeli sering sulit sampai pada suatu kesepakatan yang sama.
- b) Untuk mengatasi perbedaan persepsi atas nilai suatu barang kedua belah pihak bisa menghubungi perum pegadaian sebagai pihak yang netral untuk melakukan penaksiran atas barang tersebut.
- c) Penitipan suatu barang bergerak pada tempat yang aman dan dapat dipercaya. Nasabah yang akan berpergian, merasa kurang aman menempatkan barang

²¹ Sigit Triandaru, Totok Budisantoso, *op.cit.* h. 222-223

bergeraknya di tempat sendiri, atau tidak mempunyai sarana penyimpanan suatu barang bergerak dapat menitipkan barang di Perum Pegadaian.

2) Manfaat Bagi PT. Pegadaian

Manfaat yang diharapkan dari PT. pegadaian sesuai jasa yang diberikan kepada nasabahnya adalah:

- a) Penghasilan yang bersumber dari sewa modal yang dibayarkan oleh peminjam dana.
- b) Penghasilan yang bersumber ongkos yang dibayarkan oleh nasabah memperoleh jasa tertentu dari PT. Pegadaian.
- c) Pelaksanaan nilai PT. Pegadaian sebagai suatu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang pembiayaan berupa pemberian bantuan kepada masyarakat yang memerlukan dana dengan prosedur dan cara yang relative sederhana.
- d) Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 1990, laba yang diperoleh oleh PT. Pegadaian digunakan untuk:
 - 1). Dana pembangunan semesta (55%) perhari
 - 2). Cadangan umum (20%) perhari
 - 3). Cadangan tujuan (5%) perhari
 - 4). Dana sosial (20%) perhari.

6. Pemanfaatan Barang Gadai Syariah

Dalam ensiklopedia di Indonesia, disebutkan bahwa gadai atau hak gadai adalah hak atas benda terhadap milik si berhutang yang diserahkan ke tangan si penghutang sebagai jaminan pelunasan utang si berhutang tersebut tadi (pasal 1150-

1160) kitab Undang-Undang Hukum Perdata). Jaminan dengan benda tak bergerak disebut hipotek (hak benda terhadap suatu benda tak bergerak yang memberi hak preferensi kepada seorang yang berpiutang atau pemegang hipotek untuk memungut piutangnya dari hasil penjualan tersebut.

Gadai diadakan dengan persetujuan dan hak itu hilang jika gadai itu lepas dari kekuasaan pengutang. Pemegang gadai berhak menguasai benda yang digadaikan kepadanya utang si berutang belum lunas, tetapi ia tak berhak mempergunakan benda itu. Selanjutnya ia berhak menjual gadai itu, jika si berutang tak mau membayar utangnya. Jika hasil gadai itu lebih besar daripada utang yang harus dibayar, maka kelebihan itu harus dikembalikan kepada pegadai.²²

Dalam masyarakat, ada cara gadai yang hasil barang gadaian langsung dimanfaatkan oleh pegadai (orang yang memberi piutang). Banyak terjadi terutama didesa-desa, bahwa sawah dan kebun yang digadaikan langsung dikelola oleh pegadai dan hasilnya pun sepenuhnya dimanfaatkan.²³

Sawah / kebun yang dijadikan jaminan itu, diolah oleh pemilik sawah atau kebun itu, tetapi hasilnya dibagi antara pemilik dan pegadai. Jaminan itu milik pegadai selama piutangnya belum dikembalikan.

Pendapat tentang boleh tidaknya, memanfaatkan barang gadai, yaitu sebagai berikut:

a. Pendapat Ulama Syafi'iyah

²² Muhammad Firdaus NH, Sofinayah Ghufron Dkk, *Mengatasi Masalah dengan Pegadaian Syariah*, (Cet.I; Jakarta: Renaisan, 2005). h. 32-35

²³ M. Ali Hasan, *op. cit.* h. 256

Menurut ulama syafi'iyah mempunyai hak atas manfaat barang gadai (*marhun*) adalah *rahin*, walaupun marhun itu berada dibawah kekuasaan (*martahin*) penerima gadai.

Menurut ulama syafi'iyah bahwa barang gadai (*marhun*) hanya sebagai jaminan atau kepercayaan atas penerima gadai (*murtahin*). Sedangkan kepemilikan tetap ada pada *rahin*. Dengan demikian, manfaat atau hasil dari barang yang digadaikan adalah milik *rahin*. Pengurangan terhadap nilai atau harga dari barang gadai tidak diperbolehkan kecuali atas izin pemilik barang gadai.

b. Pendapat Ulama Malikiyah

Murtahin hanya dapat memanfaatkan barang gadai atas izin pemilik barang gadai dengan beberapa syarat:

- 1) Hutang disebabkan karena jual beli, bukan karena mengutang. Hal ini dapat terjadi seperti orang menjual barang dengan harga tangguh, kemudian orang tersebut meminta gadai dengan suatu barang sesuai dengan hutangnya maka hal ini diperbolehkan.

- 2) Pihak *murtahin* mensyaratkan bahwa manfaat dari *marhun* adalah untuknya.

- 3) Jangka waktu mengambil manfaat yang telah disyaratkan harus ditentukan batas waktunya, maka menjadi batal.

c. Pendapat Ulama Hanabilah

Menurut Ulama Hanabilah syarat bagi *murtahin* untuk mengambil manfaat barang gadai yang bukan berupa hewan adalah:

- 1) Ada izin dari pemilik barang (*rahin*)

2) Adanya gadai bukan sebab menghutangkan

Apabila barang gadai berupa hewan yang tidak dapat diperah atau ditunggangi, maka boleh menjadikannya sebagai piaraan (*khadam*). Tetapi apabila barang gadai berupa rumah, sawah, kebun, dan lain sebagainya maka tidak boleh mengambil manfaatnya.

d. Tujuan Pemasaran Produk

- a. Memaximumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang komsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan pegadaian secara berulang-ulang.
- b. Memaximumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- c. Memaximumkan pilihan (ragam produk) dalam arti pegadaian menyediakan berbagai jenis produk sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- d. Memaximumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

7. Tujuan dan Manfaat Pegadaian Syariah

Sifat usaha pegadaian pada prinsipnya menyediakan pelayanan bagi kemanfaatan masyarakat umum dan sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan yang baik. Oleh karena itu, PT Pegadaian bertujun sebagai berikut.²⁴

²⁴ Muhammad Firdaus NH, Sofinayah Ghufroon Dkk, *Mengatasi Masalah dengan Pegadaian Syariah*, (Cet.I; Jakarta: Renaisan, 2005). h. 32-35

a. 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.

b. Pencegahan praktik ijon, pegadaian gelap, dan pinjaman tidak wajar lainnya.

c. Pemanfaatan gadai bebas bunga pada gadai syariah memiliki efek jaringan pengaman sosial karena masyarakat yang butuh dan tidak mendesak tidak lagi dijerat pinjaman atau pembiayaan berbasis bunga.

d. Membantu orang-orang yang membutuhkan pinjaman dengan syarat mudah.

Adapun manfaat pegadaian :

1). Bagi nasabah

Manfaat utama yang diperoleh nasabah yang meminjam dari PT. Pegadaian Syariah adalah ketersediaan dan adengan prosedur yang relative lebih sederhana dan dalam waktu yang lebih cepat terutama apabila dibandingkan dengan kredit perbankan. Disamping itu, mengingat jasa yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian tidak hanya jasa pegadaian, maka nasabah juga dapat memperoleh manfaat anatara lain:

(a). Penaksiran nilai suatu barang bergerak dari pihak institusi yang telah berpengalaman dan dapat dipercaya.

(b). Untuk mengatasi perbedaan persepsi atas nilai suatu barang kedua belah pihak bisa menghubungkan PT. Pegadaian sebagai pihak yang netral untuk melakukan penaksiran atas barang tersebut.

(c). Penitipan suatu barang bergerak pada tempat yang aman dan dipercaya.

2). Bagi perusahaan pegadaian:

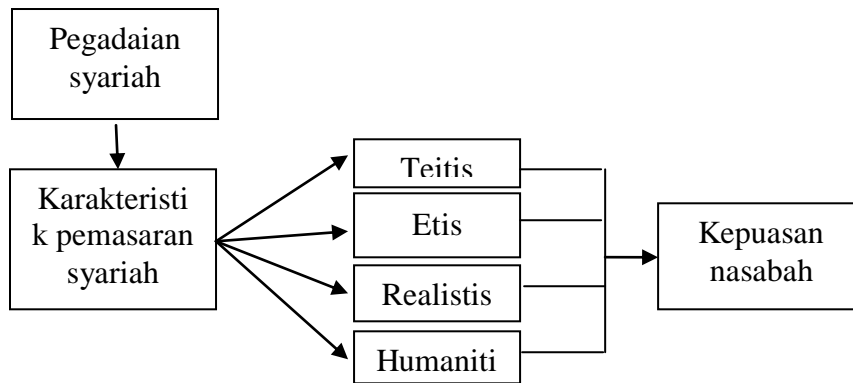
(a). Penghasilan yang bersumber dari sewa modal yang dibayarkan oleh peminjamdana.

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

(c). Pelaksanaan misi PT. Pegadaian sebagai BUMN yang bergerak di bidang pembiayaan berupa pemberian bantuan kepada masyarakat yang memerlukan dana dengan prosedur yang relative sederhana.

