

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian dalam kehidupan sehari-hari semakin berkembang selaras dengan berjalannya waktu dimana aktivitas perekonomian tersebut meliputi konsumsi, produksi, kebutuhan pembiayaan, pendanaan dan lainnya. Kegiatan tersebut pastinya saling berhubungan antara yang satu dengan yang lainnya, dan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh setiap orang tentu berbeda-beda karena setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda pula.

Menyikapi fenomena tersebut, bermunculanlah sejumlah usaha yang menawarkan beragam jasa guna mengatasi masalah keuangan. Salah satu bentuk usaha yang bergerak dalam pelayanan jasa keuangan yang telah dikenal secara luas adalah Pegadaian. Merujuk pada Pegadaian.co.id (2022), Pegadaian telah berdiri sejak tahun 1746 di mana *Vereenigde Oostindische Compagnie* mencetuskan layanan Bank bernama Van Leening sebagai lembaga kredit sistem gadai. Pada tahun 1811 Inggris mengambil alih Bank Van Leening lalu membubarkannya guna memberi masyarakat keleluasaan mendirikan perusahaan pegadaian. Pada tahun 1901, di Sukabumi, Pegadaian negara pertama kali didirikan hingga berkembang menjadi Persero pada April 2012 berdasarkan Peraturan Pemerintah No.51 tahun 2011. Pegadaian pada akhirnya resmi menjadi Perseroan Terbatas pada bulan September 2021 berdasarkan Peraturan Pemerintah No.73 tahun 2021.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan di kantor Pegadaian Cabang Palopo guna membantu penelitian ini yang ditemui bahwa salah satu nasabah yang merupakan seorang ibu rumah tangga (IRT), mengemukakan pendapat bahwa yang memicu timbulnya minat sehingga memilih untuk menjadi nasabah di Pegadaian adalah ;

“Saya sudah lama jadi nasabah pegadaian, sudah beberapa kali ka’ menggadai di sini karna bunganya rendah, dan dekat juga dari rumahku .“

Kemudian, narasumber ke-2 yang di peroleh pada saat observasi seorang mahasiswa berusia 20 tahun mengatakan :

“ alasan ku datang di pegadaian karena saya tertarik dengan salah satu produk Pegadaian yaitu tabungan emas. Selain itu karna proses pembukaan tabungannya mudah.”

Berdasarkan pada kedua pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa ada beberapa penyebab mengapa masyarakat bersentuhan dengan pegadaian khususnya di Kota Palopo. Yang pertama adalah karena bunga rendah yang ditawarkan oleh pegadaian juga faktor lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Berikutnya, kemudahan dalam bertransaksi yang di miliki Pegadaian serta salah satu produk yang di anggap menarik oleh masyarakat juga melatarbelakangi minat masyarakat untuk bersentuhan dengan pegadaian.

Pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai

seperti yang dimaksud dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pasal 1150 (Tim Yuridis.id, 2021).

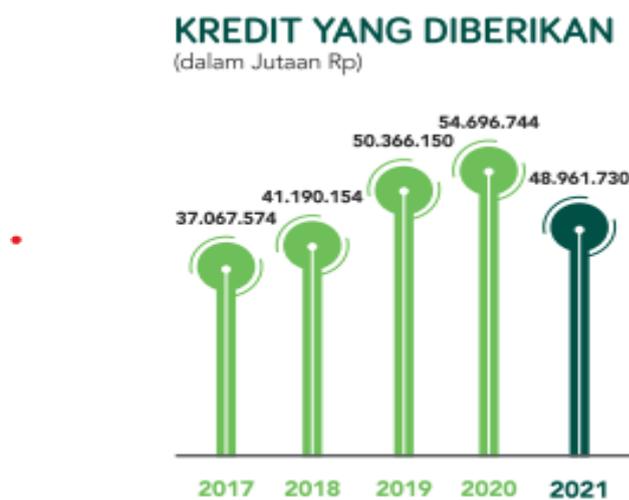
Merujuk pada Permatasari (2021), minat merupakan suatu dorongan yang membuat seseorang ingin dekat terhadap sesuatu. Semakin besar dorongan tersebut, semakin kuat pula keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu agar bisa mendekati atau mendapatkan. Pada kasus yang ditemui pada nasabah Pegadaian Syariah di Kota Palopo, maka variabel yang memicu timbulnya minat masyarakat untuk bertransaksi di Pegadaian Syariah di Kota Palopo yaitu variabel pengetahuan, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat.

Merujuk pada Suryati *et al.* (2021), Adanya berbagai macam kebutuhan yang mendesak di zaman modern ini, mendorong orang yang tidak memiliki kemampuan finansial yang memadai untuk menggadaikan harta benda milik mereka. Hal ini dilakukan apabila dalam kehidupan baik berumah tangga maupun sosial terdesak oleh kepentingan yang tidak bisa ditunda, sehingga alternatif terakhir yang dilakukan adalah menggadaikan harta benda tersebut kepada pegadaian untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pegadaian sebagai salah satu lembaga keuangan yang memberikan pinjaman atas dasar hukum gadai. Mengutip Yuridis.id (2021), Pegadaian menurut UU Hukum perdata pasal 1150 disebutkan “gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau oleh orang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunas dari barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk

menyelamatkannya, setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan” .

Sejak didirikannya, hingga saat ini pegadaian tetap memberikan pelayanan terbaik terutama kepada masyarakat ekonomi lemah. Tujuan utama usaha pegadaian adalah untuk mengatasi agar masyarakat yang sedang membutuhkan uang tidak jatuh ke tangan para rentenir yang bunganya relatif tinggi. Perusahaan pegadaian menyediakan pinjaman uang dengan jaminan barang-barang berharga. Meminjam uang pegadaian bukan saja karena prosedurnya yang mudah dan cepat, tetapi karena biaya yang dibebankan lebih ringan jika dibandingkan dengan para rentenir (Idris, 2022). Hal ini dilakukan sesuai dengan salah satu tujuan dari perusahaan pegadaian dalam pemberian pinjaman kepada masyarakat dengan motto “menyelesaikan masalah tanpa masalah”.

Gambar 1 .1 Kredit Yang diberikan Pegadaian pada Nasabah Sepanjang 2021



Sumber: (PT. Pegadaian, 2021).

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa pada tahun 2021 Pegadaian telah memberikan kredit kepada seluruh nasabah Pegadaian di Indonesia senilai

hampir 49 triliun rupiah dan pemberian kredit tertinggi dicapai pada tahun 2020 dengan angka melewati 54 triliun rupiah. Hal ini mengindikasikan bahwa Pegadaian masih berperan penting dalam membantu masyarakat Indonesia dalam hal mengatasi masalah keuangan dengan memberikan pinjaman meski mengalami penurunan yang mencolok di tahun 2021 – setelah terus meningkat sejak tahun 2018, 2019, hingga 2020. Data tersebut juga didukung oleh pencatatan tentang peningkatan jumlah nasabah Pegadaian yang menyentuh angka 18 juta jiwa per 30 Juni 2021 dengan skala peningkatan sebesar 21,4%. Capaian tersebut mendorong omset bisnis gadai tumbuh 6,1% menjadi 80,18 triliun rupiah (Sari, 2021).

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti permasalahan mengenai minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan Pegadaian sebagai perusahaan pelayanan jasa keuangan di Kota Palopo. Maka dari itu peneliti mengangkat “Minat Masyarakat Menggunakan Produk Pegadaian Dalam Menyelesaikan Masalah Keuangan Di Kota Palopo” sebagai judul.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana minat masyarakat menggunakan produk Pegadaian dalam menyelesaikan masalah keuangan di Kota Palopo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui minat masyarakat menggunakan produk Pegadaian dalam menyelesaikan masalah Keuangan di Kota Palopo.

