BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Isu mengenai literasi (pengetahuan) keuangan beberapa tahun terakhir ini telah menjadi salah satu kebijakan pemerintah di berbagai negara termasuk Indonesia. Pembangunan ekonomi yang sedang dilakukan saat ini tidak semata-mata bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat saja, melainkan memiliki tujuan untuk meciptakan masyarakat Indonesia yang berwawasan luas serta memiliki pandangan jauh ke depan. Oleh karena itu, pembangunan ekonomi dilakukan tidak hanya melalui pembangunan sarana fisik yang dapat dilihat dan dirasakan secara langusung oleh masyarakat, tetapi juga melalui pengembangan kemampuan berpikir dari masyarakat Indonesia sendiri. Salah satunya dengan mengembangkan kemampuan berpikir masyarakat Indonesia dalam hal pengelolaan keuangan.

Di Indonesia melalui lembaga Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah berupaya untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat, salahsatunya dengan meningkatkan pemahaman masyarakat dan konsumen mengenai Lembaga Jasa Keuangan (LJK) serta produk dan jasa yang ditawarkan pada industri keuangan tersebut. Dengan demikian tingkat pengetahuan dan tingkat utilitas mengenai industri keuangan akan meningkat, tidak hanya itu juga akan meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat serta konsumen terhadap lembaga dan produk jasa keuangan di Indonesia (*financial well-literate)*. Literasi keuangan terjadi saat individu memiliki sekumpulan keahllian dan kemampuan yang membuat seseorang dapat memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan. Individu yang memiliki kemampuan untuk membuat keputusan yang benar tentang keuangan akan meminimalisir masalah keuangan yang mungkin terjadi di masa depan dan dapat menunjukkan perilaku keuangan yang sehat serta mampu menetukan mana yang menjadi prioritas kebutuhan dan bukan keinginan.

Chinen dan Endo (2012) mengatakan bahwa individu yang memiliki kemampuan untuk membuat keputusan yang benar tentang keuangan tidak akan memiliki masalah keuangan dimasa depan dan menunjukkan perilaku keuangan

yang sehat serta mampu menentukan prioritas kebutuhan bukan keinginan. Perilaku keuangan yang sehat ditunjukkan oleh aktivitas perencanaan, pengelolaan serta pengendalian keuangan yang baik. Indikator cara pengelolaan keuangan yang baik dapat dilihat dari cara/sikap seseorang dalam mengelola keluar masuknya uang, manajemen kredit, tabungan dan investasi Hilgert dan Hogart dalam (Laily, 2016). Bijak tidaknya pengelolaan keuangan pribadi ini erat kaitannya dengan kemampuan serta pengetahuan seseorang akan konsep-konsep keuangan yang dikenal dengan literasi keuangan. Literasi keuangan didefinisikan sebagai kecerdasan atau kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya. Literasi keuangan merupakan keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada *trade off* yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah melakukan survey nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) masyarakat Indonesia tahap tiga pada tahun 2019. Hasil survey menunjukkan bahwa:

Tabel 1. 1

Presentase Literasi Keuangan Syariah Berdasarkan Sektor Jasa Keuangan

Sektor Jasa Keuangan Syariah	Literasi Keuangan Syariah	
	2016	2019
Perbankan	6,63%	7,92%
Perasuransian	2,51%	3,99%
Dana Pensiun	0,0%	2,97%
Lembaga Pembiayaan	0,19%	4,01%
Pergadaian	1,63%	4,51%
Pasar Modal	0,02%	-
Lembaga Keuangan Mikro	-	0,25%

(Sumber :(OJK, 2020b))

Dari tabel diatas, selain industri perbankan syariah, industri pergadaian syariah memiliki indeks literasi keuangan syariah yang lebih besar dibandingkan

industri keuangan syariah lainnya yaitu sebesar 4,51% pada tahun 2019. Dalam hal ini mengalami peningkatan sebesar 2,88% dari tahun 2016.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh OJK dalam meningkatkan literasi keuangan syariah yaitu dengan menerbitkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/SEOJK.07/2014 tentang Pelaksanaan Edukasi Dalam rangka Meningkatkan Literasi Keuangan Kepada Konsumen dan/atau Masyarakat. Pelaksanaan dari edukasi ini wajib dilakukan oleh PUJK (Pelaku Usaha Jasa Keuangan) kepada konsumen atau masyarakat sebagai program tahunan. Kegiatan tersebut diawasi dan didaftarkan ke OJK, pelaku usaha yang harus melaksanakan kegiatan tersebut yaitu konvensional maupun syariah yang terdiri dari Bank Umum, Bank Perkreditan Rakyat, dana Pensiun Lembaga Keuangan, Manajer Investasi, Perantara Pedagang Efek, Modal Ventura, Perusahaan Asuransi, Pegadaian, Perusahaan Pembiayaan dan Perusahaan Penjaminan (OJK, 2014).

Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang memberikan pembiayaan dan penyaluran dana kepada masyarakat. Usaha gadai merupakan suatu kegiatan menjaminkan barang berharga kepada pihak terentu, supaya memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijanjikan akan ditebus sesuai kesepakatan antara nasabah dengan lembaga pegadaian. Perum pegadaian mengeluarkan produk berbasis syariah yang disebut dengan pegadaian syariah. pegadaian syariah adalah salah satu badan usaha di Indonesia yang memiliki izin secara resmi untuk menyelenggarakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran kepada masyarakat yang dalam melaksanakan kegiatannya berpegang terhadap prinsip syariah (Habibah, 2017).

Pegadaian hadir sebagai salah satu solusi bagi masyarakat, ketika seseorang membutuhkan dana cepat dalam situasi yang darurat, sedangkan yang bersangkutan tidak memiliki uang *cash* atau tabungan, maka pegadaian sebagai bentuk pendanaan pihak ketiga dapat menjadi alternatif untuk memecahkan masalah tersebut. Saat akan menggunakan jasa perbankan bagi sebagian orang akan menghadapi administrasi dan persyaratan yang tergolong rumit, sehingga beberapa orang malas untuk menggunakan jasa perbankan dan lebih memilih untuk datang pada rentener, meski dengan bunga yang cukup tinggi. Sebagian

orang memilih pegadaian syariah karena memiliki harta yang bisa dijadikan agunan, sebab transaksi gadai paling aman, legal dan terlembaga (Subagiyo, 2014).

Menurut (Tulasmi, 2020) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan dari data statistik bahwa di Indonesia terdapat 6.739.396 nasabah aktif pegadaian konvensional dan 82.846 nasabah aktif pegadaian syariah pada tahun 2019. Ini disebabkan pengguna layanan jasa keuangan pegadaian sebagian besar berasal dari kalangan masyarakat ekonomi menengah ke bawah, yang secara umum tidak mengenyam pendidikan yang tinggi, sehingga pemahaman terkait pegadaian syariah cukup rendah. Terlebih lagi pegadaian syariah menggunakan akad-akad syariah yang tidak familiar dalam masyarakat.

Mahasiswa sebagai orang yang mengenyam pendidikan tinggi tidak menjamin bahwa mereka memiliki literasi keuangan yang baik. Bukti empiris rendahnya literasi keuangan juga terjadi pada kalangan mahasiswa seperti yang diungkapkan Chen dan Volpe dalam (Laily, 2016) bahwa rendahnya literasi keuangan mahasiswa terjadi karena kurangnya edukasi *personal finance* di universitas. Lebih lanjut, Nidar dan Bestari (2012) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa level literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa masih dikategorikan rendah. Akan tetapi, Nidar dan Bestari (2012) dalam penelitiannya hanya menggunakan satu universitas sebagai sampel. Selain itu, penelitian ini tidak mengkorelasikan literasi keuangan dengan perilaku kerungan mahasiswa yang diduga memiliki korelasi dengan pengambilan keputusan. Chen dan Volpe menyarankan agar dilakukan investigasi lebih lanjut tentang literasi keuangan pada mahasiswa jurusan bisnis/manajemen.

Mahasiswa yang memiliki pengetahuan serta kemampuan dalam mengelola keuangannya dengan baik akan menunjukkan perilaku pengambilan keputusan yang bijak tentang keuangan seperti kapan waktu yang tepat untuk berinvestasi, menabung, serta menggunakan kartu kredit. Studi empiris juga menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan memiliki korelasi dengan masalah utang Lusardi dan Tufano dalam (Laily, 2016). Hal ini mengidentifikasi bahwa tanpa pengetahuan yang cukup tentang konsep-konsep keuangan dan manajemen *personal finance* yang baik maka dimungkinkan mahasiswa akan

terjerumus pada utang. Ansong (2012) dalam (Laily, 2016) mengatakan bahwa mahasiswa jurusan ekonomi dan bisnis memiliki pengetahuan yang lebih tentang keuangan dibandingkan dengan jurusan lainnya.