H. Kerangka Fikir

Kerangka fikir yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah garis besar struktur teori yang digunakan untuk menunjang dan mengarahkan penelitian serta mengumpulkan data dan menarik kesimpulan. Karakteristik pemasaran syariah terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah palopo untuk mempelajari alur kerangka fikir, dapat dilihat kerangka fikir di bawah ini:



I. Hipotesis

Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai p_{value} pada kolom sig. $<$ level of significant (α) 5% artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel karakteristik pemasaran terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Palopo

Ho diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai p_{value} pada kolom sig. $>$ level of significant (α) 5% artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel karakteristik pemasaran terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Palopo

BAB III METODE PENELITIAN

A. *Jenis Penelitian*

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan melakukan uji regresi antara variabel karakteristik pemasaran dengan kepuasan nasabah. Uji regresi digunakan untuk melihat pengaruh dari subvariabel (aspek) karakteristik pemasaran (teistis, etis, realistik dan humanistik) terhadap kepuasan nasabah. Adapun uji korelasi dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS.²⁵

B. *Lokasi dan Waktu Penelitian*

Adapun lokasi yang menjadi tempat penelitian yaitu dilakukan di PT Pegadaian Syariah Palopo. Penelitian ini penulis laksanakan dari tanggal 13-14 Mei 2017

C. *Sumber Data*

- a. Data primer diperoleh secara langsung dari responden yaitu nasabah pegadaian Syariah. Melalui kuisioner di samping itu juga melakukan wawancara dengan nasabah dan pihak Pegadaian Syariah.
- b. Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari :
 - a. Data internal pada PT. Pegadaian Syariah.
 - b. Penelitian-penelitian terkait.

²⁵Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi: Mixed Methods* (Bandung: Alfabeta 2012), h. 6.

- c. Buku-buku yang berkaitan dengan pegadaian syariah dan perilaku konsumen.
- d. Majalah, koran, brosur dan jurnal yang memuat artikel-artikel mengenai Pegadaian Syariah.
- e. Sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.²⁶

D. *Populasi dan Sampel*

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Dalam hal ini populasi mencakup semua nasabah pegadaian syariah cabang Palopo yang berjumlah 536 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan sebagai objek penelitian. Karena keberadaannya merupakan bagian dari populasi, dan memiliki cirri-ciri yang dimiliki oleh populasinya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu untuk mendeskripsikan suatu gejala atau masalah tertentu.²⁷ Dalam teknik *purposive sampling* seseorang atau sesuatu yang diambil sebagai sampel karena penulis beranggapan bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitian ini. Dalam penelitian

²⁶ Chuziamah T. Yanggo dan Hafiz Anshari, *Problematika Hukum Islam Kontempore*, Edisi 3, LSIK, Jakarta:1997.h.. 60

²⁷ Koentjaraningrat, *Metode- Metode Penelitian M asyarakat*, (Edisi Ketiga, Jakarta; PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), h.89.

ini, saat pengumpulan data melalui kuesioner, respondennya adalah nasabah pegadaian syariah cabang Palopo yang berjumlah 100 orang.

E. Pengukuran Variabel Penelitian

Untuk memudahkan dalam menganalisis data, maka variabel-variabel yang digunakan diukur dengan menggunakan model skala 5 tingkat (*likert*), yang memungkinkan pelanggan/konsumen dapat menjawab pertanyaan dari setiap butir yang didalamnya. Menguraikan lima dimensi kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan dengan bentuk penilaian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skor Jawaban

Skala Penilaian Karakteristik Pemasaran (x)	Kepuasan Nasabah (y)
5 = Sangat Setuju (ST)	5 = Sangat Puas (SP)
4 = Setuju (S)	4 = Puas (P)
3 = Kadang-Kadang (KK)	3 = Kadang-Kadang (KK)
2 = Kurang Setuju (KS)	2 = Kurang Puas (KP)
1 = Tidak Setuju (TS)	1 = Tidak Puas (TP)

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata.²⁸

²⁸ Adzan Noor Bakri, *Potensi, Preferensi dan perilaku masyarakat Terhadap Bank Syari'ah di Wilayah Kecamatan Wara Kota Palopo*, Skripsi, STAIN Palopo, Jurusan Syari'ah (EI), 2009, h.43.

F. Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara peninjauan secara langsung ke objek penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini.

2. Metode Kuisioner adalah dengan cara melakukan pengumpulan data yang disajikan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan kepada responden tentang pelayanan yang diterima sehingga dapat memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan secara tertulis. Dalam penyusunan kuisioner ini penulis menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kepuasan mereka menjadi nasabah pegadaian syariah.

3. Wawancara (*interview*), yaitu dengan datang langsung mewawancarai pihak yang terkait dengan informasi yang penting berkaitan dengan pembahasan yaitu pihak PT. Pegadaian Syariah Cabang Palopo.

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan program SPSS, yaitu:

1) Analisis deskriptif, yaitu analisis yang digunakan untuk menggambarkan profil responden yang meliputi jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, tingkat penghasilan dan yang lainnya.

2) Analisis Regresi Berganda, yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independent (x) terhadap suatu variabel dependen (y), yang dinyatakan dengan persamaan:

$$Y = a + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pengguna Jasa

x1 = Kualitas Layanan

x2 = Kepuasan Pelanggan

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

c = Faktor Gangguan/Kesalahan (*error*)²⁹

3) Uji *Validitas* dan *Reliabilitas*, supaya data yang telah diperoleh dari hasil pembagian kuesioner ini *valid* (sahih) dan *reliable* (handal) sehingga diperlukan uji *validitas* dan uji *reliabilitas* atas butir-butir pertanyaan pada kuesioner. Uji *validitas* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji *validitas personcorrelation* yaitu pengujian terhadap korelasi antar tiap butir/item dengan skor total nilai tes sebagai kriterianya. Rumus yang digunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

$\sum x$ = Jumlah harga dari skor butir

$\sum y$ = Jumlah harga dari skor total

N = Jumlah subjek

$\sum xy$ = Jumlah perkalian skor butir dengan skor total

²⁹ Prof. Dr. sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Cet. XV; Bandung: alfabeta, 2012), h. 267.

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dan skor butir

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dan skor total³⁰

Sedangkan uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah menggunakan *Cronbach Alpha* yang bertujuan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dipakai *reliable* (handal). Rumus *Cronbach Alpha*:

$$\alpha = \frac{k \cdot \bar{r}}{1 + (k - 1) \bar{r}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

k = adalah jumlah butir/item

Hasil suatu pengukuran dapat dipercaya apabila pelaksanaan pengukuran dalam beberapa kali terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, maka dikatakan inkonsistem. Rumus *validitas personcorrelation* dan *cronbach alpha* pada uji *validitas* dan *reliabilitas* diatas menggunakan program SPSS, yang mana suatu penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha \geq 0,5 (lebih besar atau sama dengan 0,5).

4) Kriteria Pemilihan Mode, Koefisien Determinasi (R^2), yaitu menunjukkan sejauh mana variasi dalam variabel dependen (kepuasan pelanggan) dapat diterangkan oleh variabel independen (dimensi kualitas pelayanan). R^2 digunakan jika terdapat suatu variabel independen selain konstan dalam persamaan *regresi*, jika terdapat lebih dari satu variabel independen maka digunakan *adjusted R²*. Dalam pemilihan model atau persamaan *regresi*, model dikatakan sebagai model

³⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Cet. XV; Bandung: alfabeta, 2012), h. 255.

yang terbaik jika nilai R^2 atau *adjusted* R^2 model tersebut lebih besar dari R^2 atau *adjusted* R^2 model yang lain.

5) Pengujian Hipotesis

Untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan variabel independent (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat), maka akan dilakukan pengujian sebagai berikut:

1) Uji F (Uji signifikan secara simultan)

Uji ini dilakukan agar dapat mengetahui apakah seluruh variabel independent yaitu: Teistis, Etis, Realistis dan Humanis secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent (tingkat kepuasan konsumen) dengan menggunakan taraf nyata ($\alpha = 0,5$ atau 5%).

2) Uji T (Uji signifikan secara parsial)

Uji ini dilakukan guna menguji secara parsial antara variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan taraf nyata 5%. selain itu berdasarkan nilai t maka dapat diketahui variabel yang mana yang memiliki pengaruh paling besar atau dominan pada variabel terikat

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Objek Penelitian

a. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika pada bulan Januari 2003. Kemudian berdiri beberapa Pegadaian Syariah diberbagai daerah salah satu cabangnya berada di Jalan Andi Tadda Kota Palopo.

Sejak awal kemerdekaan, Pegadaian Syariah dikelola oleh Pemerintah dan sudah beberapa kali berubah situs, yaitu sebagai Perusahaan Negara (PN) sejak 1 Januari tahun 1961 No. 178 kemudian berdasarkan PP No 10/1990 (yang diperbaharui dengan PP No. 103/2000 berubah menjadi Perusahaan Umum (PERUM) hingga sekarang.