1.4 Manfaat Penelitian

Semoga dengan tercapainya tujuan penelitian ini, maka penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai berikut:

a) Manfaat akademik

Penelitian ini merupakan syarat penyelesaian program studi sarjana Ekonomi fakultas Ekonomi Pembangunan universitas Muhammadiyah Palopo dan diharapkan dapat menjadi referensi dan bermamfaat dalam pengembangan ilmu manajemen keuangan.

b) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk mengembangkan konsep yang erat hubungannya dengan minat masyarakat. Serta dapat menjadi salah-satu sumber referensi dalam pengembangan teori untuk penelitian dengan tema dan cakupan masalah yang sama. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan serta kepustakaan untuk melakukan penelitian lanjutan terkait dengan tema dan topik dalam penelitian ini.

c) Manfaat Praktis

Bagi PT. Pegadaian Cabang Palopo manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini sebagai masukan pada pimpinan sebagai pedoman kebijakan selanjutnya dalam menangani nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Palopo. Bagi akademik dan masyarakat sebagai tambahan informasi dan referensi tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ilmiah secara informasi dalam menunjang penelitian di masa yang akan datang. Khususnya dalam masalah minat masyarakat terhadap produk PT. Pegadaian Cabang Palopo sebagai solusi masalah keuangan. Bagi

penulis bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman penulis. Khususnya mengenai Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penyelesaian Masalah Keuangan Dengan Menggunakan Produk PT. Pegadaian Cabang Palopo, serta untuk melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana (S1) manajemen.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Batasan masalah pada penelitian ini bertujuan untuk membatasi pembahasan pada pokok permasalahan penelitian saja. Ruang lingkup menentukan konsep utama dari permasalahan sehingga masalah-masalah dalam penelitian dapat dimengerti dengan mudah dan baik. Ruang lingkup penelitian ini secara khusus dilakukan di PT. Pegadaian Cabang Palopo dan diarahkan untuk mengumpulkan data yang mendukung untuk menjawab permasalahan yang telah disebutkan diatas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Minat

2.1.1. Pengertian Minat

Minat yang ada pada diri seseorang akan memberi gambaran dalam aktivitas untuk mencapai suatu tujuan. Minat merupakan suatu keinginan yang dimiliki oleh seseorang secara sadar. Minat tersebut mendorong seseorang untuk memperoleh subyek khusus, aktifitas, pemahaman, dan keterampilan untuk tujuan perhatian ataupun pencapaian yang diinginkan oleh seseorang tersebut. Minat juga berkaitan dengan perasaan seseorang tentang suka atau senang terhadap suatu objek atau aktivitas. Minat merupakan kecenderungan seseorang terhadap orang lain, aktivitas, ataupun hal lainnya yang melibatkan perasaan, prasangka, harapan, dan pendirian sikap terhadap suatu hal (Afriadi, 2016). Merujuk pada Larantika (2010), Minat merupakan sikap mental yang memberikan dorongan pada seseorang merujuk pada sesuatu. Timbulnya minat pada sebuah objek dapat ditandai dengan adanya rasa senang atau rasa tertarik. Tidak adanya minat dan niat, maka seseorang tidak akan melakukan sesuatu apapun (Wibowo & Ningrum, 2012). Tertarik atau minat merupakan sebuah faktor penting yang memengaruhi kemampuan seseorang. Minat dapat dikatakan sebagai suatu perpaduan antara keinginan dan kemauan (Taufiq, 2018). Berdasarkan beberapa pengertian tersebut di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa minat dalam penelitian ini adalah suatu kecenderungan dari dalam diri individu yang menyebabkan individu

tersebut mempunyai sikap, berkeinginan serta ketekunan dan mempunyai dorongan terhadap objek tertentu tanpa adanya paksaan.

2.1.2. Macam-Macam Minat

Merujuk pada Oktaviani (2020), minat terbagi menjadi dua:

a. Minat Primitif :

Ialah minat yang alami atau tidak disadari, datang begitu saja, dan asli seperti rasa lapar, haus, dan mengantuk, sebagainya.

b. Minat Kultural :

Ialah minat yang terjadi dan terbentuk oleh pengaruh luar diri seperti lingkungan, kebudayaan, trend, dan sebagainya. Contohnya seperti pakaian adat, atau membeli barang yang baru saja dipromosikan.

2.1.3. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat

Menurut Ferdinand (dalam Afriadi, 2016), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut

Minat pada Pegadaian sendiri, merujuk pada Wibowo (2012), terdapat 5 faktor yang dapat menentukan minat seseorang menggunakan layanan jasa Pegadaian. Pertama adalah faktor lokasi, di mana dalam hal ini berkait pada mudah atau tidaknya sebuah tempat usaha dikunjungi banyak orang. Pemilihan lokasi usaha yang tepat juga mampu memengaruhi perilaku senada yang dilakukan oleh masyarakat umum. Yang kedua adalah faktor pelayanan di mana dalam hal ini kualitas pelayanan yang baik berkaitan dengan proses ketepatan penyampaian layanan jasa demi efektivitas dan efisiensi, juga demi kepuasan pihak yang sedang dilayani. Faktor ketiga ialah promosi. Kegiatan periklanan digunakan guna memperoleh perhatian dan kepercayaan banyak orang. Faktor keempat merupakan aspek agama/syariah. Faktor yang terakhir adalah faktor biaya transaksi.

2.1.4. Jenis-jenis Minat

Merujuk pada Oktaviani (2020), jenis minat terbagi menjadi enam, yaitu:

a. Realistis

Orang realistis kebanyakan telah mapan, kasar, praktis, berfisik kuat, dan sering sangat atletis, memiliki koordinasi otot yang baik dan terampil. Akan tetapi ia kurang mampu menggunakan media komunikasi verbal dan kurang terampil dalam berkomunikasi dengan orang lain.

b. Investigatif

Orang investigatif termasuk orang yang berorientasi keilmuan mereka umumnya berorientasi pada tugas, intropektif, dan sosial, cenderung memikirkan sesuatu daripada melaksanakannya, memiliki motivasi kuat untuk memahami alam,

menyukai tugas-tugas yang tidak pasti (*ambiguous*), suka bekerja sendirian, kurang pengetahuan dalam kepemimpinan akademik dan intelektualnya, menyatakan diri sebagai analis, selalu ingin tahu, bebas, dan bersyarat, dan kurang menyukai pekerjaan yang berulang.

c. Artistik

seorang artistik menggemari hal-hal yang bersifat abstrak, selalu berfikir kreatif, dan menginginkan suasana untuk mengekspresikan sesuatu secara individual dalam bidang seni dan musik

d. Sosial

Tipe seperti ini memiliki jiwa kemanusiaan yang tinggi , mudah bergaul , memiliki keterampilan dalam bergaul, bekerja secara kelompok serta memiliki kemampuan verbal , menghindari pemecahan masalah secara intelektual, mempunyai empati yang tinggi .

e. Enterprising

Tipe ini selalu ingin memimpin orang lain , memiliki keterampilan dalam berbisnis , agresif, percaya diri, dan sangat aktif .

f. Konvensional

Tipe seperti ini menyukai lingkungan yang disiplin , menyukai kegiatan yang berhubungan dengan angka, efektif dalam menyelesaikan tugas , bekerja secara terstruktur, efisien dalam menyelesaikan pekerjaan.

2.1.5. Fungsi - Fungsi Minat

Fungsi minat bagi kehidupan sebagai berikut:

a. Minat Mempengaruhi bentuk intensitas cita-cita

Sebagai contoh seseorang yang berminat pada artistik biasanya cita-citanya adalah menjadi seniman, sedangkan seorang yang berminat pada kesehatan fisiknya maka bercita-cita menjadi dokter.

b. Minat sebagai pendorong yang kuat

Minat seseorang untuk menguasai pelajaran karna adanya dorongan belajar kelompok meskipun cuaca sedang hujan .

c. Minat yang terbentuk sejak masa kanak-kanak sering terbawa seumur hidup karena minat membawa kepuasan.

