

**PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN ISLAM TERHADAP
PEMILIHAN PRODUK PEGADAIAN SYARIAH DI KALANGAN
MASYARAKAT (STUDI KASUS PEGADAIAN SYARIAH CABANG
KUSUMANEGARA YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

**AHMAD YOGA AZ ZUMAR SIDIQ
NIM 20102040036**

Pembimbing:

**Dr. Hikmah Endraswati, S.E., M.Si.
NIP 19770507 200003 2 001**

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2024**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1716/Un.02/DD/PP.00.9/10/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN ISLAM TERHADAP PEMILIHAN PRODUK PEGADAIAN SYARIAH DI KALANGAN MASYARAKAT (STUDI KASUS PEGADAIAN SYARIAH CABANG KUSUMANEGARA YOGYAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AHMAD YOGA AZ ZUMAR SIDIQ
Nomor Induk Mahasiswa : 20102040036
Telah diujikan pada : Senin, 09 September 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Hikmah Endraswati, S.E., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66f721fa79ea0



Penguji I

Munif Solihan, MPA
SIGNED

Valid ID: 66fbc511ec653



Penguji II

Early Maghfiroh Innayati, S.Ag. M.Si
SIGNED

Valid ID: 66f29137b9718



Yogyakarta, 09 September 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 67038549a2eae



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856
Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Ahmad Yoga Az Zumar Sidiq
NIM : 20102040036
Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN ISLAM
TERHADAP PEMILIHAN PRODUK PEGADAIAN SYARIAH DI
KALANGAN MASYARAKAT (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang
Kusumanegara Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam
bidang Sosial.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera
dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 23 Agustus 2024

Mengetahui,

Pembimbing

Dr. Hikmah Endraswati, S.E., M.Si.
NIP 19770507 200003 2 001

Ketua Program Studi

Muhammad Toriq Nurmadiansyah, S.Ag., M.Si.
NIP 19690227 200312 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Yoga Az Zumar Sidiq
NIM : 20102040036
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN ISLAM TERHADAP PEMILIHAN PRODUK PEGADAIAN SYARIAH DI KALANGAN MASYARAKAT (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta)** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 23 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Ahmad Yoga Az Zumar Sidiq

NIM 20102040036

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada,

Almamater Program Studi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً ۖ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ

“(Demikian) Agar harta itu tidak hanya beredar diantara orang-orang kaya saja di antara kamu” QS Al-Hasyr (59:7).



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji selalu dipanjatkan kepada Allah tuhan seluruh makhluk yang selalu mengampuni dosa-dosa hambanya, yang telah menjadikan para manusia berbangsa-bangsa dan bersuku-suku, yang selalu memberi nikmat dan kasih sayang serta petunjuk, hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Keuangan Islam Terhadap Pemilihan Produk Pegadaian Syariah di Kalangan Masyarakat (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta)”. Shalawat beserta salam senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘alaihi wasallam beserta keluarga dan para sahabat .

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan tanpa adanya bantuan, arahan, bimbingan, dan masukan dari berbagai pihak. Maka, dalam hal ini penulis ingin menghaturkan rasa terimakasih kepada:

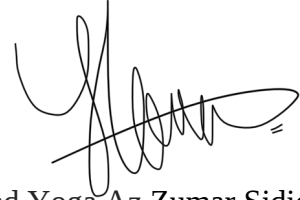
1. Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. H. M. Toriq Nurmadiansyah, S.Ag., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Muhammad Irfai Muslim, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Dr. Hikmah Endraswati, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi sekaligus akademik, atas dedikasi dalam membimbing juga mengarahkan penulis dalam penelitian ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Dakwah atas didikan yang diberikan selama perkuliahan yang menjadi bekal ilmu di masa yang akan datang.
7. Seluruh staf dan karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan pelayanan fasilitas kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
8. Yohanis Wulang S.Sos, selaku pihak Pegadaian Syariah Yogyakarta, atas izin yang diberikan kepada penulis untuk meneliti di Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta.
9. Kedua orang tua, Putri Jaleha dan Suriadi, terima kasih sudah menjadi orang baik, terimakasih sudah memenuhi kebutuhan material dan moril penulis. Maafkan penulis atas gelar yang diberikan tidak berarti apapun dibanding jasa kalian.
10. Kakak dan Adik, Muhammad Rezza Nur Rahman dan Ihdan Yazid Al Mudzakir, atas motivasi dan waktu yang diberikan untuk kebersamaan penulis hingga saat ini.

11. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang juga banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/i mendapatkan balasan dan keberkahan dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Penulis menyadari akan penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Aamiin

Yogyakarta, 23 Agustus 2024



Ahmad Yoga Az Zumar Sidig
NIM 20102040036



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Ahmad Yoga Az Zumar Sidiq (20102040036). Skripsi ini berjudul Pengaruh Pengetahuan Keuangan Islam Terhadap Pemilihan Produk Pegadaian Syariah Di Kalangan Masyarakat (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta).

Penelitian ini berangkat dari rendahnya literasi keuangan masyarakat terkait produk-produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah, khususnya di Cabang Kusumanegara Yogyakarta. Meskipun banyak masyarakat yang berminat menjadi nasabah Pegadaian Syariah karena kebutuhan dana, baik untuk modal usaha maupun kebutuhan rumah tangga, sebagian besar dari mereka hanya mengetahui produk *rahn* (gadai). Hal ini menunjukkan terbatasnya pemahaman masyarakat tentang berbagai produk berbasis syariah yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah. Padahal, pengetahuan tentang prinsip-prinsip keuangan Islam sangat penting bagi individu yang ingin berpartisipasi dalam sistem keuangan syariah secara optimal.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta. Responden dipilih berdasarkan keikutsertaan mereka dalam menggunakan produk-produk Pegadaian Syariah. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana, di mana dua variabel utama dianalisis: pengetahuan keuangan Islam dan pemilihan produk Pegadaian Syariah. Tujuan dari metode ini adalah untuk mengukur sejauh mana literasi keuangan Islam mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk syariah.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan produk Pegadaian Syariah. Nasabah yang memiliki pemahaman yang baik mengenai keuangan Islam cenderung lebih selektif dalam memilih produk syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan Islam. Sebaliknya, nasabah yang kurang memahami konsep keuangan Islam cenderung hanya memilih produk *rahn* tanpa mempertimbangkan produk syariah lainnya. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya literasi keuangan Islam dalam membantu masyarakat membuat keputusan finansial yang lebih bijak dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Kata kunci : Keuangan Islam, Pemilihan Produk. Pegadaian Syariah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	5
C. TUJUAN PENELITIAN.....	5
D. MANFAAT DAN KEGUNAAN PENELITIAN	6
E. KAJIAN PUSTAKA.....	7
F. KERANGKA TEORI	11
1. Pengetahuan Keuangan Islam	11
2. Pemilihan Produk.....	15
3. Tinjauan Tentang Pegadaian Syariah.....	21
G. HIPOTESIS PENELITIAN	26
H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	27
BAB II METODE PENELITIAN.....	29
A. Populasi dan Sampel.....	29
B. Teknik Pengumpulan Data.....	31
C. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	35
D. Teknik Analisis Data.....	36
BAB III GAMBARAN UMUM	42
A. Gambaran Umum Pegadaian Syariah	42
B. Pegadaian Syariah Kusumanegara Yogyakarta	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Analisis dan Uji Data	50

1. Analisis Statistik Deskriptif	50
2. Uji Validitas	65
3. Uji Reliabilitas	67
B. Uji Asumsi Klasik.....	67
1. Uji Normalitas.....	67
2. Uji Linearitas	68
C. Uji Hipotesis	69
1. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	69
2. Uji Parsial (Uji T)	70
3. Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	71
D. Pembahasan.....	72
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Tabulasi Data
3. Tempat lokasi penelitian
4. Pengisian kuesioner oleh responden
5. Data Riwayat Hidup