Pada saat itu, kegiatan perusahaan terus berjalan dan aset atau kekayaannya bertambah. Namun seiring dengan perubahan zaman Pegadaian Syariah dihadapkan pada tuntutan kebutuhan untuk berubah pula dalam arti untuk meningkatkan kinerjanya tumbuh lebih besar, lebih besar lagi dan lebih profesional didalam memberikan layanan. Oleh karena itu untuk lebih memberikan keleluasaan pengelola manajemen dalam mengembangkan usahanya pemerintah meningkatkan status Pegadaian Syariah dari perusahaan jawatan (PERJAN) menjadi perusahaan umum, (PERUM) yang dituangkan

dalam peraturan pemerintah No. 10/1990 tanggal 10 April 1990, perubahan dari PERJAN ke PERUM.

Tujuan PT. Pegadaian Syariah kembali dipertegas dalam peraturan pemerintah RI No. 103 tahun 2000 yakni meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama golongan menengah kebawah, melalui penyediaan dana atas dasar hukum gadai juga menjadi penyedia jasa dibidang keuangan lainnya. Berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghindarkan masyarakat dari gadai gelap, praktek riba dan pinjaman yang tidak wajar lainnya.

Pegadaian syariah palopo berdiri pada tanggal 3 April 2010 Keberadaan pegadaian syariah Palopo merupakan tempat pegadaian yang strategis, mudah dijangkau karena alat transportasi mudah ditemui, dan letaknya yang berada di jalan Andi Tadda yang merupakan pusat keramaian kota dan sebagai penghubung jalan ke palopo, pegadaian syariah Andi Tadda sangat dikenal masyarakat luas. Pegadaian ke palopo, pegadaian memiliki ahli taksir yang dengan cepat menaksir, beberapa nilai riil barang jaminan tersebut. Biasanya nilai taksiran lebih rendah dari nilai pasar hal ini dimaksud apabila terjadi kemacetan terhadap pembayaran pinjaman, maka dengan mudah pihak pegadaian melelang jaminan yang diberikan nasabah dibawah harga pasar.³¹.

b. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi Pegadaian Syariah adalah:

³¹Pegadaian syariah, "sejarah" . Artikel diakses tanggal 13 mei 2017 dari http://www.pegadaiansyariah.co.id/index_content&view=article&id=1&itemid=4.php?option=com

1) **Visi** : sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah.

2) **Misi**

a) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

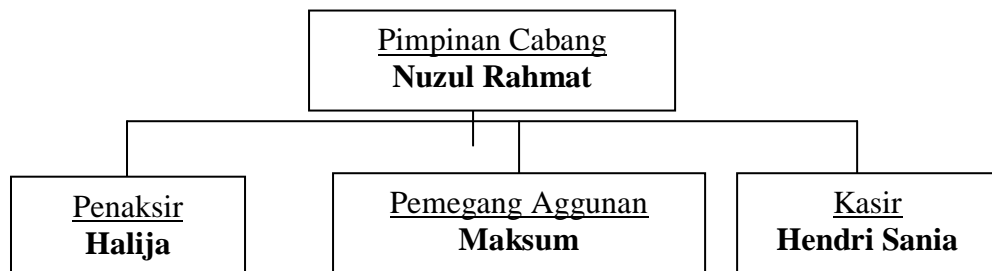
b) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

c) Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.³²

c. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Palopo

Adapun struktur organisasi pegadaian Syariah Cabang Paopo di Jalan Andi Tadda samping pasar Subuh Palopo.

GAMBAR 1.3
Struktur Organisasi Pegadaian Syariah



Sumber data:

³²Maksum,, Pemegang Anggunan Pengadaian Syariah Cabang Palopo“wawancara” 14 Mei 2017

Dokumentasi Pegadaian Syariah Cabang Palopo, pada tanggal 13 Maret 2017

Adapun tugas-tugas dari masing-masing organ pegadaian syariah palopo adalah:

1. *Pimpinancabang*, sebagai pemimpin pelaksanaan teknis dari perusahaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat.

2. *Penaksiran*, bertugas menaksir *marhun* barang jaminang) untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan. Secara organisatoris pimpinan cabang bertanggung jawab langsung kepada pimpinan wilayah dan membantu kelancaran pelaksanaan tugas Kantor Cabang

3. *Pemegang anggunan*, bertugas melakukan pemeriksaan, penyimpanan, pemeliharaan dan pengeluaran serta pembukaan *marhun* selain barang dan keamanan serta keutuhan *marhun*.

4. *Kasir*, bertugas melakukan penerimaan, penyimpanan dan pembayaran serta pembukuan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional Kantor Cabang.

5. *Keamanan*, bertugas mengamankan harta perusahaan dan *rahn* dalam lingkungan Kantor dan sekitarnya.

2. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah pegadaian syariah cabang Palopo dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang ditemui langsung oleh

peneliti pada saat penelitian berlangsung, dapat dikategorikan dalam beberapa karakteristik responden, yaitu berdasarkan usia dan jenis kelamin:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Persentase
Umur 20-25	13	13%
Umur 26-30	18	18%
Umur 31-35	32	32%
Umur 36-40	22	22%
Umur 41-50	15	15%
Total	100	100%

Sumber data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti 13 orang berumur 20-25 tahun atau 13 persen 18 orang berumur 26-30 tahun atau 18 persen 32 orang berumur 31-35 tahun atau 32% persen 22 orang berumur 36-40 tahun atau 22 persen 15 orang berumur 41-50 tahun atau 15 persen. Dengan demikian mayoritas responden berdasarkan umur yaitu 31 – 35. .

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	83	83%
Laki-laki	17	17 %
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti 83 perempuan atau 83%, 17 orang laki-laki atau 17%. Dengan demikian mayoritas responden yaitu perempuan

b. Deskripsi Variabel

Uji deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul, sebagaimana

adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang bersifat umum atau generalisasi tabel di bawah ini menunjukkan hasil olahan data statistik deskriptif.

1) Teistis

Pada kategori ini peneliti memberikan 2 item pertanyaan yang disebarkan kepada responden untuk melihat karakteris pemasaran yang bersifat teistis (*rabbaniyah*) terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 4.3
Petugas Pegadaian Syariah dalam Memasarkan Produknya Tidak Ada Penipuan

No	Jawaban	F	P
1	a. Sangat setuju	20	20%
	b. Setuju	52	52%
	c. Kadang-kadang	12	12%
	d. Tidak setuju	14	14%
	e. Sangat tidak setuju	2	2%
	Jumlah	100	100 %

Penyataan diatas tentang petugas pegadaian syariah dalam memasarkan produknya tidak ada penipuan yang menjawab “sangat setuju” 20%, "setuju” 52%, “kadang-kadang” 12%, “tidak setuju” 14% dan “sangat tidak setuju” 2%.

Maka jika dilihat secara keseluruhan pernyataan tentang petugas pegadaian syariah dalam memasarkan produknya tidak ada penipuan kepada nasabah sebanyak 62% yang menyatakan setuju.

Tabel 4.4
Petugas Pegadaian Syariah dalam Memasarkan Produknya Tidak Ingkar Janji

No	Jawaban	F	P
2	a. Sangat setuju	6	0%
	b. Setuju	53	11,6%
	c. Kadang-kadang	28	37,3%
	d. Tidak setuju	12	45,3%
	e. Sangat tidak setuju	1	5,8%

	Jumlah	86	100 %
--	--------	----	-------

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa, 1% responden yang memilih jawaban “sangat tidak setuju”, 12 % menjawab “tidak setuju”, 28% mengatakan “Kadang-kadang”, 53% untuk jawaban “setuju” dan 6% yang menjawab “sangat setuju”.

Maka jika dilihat secara keseluruhan pernyataan tentang petugas pegadaian syariah dalam memasarkan produknya tidak ingkar janji kepada nasabah sebanyak 59% yang menyatakan setuju.

2) Etis

Tabel 4.5
Petugas Pegadaian Syariah Bersikap Ramah, Berperilaku Baik dan Sopan

No	Jawaban	F	P
1	a. Sangat setuju	6	6%
	b. Setuju	44	44%
	c. Kadang-kadang	34	34%
	d. Tidak setuju	14	14%
	e. Sangat tidak setuju	2	2%
	Jumlah	100	100 %

Penyataan diatas tentang petugas pegadaian syariah pegadaian syariah bersikap ramah, berperilaku baik dan sopan yang menjawab “sangat setuju” 6%, "setuju” 44%, “kadang-kadang” 34%, “tidak setuju” 14% dan “sangat tidak setuju” 2%. Jika dilihat secara keseluruhan pernyataan tentang Pegadaian Syariah bersikap ramah, berperilaku baik dan sopan sebanyak 50% yang menyatakan setuju.

Tabel 4.6
Petugas Pegadaian Syariah Bersikap Rendah Hati Dalam Penawaran

No	Jawaban	F	P
2	a. Sangat setuju	6	6%
	b. Setuju	46	46%
	c. Kadang-kadang	32	32%
	d. Tidak setuju	14	14%
	e. Sangat tidak setuju	2	2%
	Jumlah	100	100 %

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa, 2% responden yang memilih jawaban “sangat tidak setuju”, 14% menjawab “tidak setuju”, 32% mengatakan “Kadang-kadang”, 46% untuk jawaban “setuju” dan 6% yang menjawab “sangat setuju”.

Jika dilihat secara keseluruhan pernyataan tentang petugas pegadaian syariah bersikap rendah hati dalam penawaran mayoritas nasabah menyatakan setuju.