Contoh nya seperti minat untuk menjadi dokter

2.1.6 Aspek-Aspek Minat

Pintrich dan schunk menyebutkan aspek-aspek minat adalah sebagai berikut ;

1. Sikap umum terhadap aktifitas (general attitud toward the activity)

Sikap umum yang di maksud adalah perilaku yang dimiliki oleh individu seperti perasaan suka atau tidak suka terhadap aktivitas.

2. Pilihan spesifik untuk menyukai aktivitas (*spesifik preference for or liking the activity*). Individu akan menentukan pilihannya untuk menyukai aktivitas tersebut.

3. Nyaman dengan aktifitas (enjoyment of the activity). Yaitu individu merasa nyaman terhadap segala aktifitas yang di lakukan.

4. Aktivitas tersebut mempunyai arti atau penting bagi individu (*personel importance or significanca of theactivity to the individual*), individu merasa aktivitas yang dilakukan sangat penting.
5. Adanya minat intrinsik dalam isi aktivitas (*instrinsic interest in the content of activity*). Dalam aktivitas tersebut terhadap perasaan yang menyenangkan.
6. Berpartisipasi dalam aktivitas (*reportd choise of or participant in the activity*) seseorang yang ikut serta dalam aktivitas karena menyukai aktivitas tersebut.

2.2 Masyarakat

2.2.1 Pengertian Masyarakat.

Masyarakat adalah sebuah komunitas yang interdependen (saling tergantung satu sama lain) atau sekumpulan orang yang, terdiri dari berbagai kalangan, baik golongan mampu ataupun golongan tak mampu, yang tinggal di dalam satu wilayah dan telah memiliki hukum adat, norma-norma serta berbagai peraturan yang siap untuk ditaati (Porawouw, 2016). Umumnya, istilah masyarakat digunakan untuk mengacu sekelompok orang yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur. Masyarakat yaitu kumpulan individu yang hidup terikat oleh suatu sistem adat-istiadat tertentu. Kehidupan masyarakat dimana bagian-bagian yang ada didalamnya saling berhubungan antara sesama dan memiliki kesatuan yang terarah (Permatasari, 2021). Ciri-ciri yang melekat pada masyarakat menurut (Afriadi, 2016) ialah: a) Manusia yang hidup berkelompok; manusia adalah mahluk sosial yang membutuhkan manusia lain dalam hidupnya sehingga hidup berkelompok. Kelompok inilah yang lambat laun menjadi sebuah masyarakat seiring dengan bertambahnya jumlah kelompok. b) Melahirkan kebudayaan; memiliki arti,

masyarakat akan memiliki perilaku yang berulang-ulang atau bisa disebut sebagai kebiasaan dan kebiasaan inilah yang akan menjadi sebuah budaya sebagai ciri dari masyarakat tersebut. c) Mengalami perubahan; dalam hal ini berkaitan dengan perubahan baik internal maupun eksternal. Masyarakat akan terus mengalami perubahan sebagaimana manusia harus terus beradaptasi demi bertahan hidup. d) Manusia yang berinteraksi; baik secara lisan maupun melalui media lain, masyarakat cenderung berinteraksi dalam kegiatan sehari-hari sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan hidup. e) Adanya pemimpin; dalam kelompok masyarakat, terdapat seorang pemimpin yang diikuti oleh manusia lain. f) Adanya strata sosial; dalam kelompok masyarakat, tiap individu akan memiliki perannya masing-masing. Peranan ini akan membentuk status dari individu tersebut dan status yang dimiliki merupakan tanggung jawab individu dalam bermasyarakat untuk memfungsikan diri sesuai status masing-masing.

Dari pengertian masyarakat yang diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Masyarakat adalah kumpulan manusia yang membentuk suatu kelompok yang hidup bersama-sama dan saling membantu satu sama lain dalam hubungannya atau saling berinteraksi.

Merujuk pada laman resmi palopkota.bps.go.id, jumlah masyarakat di Kota Palopo yang telah di data dalam sensus kependudukan dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2. 1. Jumlah Penduduk Kota Palopo 2021

Kecamatan <i>Subdistrict</i>	Jenis Kelamin <i>sex</i>		
	Laki -laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Jumlah <i>Total</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Wara Selatan	9593	9570	19163
Sendana	3790	3700	7490
wara	15864	16046	31910
Wara Timur	19334	19428	38762
Mungkajang	5215	5108	10323
Wara Utara	10378	10510	20888
Bara	15522	15499	31021
Telluwanua	8185	7994	16179
Wara Barat	5901	5694	11595
PALOPO	93782	93549	187331

Sumber: (Badan Pusat Statistik Kota Palopo, 2022)

Dari gambar di atas, dapat diketahui bahwa jumlah penduduk di Kota Palopo telah menyentuh angka lebih dari 187 ribu jiwa di mana jumlah penduduk laki-laki berjumlah 93.782 jiwa dan perempuan berjumlah 93.549 jiwa . Kantor cabang Pegadaian Palopo yang akan diteliti pada penelitian ini sendiri terletak di kecamatan Wara. Dapat diketahui dari gambar di atas jumlah penduduk di kecamatan Wara berjumlah hampir 32 ribu jiwa yang berpotensi telah menjadi nasabah aktif di Pegadaian Cabang Palopo.

2.3 Masalah Keuangan

Masalah keuangan adalah masalah vital bagi setiap orang, terlebih lagi untuk para pebisnis. Pemasukan dan pengeluaran harus jelas karena mereka menentukan nasib seseorang dan perusahaan ke depan. Penggunaan uang yang sewenang-wenang tentu akan memberi dampak buruk. Oleh karena itu, untuk mengatur

penggunaan uang, seseorang membutuhkan manajemen keuangan yang baik (Gie, 2020). Selain pemasukan dan pengeluaran, banyak faktor lain yang dapat menjadi penyebab timbulnya permasalahan keuangan seperti kehilangan, kecurian, pengaruh regulasi negara dan sebagainya. Merujuk pada Wahyuni (2022), Saat ini ada tiga masalah keuangan yang umum dihadapi masyarakat Indonesia. Yang pertama, salah pola pikir. Kebanyakan masyarakat Indonesia sering salah mengira bahwa perencanaan keuangan hanya untuk orang-orang tertentu seperti konglomerat. Perencanaan keuangan tidak mengharuskan seseorang untuk melakukan pencatatan keuangan. Cukup dengan mengatur pengeluaran dan mementingkan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan yang dirasa sangat diperlukan sehingga tidak membebani diri dengan memaksakan pengeluaran di luar kemampuan finansial. Kedua, literasi keuangan yang rendah. Tercatat tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia di tahun 2021 hanya menyentuh angka 37,72%. Ketiga, adalah faktor kebiasaan masyarakat baik itu dari segi historis dan budaya yang membuat seseorang mengeluarkan sejumlah biaya dalam pemenuhannya. Contoh ini seperti mengikuti *trend*, mengikuti adat istiadat yang mungkin saja tidak wajib jika tidak mampu dan sebagainya.

2.4 Pegadaian Cabang Palopo

Gadai adalah jenis usaha pemberian pinjaman dengan jaminan barang gadai. Bisnis layanan keuangan kemudian disebut sebagai usaha gadai. Sementara Pegadaian adalah nama sebuah perusahaan BUMN yang bergerak di bidang usaha gadai. Pegadaian adalah perusahaan negara yang berstatus Perusahaan Umum atau Perum. Perum merupakan perusahaan milik negara yang seluruh modalnya diatur

oleh negara. Artinya, modal yang berasal dan dipisahkan dari kekayaan negara (Idris, 2022).

Merujuk pada Pegadaian.co.id (2022), Pegadaian telah berdiri sejak tahun 1746 di mana *Vereenigde Oostindische Compagnie* mencetuskan layanan Bank bernama Van Leening sebagai lembaga kredit sistem gadai. Pada tahun 1811 Inggris mengambil alih Bank Van Leening lalu membubarkannya guna memberi masyarakat keleluasaan mendirikan perusahaan pegadaian. Pada tahun 1901, di Sukabumi, Pegadaian negara pertama kali didirikan hingga berkembang menjadi Persero pada April 2012 berdasarkan Peraturan Pemerintah No.51 tahun 2011. Pegadaian pada akhirnya resmi menjadi Perseroan Terbatas pada bulan September 2021 berdasarkan Peraturan Pemerintah No.73 tahun 2021.