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1.1 Grafik Pemahaman Masyarakat Manfaat dan Risiko Penggunaan Layanan Gadai Syariah Tahun 2019-2024.....	4
Tabel 2.1 Kisi-kisi Instrumen Kuesioner	32
Tabel 2.2 Skor Nilai Kuesioner	33
Tabel 2.3 Variabel, Definisi Operasional, dan Indikator	36
Tabel 3.1 Struktur Organisasi Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta	46
Tabel 4.1 Uji SPSS Statistik Deskriptif	50
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Produk Yang Digunakan.....	52
Tabel 4.5 Jawaban Item Pernyataan Variabel X 1-5	53
Tabel 4.6 Jawaban Item Pernyataan Variabel X 6-16	54
Tabel 4.7 Jawaban Item Pernyataan Variabel X 17-21	57
Tabel 4.8 Jawaban Item Pernyataan Variabel X 22-30	58
Tabel 4.9 Jawaban Item Pernyataan Variabel Y 1-3	60
Tabel 4.10 Jawaban Item Pernyataan Variabel Y 4-6	61
Tabel 4.11 Jawaban Item Pernyataan Variabel Y 7-9	62
Tabel 4.12 Jawaban Item Pernyataan Variabel Y 10-12	63
Tabel 4.13 Jawaban Item Pernyataan Variabel Y 13-16	64
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel X Menggunakan SPSS	65
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel X Menggunakan SPSS	66
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas Menggunakan Cronbach's Alpha SPSS	67
Tabel 4.17 Uji Normalitas One Sample Kolomogorov Smirnov Menggunakan SPSS	68
Tabel 4.18 Uji Linearitas Menggunakan Tabel Anova SPSS	69
Tabel 4.19 Analisis Regresi Linier Sederhana Menggunakan SPSS	69
Tabel 4.20 Uji Parsial (Uji T) Menggunakan SPSS	70

Tabel 4.21 Koefisien Determinasi (Uji R ²)	71
Kuesioner	73
Tabulasi Data Variabel X	77
Tabulasi Data Variabel Y	78
Surat Izin Penelitian	79
Tempat Penelitian	80
Pengisian Kuesioner Oleh Responden	80



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Selama 10 tahun terakhir, sektor keuangan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hingga akhir tahun 2016, pertumbuhan perbankan dan lembaga keuangan syariah mencapai 19,67 persen. Pangsa pasar perbankan syariah pada periode tersebut mencapai 5,12 persen, mencatatkan angka tertinggi sepanjang sejarah keberadaan keuangan syariah di Indonesia. Sementara itu, pemahaman mengenai keuangan syariah di Indonesia masih tergolong rendah. Beberapa penelitian dari tahun 2004 sampai 2019 menunjukkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat terhadap keuangan syariah masih kurang memadai. Oleh karena itu, inisiatif untuk membangun literasi keuangan syariah bagi masyarakat Indonesia menjadi suatu keharusan yang sangat diperlukan. Langkah ini perlu dilakukan secara terencana dan berkelanjutan, melibatkan perencanaan strategis serta langkah-langkah inisiatif berupa program aksi yang melibatkan semua elemen masyarakat, terutama pemangku kepentingan di bidang keuangan syariah dan regulator keuangan seperti Otoritas Jasa Keuangan.¹

Peningkatan literasi keuangan menjadi elemen krusial dalam memperbaiki kualitas sumber daya manusia. Melalui literasi keuangan, masyarakat dapat lebih efektif memahami konsep dan mekanisme penggunaan produk layanan keuangan

¹ Asyhad, M., & Handono, W. A., "Urgensi Literasi Keuangan Syariah Pada Pendidikan Dasar", *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, vol.13:1, 2017, hlm.127.

mendorong mereka untuk membuat keputusan yang cerdas dan bijak dalam memenuhi kebutuhan ekonomi pribadi dan keluarga mereka. Menurut *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD), pengetahuan tentang konsep dan risiko keuangan, disertai dengan pemahaman yang memadai, akan memberikan keterampilan kepada masyarakat untuk mengelola keuangan mereka dengan baik dan membangkitkan motivasi untuk terus meningkatkan pemahaman tentang keuangan, dengan tujuan mencapai kesejahteraan keuangan dalam masyarakat. Otoritas Jasa Keuangan membagikan tingkat literasi keuangan di Indonesia menjadi 4 klaster yaitu²:

1. Klaster *well literate* adalah bagi masyarakat yang memahami konsep, manfaat, risiko, dan fitur juga memiliki tingkat kepercayaan yang baik kepada lembaga jasa keuangan sehingga masyarakat aktif pada pengelolaan keuangan tersebut. Persentase *Well literate* di Indonesia masih tergolong rendah yaitu sebesar 21,84%.
2. Klaster *sufficient literate* adalah masyarakat yang mengetahui, memahami, dan meyakini terhadap lembaga keuangan., namun tidak ikut berperan dalam pengelolaan lembaga keuangan. Persentase *Sufficient literate* di Indonesia mencapai angka 75,69%.
3. Klaster *less literate* adalah masyarakat yang memiliki pemahaman sedikit terhadap lembaga keuangan dengan persentase di Indonesia sebesar 2,06%

² Tulasmi, T., & Mukti, T. "Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol.6:2, 2020, hlm. 239

4. Klaster *not literate* merupakan masyarakat yang benar-benar tidak tahu akan lembaga keuangan termasuk aktivitas serta pengelolaannya memiliki persentase kecil, hanya 0,41% di Indonesia.