3) Realistis

Tabel 4.7
Petugas Pegadaian Syariah Berpenampilan Bersih dan Rapi

No	Jawaban	F	P
1	a. Sangat setuju	12	12%
	b. Setuju	50	50%
	c. Kadang-kadang	16	16%
	d. Tidak setuju	19	19%
	e. Sangat tidak setuju	3	3%
	Jumlah	100	100 %

Pernyataan diatas tentang petugas pegadaian syariah berpenampilan bersih dan rapi yang menjawab “sangat setuju” 12%, "setuju” 50%, “kadang-kadang” 16%, “tidak setuju” 19% dan “sangat tidak setuju” 3%.

Jika dilihat secara keseluruhan pernyataan tentang petugas pegadaian syariah berpenampilan bersih dan rapi mayoritas nasabah menyatakan setuju.

Tabel 4.8
Petugas Pegadaian Syariah Bersikap dalam Bekerja Profesional dan Berpengalaman (Menguasai dengan Betul Tentang Produk yang ditawarkan)

No	Jawaban	F	P
2	a. Sangat setuju	6	6%
	b. Setuju	46	46%
	c. Kadang-kadang	38	32%
	d. Tidak setuju	10	14%
	e. Sangat tidak setuju	0	0%
	Jumlah	100	100 %

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa, tidak ada responden yang memilih jawaban “sangat tidak setuju”, 10% menjawab “tidak setuju”, 38% mengatakan “Kadang-kadang”, 46% untuk jawaban “setuju” dan 6% yang menjawab “sangat setuju”.

Jika dilihat secara keseluruhan pernyataan tentang petugas pegadaian syariah bersikap dalam bekerja profesional dan berpengalaman (menguasai dengan betul tentang produk yang ditawarkan) mayoritas nasabah menyatakan setuju.

4) Humanistis

Tabel 4.9
Petugas Pegadaian Syariah tidak Membeda-bedakan Status Semua Nasabah

No	Jawaban	F	P
1	a. Sangat setuju	1	1%
	b. Setuju	58	58%
	c. Kadang-kadang	10	10%
	d. Tidak setuju	26	26%
	e. Sangat tidak setuju	5	5%
	Jumlah	100	100 %

Penyataan diatas tentang petugas pegadaian syariah tidak membeda-bedakan status semua nasabah yang menjawab “sangat setuju” 1%, "setuju” 58%, “kadang-kadang” 10%, “tidak setuju” 26% dan “sangat tidak setuju” 5%.

Jika dilihat secara keseluruhan pernyataan tentang petugas pegadaian syariah tidak membeda-bedakan status semua nasabah mayoritas nasabah menyatakan setuju.

Tabel 4.10
Petugas Pegadaian Syariah Bersedia Membantu Kesulitan yang Dialami Nasabah

No	Jawaban	F	P
2	a. Sangat setuju	1	1%
	b. Setuju	14	14%
	c. Kadang-kadang	31	31%
	d. Tidak setuju	41	41%
	e. Sangat tidak setuju	13	13%
	Jumlah	100	100 %

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa, 13% yang memilih jawaban “sangat tidak setuju”, 41% menjawab “tidak setuju”, 31% mengatakan “Kadang-kadang”, 14% untuk jawaban “setuju” dan 1% yang menjawab “sangat setuju”.

Jika dilihat secara keseluruhan pernyataan tentang petugas pegadaian syariah bersedia membantu kesulitan yang dialami nasabah mayoritas nasabah menyatakan tidak setuju.

5) Kepuasan Nasabah

Tabel 4.11
Petugas Pegadaian Syariah Cabang Palopo Menyediakan Produk yang dibutuhkan Nasabah

No	Jawaban	F	P
1	a. Sangat setuju	6	6%
	b. Setuju	46	46%
	c. Kadang-kadang	32	32%
	d. Tidak setuju	14	14%
	e. Sangat tidak setuju	2	2%
	Jumlah	100	100 %

Penyataan diatas tentang petugas pegadaian syariah tidak membedakan status semua nasabah yang menjawab “sangat setuju” 6%, "setuju” 46%, “kadang-kadang” 32%, “tidak setuju” 14% dan “sangat tidak setuju” 2%.

Jika dilihat secara keseluruhan pernyataan tentang petugas pegadaian syariah cabang palopo menyediakan produk yang dibutuhkan nasabah mayoritas nasabah menyatakan setuju.

Tabel 4.12
Nasabah Merekomendasikan kepada Teman untuk Menjadi Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Palopo

No	Jawaban	F	P
2	a. Sangat setuju	12	1%
	b. Setuju	46	14%
	c. Kadang-kadang	32	31%
	d. Tidak setuju	10	41%
	e. Sangat tidak setuju	0	13%
	Jumlah	100	100 %

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa, tidak ada jawaban “sangat tidak setuju”, 10% menjawab “tidak setuju”, 31% mengatakan “Kadang-kadang”, 46% untuk jawaban “setuju” dan 12% yang menjawab “sangat setuju”.

Jika dilihat secara keseluruhan pernyataan tentang nasabah merekomendasikan kepada teman untuk menjadi nasabah pegadaian syariah cabang palopo mayoritas nasabah menyatakan setuju.

3. Uji Validitas dan Realibilitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur mampu untuk melakukan fungsi. Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu kuesioner adalah angka hasil korelasi antara skor pernyataan dan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi dalam kuesioner. Item kuesioner dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n, dimana dalam penelitian ini untuk uji validitras ditetapkan $n-df = 100-5 = 95$ yang mana $r_{tabel} = 0,1996$. Uji Validitas dan Reliabilitas dilakukan pada variabel teitis, etis, realistis, humanistis dan kepuasan nasabah.

a. Teitis

Tabel 4.13
Uji Validitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	10.2200	3.123	.514	.770
X1.2	10.0000	3.556	.438	.838

Butir pertanyaan dinyatakan valid jika jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan tabel di atas maka analisis out-put-nya adalah sebagai berikut :

- 1) Pertanyaan 1, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,541 > 0,1996$) maka dinyatakan valid.
- 2) Pertanyaan 2, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,438 > 0,1996$) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel teitis adalah valid.

b. Etis

Tabel 4.14
Uji Validitas Variabel Etis

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	9.8000	6.465	.994	.887
X2.2	9.8200	6.493	.994	.889

Butir pertanyaan dinyatakan valid jika jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan tabel di atas maka analisis out-put-nya adalah sebagai berikut :

- 1) Pertanyaan 1, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,994 > 0,1996$) maka dinyatakan valid.
- 2) Pertanyaan 2, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,994 > 0,1996$) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel etis adalah valid.

c. Realistis

Tabel 4.15
Uji Validitas Variabel Realistis

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	10.0500	4.634	.821	.834
X3.2	9.6600	5.217	.783	.890

Butir pertanyaan dinyatakan valid jika jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan tabel di atas maka analisis out-put-nya adalah sebagai berikut :

- 1) Pertanyaan 1, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,821 > 0,1996$) maka dinyatakan valid.
- 2) Pertanyaan 2, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,783 > 0,1996$) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel realistis adalah valid.

d. Humanistis

Tabel 4.16
Uji Validitas Variabel Humanistis

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	7.7400	4.255	.448	.871
X4.2	8.0100	3.323	.589	.742

Butir pertanyaan dinyatakan valid jika jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan tabel di atas maka analisis out-put-nya adalah sebagai berikut :

- 1) Pertanyaan 1, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,448 > 0,1996$) maka dinyatakan valid.
- 2) Pertanyaan 2, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,589 > 0,1996$) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel humanistis adalah valid.

e. Kepuasan nasabah

Tabel 4.17
Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	9.9800	3.697	.548	.805
Y.2	9.8800	3.884	.521	.831

Butir pertanyaan dinyatakan valid jika jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan tabel di atas maka analisis out-put-nya adalah sebagai berikut :

- 1) Pertanyaan 1, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,548 > 0,1996$) maka dinyatakan valid.
- 2) Pertanyaan 2, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,521 > 0,1996$) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel keputusan nasabah adalah valid.

b. Uji Realibilitas Data

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Hasil dari uji reliabilitas mencerminkan instrumen penelitian berdasarkan tingkat ketepatan suatu alat ukur, dalam pengertian bahwa hasil pengukuran yang didapatkan merupakan ukuran yang benar dari sesuatu yang diukur. Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrument apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Tingkat reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala alpha 0 sampai dengan 1, apabila skala tersebut dikelompokkan ke dalam 5 kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasi sebagaimana tabel berikut :

Tabel 4.18
Uji Realibilitas Variabel

Alpha	Tingkat Realibilitas
0,00 sd 0,20	Kurang realibel
➤ 0,21 sd 0,40	Agak realibel
➤ 0,41 sd 0,60	Cukup realibel
➤ 0,61 sd 0,80	Realibel
➤ 0,81 sd 0,100	Sangat realibel

