

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu jenis lembaga keuangan Non-Bank di Indonesia adalah pegadaian. Pegadaian adalah salah satu lembaga pemerintah yang bergerak di bidang jasa penyaluran pinjaman yang mempunyai tujuan khusus yaitu menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai yang bertujuan untuk mencegah praktek ijon, pegadaian gelap, dan pinjaman tidak wajar lainnya. (Syafuruddin, 2014). Seiring berkembangnya produk-produk berbasis syariah, sektor pegadaian juga ikut mengalaminya. Pegadaian syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip syariah. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, 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 bagi hasil. (Soemitro, 2009)

Keberhasilan suatu perusahaan pasti diiringi dengan strategi tertentu agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Salah satunya yaitu dengan memperkuat reputasi perusahaan, kualitas pelayanan, dan promosi sehingga nasabah yang telah ada maupun nasabah potensial dapat memutuskan untuk menggunakan jasa perusahaan. Pada zaman sekarang ini, masyarakat sudah lebih selektif dan hati-hati dalam memilih lembaga keuangan mana yang akan dijadikan tempat untuk melakukan transaksi keuangan.

Reputasi merupakan suatu atribut yang diberikan kepada nasabah berdasarkan pada informasi dari orang atau sumber lain. Reputasi dapat menjadi penting untuk membangun kepercayaan seorang nasabah terhadap perusahaan karena nasabah tidak memiliki pengalaman pribadi dengan perusahaan tersebut, reputasi dari mulut ke mulut yang juga menjadi kunci ketertarikan nasabah (Nurhatinah, 2018). Publik melihat reputasi suatu perusahaan secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan pengalaman dan informasi yang ada.

Dalam persaingan bisnis, reputasi perusahaan digunakan sebagai pembeda antara pengguna jasa dengan jasa lainnya. Saat ini, telah banyak jasa yang ditawarkan sehingga membuat konsumen leluasa dalam memilih. Reputasi adalah salah satu unsur penting bagi suatu perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nasabah agar tetap memilih perusahaan yaitu adanya kualitas layanan. Keandalan sistem pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap pegadaian syariah. Dalam ulasan para nasabah di laman pegadaian syariah Awirarangan Kuningan, para nasabah menyebutkan bahwa kualitas layanannya masih kurang dan belum optimal. Contohnya seperti, lebih mendahulukan nasabah yang baru datang dibandingkan dengan nasabah yang telah mengambil antrian dan menunggu. Apabila hal tersebut tidak diperbaiki, maka akan berdampak pada menurunnya jumlah nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.

Menurut Lupiyoadi dalam (Wahab, 2017) menyebutkan bahwa kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Kualitas yang baik dapat dilihat dari adanya kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan, serta empati dari petugas pelayanan terhadap pelanggan yang memiliki kesan kuat dan langsung dirasakan oleh pelanggan saat itu juga (Rahmayanty, 2013).

Promosi merupakan faktor penting bagi suatu perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, tetapi juga sebagai alat untuk menarik konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Utami, 2017). Pegadaian syariah harus memilih cara yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang produk atau jasanya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada bapak Bambang Yudianto, menyatakan bahwasanya tidak ada promosi khusus yang dilakukan oleh pegadaian syariah Awirarangan Kuningan. Apabila terdapat produk atau jasa baru, diberitahukan kepada nasabah langsung di tempat pada saat bertransaksi. (Yudianto, wawancara, 11 November 2021) Dengan adanya promosi yang dilakukan, diharapkan masyarakat menjadi lebih tahu mengenai produk ataupun jasa di

pegadaian syariah Awirarangan Kuningan. Ketiga faktor tersebut akan memberikan kepuasan serta pemahaman pada nasabah sehingga terdorongnya minat nasabah menggunakan jasa di Pegadaian Syariah.

Minat nasabah yaitu keinginan nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah. Minat nasabah dalam menggadaikan ataupun dalam menggunakan jasa pegadaian syariah terdiri dari beberapa hal, diantaranya yaitu mudah dalam pelaksanaannya, cepat transaksinya, pelayanan yang ramah serta prima dalam melayani nasabahnya, dan bebas bunga (Muntasir, 2016).

Dalam pegadaian syariah, terdapat jasa gadai syariah (*rahn*). *Rahn* dapat diartikan sebagai menggadaikan barang dari satu pihak kepada pihak lain untuk ditukarkan dengan sejumlah uang. Barang yang digadaikan memiliki nilai ekonomis dan dapat dimanfaatkan dengan baik secara keseluruhan maupun sebagian. Maka, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya (Suryani, 2009).

Payung hukum gadai syariah dalam hal pemenuhan prinsip-prinsip syariah berpegang pada Fatwa DSN MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang *rahn* yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan (Soemitro, 2009).