Oleh karena itu perlu bagi masyarakat Muslim di Indonesia meningkatkan literasi tentang keuangan syariah guna dapat memilih produk-produk keuangan yang sesuai dengan syariat Islam. Saat ini banyak lembaga keuangan yang mulai melahirkan produk-produk syariah salah satunya Pegadaian Syariah.³

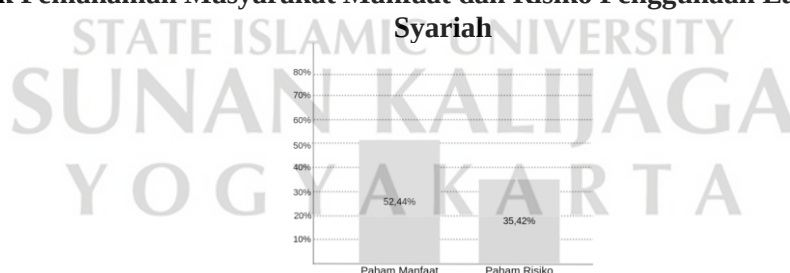
PT. Pegadaian (Persero), sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berfokus pada layanan gadai, telah menghasilkan inovasi-inovasi yang signifikan untuk merespon dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Upayanya dalam menjawab tuntutan tersebut, PT. Pegadaian (Persero) mendirikan anak perusahaan baru yang diberi nama Pegadaian Syariah. Hal ini merupakan alternatif bagi umat Islam yang ingin menghindari praktik riba dan bunga yang umumnya terdapat dalam sistem gadai konvensional. Perbedaan antara gadai syariah dan konvensional terletak pada dasar hukumnya. Gadai syariah bersandar pada Al-Qur'an, Hadits, Ijma, dan Fatwa MUI, sementara gadai konvensional merujuk pada KUHP. Dalam akad gadai konvensional terdapat satu jenis akad, sementara pada gadai syariah terdapat dua jenis akad. Penetapan jangka waktu pada gadai konvensional adalah setiap 15 hari, sedangkan pada gadai syariah ditentukan setiap 10 hari. Pada gadai konvensional jangka waktu bisa mencapai 3 bulan, sedangkan pada *rahn* (produk pegadaian syariah), waktu ditentukan berdasarkan perhitungan. Dalam hal pengambilan uang hasil lelang gadai

³ *Ibid*, hlm.240.

konvensional, jika sisa uang tidak diambil dalam satu tahun maka uang hasil lelang tersebut akan menjadi milik pegadaian. Sedangkan dalam gadai syariah, uang tersebut akan diserahkan kepada Badan Amil Zakat.⁴

Mayoritas pengguna layanan keuangan dari pegadaian berasal dari kelompok masyarakat ekonomi menengah kebawah. Umumnya, kelompok ini memiliki tingkat pendidikan yang tidak tinggi, sehingga pemahaman mereka terhadap pegadaian relatif rendah. Hal ini diperparah oleh fakta bahwa pegadaian syariah menggunakan akad-akad syariah yang kurang akrab di kalangan masyarakat. Kondisi ini tercerminkan dari rendahnya indeks pemahaman mengenai risiko dan manfaat dari produk layanan keuangan pegadaian. Secara umum, masyarakat lebih memahami manfaat daripada risiko yang terkait dengan penggunaan produk layanan di pegadaian. Berikut adalah indeks pemahaman masyarakat terkait risiko dan manfaat dari produk layanan keuangan di pegadaian syariah.⁵

Tabel 1.1
Grafik Pemahaman Masyarakat Manfaat dan Risiko Penggunaan Layanan Gadai Syariah



Sumber : Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia, 2019⁶

⁴ Suryati, S., Nasution, N. S. A., & Wiyono, W. M., “Komparasi Pegadaian Syariah Dengan Pegadaian Konvensional Berdasarkan Hukum Indonesia”, *Cakrawala Hukum: Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Wijayakusuma*, vol. 23:2, 2021, hlm.9.