Berikut hasil dari uji reliabilitas untuk kelima variabel adalah sebagai berikut :

a. Teitis

Tabel 4.19
Realibilitas Teitis

Cronbach's Alpha	N of Items
0.764	2

Pada tabel *reliability statistics* di atas terlihat bahwa nilai *alpha cronbach's* adalah sebesar 0.764 dengan jumlah pertanyaan 2 item. Sehingga dengan demikian kuesioner yang diuji terbukti reliabel

b. Etis

Tabel 4.20
Realibilitas Etis

Cronbach's Alpha	N of Items
0.936	2

Pada tabel *reliability statistics* di atas terlihat bahwa nilai *alpha cronbach's* adalah sebesar 0.936 dengan jumlah pertanyaan 2 item. Sehingga dengan demikian kuesioner yang diuji terbukti sangat reliabel

c. Realistis

Tabel 4.21
Realibilitas Realistis

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	2

Pada tabel *reliability statistics* di atas terlihat bahwa nilai *alpha cronbach's* adalah sebesar 0.888 dengan jumlah pertanyaan 2 item. Sehingga dengan demikian kuesioner yang diuji terbukti sangat reliabel

d. Humanistis

Tabel 4.21
Realibilitas Humanistis

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	2

Pada tabel *reliability statistics* di atas terlihat bahwa nilai *alpha cronbach's* adalah sebesar 0,783 dengan jumlah pertanyaan 2 item. Sehingga dengan demikian kuesioner yang diuji terbukti reliabel

e. Kepuasan nasabah

Tabel 4.22
Realibilitas Kepuasan Nasabah

Cronbach's Alpha	N of Items
0.792	2

Pada tabel *reliability statistics* di atas terlihat bahwa nilai *alpha cronbach's* adalah sebesar 0.792 dengan jumlah pertanyaan 2 item. Sehingga dengan demikian kuesioner yang diuji terbukti reliabel.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis regresi linear berganda

Regresi berganda adalah analisis regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Data untuk penelitian ini diolah dengan menggunakan program SPSS versi 17 dengan melihat dan mengestimasi parameter variabel yang akan diamati dari model yang telah ditetapkan. Setelah mendapatkan estimasi model tersebut, maka akan melakukan dengan uji statistik, yaitu uji statistik regresi. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS, hasilnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.23
Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.674	.192		3.501	.001
	Teitis	.476	.077	.511	6.204	.000
	Etis	.237	.044	.346	5.341	.000
	Realistis	.237	.043	.298	5.587	.000

	Humanistis	-.037	.027	-.040	-1.349	.181
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						

Dari tabel diatas, maka hasil yang diperoleh dimasukkan dalam persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + bx_4$$

Y = Variabel terikat (Elektabilitas)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Teistis

X2 = Etis

X3 = Realistis

X4 = Humanistis

$$Y = 0,674 + 0,476 + 0,237 + 0,237 - 0,037$$

Dari persamaan regresi tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Nilai konstanta (a) sebesar 0,674 artinya jika variabel teistis, etis, realistis dan humanistis (X) nilainya adalah 0 maka kepuasan nasabah (Y) bernilai positif yaitu sebesar 0,674.

2) Koefisien regresi untuk variabel teistis (X1) bernilai negatif sebesar 0,476. bernilai positif menunjukkan bahwa variabel teistis terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah cabang Palopo berpengaruh positif dan setiap pemasaran berkarakteristik teistis (rabbaniyah) akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 47,6 %

3) Koefisien regresi untuk variabel etis (X2) bernilai positif sebesar 0,237. Nilai positif menunjukkan bahwa variabel etis terhadap kepuasan nasabah

pegadaian syariah berpengaruh positif dan setiap pemasaran berakhlak (etis) akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 23,7 %

4) Koefisien regresi untuk variabel realistik (X3) bernilai negatif sebesar 0,237. Nilai positif menunjukkan bahwa variabel realistik terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah berpengaruh positif sebesar 23,7%

5) Koefisien regresi untuk variabel humanistik (X4) bernilai positif sebesar 0,037. Nilai negatif menunjukkan bahwa variabel humanistik terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah berpengaruh negatif sebesar 3,7%.

b. Uji Koefisien Determinasi R²

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel terikat dalam satuan persentase. Nilai koefisien ini antara lain 0 dan 1 jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel amat terbatas. Tapi jika mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk menganalisisnya dengan menggunakan output SPSS. Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.24
Tabel Uji Koefisien Determinasi Untuk Variabel Karakteristik Pemasaran (X) terhadap Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.965 ^a	.931	.928	.31172

Berdasarkan pada tabel di atas menjelaskan tentang ringkasan model yang terdiri dari nilai hasil korelasi sederhana (R^2) koefisien determinasi (R^2 square), dan ukuran kesalahan prediksi (Std Error of the estimate).

1) R dalam analisis regresi linear berganda menunjukkan korelasi berganda (korelasi pearson), yaitu korelasi antara satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Angka R didapat 0,965 artinya korelasi antara variabel karakteristik pemasaran dengan kepuasan nasabah pegadaian syariah sebesar 0,965.

2) R square (R^2) atau kuadrat dari R yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angkanya ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 sebesar 0,931 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel karakteristik pemasaran (teistis, etis, realistik dan humanistik) terhadap kepuasan nasabah sebesar 93,1 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

3) Adjusted R square, adalah R square yang telah disesuaikan, nilai sebesar 0,928, ini juga menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,928..

4) Standar Error of the Estimate, adalah ukuran kesalahan prediksi, nilai sebesar 0,311. Artinya kesalahan dalam memprediksi tingkat kepuasan nasabah sebesar 0,311.

c. Uji Parsial T

Uji t_{test} digunakan untuk menguji pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen yaitu variabel X yaitu teitis, etis, realistik dan humanistik terhadap variabel Y yaitu kepuasan nasabah. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu:

H_a diterima jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai p_{value} pada kolom sig. < level of significant (α) 5%.

H_o diterima jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau nilai p_{value} pada kolom sig. > level of significant (α) 5%.

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dilakukan uji t sebagai berikut:

1) Nilai t_{hitung} pada variabel teistik, diperoleh 6,204. Dari t_{tabel} diperoleh adalah 1,660, ini menunjukkan bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($6,204 > 1,660$) sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel teistik terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah atau hipotesis diterima.

2) Nilai t_{hitung} pada variabel etis, diperoleh 5,341. Dari t_{tabel} diperoleh adalah 1,660, ini menunjukkan bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($5,341 > 1,660$) sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel etis terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah atau hipotesis diterima.

3) Nilai t_{hitung} pada variabel realistik, diperoleh 5,587. Dari t_{tabel} diperoleh adalah 1,660, ini menunjukkan bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($5,587 > 1,660$) sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel realistik terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah atau hipotesis diterima.

4) Nilai t_{hitung} pada variabel humanistik, diperoleh -1,349. Dari t_{tabel} diperoleh adalah 1,660, ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,349 < 1,660$) sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel humanistik terhadap kepuasan nasabah pegadaian syariah atau hipotesis ditolak.

Berdasarkan uji t di atas, maka hipotesis yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di pegadaian syariah adalah variabel teistik, etis dan realistik secara parsial diterima akan tetapi variabel humanistik hipotesisnya ditolak. Dan variabel yang paling dominan adalah teistik.

d. Uji F

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan nasabah dilakukan uji F. Hipotesis berbunyi sebagai berikut :

H_a : Terdapat pengaruh antara teistik, etis, realistik dan humanistik secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di pegadaian syariah cabang Palopo.

H_o : Tidak terdapat pengaruh antara teistik, etis, realistik dan humanistik secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di pegadaian syariah cabang Palopo.

Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan cara membandingkan besarnya angka F_{hitung} dengan F_{tabel} , kedua dengan cara membandingkan angka taraf signifikansi hasil perhitungan dengan taraf signifikansi 0,05 (5%). Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu:

Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau nilai p_{value} pada kolom sig. < level of significant (α) 5%.

Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau nilai p_{value} pada kolom sig. > level of significant (α) 5%.

Berdasarkan hasil analisis tabel Anova diperoleh Nilai F sebagai berikut.

Tabel 4.25
Tabel Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124.009	4	31.002	319.058	.000 ^a
	Residual	9.231	95	.097		
	Total	133.240	99			

Dari hasil perhitungan hasil data pada tabel diatas menjelaskan, nilai F_{tabel} untuk $df = 100$ ($100 - 5 = 95$) pada probabilitas 5% diperoleh 2,31. Dan dari F_{hitung} anova sebesar 319,058, ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($319,058 > 2,31$) dan untuk mendapatkan pengaruh yang positif dan signifikan maka variabel bebas (teistis, etis, realistik dan humanitis) = 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05 sehingga secara bersamaan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas yaitu (teistis, etis, realistik dan humanitis) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah di pegadaian syariah karena tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau hipotesis H_a di terima. Hal ini memberi arti bahwa apabila teistis, etis, realistik dan humanitis secara simultan ditingkatkan akan meningkatkan kepuasan nasabah di pegadaian syariah.

B. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran Syariah terhadap Kepuasan Konsumen di Pegadaian Syariah Cabang Palopo.

Pegadaian Syariah merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif, sampai saat ini *Ar-rah*n merupakan produk yang paling diminati oleh nasabah di Pegadaian Syariah

Menurut beberapa mazhab *Rahn* berarti penahanan barang (hutang) yang nantinya dapat dijadikan sebagai pembayaran piutang tersebut. Sedangkan pada pegadaian *Rahn* adalah produk jasa gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, dimana nasabah hanya akan dipungut biaya administrasi dan *ijarah* (biaya jasa simpan dan pemeliharaan barang jaminan). Prinsip-prinsip syariah yang diberlakukan pada produk gadai syariah di Perum Pegadaian adalah tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena *riba*, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan atau bagi hasil.