Dilansir dari iconomics, PT Pegadaian (Persero) mencatat kenaikan jumlah nasabah sebesar 21,4% pada semester I tahun 2021. Jumlah nasabah naik dari 15 juta orang pada 30 Juni 2020 menjadi 18 juta orang pada 30 Juni 2021. Penambahan nasabah tersebut berdampak pada peningkatan omset bisnis gadai tumbuh 6,1% dari Rp75,57 triliun menjadi Rp80,18 triliun. Kenaikan omset tersebut terdiri dari gadai konvensional naik 5,9% dari Rp64,21 triliun menjadi Rp67,98 triliun dan gadai syariah naik 7,4% dari Rp11,36 triliun menjadi Rp12,2 triliun (Hatta, 2021).

Fenomena tersebut membuktikan bahwa pegadaian tetap hadir sebagai solusi bagi masyarakat yang perekonomiannya sedang mengalami kesulitan di tengah pandemi Covid-19 terutama gadai syariah yang semakin naik jumlah nasabahnya. Hal tersebut telah memperkuat reputasi pegadaian syariah dan kepercayaan masyarakat pun semakin bertambah. Upaya pegadaian untuk bisa

mempertahankan kinerja tersebut ditengah pandemi tidaklah mudah. Dengan melonjaknya jumlah nasabah, perlu adanya peningkatan kualitas layanan pegadaian syariah khususnya dalam jasa gadai syariah agar masyarakat merasa puas dan terus berminat untuk menggunakan jasa pegadaian syariah. Selain itu, promosi yang dilakukan harus lebih ditingkatkan lagi. Semakin kuat reputasi pegadaian syariah unit Awirarangan Kuningan, kualitas pelayanan, serta promosinya, maka semakin kuat intensi masyarakat terhadap minat menggunakan jasa gadai syariah tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Reputasi, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Gadai Syariah (Survei Pada Nasabah Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan).”**

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini yaitu:

- a. Kualitas layanan yang masih belum optimal.
- b. Reputasi perusahaan menjadi terancam.
- c. Dengan meningkatnya nasabah disaat pandemi, perlu adanya pengoptimalan kualitas layanan agar nasabah merasa puas dan terus menggunakan jasa pegadaian syariah.
- d. Masih kurangnya promosi yang dilakukan.

2. Batasan Masalah

Dari uraian di atas terlihat bahwa permasalahan dalam penelitian ini sangatlah kompleks, sedangkan peneliti memiliki keterbatasan ilmu, materi dan waktu, maka peneliti membatasi variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu, peneliti akan membatasinya dan hanya berkaitan dengan **“Pengaruh Reputasi, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Gadai Syariah (Survei Pada Nasabah Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan).”**

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh reputasi terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah di pegadaian syariah Awirarangan Kuningan?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah di pegadaian syariah Awirarangan Kuningan?
- c. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah di pegadaian syariah Awirarangan Kuningan?
- d. Bagaimana pengaruh reputasi, kualitas layanan, dan promosi secara bersama-sama terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah di pegadaian syariah Awirarangan Kuningan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Terdapat beberapa tujuan dalam penelitian ini yang sesuai dengan permasalahan yang diajukan yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh reputasi terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah di pegadaian syariah Awirarangan Kuningan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah di pegadaian syariah Awirarangan Kuningan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah di pegadaian syariah Awirarangan Kuningan.
- d. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh reputasi, kualitas layanan, dan promosi secara bersama-sama terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah di pegadaian syariah Awirarangan Kuningan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca dan bagi pribadi peneliti terkait pengaruh reputasi, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah. Serta menambah pengalaman bagi peneliti, sehingga menjadi sarjana yang aktif dalam meneliti.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian serupa dan juga dapat dijadikan perbandingan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide pemikiran dan pengetahuan terkait pengaruh reputasi, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah.

c. Bagi Pegadaian Syariah

Hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan. Terkait dengan pengoptimalan kualitas layanan dan promosi yang dilakukan agar nasabah menjadi puas dan terus berminat menggunakan jasa pegadaian syariah khususnya gadai syariah.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan kemudahan pemahaman dan memberikan gambaran umum kepada pembaca tentang penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti. Adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, dalam bab ini akan dijelaskan secara garis besar yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, dalam bab ini berisi uraian teori-teori yang digunakan dalam membahas masalah yang meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, dalam bab ini membahas mengenai rencana dan prosedur penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yang bertujuan untuk menjawab hipotesis penelitian yang meliputi sasaran, waktu, dan tempat penelitian, metode penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, operasional variabel penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, dalam bab ini berisi hasil yang diperoleh dari pengolahan data melalui metode yang digunakan, meliputi gambaran objektif penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP, dalam bab ini terdiri dari simpulan dan saran-saran hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya.