⁵ Tulasmi, T., & Mukti, T. (2020). “Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol.6:2, 2020, hlm.240-241.

⁶ Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2021-2025*, (2021), hlm. 65.

Dengan data yang disajikan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat ketidakseimbangan dalam pemahaman masyarakat mengenai manfaat dan risiko dari penggunaan produk layanan Pegadaian Syariah. Hal ini berdampak pada kurangnya keselarasan dalam pengelolaan pendapatan dan pengeluaran masyarakat. Juga berdampak pada pemilihan masyarakat dalam menentukan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan di Pegadaian Syariah.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti mengamati adanya ketidaksesuaian antara persentase literasi yang sangat rendah dengan tingkat persentase konsumen lembaga keuangan yang tergolong tinggi, maka peneliti ingin meneliti lebih jauh mengenai **“Pengaruh Pengetahuan Keuangan Islam Terhadap Pemilihan Produk Pegadaian Syariah di Kalangan Masyarakat”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh Pengetahuan Keuangan Islam Terhadap Pemilihan Produk Pegadaian Syariah di Kalangan Masyarakat?

C. TUJUAN PENELITIAN

Dengan adanya permasalahan di atas, maka tujuan daripada penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan keuangan Islam pada masyarakat berpengaruh terhadap keputusan mereka dalam memilih produk Pegadaian Syariah.

D. MANFAAT DAN KEGUNAAN PENELITIAN

Bagian penting daripada sebuah penelitian yakni manfaat daripada penelitian itu sendiri yang mana mungkin ada penerapan dan inovasi daripada ungkapan sebuah penelitian. Besar harapan peneliti agar penelitian ini memiliki banyak manfaat seperti:

1. Manfaat Teoritis

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas mengenai pengaruh pengetahuan keuangan Islam terhadap pemilihan produk Pegadaian Syariah di kalangan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penulis berharap penelitian ini dapat mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh pengetahuan keuangan Islam terhadap pemilihan produk Pegadaian Syariah di kalangan masyarakat.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, serta dapat dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Pegadaian Syariah

Hasil daripada penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi Pegadaian Syariah dalam meningkatkan edukasi keuangan

Islam dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik perhatian masyarakat yang lebih luas.

E. KAJIAN PUSTAKA

Pada penulisan skripsi ini peneliti berusaha untuk menggali informasi daripada penelitian-penelitian sebelumnya sebagai masukan, juga sebagai bahan pertimbangan.

1. Ilmu Sosial KnE Jurnal, ditulis oleh Titania Mukti dkk, 2022. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Jasa Pada Gadai Syariah Di Yogyakarta”.

Penelitian ini menggunakan desain studi kuantitatif, menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menganalisis data. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada penduduk Gadai Syariah di Sariharjo, Yogyakarta, dengan ukuran sampel 111. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling dengan tujuan, yang melibatkan pemilihan peserta berdasarkan kriteria tertentu. Studi ini berfokus pada tiga variabel independen yakni; Pengetahuan dan Pemahaman Mengelola Keuangan (X1), Keahlian dan Keterampilan dalam Mengelola Keuangan (X2), dan Keyakinan atau Keyakinan pada Gadai Syariah (X3). Variabel dependen adalah keputusan untuk menggunakan produk jasa di Gadai Syariah. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen menjelaskan variabel dependen. Hasil dari studi ini menemukan bahwa literasi keuangan Islam memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan layanan produk keuangan syariah pada Pegadaian Syariah di Yogyakarta. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 83,4% menunjukkan bahwa 83,4% variasi dalam keputusan untuk menggunakan produk dalam Gadai Syariah dapat dijelaskan oleh tiga variabel pendukung: Pengetahuan dan Pemahaman Mengelola Keuangan (X_1), Keahlian dan Keterampilan dalam Mengelola Keuangan (X_2), dan Keyakinan atau Keyakinan pada Gadai Syariah (X_3). Sedangkan sisanya 16,6% disetujui oleh variabel lain dan H_1 diterima.⁷

2. Jurnal Rozi Fery Setyaningsih dan Bambang Agus Pramuka. Mahasiswa Ekonomi Akutansi pada tahun 2022 dengan judul “Faktor Penentu Pemilihan Bank Syariah”.