Pegadaian Syariah menjawab kebutuhan transaksi gadai sesuai Syariah, untuk solusi pendanaan yang cepat, praktis, dan aman. Cepat, karena hanya 15 menit kebutuhan dana akan terpenuhi. Praktis, karena tidak perlu membuka rekening ataupun prosedur lain yang memberatkan.

Seperti yang diungkapkan nuzul bahwa konsumen cukup membawa barang-barang berharga milik pribadi, saat itu juga konsumen akan mendapatkan dana yang dibutuhkan dengan jangka waktu hingga 120 hari dan dapat dilunasi sewaktu-waktu. Jika masa jatuh tempo tiba dan konsumen masih memerlukan dana pinjaman tersebut, maka pinjaman dapat diperpanjang hanya dengan

membayar sewa simpan dan pemeliharaan serta biaya administrasi. Dikatakan aman, karena sumber dana Pegadaian Syariah berasal dari sumber yang sesuai dengan syariah, proses gadai berlandaskan prinsip syariah, serta didukung oleh petugas-petugas dan outlet dengan nuansa Islami sehingga lebih syar'i dan menetralkan dan nasabah sudah bisa mendapatkan dana yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhannya baik yang produktif maupun konsumtif.³³

Dalam menyusun strategi pemasaran produk gadai syariah (*Ar-rahn*), dengan mengenalkan produk gadai kepada calon nasabah guna memberikan pelayanan sebaik-baiknya. Hal ini dilakukan guna menentukan segmen pasar yang akan dituju, tahap selanjutnya pegadaian syariah memilih pasar sasaran yang ingin dipenuhi kebutuhannya, pemilihan pasar sasaran produk gadai (*Ar-rahn*) nasabah yang potensial, diantaranya adalah nasabah yang memerlukan dana cepat yang bisa langsung dicairkan untuk keperluan pendidikan, perdagangan, kesehatan, perumahan, dan konsumsi.

Untuk mencapai sasaran yang sudah di tentukan, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya ada empat dalam bauran pemasaran, yaitu:

1. Startegi dalam Bidang Produk Gadai (*Ar-Rahn*)

Ar-rahn merupakan produk yang paling diminati oleh nasabah. *Ar-Rahn* adalah produk jasa gadai yang berlandaskan pada prinsip- prinsip syariah, dimana nasabah hanya akan dipungut biaya administrasi dan *ijarah* (biaya jasa penyimpanan dan pemeliharaan barang jaminan). Pegadaian syariah menjawab

³³Nuzul Rahmat, Pimpinan Pengadaian Syariah Cabang Palopo“wawancara” 13 Mei 2017

kebutuhan para nasabah dalam transaksi gadai syariah, untuk solusi pendanaan yang cepat, praktis, dan aman. Hanya dalam waktu 15 menit dana nasabah akan segera terpenuhi. Tidak perlu prosedur yang memberatkan. Apabila sudah jatuh tempo, tetapi nasabah belum bisa melunasinya, maka bisa diperpanjang dan hanya membayar *ijarah* dan administrasi.

Dari hasil wawancara dengan Nuzul, beliau mengatakan bahwa persyaratan di Pegadaian syariah Cabang Blauran Palopo ini tidak ribet dan prosesnya juga cepat, tanpa harus menunggu lama bisa mendapatkan langsung uang tunai. Sesuai dengan teori produk untuk jasa yaitu memberikan nilai tambah berupa pelayanan, Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya memberikan pelayanan berupa proses pencairan dana yang cepat, serta praktis dalam hal pengajuan pinjaman, nasabah hanya membawa KTP serta barang jaminan, tidak ada persyaratan lain yang memberatkan.³⁴

Jadi, dengan strategi *Produk* ternyata pegadaian mampu menarik minat nasabah. Seperti yang disampaikan Bapak Nuzul saat saya mewawancarai beliau.

2. Strategi dalam bidang harga

Penetapan strategi harga produk gadai syariah pada pegadaian Syariah Cabang Palopo dengan cara memotong tarif *ijarah*, apabila pinjaman pegadaian yang diperoleh nasabah tidak mencapai batas maksimum prosentase pinjaman (yakni 80%) dari harga kendaraan/taksiran barang jaminan, maka kepada nasabah tersebut akan diberikan diskon *ijarah* yang besarnya akan ditetapkan sesuai dengan uang pinjaman.

³⁴Nuzul Rahmat, Pimpinan Pegadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 13 Mei 2017

Menurut SE. No. 19/US.100/2008 tentang Petunjuk Pelaksanaan SK 07/US.1.00/2008 perihal penggolongan *Marhun Bih* dan Tarif Biaya Administrasi pada kantor cabang Pegadaian Syariah.

Menurut Nuzul besarnya *marhun bih* dihitung berdasarkan nilai taksiran. Nilai taksiran ditetapkan dari harga pasar barang. Penetapan nilai taksiran berpedoman pada ketentuan dalam buku pedoman menaksir dan surat edaran yang berlaku pada sistem konvensional sedangkan besarnya nilai pinjaman dihitung dari presentase nilai taksiran juga digunakan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya jasa simpanan, untuk memudahkan dalam penetapan tarif, maka besarnya tarif dapat dihitung atas dasar kelipatan nilai taksir per Rp. 10.000.³⁵

Halija menambahkan bahwa dalam menentukan besarnya pinjaman yang dapat diperoleh *rahin* maka dapat dihitung dari nilai *marhun* yang ditaksir dan pinjaman sebesar 90 % dari nilai taksiran dan harga disesuaikan dengan HPS (Harga Pasar Setempat), kemudian dilihat *marhun* tersebut termasuk dalam golongan *marhun-bih* yang mana sehingga dapat ditentukan berapa besar biaya administrasi yang harus dibayar oleh *rahin*. Terakhir dihitung tarif Ijarah yang harus dibayar oleh *rahin* sesuai dengan jenis *marhun* yang dimiliki.³⁶

3. Strategi dalam bidang promosi

Promosi yang dilakukan oleh pegadaian Syariah Cabang Palopo dalam memasarkan produk gadai syariah adalah dengan cara:

³⁵ Nuzul Rahmat, Pimpinan Pegadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 13 Mei 2017

³⁶ Halija, Penaksir Madya Pegadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 14 Mei 2017

Pertama, melalui Periklanan (*Advertising*), yaitu promosi yang dilakukan dalam bentuk gambar atau kata-kata yang tertuang dalam buku atau majalah pegadaian, spanduk, brosur, dan lain-lain. Seperti yang diungkapkan oleh Nuzul bahwa untuk melakukan promosi kami biasanya membagikan brosur kepada masyarakat.³⁷ Strategi promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo melalui periklanan baik majalah, brosur, spanduk, media social seperti facebook dan Instagram dan memberikan undian berhadiah kepada masyarakat yang mengumpulkan koin terbanyak.³⁸ Strategi tersebut cukup menarik minat nasabah untuk menggunakan produk gadai syariah yang ditawarkan oleh Pegadaian syariah Palopo dengan memberitahukan manfaat ataupun keuntungan yang dapat diperoleh.

Kedua, melalui Penjualan Pribadi (*Personal selling*), yaitu promosi yang dilakukan oleh karyawan Pegadaian Syariah Cabang Palopo dalam melayani, mensosialisasikan atau menjelaskan kelebihan produk- produk gadai syariah kepada nasabah yang datang langsung ke pegadaian syariah.

Ketiga, melalui Publisitas (*publicity*), yaitu promosi dengan cara menjadi seponsor untuk kegiatan-kegiatan yang membutuhkan dana, dan membuka stand di kegiatan tersebut. Dengan menerima mahasiswa magang dan observasi juga merupakan salah satu cara mempromosikan Pegadaian Syariah Palopo.

Promosi yang dilakukan dengan publisitas melalui kegiatan amal yang dilakukan, diharapkan agar masyarakat dapat melihat bahwa Pegadaian Syariah

³⁷ Nuzul Rahmat, Pimpinan Pengadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 13 Mei 2017.

³⁸ Nuzul Rahmat, Pimpinan Pengadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 13 Mei 2017.

peduli akan masyarakat yang kurang mampu, dan peduli akan kegiatan positif yang dilakukan oleh masyarakat.

Kotler dan Amstrong mengatakan bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran taktik yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam sasaran pasar. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Kemungkinan yang banyak itu dapat digolongkan menjadi empat kelompok variabel yang dikenal dengan 4P: *Product* (produk), *Price* (Harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (Promosi).³⁹

4P dalam *marketing mix* dan Strategi pemasaran tersebut juga yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Palopo. Sebelum melakukan strategi pemasaran 4P, hendaknya menentukan dulu *segmenting*, *targetting*, dan *positioning*. Yang pertama dalam *segmenting* harus menentukan dulu segmen pasar mana yang paling efektif.

Kedua *Targetting* maka langkah selanjutnya adalah menentukan sasaran pasar dan kemudian menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran yang diinginkan.

Ketiga *Positioning*, mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi yang dipilih. Posisi pasar yang telah di pilih sebaiknya diwujudkan, kemudian dikomunikasikan ke berbagai pihak yang membutuhkan termasuk pihak intern perusahaan.