Pada penelitian ini, Pegadaian yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian adalah Pegadaian Cabang Palopo yang beralamat di Jl. Andi Kambo No. 43, Kel. Salekoe, Kec. Wara Timur, Kota Palopo. Adapun produk Pegadaian yang telah tersedia di Pegadaian Cabang Palopo meliputi:

a) Bisnis Gadai Kredit Cepat Aman (KCA).

Pegadaian KCA merupakan pemberian pinjaman berdasarkan hukum gadai dengan prosedur pelayanan yang mudah, cepat, dan aman. Barang jaminan yang menjadi agunan meliputi perhiasan emas/permata, logam mulia, kendaraan bermotor, elektronik, kain, dan alat rumah tangga lainnya. Produk KCA pada Bisnis Gadai meliputi KCA Reguler, KCA Fleksi, KCA Bisnis, dan KCA Prima (PT. Pegadaian, 2021).

b) **Bisnis Kredit Mikro Fidusia yang terbagi menjadi Kreasi .**

Pegadaian Kreasi merupakan pemberian pinjaman dengan pengikatan agunan secara fidusia yang diperuntukkan untuk keperluan produktif (pengembangan usaha) dan konsumtif. Produk Kreasi pada Bisnis Kredit Mikro Fidusia meliputi Kreasi Reguler, Kreasi Ultra Mikro, dan Kreasi Multiguna Pegadaian Syariah.

Pegadian jenis ini memberikan sistem gadai berprinsip Syariah yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif. Rahn merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara syar'i, mudah, cepat, dan aman. Untuk mendapatkan kredit, nasabah hanya perlu membawa identitas (KTP/SIM/Paspor) dan agunan berupa perhiasan emas, emas batangan, berlian terikat perhiasan, mobil, sepeda motor, laptop, handphone, dan barang elektronik lainnya. Pinjaman yang diberikan mulai dari Rp50.000 dengan pengenaan biaya pemeliharaan (mu'nah) mulai 0,47% (dari taksiran) per 10 hari dengan jangka waktu kredit maksimum 120 hari, dan dapat diperpanjang dengan cara mengangsur ataupun mengulang gadai, serta dapat dilunasi sewaktu-waktu dengan perhitungan mu'nah proporsional selama masa pinjaman (PT. Pegadaian, 2021).

2.5 Penelitian Terdahulu

Konsep dasar berupa teori-teori dan temuan-temuan hasil dari beberapa penelitian sebelumnya sangat penting karena dapat memberikan penjelasan pendukung. Salah satu alat pendukung dari sebuah penelitian yaitu penelitian

terdahulu karena memberikan informasi mengenai hal yang diteliti serta mendukung teori dan konsep-konsep dalam sebuah penelitian. Berikut ini disajikan rincian mengenai berbagai penelitian terdahulu untuk memudahkan pemahaman dalam penelitian dan mampu mendukung data atau informasi yang digunakan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Taufiq (2018)	Ketertarikan Masyarakat dalam mengambil Pembiayaan di Pegadaian Syariah.		Metode kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan pemahaman masyarakat terhadap Pegadaian Syariah dan bagaimana penerapannya yaitu Pegadaian Syariah menjadi sebuah lembaga keuangan yang menyediakan jasa keuangan yang dapat membantu masyarakat dalam menyelesaikan masalah keuangan baik itu masyarakat menengah kebawah maupun masyarakat yang mampu, dengan tujuannya untuk menyalurkan dana dari berbagai produk-produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah.
2.	Afriadi (2016).	Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah		Metode kualitatif	Berdasarkan hasil wawancara dan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat komplek

					perumdam untuk menjadi nasabah di bank syariah ialah faktor promosi, faktor produk, dan faktor lokasi.
3.	Wibowo & Ningrum (2012)	Determinan Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi di Pegadaian Syariah	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lokasi (X1) - Promosi (X2) - Pelayanan (X3) <p>Aspek Syariah (X4)</p> <p>Biaya Transaksi (X5)</p> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Minat Masyarakat (Y) 	Metode kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pelayanan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat. Lokasi dan Promosi tidak berpengaruh secara signifikan. Aspek Syariah dan Biaya Transaksi juga tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk bertransaksi di Pegadaian Syariah.
4.	Permatasari (2021)	Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Di Kota Palopo	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan (X1) - Lokasi (X2) - Promosi (X3) <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Minat (Y) 	Metode kuantitatif	variabel independen (pengetahuan, lokasi dan promosi) secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen (minat masyarakat).
5.	Larantika (2010)	Minat Masyarakat terhadap Jual- Beli Emas di Pegadaian Syariah	<p>Variabel X</p> <p><i>Jual beli Emas</i></p> <p>Variabel Y</p> <p>Minat Masyarakat</p>	Metode Analisa Statistik Deskriptif Kuantitatif	Sebesar 74% dari 50 responden pada Pegadaian Syariah cabang Cinere tertarik dengan produk penjualan emas logam mulia, hal ini juga terlihat dari jumlah nasabah dan penjualan emas yang meningkat dari tahun ke tahun sejak produk tersebut diluncurkan hingga sekarang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian berisi tahapan penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, serta Alasan mengapa menggunakan metode tersebut (Syafina, 2019). Pada penelitian ini, metode penelitian yang akan digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan cara melakukan observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi kepada narasumber dan juga lain yang berkaitan jika dirasa perlu. Penggunaan metode ini dipilih karena peneliti menemukan sejumlah penelitian terdahulu untuk dijadikan rujukan dan dianggap dapat memudahkan peneliti pada proses penelitian.

3.1.1 Kehadiran Peneliti

Pada penelitian ini, peneliti merupakan pengumpul data sekaligus instrumen dari penelitian yang dilakukan. Kehadiran peneliti pada penelitian ini adalah sebagai pengamat penuh yang akan menarik kesimpulan dari para narasumber.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Cabang Pegadaian Palopo. Dengan jangka waktu penelitian kurang lebih 3 bulan.

3.3 Sumber Data

3.3.1 Sumber Data Penelitian

Menurut Abubakar (2021), Sumber data dalam penelitian adalah subjek tempat data diperoleh atau diambil. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, dimana data yang diperoleh dari wawancara dengan para narasumber yang merupakan nasabah Pegadaian di Kota Palopo.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian (Abubakar, 2021). Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3.5 Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis data interaktif yang dilakukan terus-menerus hingga datanya menjadi jenuh (Miles *et al.*, 2014). Penganalisisan data berupa pengumpulan data, reduksi data, dan menyimpulkan data. Dalam pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penggabungan ketiganya atau triangulasi juga digunakan. (Oppier, 2018)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Merujuk pada Pegadaian.co.id (2022), Pegadaian telah berdiri sejak tahun 1746 di mana Vereenigde Oostindische Compagnie mencetuskan layanan Bank bernama Van Leening sebagai lembaga kredit sistem gadai. Pada tahun 1811 Inggris mengambil alih Bank Van Leening lalu membubarkannya guna memberi masyarakat keleluasaan mendirikan perusahaan pegadaian. Pada tahun 1901, di Sukabumi, Pegadaian negara pertama kali didirikan hingga berkembang menjadi Persero pada April 2012 berdasarkan Peraturan Pemerintah No.51 tahun 2011. Pegadaian pada akhirnya resmi menjadi Perseroan Terbatas pada bulan September 2021 berdasarkan Peraturan Pemerintah No.73 tahun 2021.