Pengetahuan seseorang tentang keuangan sangat erat hubungannya dengan faktor usia Ansong dan Gyensare (2012) dalam (Laily, 2016). Usia diduga memiliki korelasi yang positif dengan literasi keuangan karena semakin tinggi usia seseorang maka semakin banyak pengalamannya. Hal ini mengidentifikasi bahwa semakin dewasa seseorang maka akan semakin bijak dalam mengelola keuangannya. Oleh karena itu peneliti mengambil populasi mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon angkatan tahun 2018 dalam penelitian ini. Karena mahasiswa angkatan tahun 2018 dianggap memiliki literasi keuangan yang lebih baik dibandingkan mahasiswa baru karena usia mahasiswa angkatan tahun 2018 sudah lebih dewasa jika dibandingkan dengan mahasiswa di bawahnya.

Selain itu, mahasiswa akhir sering dihadapkan pada berbagai pilihan keuangan yang cukup rumit, mulai dari membayar uang kuliah, sewa kost, membeli buku, membeli paket internet, menabung dan bahkan ada yang bekerja untuk mencukupi kebutuhan tersebut karena sebagian besar dari mereka malu untuk meminta uang kepada orangtua tua dan tidak ingin membebankan orangtua karena sudah membiayai dari awal masa perkuliahan. Mahasiswa yang kurang cakap dalam mengatur keuangan, tentunya akan kesulitan dalam menyelesaikan masalah masalah tersebut. Apalagi pada saat ada kebutuhan mendadak yang harus segera diselesaikan di luar biaya biaya yang sudah disebutkan tadi. Dalam hal ini, mahasiswa bisa memanfaatkan jasa pegadaian syariah untuk mendapatkan uang cash dalam waktu yang cepat atau dalam keadaan mendesak. Cukup dengan memberikan barang untuk jaminan, sudah bisa mendapatkan dana. Barang jaminan dapat berupa emas, barang elektronik, alat- alat pertanian dan perikanan, kendaraan serta sertifikat.

Mahasiswa dirasa telah mengetahui sedikitnya tentang jasa pegadaian syariah ini tetapi hanya sebatas mengenal saja dan belum terlibat di dalam nya. Pembelajaran mengenai literasi pegadaian syariah tidak diberikan dalam mata kuliah tersendiri, namun aspek aspek litersi pegadaian syariah dapat ditemui dalam beberapa mata kuliah keuangan antara lain, mata kuliah manajemen

keuangan, bank dan lembaga keuangan lainnya, investasi dan pasar modal, serta akuntansi keuangan. Mata kuliah tersebut diberikan pada mahasiswa fakultas ekonomi. Bagi mahasiswa dari fakultas non-ekonomi mereka memperoleh pengetahuan keuangan melalui mata kuliah kewirausahaan. Dengan begitu, dapat meyakinkan dan memudahkan mahasiswa untuk memilih menggunakan jasa pembiayaan di pegadaian syariah.

Selain faktor literasi, ada faktor lain yang harus diperhatikan pegadaian syariah untuk dapat menarik minat nasabah yaitu upaya pegadaian syariah untuk mengenalkan produknya melalui kegiatan periklanan atau *advertising*. Iklan adalah salah satu komunikasi pemasaran yang dipergunakan untk mengenalkan produk ke pasar sasaran dan juga bisa menjadi pembeda dengan pesaing. Iklan merupakan motivasi konsumen untuk mempertimbangkan pembelian merek dan menciptakan asosiasi merek yang kuat dengan semua pengaruh komunikasi yang tersimpan sehingga dapat memberikan pengaruh ketika konsumen mempertimbangkan untuk melakukan pembelian (Kotler dan Keller, 2009).

Dengan demikian, iklan akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen yang dimulai dari menimbulkan minat beli konsumen. Kotler dan Keller dalam (Adi, 2015) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan mengingatkan suatu produk yang ditawarkan.

Di zaman modern seperti saat ini, kita dapat menemukan berbagai macam iklan dengan mudah, baik iklan dalam bentuk *hardcopy* maupun *softcopy*. Iklan juga menjadi instrumen yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas.

Dari hasil wawancara kepada beberapa mahasiswa IAIN Syekh Nurjati mengungkapkan bahwa pegadaian syariah belum melakukan pengenalan produk secara langsung kepada mahasiswa, melainkan mahasiswa hanya mengetahui produk pegadaian syariah dari media elektronik dan media cetak sehingga minat mahasiswa belum terbentuk. Inilah yang menyebabkan mahasiswa belum banyak yang melakukan pembiayaan di pegadaian syariah, karena kurangnya pemahaman

mengenai produk-produk dari pegadaian syariah. Mahasiswa hanya mengetahui sekilas mengenai produk-produk pegadaian syariah.