³⁹ Kotler dan Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2003), h. 48.

Sebagai lembaga keuangan non bank pegadaian syariah harus terus berupaya meningkatkan mutu serta pelayanan dalam mengembangkan produk *ar-rahn*. Dengan menyediakan layanan dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan peraturan pemerintah dan syariah. Selanjutnya dalam memasarkan produk *ar-rahn* di Pegadaian Syariah Cabang Palopo lebih mengutamakan pemeliharaan hubungan baik dengan nasabah agar tetap setia dan loyal untuk menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

2. Peran Karakteristik Pemasaran Syariah terhadap Kepuasan Konsumen di Pegadaian Syariah Cabang Palopo.

Menurut Nuzul 4 karakteristik pemasaran syariah di pegadaian syariah adalah sebagai berikut:⁴⁰

1. Teistis (Rabbaniyyah)

Kekhasan dari marketing syariah, yang tidak dimiliki dalam marketing konvensional yang kita kenal selama ini adalah sifatnya yang religius (*diniyyah*). Kondisi ini dapat tercipta tidak karena keterpaksaan, tapi berangkat dari suatu kesadaran akan nilai-nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktifitas pemasaran agar tidak terperosok kedalam perbuatan-perbuatan yang dapat merugikan orang lain.

Jiwa seorang marketer syariah meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang teistis ini adalah hukum yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan, dan menyebarkan

⁴⁰ Nuzul Rahmat, Pimpinan Pegadaian Syariah Cabang Palopo "wawancara" 13 Mei 2017.

kemaslahatan. Karena merasa cukup akan segala kesempurnaan dan kebaikannya, dia rela melaksanakannya.

Seperti yang diungkapkan oleh Halijah, beliau mengatakan bahwa dari hati yang paling dalam, kami segenap pengurus pegadaian syariah cabang Palopo meyakini bahwa Allah swt selalu dekat dan mengawasinya (waskat) ketika kami sedang melaksanakan segala macam bentuk bisnis. Kami pun yakin bahwa Allah swt akan meminta pertanggung jawaban darinya atas pelaksanaan syariat itu dikemudian hari.⁴¹

Pernyataan tersebut sejalan dengan Allah berfirman, dalam surat Al-Zalzalah (099): 7-8 yang berbunyi:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Terjemahnya:

*Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.*⁴²

Seorang marketer syariah akan segera mematuhi hukum-hukum syariah, dalam segala aktivitasnya sebagai seorang marketer. Mulai dari ketika ia melakukan strategi pemasaran, memilah-milah pasar (*segmentasi*), kemudian memilih pasar mana yang harus ia fokus (*targeting*) dan ketika ia akan menetapkan apa identitas perusahaannya harus senantiasa tertanam dalam benak nasabahnya (*positioning*).

⁴¹Halija, Penaksir Madya Pengadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 14 Mei 2017

⁴²Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 2010), h. 450.

Kemudian, ketika ia harus menyusun taktik pemasaran, apa yang menjadi keunikan dari perusahaannya dibanding perusahaan lain (*differentiation*), begitu juga dengan *marketing mix*-nya, dalam mendesign produk, menetapkan harga, penempatan, dan dalam melakukan promosi, senantiasa dijiwai oleh nilai-nilai religius. Ia harus senantiasa menempatkan kebesaran Allah di atas segala-galanya. Apalagi dalam melakukan proses penjualan yang sering menjadi tempat seribu satu macam kesempatan untuk melakukan kecurangan dan penipuan, kehadiran nilai-nilai religius menjadi sangat penting.

Seperti yang diungkapkan oleh Nuzul beliau mengatakan bahwa pemasaran syariah sangat peduli pula dengan nilai. Pemasaran syariah, haruslah memiliki nilai yang lebih tinggi. Ia harus memiliki brand yang lebih baik, karena bisnis syariah adalah bisnis kepercayaan, bisnis berkeadilan, dan bisnis yang tidak ada tipu muslihat didalamnya. Pelayanan merupakan jiwa dalam bisnis syariah, karena itu Rasulullah pernah mengatakan, “*saidul kaum khadimuhum*”, perusahaan itu adalah pelayan bagi konsumennya. Dan terakhir, dalam hal proses, baik dalam internal proses, yang akan berdampak pada pelayanan kepada konsumen, maupun eksternal proses, seperti proses penyampaian, penyaluran, mudah dijangkau, haruslah menjadi kepedulian pemasaran syariah.⁴³

Marketer syariah selain tunduk kepada hukum-hukum syariah, ia juga senantiasa menjauhi segala larangan-larangannya dengan sukarela, pasrah, dan nyaman, didorong oleh bisikan dari dalam, bukan paksaan dari luar. Oleh sebab itu, jika suatu saat hawa nafsu menguasai dirinya lalu melakukan pelanggaran

⁴³ Nuzul Rahmat, Pimpinan Pengadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 13 Mei 2017.

terhadap perintah dan larangan syariah. misalnya mengambil uang yang bukan haknya, memberi keterangan palsu, ingkar janji dan sebagainya, maka dia akan merasa berdosa, kemudian segera bertaubat dan mensucikan diri dari penyimpangan yang dilakukan. Ia akan senantiasa memelihara hatinya agar tetap hidup, dan memancarkan cahaya kebaikan dalam segala aktifitas bisnisnya.

2. Etis (*Akhlaqiyah*)

Sifat ini sebenarnya merupakan turunan dari sifat teistis (*robbaniyyah*). Dengan demikian pemasaran syariah adalah pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tidak peduli apapun agamanya. Karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama yang diturunkan oleh Allah swt.

Seperti yang Diungkapkan oleh Maksum beliau mengatakan bahwa manusia membutuhkan baik aqidah, akhlak (moral, etika), maupun syariah. Dua komponen pertama, aqidah dan Akhlak (moral, etika), bersifat konstan. Keduanya tidak mengalami perubahan apapun dengan berbedanya waktu dan tempat. Sedangkan syariah senantiasa berubah sesuai dengan kebutuhan dan taraf peradaban ummat, yang berbeda-beda sesuai dengan rasulnya masing-masing.⁴⁴

Prinsip bersuci dalam Islam tidak hanya dalam rangkaian ibadah, namun dapat kita temukan juga dalam kehidupan sosial sehari-hari. Dalam berbisnis, berumah-tangga, bergaul, bekerja, belajar, dan lain-lain. Di semua tempat itu, kita diajarkan bersikap suci. Menjauhkan diri dari dusta, kezaliman, menipu, khianat,

⁴⁴Maksum, Pemegang Aggunan Cabang Pengadaian Syariah Cabang Palopo“wawancara” 14 Mei 2017.

dan bahkan sikap bermuka dua (munafik). Itulah sesungguhnya hakikat pola hidup bersih sebagai seorang marketer syariah.

3. Realistis (*al-waqiah*)

Pemasaran syariah, bukanlah konsep yang eksklusif, fanatisme, dan rigid. Bukan pula konsep yang kempungan dan kaku. Pemasaran syariah, adalah konsep pemasaran yang sangat-sangat fleksibel sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah Islamiyyah yang melandasinya.

Hendri mengatakan bahwa marketer syariah bukanlah marketer yang harus pakai jubah, memanjangkan jenggot, celana panjang di atas mata kaki, dan mengharamkan dasi karena simbol barat. Pemasaran syariah tidak harus demikian, marketer syariah adalah para marketer profesional, dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, bekerja sangat dengan profesional, dan mengedepankan nilai-nilai religius, keshalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktifitas pemasarannya.⁴⁵

Halija menambahkan market syariah tidak kaku, tidak eksklusif, tapi sangat fleksibel dan luwes dalam bersikap dan bergaul. Ia sangat memahami bahwa dalam situasi pergaulan di lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama, dan ras, ada ajaran yang diberikan oleh Allah swt dan di contohkan oleh nabi untuk bisa bersikap lebih bersahabat, santun dan simpatik terhadap saudara-saudaranya dari umat lain. Ada sejumlah pedoman dalam perilaku bisnis

⁴⁵Hendri Sania, Kasir Pengadaan Syariah Cabang Palopo“wawancara” 14 Mei 2017.

yang dapat diterapkan kepada siapa saja tanpa melihat suku, agama, dan asal usulnya.⁴⁶

Fleksibilitas atau kelonggaran (*al`afw*) sengaja diberikan oleh Allah agar penerapan syariah senantiasa realistis (*al-waqiah*) dan dapat mengikuti perkembangan zaman, sebagaimana sabda Nabi saw, Allah berfirman dalam surat Al-Maaidah (005): 101:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَسْـَٔلُوْا عَنۡ اَشْيَآءٍ اِنۡ تُبَدَّلۡ لَكُمْ تَسْـَٔلُوْكُمْ وَاِنۡ تَسْـَٔلُوْا عَنْهَا حِيْنَ يُنۡزِلُ الْقُرْءَانَ تُبَدَّلۡ لَكُمْ عَفَا اللّٰهُ عَنْهَا وَاللّٰهُ غَفُوْرٌ حَلِيْمٌ ﴿١٠١﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menanyakan (kepada Nabimu) hal-hal yang jika diterangkan kepadamu akan menyusahkan kamu dan jika kamu menanyakan di waktu Al Quran itu diturunkan, niscaya akan diterangkan kepadamu, Allah memaafkan (kamu) tentang hal-hal itu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun.⁴⁷

Semua ini menunjukkan bahwa sedikitnya beban dan luasnya ruang kelonggaran bukanlah suatu kebetulan, melainkan kehendak Allah agar syariah Islam senantiasa abadi dan kekal sehingga sesuai bagi setiap zaman, daerah dan keadaan apapun.