Melakukan penelitian dengan metode kualitatif, merujuk pada Sugiyono (2013), maka hal pertama yang peneliti lakukan adalah melakukan observasi sebelum melakukan wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Langkah pertama dalam tahap observasi ini adalah mengunjungi PT. Pegadaian cabang Palopo, yang berlokasi di Jalan Andi Kambo No.43 Kec. Wara Timur, Kel, Salekoe Kota Palopo. Berdasarkan pernyataan Faiz Novriaz – seorang pegawai di Pegadaian yang menjadi Narasumber dalam hal kebutuhan pemenuhan data profil Pegadaian Cabang Palopo, bahwa Pegadaian Cabang Palopo memiliki 4 unit pembantu cabang (UPC) yang terdapat di beberapa lokasi diantaranya Pegadaian Lamasi, Pegadaian

Walenrang, Pegadaian Ratulangi, dan Pegadaian Bua dengan total Jumlah Nasabah aktif sebesar 10.704 orang. Dan jumlah pegawai Sebanyak 13 orang meliputi Pegawai Frontliner sebanyak 4 orang , Marketing sebanyak 3 orang, Security sebanyak 4 orang dan Officeboy 1 orang. Adapun produk Pegadaian yang telah tersedia di Pegadaian Cabang Palopo meliputi:

4.1.1 Bisnis Gadai

Bisnis gadai merupakan produk pegadaian yang terbagi menjadi beberapa Produk Yaitu:

4.1.2. Kredit Cepat Aman (KCA).

Gadai KCA merupakan pemberian pinjaman berdasarkan hukum gadai dengan prosedur pelayanan yang mudah, cepat, dan aman. Barang jaminan yang menjadi agunan meliputi perhiasan emas/permata, logam mulia, kendaraan bermotor, elektronik, kain, dan alat rumah tangga lainnya. Produk KCA pada Bisnis Gadai meliputi KCA Reguler, KCA Fleksi, KCA Bisnis, dan KCA Prima (PT. Pegadaian, 2021).

Berdasarkan pernyataan di atas bahwa produk Gadai KCA merupakan produk pemberian pinjaman dengan menjaminkan barang jaminan seperti perhiasan, kendaraan bermotor, elektronik, kain dan alat rumah tangga, dengan sistem pembayaran angsuran per 4 bulan. Produk bisnis gadai KCA meliputi KCA Regular, KCA Fleksi, KCA Bisnis dan KCA prima.

4.1.1.2 Kredit gadai sistem Angsuran (Krasida)

Krasida adalah Kredit sistem gadai kepada semua golongan nasabah untuk kebutuhan Produktif maupun konsumtif dengan jaminan emas perhiasan atau batangan dan sistem pembayaran angsuran bulanan.

4.1.2 Bisnis Kredit Mikro Fidusia

Bisnis Kredit Mikro Fidusia terbagi menjadi beberapa produk seperti: .

4.1.2.1 Kreasi

Kreasi merupakan pemberian pinjaman dengan pengikatan agunan secara fidusia yang diperuntukkan untuk keperluan produktif (pengembangan usaha) dan konsumtif dengan menjaminkan BPKB . Produk Kreasi pada Bisnis Kredit Mikro Fidusia meliputi Kreasi Reguler, Kreasi Ultra Mikro, dan Kreasi Multiguna Pegadaian Syariah (PT. Pegadaian, 2021).

Berdasarkan pengertian di atas diketahui bahwa produk kreasi merupakan produk pemberian pinjaman dengan menjaminkan bpkb. Produk ini dapat digunakan untuk pengembangan usaha dan modal kerja. Produk di peruntukkan pegawai, petani dan pengusaha mikro.

4.1.2.2 Amanah

Amanah merupakan Pemberian pinjaman dengan prinsip syariah kepada pengusaha mikro, karyawan, serta profesional guna pembelian kendaraan bermotor dalam kondisi baru maupun bekas.

Berdasarkan pengertian di atas di ketahui bahwa produk amanah merupakan produk pemberian pinjaman guna pembelian kendara bermotor dalam kondisi baru maupun bekas dengan uang muka sebesar 10% dari harga kendaraan motor sedangkan untuk kendaraan roda empat sebesar 20% dari harga pasaran. Pemberian pinjaman nya di peruntukan pegawai, dan pengusaha mikro.

4.1.2.3 Rahn Tasjily Tanah

Pembiayaan berbasis syariah yang diberikan kepada masyarakat berpenghasilan tetap atau rutin, pengusaha mikro, dan petani dengan jaminan sertifikat tanah setingkat SHM dan HGB (PT. Pegadaian, 2021).

Berdasarkan pernyataan di atas diketahui bahwa produk Rahn Tasjily Tanah merupakan produk pemberian pinjaman dengan jaminan sertifikat tanah setingkat SHM dan HGB, jenis sertifikat yang bisa dijaminkan yaitu sertifikat tanah yang produktif seperti sertifikat sawah, kebun, atau empang.

4.1.3 Produk Invenstasi

4.1.3.1 MULIA(Murahabah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi)

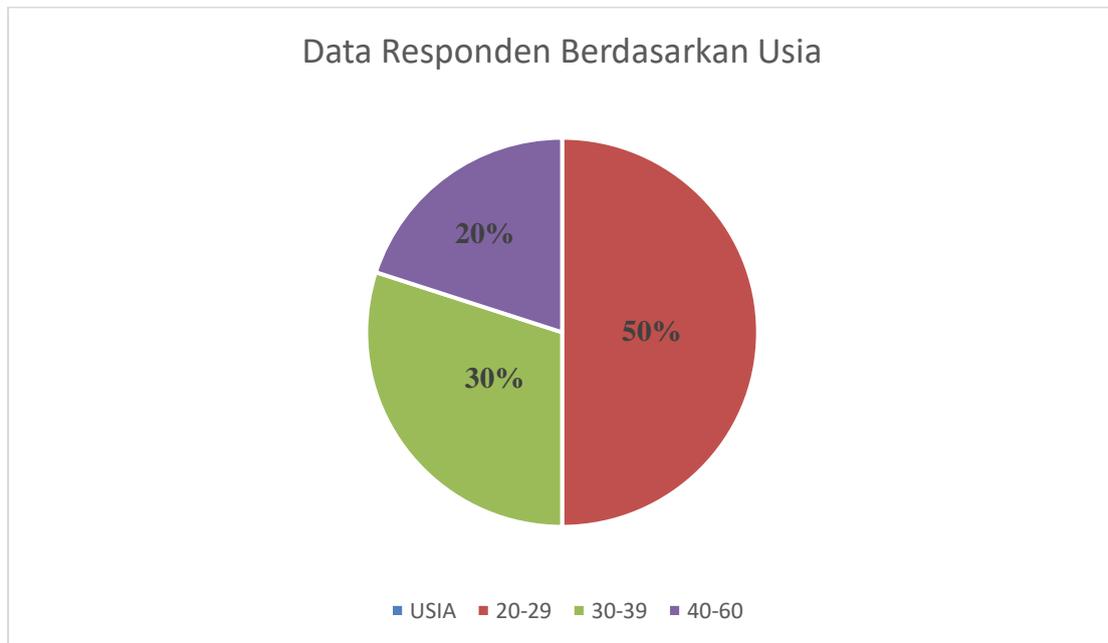
Layanan Pembiayaan emas batangan kepada masyarakat secara angsuran. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan seperti dana pendidikan, Ibadah Haji, dan dana darurat. Produk Mulia ini dapat di cicil secara personal maupun arisan.

4.1.3.2 Tabungan Emas

Tabungan emas merupakan layanan penitipan emas yang memungkinkan nasabah melakukan investasi emas secara mudah aman dan terpercaya.