Penelitian ini menggunakan alat SmartPLS 3 dengan metode *analisis Partial Least Squares* (PLS) untuk menilai model pengukuran dan model struktural, mengevaluasi signifikansi hubungan antar variabel. Penelitian ini berjumlah 163 responden yakni nasabah bank syariah Pekalongan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak secara langsung mempengaruhi pemilihan bank syariah, karena literasi keuangan syariah hanya akan mempengaruhi pemilihan bank syariah jika dimediasi oleh kepercayaan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap pemilihan bank syariah, dan kualitas pelayanan

⁷ Ilmu Sosial KnE. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Jasa Pada Gadai Syariah Di Yogyakarta”, 2022, hlm. 273-284.

berpengaruh terhadap pemilihan bank syariah yang dimediasi oleh kepercayaan. Kepercayaan mempengaruhi pemilihan bank syariah.⁸

3. Jurnal Rifky Faransyah dan Prayudi S. Prabowo tahun 2020. Mahasiswa Prodi Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. “Pengaruh Promosi dan Literasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pegadaian Syariah di Surabaya”.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif, dengan tujuan melihat pengaruh antar variabel menggunakan metode analisis yang jelas dan sistematis untuk menarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh nasabah Pegadaian Syariah Surabaya tahun 2020. Menggunakan teknik *probability sampling* dengan pendekatan *random sampling*, serta menghitung sample dengan menggunakan rumus slovin dengan hasil 100 responden. Dengan hasil variabel promosi (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Pada variabel literasi nilai signifikansi sebesar $000 < 0,05$ dan nilai $t \ 6.676 > 1,984$. Maka hasil tersebut memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara variabel literasi dan variabel keputusan pembelian dan H_a diterima.⁹

⁸ Rozi Fery Setyaningsih & Bambang Agus Pramuka, “Faktor Penentu Pemilihan Bank Syariah” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akutansi*, vol.4:21, 2022, hlm.631-638.

⁹ Faransyah, R., & Prabowo, P. S. “Pengaruh promosi dan literasi terhadap keputusan pembelian produk pegadaian syariah di Surabaya”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, vol.3:3, 2020, 141-150.

4. Jurnal Novia Rosiyani dan Fuad Hasyim tahun 2021. “Analisis Pengaruh Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah”.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, populasi dalam penelitian ini yakni generasi milenial yang berada di wilayah Surakarta, dengan teknik *purposive sampling*, penelitian ini ditujukan untuk mahasiswa yang dipilih dengan kisaran usia 15-25 tahun. Metode pengambilan sampel yakni *quota random sampling*. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus slovin dengan hasil 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan H1 yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat menggunakan produk tabungan emas di Pegadaian Syariah memiliki nilai signifikan yaitu $0,002 < 0,05$. Nilai signifikan 0,002 membuktikan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat generasi milenial untuk menggunakan produk tabungan emas, maka H1 diterima.¹⁰

5. Jurnal Moh Khoirul Anam dan Nadia Kulsum tahun 2022. “Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan bersifat asosiatif, yaitu berkaitan antara variabel satu dengan variabel lainnya.

¹⁰ Rosiyani, N., & Hasyim, F. “Analisis Pengaruh Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah”, *JEKSYAH Islamic Economics Journal*, vol.1:2, 2021, hlm.65-79.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BPJS kantor cabang pembantu Bumi Serpong Damai Tangerang selatan yang memiliki rekening tabungan dengan jumlah 1.276 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik insidental dengan pengukuran slovin dengan hasil yang didapat 93 responden. Hipotesis dari penelitian ini adalah; H1 pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah dan H2 pemasaran berpengaruh terhadap minat nasabah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi $X1 = 0,212 > 0,05$, nilai signifikansi $X2 = 0,000 < 0,05$ menunjukkan H1 diterima dan H2 ditolak.¹¹

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas dapat dilihat bahwa penelitian tersebut menggunakan analisis regresi linier berganda dan memiliki lebih dari satu variabel, namun pada penelitian ini peneliti hanya memasukan dua variabel yaitu Pengetahuan Keuangan Islam dan Pemilihan Produk.