Selain itu, kegiatan periklanan yang dilakukan oleh pihak pegadaian syariah juga dapat meyakinkan mahasiswa untuk menggunakan produk pegadaian syariah. Iklan merupakan faktor yang penting bagi suatu perusahaan dalam memperkenalkan produk dan jasanya. Iklan yang menarik dan menjanjikan mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Pengadaian harus memilih cara yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang produk dan jasanya (Maimunah, 2017).

Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk mendalami atau mengkaji lebih dalam terkait masalah di atas dengan judul "***Pengaruh Literasi Pegadaian Syariah Dan Advertising Terhadap Minat Mahasiswa Melakukan Pembiayaan Di Pegadaian Syariah (Survey Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon)"***.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diajukan sebelumnya, maka identifikasi masalah penelitian ini sebagai berikut:

a. Kurangnya kegiatan pengenalan produk yang dilakukan oleh pegadaian syariah
b. Kurangnya pemanfaatan media *advertising* seperti iklan pada media cetak dan elektronik akan mempengaruhi minat mahasiswa dalam melakukan pembiayaan di pegadaian syariah.
c. Tingkat pemahaman mahasiswa mengenai produk pegadaian syariah masih rendah.

2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas penelitian ini tidak membahas semua permasalahan yang telah disebutkan. Sehingga perlu adanya batasan masalah. Penelitian ini akan difokuskan pada pengaruh literasi pegadaian syariah dan *advertsing* terhadap minat mahasiswa IAIN Syekh Nurjati

Cirebon angkatan tahun 2018 melakukan pembiayaan di pegadaian syariah. Penulis memilih mahasiswa angkatan 2018 karena mahasiswa pada angkatan tersebut berdasarkan usianya sudah dainggap dewasa dibandingkan dengan mahasiswa dibawahnya, selain itu tingkat pengetahuan tentang pegadaian syariahnya lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa dibawahnya.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan suatu rumusan masalah pada penelitian ini, antara lain:

a. Apa pengaruh literasi pegadaian syariah terhadap minat mahasiswa melakukan pembiayaan di pegadaian syariah?
b. Apa pengaruh *advertising* terhadap minat mahasiswa melakukan pembiayaan di pegadaian syariah?
c. Apa pengaruh literasi pegadaian syariah dan *advertising* terhadap minat mahasiswa melakukan pembiayaan di pegadaian syariah?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi pegadaian syariah terhadap minat mahasiswa melakukan pembiayaan di pegadaian syariah.
b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *advertising* terhadap minat mahasiswa melakukan pembiayaan di pegadaian syariah.
c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi pegadaian syariah dan *advertising* terhadap minat mahasiswa melakukan pembiayaan di pegadaian syariah.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi pemikiran dan referensi guna menunjang mengembangkan ilmu pemasaran.
2. Sebagai pengembangan penelitian lanjutan dan bahan perbandingan dengan penelitian sejenis.

b. Secara Praktis

1. Bagi pembaca, hasil penelitian dapat memberikan tambahan pengetahuan berkaitan dengan kajian ekonomi makro.
2. Bagi mahasiswa penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan berkaitan dengan pegadaian syariah.

D. Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi menjadi dalam susunan yang berdasarkan sistematika yang telah ditentukan yaitu sebagai berikut:

Pada Bab I pendahuluan, diuraikan permasalahan penelitian meliputi: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penyusunan penelitian.

Pada Bab II landasan teori, bab ini berisikan teori mengenai minat mahasiswa, literasi pegadaian syariah dan *advertising*.

Pada Bab III metodelogi penelitian, bab ini menjelaskan tentang pendekatan apa yang dilakukan peneliti, dimana dan kapan tempat penelitian, siapa yang menjadi subjek penelitian, bagaimana data itu diperoleh dan bagaimana mengolah hasil data yang sudah diperoleh.

Pada Bab IV hasil penelitian, bab ini berisikan gambaran umum tentang IAIN Syekh Nurjati Cirebon, menjelaskan tentang hasil penelitian pengaruh literasi pegadaian syariah dan *advertising* terhadap minat mahasiswa.

Pada Bab IV penutup, bab ini berisikan kesimpulan dan saran, uraian dan jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah. Dan penulis berusaha memberikan saran saran yang diperoleh dari hasil penelitian.