4.2. Hasil penelitian

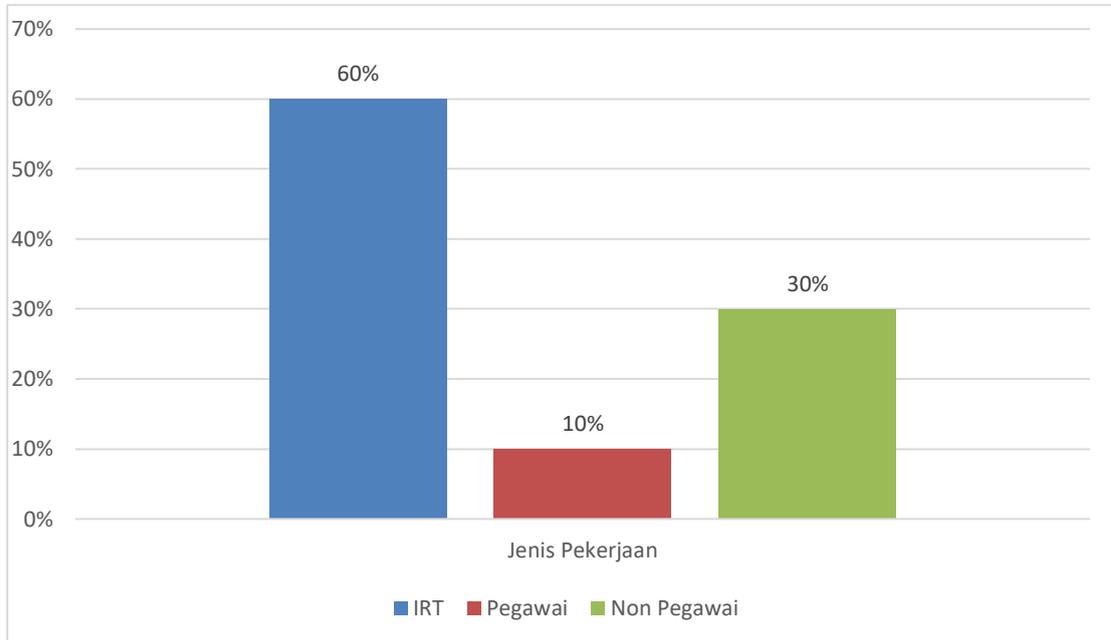
4.2.1. Gambaran umum informan



Gambar 4. 1. Data Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan garfik di atas dapat disimpulkan bahwa informan kualifikasi berdasarkan usia yaitu untuk yang berusia 20-29 tahun sebanyak 50% dan responden yang berusia 30-39 tahun sebanyak 30% serta yang berusia 39-60 tahun sebanyak 20%.

4.2.2 Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Pekerjaan

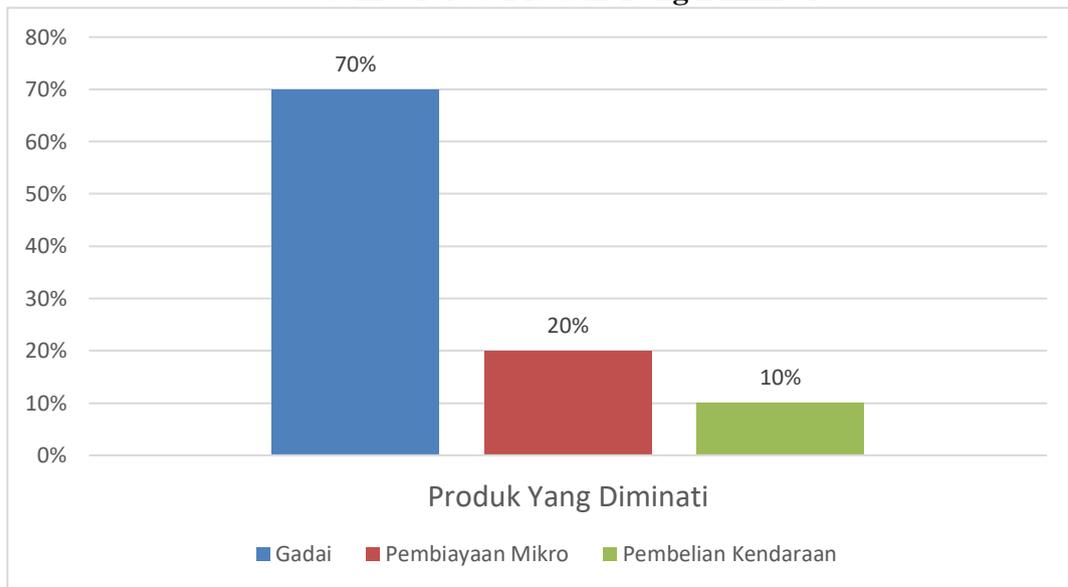


Gambar 4. 2. Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan grafik di atas dapat disimpulkan bahwa narasumber yang banyak menggunakan produk pegadaian CP Palopo yaitu Ibu Rumah Tangga sebanyak (60%) dan Pegawai sebanyak (10%) serta Non Pegawai Sebanyak (30%).

4.2.3 Produk Pegadaian yang paling di minati masyarakat dalam menyelesaikan masalah keuangan.

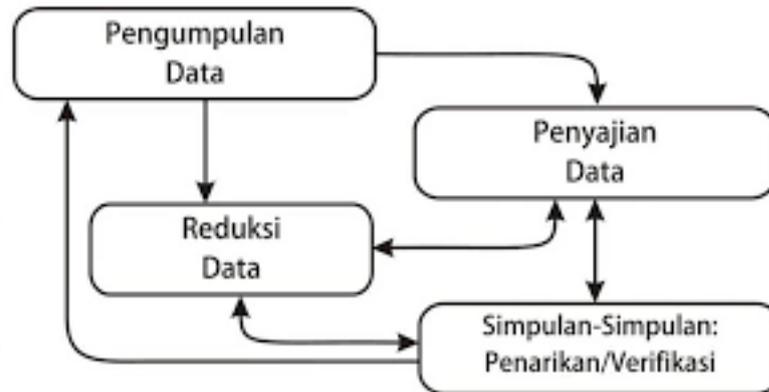
Gambar 4. 3. Produk Yang Diminati



Berdasarkan grafik di atas dapat di simpulkan bahwa Produk yang banyak diminati Oleh Masyarakat Palopo Yaitu produk Gadai Sebesar (70%) Produk Pembiayaan Mikro Sebesar (20%) dan Pembelian Kendaraan Sebesar (10%).

4.4. Pembahasan

4.4.1. Hasil Wawancara Minat Masyarakat Dalam Menyelesaikan Masalah keuangan Dengan Menggunakan Produk Pegadaian Cabang Palopo



Sumber: (Rezkie, 2020)

Hasil dari penelitian ini diperoleh dengan menggunakan skema analisis interaktif yang merujuk pada ada Miles *et al* (2014) ada empat tahap yang dapat diterapkan dalam menganalisis data dalam skema tersebut yaitu tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap pengumpulan data pada penelitian dilakukan dengan cara melakukan wawancara pada informan dibantu perangkat data pada penelitian ini dilakukan dengan tidak memasukkan percakapan yang di rasa peneliti tidak memiliki kaitan dengan tujuan penelitian. Tahap penyajian data pada penelitian dilakukan dengan menyusun teks naratif yang dapat mewakili data dari informan secara objectif dan faktual pada tahap penarikan kesimpulan, dilakukan dengan menyampaikan gambaran umum yang ditemukan dari keseluruhan data yang diperoleh Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung di lapangan guna menghimpun bahan empiris. Dalam pengumpulan data pada penelitian, peneliti melakukan observasi secara terbuka

atau tidak menyamakan diri pada sumber data pihak yang di teliti mengetahui dari awal hingga akhir bahwa peneliti sedang melakukan penelitian. Peneliti melakukan teknik snowball sampling atau teknik dimana peneliti menentukan sumber data pertama yang di percaya dapat mengantarkan peneliti pada sumber data lainnya. Sumber data pertama ini di pilih peneliti setelah melakukan observasi awal dengan mengunjungi Kantor PT. Pegadaian Cabang Palopo guna mencari sumber data yang akan dijadikan objek penelitian untuk dilakukan wawancara dan setelah melakukan observasi, peneliti mendapatkan sepuluh narasumber yang akan di wawancarai mengenai minat masyarakat terhadap produk pegadaian dalam menyelesaikan masalah. Berikut kesimpulan dari hasil wawancara terhadap sepuluh narasumber tersebut.