4. Humanistis (*Al-Insaniyyah*)

Keistimewaan pemasaran syariah yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Pengertian humanistis (*al-insaniyyah*) adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang, dengan panduan syariah. Dengan memiliki nilai humanistis ia menjadi manusia yang terkontrol,

⁴⁶Halija, Penaksir Madya Pengadaian Syariah Cabang Palopo “wawancara” 14 Mei 2017

⁴⁷ Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 2010), h.

dan seimbang (*tawazun*), bukan manusia yang serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Manusia yang bisa bahagia di atas penderitaan orang lain, manusia yang hatinya kering dengan kepedulian sosial.

Syariat Islam adalah syariah humanistik (*insaniyyah*). Syariat Islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, tanah air, dan status. Hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariat humanistik universal. Yang dimaksud dengan universal (*al-,alamiyyah*) seluruh penduduk planet ini sebagai satu kesatuan yang tidak terpisah.

Seperti nasabah di pegadaian syariah cabang palopo mereka tidak membeda-bedakan nasabahnya baik dari segi agama maupun ras. Seperti hasil wawancara dengan Nuzul belia mengatakan bahwa kami tidak memedulikan semua faktor yang membeda-bedakan manusia, baik asal daerah, warna kulit, maupun status sosial. Islam mengarahkan seruannya kepada seluruh manusia, bukan kepada sekelompok orang tertentu, atas dasar ikatan persaudaraan antarsesama manusia. Mereka semua adalah hamba Tuhan Yang Esa yang telah menciptakan dan menyempurnakan mereka. Mereka semua adalah anak dari seorang laki-laki dan seorang perempuan (Adam dan Hawa). Status mereka sebagai hamba Tuhan dan anak Adam telah mengikat tali persaudaraan di antara mereka.⁴⁸

⁴⁸Nuzul Rahmat, Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Cabang Palopo "wawancara" 13 Mei 2017.

Pendapat diatas sejala dengan firman Allah swt dalam surat al-Hujuraat
(049) : 13 :

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ
أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Terjemahnya:

Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.⁴⁹

Ayat ini tidak mengingkari keragaman suku dan bangsa, tetapi menyuruh semua manusia mengingat asal tempat mereka tumbuh. Mereka juga tidak boleh melupakan tujuan di balik perbedaan tersebut, yaitu untuk saling mengenal dan menolong, bukan saling menaklukkan dan memerangi. Saling percaya satu sama lain, bukan saling curiga. Saling bantu membantu, bukan saling melempar bom. Oleh karena itu, Rasulullah Saw menyeru seluruh umat manusia agar menjalin persaudaraan, agar tidak saling mengungguli, dan tidak saling mengganggu. Prinsip persaudaraan ini dijadikan prinsip utama risalahnya, sampai-sampai ada riwayat yang menjelaskan bahwa setiap akhir shalat, Rasulullah Saw berdoa dengan doa yang luas, mendalam dan merangkum seluruh dakwahnya ini.

⁴⁹ Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 2010), h. 275.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada Pegadaian Syariah palopo, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh karakteristik pemasaran terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Palopo sebesar 0,931 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel karakteristik pemasaran (teistis, etis, realistis dan humanistis) terhadap kepuasan nasabah sebesar 93,1 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

B. Saran

Berdasarkan analisa dan kesimpulan tersebut maka penulis memberikan saran-saran sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan dan memajukan Pegadaian Syariah di Kota Palopo;

1. Penulis menyarankan kepada Pegadaian Syariah untuk mengembangkan karakteristik pemasaran yang lebih inovatif sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dan dapat menggunakan prinsip syariah dalam karakteristik pemasaran pihak ketiga.

2. Kedepannya diharapkan agar Pegadaian Syariah dapat membuat sebuah usaha yang langsung dikelola oleh grup dari Pegadaian Syariah sehingga Pegadaian Syariah disini tidak terbatas pada lembaga perantara namun sebagai pengelola sepenuhnya atas gadai di simpan nasabah pada Pegadaian Syariah Palopo.

3. Para karyawan Pegadaian Syariah Palopo diberi bekal pemahaman yang cukup tentang syariah Islam dan hal-hal yang berkaitan dengan perhitungan bagi hasil serta perbedaannya dengan system bunga yang diterapkan oleh Pegadaian Konvensional agar dapat menjelaskan prinsip bagi hasil dengan jelas kepada nasabah dan tidak menyamakan kedua hal tersebut.

4. Pegadaian Syariah hendaknya berperan aktif dalam aktifitas karakteristik pemasaran untuk masyarakat melalui cabang-cabang Pegadaian Syariah lainnya yang lebih prospektif. Sehingga karakteristik pemasaran dalam masyarakat mereka semakin bagus dan dapat dirasakan manfaatnya oleh karyawan dan nasabah Pegadaian Syariah.

5. Meningkatkan kinerja pengurus dan karyawan Pegadaian Syariah Palopo. Melalui etos kerja sehingga Pegadaian Syariah dalam menjalankan aktifitasnya dapat berkembang lebih baik lagi terhadap pemberian kebijakan pinjaman untuk tiap nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Abdul Ghafur. *Konsep Gadai Di Indonesia, Implementasi Dan Institusionalisasi, Edisi Pertama, Cet Pertama Gadjia Mada University Press*, Yogyakarta 2006.
- Hasari, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Chalia Indonesia. 2010.
- Bank Muamalat institute, *Perbankan Syariah Perspektif Praktis*. Jakarta: 1999.
- Soetjipto, Budi W. Sahala Harahap. *Kisah Sukses Para Kampium SDM*, Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Yanggo, Chuzimah T dan Hafis Anshari, *Problematika Hukum Islam Kontempore*, Jakarta: LSIK, 1997. Chuzimah
- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta; Adipura, 2003.
- Kartajaya, Hermawan. Muhammad Syakir Sula, *Pemasaran Syariah*, Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- [Http://www.SinarHarapan.co.id](http://www.SinarHarapan.co.id). di akses pada tanggal 15 Desember 2009
- [Http://www.SinarHarapan.co.id](http://www.SinarHarapan.co.id). di akses pada tanggal 15 Desember 2009
- Kamsir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002.
- Hasan, M. ALI, Masail fiqiyah. *Zakat, Pajak, Asuransi, dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997.
- Christina, Maria Ayuk. *Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Layanan Simpanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Kantor Cabank Pattimura Semarang UNNES*, 2006.
- Hadi, Muhammad Sholikul. *Pegadaian Syariah*, Jakarta: Salemba Diniyah. 2003.
- Kotler, Philip, A B. Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Selembat Empat. 1999.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta, 2007.
- Rais, Sasli. *Pegadaian Syariah: Konsep dan Sistem Operasional Cet pertama*, UI-Press, Jakarta: 2005.
- Sryadi, *Bisnis Manajemen Perusahaan Modern Ikip Press*, Semarang 1991.
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian :Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

ANGKET PENELITIAN
PERAN KARAKTERISTIK PEMASARAN SYARIAH TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PEGADAIAN SYARIAH PALOPO

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

PETUNJUK PENGISIAN:

1. Mohon mengisi angket ini dengan menjawab seluruh pertanyaan yang ada.
2. Berilah tanda cek (√) pada kolom yang tersedia dan pilihlah sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Terdapat empat alternative jawaban, yaitu:
 Sangat Setuju (SS)
 Setuju (S)
 Kadang-Kadang (KK)
 Tidak Setuju (TS)
 Sangat Tidak Setuju (STS)

Setiap orang mempunyai jawaban masing-masing berdasarkan keadaan sebenarnya. Pilih jawaban yang paling sesuai dengan diri Anda, karena tidak ada jawaban yang salah

I. Penilaian Teistis (*Rabbaniyah*)

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	KK	TS	STS
1	Petugas pegadaian syariah dalam memasarkan produknya tidak ada penipuan					
2	Petugas Pegadaian syariah dalam memasarkan produknya tidak ingkar janji					

II. Penilaian Etis

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	KK	TS	STS
1	Petugas pegadaian syariah bersikap ramah, berperilaku baik dan sopan					
2	Petugas pegadaian syariah bersikap rendah hati dalam penawaran					

III. Penilaian Realistis

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	KK	TS	STS
1	Petugas pegadaian syariah berpenampilan bersih dan rapi					
2	Petugas pegadaian syariah bersikap baik dalam bekerja, profesional dan berpengalaman (menguasai dengan betul tentang produk yang ditawarkan)					

IV. Penilaian Humanistis

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	KK	TS	STS
1	Petugas pegadaian syariah tidak membedakan status semua nasabah.					
2	Petugas pegadaian syariah bersedia membantu kesulitan yang dialami nasabah					

V. Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Pilihan				
		SS	S	KK	TS	STS
1	Petugas pegadaian syariah cabang palopo menyediakann produk yang dibutuhkan nasabah					
2	Nasabah merekomendasikan kepada teman untuk menjadi nasabah pegadaian syariah cabang Palopo					

DOKUMENTASI