Minat pada Pegadaian sendiri, merujuk pada Wibowo (2012), terdapat 5 faktor yang dapat menentukan minat seseorang menggunakan layanan jasa Pegadaian, ialah:

- a) Pertama adalah faktor lokasi, di mana dalam hal ini berkait pada mudah atau tidaknya sebuah tempat usaha dikunjungi banyak orang. Pemilihan lokasi usaha yang tepat juga mampu memengaruhi perilaku senada yang dilakukan oleh masyarakat umum.
- b) Yang kedua adalah faktor pelayanan di mana dalam hal ini kualitas pelayanan yang baik berkaitan dengan proses ketepatan penyampaian layanan jasa demi efektivitas dan efisiensi, juga demi kepuasan pihak yang sedang dilayani.

- c) Faktor ketiga ialah promosi. Kegiatan periklanan digunakan guna memperoleh perhatian dan kepercayaan banyak orang.
- d) Faktor keempat merupakan aspek agama/syariah. Faktor yang terakhir adalah faktor biaya transaksi.

Berdasarkan teori di atas, peneliti melakukan wawancara terhadap 10 nasabah

Pegadaian Cabang Palopo yang datang dan memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 1. Hasil Wawancara Berdasarkan Teori Minat Pada Pegadaian

FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT PADA PEGADAIAN				
INFORMAN	LOKASI	PELAYANAN	PROMOSI	ASPEK SYARIAH/AGAMA
Sriyati			saya gadai emas ku di sini bu, karna itu hari ada promo diskon bunganya	
Hermawati			Promosinya terpercaya. Karena pegadaian sudah banyak di kenal orang dan terpercaya apalagi perusahaan milik negara.	
Suniarti			Saya sering dapat broturnya. Kalau adami dari Pegadaian dan saya rasa asli pasti saya percaya. Pegadaian kan juga bukan swasta.	
Nismawati			Dari promosi, Bu. Broturnya itu menarik dan mudah dibaca. Apalagi Pegadaian BUMN jadi percaya dan tertarik.	
Sumiati			Promosinya. Kebetulan pernah dapat broturnya. Ketimbang di tempat swasta saya lebih tertarik sama Pegadaian .	

Mawar			Ya karena liat brosur , Dek. Langsung tertarik dan percaya. Pegadaian juga kan sudah terkenal milik Negara . Terpercaya pastinya.	
Aras			Brosurnya jelas rinciannya. Selain itu kami sebagai nasabah pasti melihat instansinya siapa. Kebetulan Pegadaian ini kan BUMN jadi mudah menarik minat dan kepercayaan .	
Ruslin Gatti	saya berminat bertransaksi di pegadaian karna pelayanannya bagus, dekat juga dari rumahku	saya berminat bertransaksi di pegadaian karna pelayanannya bagus , dekat juga dari rumahku		
Tegar			saya tau produk pegadaian ini dari iklan di facebook kalau di pegadaian itu bisa jaminkan BPKB dan angsuran nya juga cukup terjangkau lah ya di bandingkan pembiayaan lain	
Hamra				saya berminat kredit motor di pegadaian karna dari segi aspek syariah seperti uang jasanya nya itu rendah kalau di pegadain bu

Berdasarkan Tabel di atas, diketahui bahwa faktor promosi merupakan faktor yang paling memengaruhi minat masyarakat menjadi Nasabah Pegadaian Cabang Palopo. 8 dari 10 informan menjadi nasabah di Pegadaian Cabang Palopo menjawab tertarik dengan promosi Pegadaian. Sementara itu, 1 dari 10 orang informan mengaku menjadi nasabah Pegadaian Cabang Palopo karena Aspek Syariah, dan 1 orang lagi dipengaruhi oleh faktor pelayanan dan jarak yang dekat.

4.5 Minat Nasabah Pegadaian Cabang Palopo terhadap Produk Pegadaian

Untuk melakukan penelitian tentang minat Nasabah terhadap Produk pegadaian (studi dilakukan pada nasabah yang datang ke Pegadaian Cabang Palopo) maka peneliti melakukan penelitian dengan cara wawancara langsung kepada 10 Narasumber yang bernama , dengan mengajukan pertanyaan sebagai berikut:

Di antara 4 Faktor, Jarak, Pelayanan, Promo dan Aspek Agama, Faktor apa yang membuat anda memilih Menjadi Nasabah di pegadaian ?

Ruslin gatti seorang kepala sekolah dia mengatakan bahwa: “saya berminat bertransaksi di pegadaian karna pelayanannya bagus, dekat juga dari rumahku ”

Sriyati seorang ibu rumah tangga dia mengatakan bahwa:” saya gadai emas ku di sini bu, karna itu hari ada promo diskon bunganya ”

Hermawati, suniarti, nismawati, mawar,sumiati, dan Aras jg mengatakan bahwa:

“Promosinya terpercaya. Karena pegadaian sudah banyak di kenal orang dan terpercaya apalagi perusahaan milik negara”

Tegar merupakan seorang pegawai kantoran mengatakan bahwa” saya tau produk pegadaian ini dari iklan di facebook kalau di pegadaian itu bisa jaminkan BPKB dan angsuran nya juga cukup terjangkau lah ya di bandingkan pembiayaan lain”

Hamrah merupakan seorang penjual kelontong mengatakan bahwa “Saya berminat kredit motor di pegadaian karna dari segi aspek syariah seperti uang jasanya nya itu rendah kalau di pegadain bu”

Produk Pegadaian Apa saja yang telah digunakan dalam menyelesaikan masalah keuangan anda?

Sriyati, Seorang ibu rumah tangga dia mengatakan bahwa: “Saya kalau pergi ke pegadaian biasanya saya gadai emas untuk kebutuhan dirumah atau biaya sekolah nya anakku”

Hermawati, suniarti, nismawati, mawar, sumiati, dan Aras juga mengatakan bahwa “ Gadai Emas. Karena cepat sekali ji prosesnya tidak makan waktu lama”,

Ruslin Gatti dan Tegar, Pegawai Kantoran, mengatakan bahwa “karena ada BPKB ku biasa tidak terpakai daripada tinggal ji dirumah mending saya jaminkan ke pegadaian tidak tinggal ji motornya juga membantu sekali kalau butuhka uang ”.

Hamra, penjual kelontong, mengatakan bahwa” setelah saya bandingkan harga motor yang ada di leasing dengan di Pegadaian ternyata jauh skali harganya lebih murah pegadaian makanya saya ambil motor saja di pegadaian.

Ibu Sriyati, Hermawati, Suniarti, Nismawati, mawar, sumiati dan aras, memilih produk gadai sebagai solusi permasalahan keuangannya karena proses nya yang mudah dan cepat, sewa modal yang ringan dan waktu pembayaran yang fleksibel sehingga memudahkan nasabah dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Bapak Ruslin gatti dan Bapak tegar memilih produk Pembiayaan Mikro sebagai solusi permasalahan keuangannya karena Nasabah tersebut memiliki BPKB yang tidak terpakai sehingga nasabah berinisiatif untuk menggadaikan BPKB nya untuk kebutuhan Sehari-hari dikarenakan Sewa modal yang murah

proses survey yang cepat dan tenor waktu yang diberikan untuk membayar sampai 5(Lima) tahun.

Ibu Hamra memilih produk Pembiayaan Kendaraan Bermotor (Amanah) untuk Solusi Permasalahan keuangannya dalam pembelian kendaraan karena Produk Amanah dinilai sangat membantu, prosesnya cepat dan perbandingan harganya lebih murah dibanding produk pembiayaan lain dan tenor waktu yang diberikan untuk membayar sampai 5 (Lima) Tahun.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka terbukti bahwa produk pegadaian dapat mengatasi permasalahan keuangan masyarakat. pegadaian memiliki beberapa produk di antara nya Produk Gadai, Produk pembiayaan mikro (Kreasi) , Produk Pembiayaan pembelian Kendaraan Bermotor (Amanah), produk jaminan sertifikat (RTT) dan juga pegadaian memiliki produk Untuk Investasi seperti Mulia, tabungan emas dan Arrum Hj. Produk yang paling diminati oleh kalangan masyarakat karena prosesnya yang cepat, fleksibel dan bunga nya yang murah merupakan produk gadai KCA . Produk KCA ini merupakan pemberian pinjaman dengan mraenjamin kan barang jaminan berupa emas, barang elektronik, dan kendaraan bermotor. Sistem angsuran untuk Gadai KCA yaitu sistem pembayaran per 4 bulan. Adapun nasabah tidak memilih produk Gadai KCA karna tidak dapat memenuhi persyaratan Gadai KCA.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa faktor promosi merupakan faktor yang paling memengaruhi minat masyarakat menjadi Nasabah Pegadaian Cabang Palopo. 8 dari 10 informan menjadi nasabah di Pegadaian Cabang Palopo menjawab tertarik dengan promosi Pegadaian. Sementara itu, 1 dari 10 orang informan mengaku menjadi nasabah Pegadaian Cabang Palopo karena Aspek Syariah, dan 1 orang lagi dipengaruhi oleh faktor pelayanan dan jarak yang dekat. produk pegadaian dapat mengatasi permasalahan keuangan masyarakat. pegadaian memiliki beberapa produk di antara nya Produk Gadai, Produk pembiayaan mikro (Kreasi) , Produk Pembiayaan pembelian kendaraan bermotor (Amanah), produk jaminan sertifikat (RTT) dan juga pegadaian memiliki produk untuk investasi seperti mulia, tabungan emas dan Arrum Hj. produk yang paling diminati oleh kalangan masyarakat karena prosesnya yang cepat, fleksibel dan bunga nya yang murah merupakan produk gadai KCA. Adapun nasabah tidak memilih produk Gadai KCA ialah karena tidak dapat memenuhi persyaratan Gadai KCA.

Berdasarkan presentase produk yang banyak di minati oleh Masyarakat pada produk Pegadaian Cabang Palopo yaitu Produk Gadai sebesar (70%) Produk Pembiayaan Mikro sebesar (20%) dan Pembiayaan untuk Pembelian Kendaraan sebesar (10%).

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, yang dapat disarankan peneliti sebagai berikut:

1. PT. Pegadaian Cabang Palopo

Saran peneliti terhadap PT. Pegadaian untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah dan tetap menjaga kepercayaan nasabah yang bertransaksi di Pegadaian CP.Palopo. memperbanyak sosialisasi produk pegadaian agar lebih banyak lagi masyarakat yang datang ke kantor Pegadaian CP Palopo untuk mengatasi masalah keuangan

2. Penelitian Selanjutnya

Peneliti menyarankan agar rujukan penelitian dapat di kembangkan oleh peneliti selanjut nya untuk mensosialisasikan produk pegadaian kepada masyarakat .

DAFTAR RUJUKAN

- Abubakar, R. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*.
- Afriadi, M. K. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Masyarakat Komplek Perumahan Perumdam Kel. Kandang Mas Kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Badan Pusat Statistik Kota Palopo. (2022). *Kota Palopo Dalam Angka 2022*. Palopokota.Bps.Go.Id.
<https://palopokota.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=YWZkYWQ5NzBmYTcyZDBkNzA5NDEzNzk4&xzmn=aHR0cHM6Ly9wYWxvcG9rb3RhLmJwcy5nby5pZC9wdWJsaWNhdGlvbi8yMDIyLzAyLzI1L2FmZGFkOTcwZmE3MmQwZDcwOTQxMzc5OC9rb3RhLXBhbG9wby1kYWxhbS1hbmdrYS0yMDIyLmh0bWw%3D&tw>
- Gie. (2020). *Pengertian Manajemen Keuangan Beserta, Tujuan, Ruang Lingkup, dan Fungsinya*. Accurate.Id. <https://accurate.id/ekonomi-keuangan/pengertian-manajemen-keuangan/>
- Idris, M. (2022). *Apa Itu Pegadaian: Pengertian, Jenis Usaha, Dan Sejarah Berdirinya*. Kompas.Com.
<https://money.kompas.com/read/2022/01/23/210008726/apa-itu-pegadaian-pengertian-jenis-usaha-dan-sejarah-berdirinya?page=all>
- Larantika, D. (2010). *Minat Masyarakat Terhadap Jual-Beli Emas di Pegadaian Syariah*.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Anlaysia: A Method Sourcebook*. In H. Salmon (Ed.), *SAGE Publication, Inc.* (Edition 3, Vol. 112, Issue 483). Sage Publications, Inc.
- Oktaviani, L. (2020). *Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Pegadaian Syariah. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*.
- Oppier, H. (2018). Dampak kebijakan dana desa (DD) tahun 2017 pada pembangunan infrastruktur dan pemberdayaan nasyarakat di desa passo kota ambon. *Cita Ekonomika, Jurnal Ekonomi, XII(2)*, 119–122.
- Pegadaian.co.id. (2022). *Sejarah Pegadaian*. Pegadaian.Co.Id.
<https://www.pegadaian.co.id/profil/sejarah-perusahaan>
- Permatasari, V. (2021). *Pengaruh pengetahuan, lokasi, dan promosi terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah di kota palopo*.
- Porawouw, R. (2016). Peran Tokoh Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Pembangunan (Studi Di Kelurahan Dudasudara Kecamatan Ranowulu Kota Bitung). *Jurnal Politico*, 5(1), 1–17.
<https://media.neliti.com/media/publications/1154-ID-peran-tokoh->

- masyarakat-dalam-meningkatkan-partisipasi-pembangunan-studi-di-kelur.pdf
- PT. Pegadaian. (2021). Laporan Tahunan 2021. In *pegadaian.co.id*. https://www.pegadaian.co.id/uploads/laporan/Laporan_Tahunan_PT_Pegadaian_2021_Ind.pdf
- Rezki, S. M. (2020). *Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif*. Dqlab.Id. <https://www.dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data>
- Sari, I. N. (2021). *Jumlah Nasabah Naik, Laba Pegadaian Semester I Malah Turun 15%*. Katadata.Co.Id. https://katadata.co.id/intannirmala/finansial/61123b91cedc1/jumlah-nasabah-naik-laba-pegadaian-semester-i-malah-turun-15#google_vignette
- Sugiyono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D* (Cetakan ke). ALFABETA, CV.
- Suryati, Nasution, N. S. A., & Wiyono, W. M. (2021). *Komparasi Pegadaian Syariah Dengan Pegadaian Konvensional Berdasarkan Hukum Indonesia*. 23(2), 9–15. https://www.researchgate.net/publication/356220561_Komparasi_Pegadaian_Syariah_Dengan_Pegadaian_Konvensional_Berdasarkan_Hukum_Indonesia/link/619295a307be5f31b7846780/download
- Syafina, L. (2019). *Metode Penelitian Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. In *Febi UIN-SU Press* (Cetakan Pe). FEBI UIN-SU Press.
- Taufiq. (2018). *Ketertarikan Masyarakat Mengambil Pembiayaan di Pegadaian Syariah*. *IAIN Lhokseumawe*, 1(69), 5–24.
- Tim Yuridis.id. (2021). *Pasal 1150 KUHPerdara (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata)*. Yuridis.Id. <https://yuridis.id/pasal-1150-kuhperdata-kitab-undang-undang-hukum-perdata/>
- Wahyuni, H. R. (2022). *Ternyata Ini Tiga Masalah Keuangan di Indonesia! Apa Solusinya?* Finansialku.Com. <https://www.finansialku.com/ternyata-ini-tiga-masalah-keuangan-di-indonesia-apa-solusinya/>
- Wibowo, S. A., & Ningrum, A. S. (2012). *Determinan Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi di Pegadaian Syariah*. *Universitas Muhammdiyah Yogyakarta*, 83–96.