F. KERANGKA TEORI

Kerangka teori merupakan landasan berfikir dalam melakukan sebuah penelitian dan menjadi sebuah landasan teori yang akan digunakan untuk menjelaskan keadaan sosial untuk menjadi sebuah objek penelitian. Adapun teori sendiri merupakan rangkaian dari asumsi, metode dalam menjelaskan keadaan sosial secara sistematis menggunakan cara rumusan hubungan antar konsep.

1. Pengetahuan Keuangan Islam

Sistem keuangan yang baik menurut Islam adalah sistem keuangan yang dapat berfungsi dengan baik dan efisien, yang di dalamnya terdapat

¹¹ Anam, M. K., & Kulsum, N., "Pengaruh pengetahuan dan pemasaran terhadap minat nasabah pada produk gadai emas", *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, vol.3:2, 2022, hlm.129-141.

proses pertukaran barang dan jasa. Pembeli dan penjual dapat bertemu dan harga barang ditentukan secara kesepakatan. Sistem keuangan syariah harus patuh terhadap etika syariah yang memiliki tujuan bermuamalah dalam kehidupan bermasyarakat khususnya dalam berbisnis. Keuangan syariah merupakan suatu sistem keuangan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam. Sistem keuangan Islam / syariah, di sisi lain dapat dijelaskan sebagai suatu sistem di mana aset dianggap bebas dari risiko dan setiap transaksi harus mengikuti prinsip pembagian keuntungan dan kerugian.¹² Pengetahuan keuangan merupakan faktor kunci yang mendasar dalam proses pengambilan keputusan keuangan, dan memiliki dampak yang signifikan tidak hanya bagi individu tetapi juga bagi ekonomi secara keseluruhan. Kemampuan dalam mengelola uang secara bijaksana merupakan salah satu hasil dari pengetahuan keuangan, yang pada gilirannya dapat memberikan manfaat positif bagi perekonomian.¹³

Pengetahuan keuangan Islam adalah suatu kemampuan seseorang tentang pengetahuan keuangan, keterampilan dan perilaku terkait pengelolaan keuangan individu menurut ajaran Islam.¹⁴ Tingkat pengetahuan keuangan Islam seorang individu dapat diukur menggunakan Indikator pengetahuan

¹² Nugraha, A. L. dkk, *Profil Literasi Keuangan Islam Karyawan Dan Nasabah Baitul Maal wa Tamwil Daarut Tauhid Bandung*, 2022, hlm. 4-5.

¹³ Linting, V. A. C., *Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Umkm Kerajaan Tenun Di Toraja* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS HASANUDDIN), 2021, hlm.11.

¹⁴ Siti Hafizah Abdul Rahim, dkk., "Islamic Financial Literacy and its Determinants among University Students : An Exploratory Factor Analysis", *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2016, hlm. 33.

keuangan yang dikembangkan oleh Haiyang Chen dan Ronald P. Volpe.¹⁵ Indikator tersebut kemudian dikembangkan lagi dengan mengadaptasi pendekatan ekonomi Islam menjadi konsep Pengetahuan Keuangan Islam sebagai berikut:¹⁶

a. Pengetahuan Keuangan Dasar Syariah

Pada mulanya prinsip dasar seluruh kegiatan keuangan Islam adalah tidak menggunakan uang sebagai aset produktif ataupun menjadi suatu komoditas. Selain itu keuangan Islam adalah suatu jasa keuangan yang didasari aspek-aspek hukum Islam antara lain mengenai larangan terhadap riba, menggunakan prinsip *revenue and risk sharing* (berbagi keuntungan dan risiko), berdasarkan akad dan sesuai dalam ketentuan Syariah.

b. Pengetahuan Simpan dan Pembiayaan Syariah

Suatu transaksi atau akad yang digunakan dalam produk simpanan lembaga keuangan syariah telah diatur di dalam fatwa DSN MUI Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan. Fatwa tersebut menentukan akad yang digunakan dalam produk simpanan lembaga keuangan syariah adalah akad *Wadiah* dan *Mudharabah*. *Wadiah* adalah akad yang memberikan kekuasaan kepada orang lain untuk menjaga harta ataupun

¹⁵ Teuku Syifa Fadrizha Nanda, dkk., “Tingkat literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh”, *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, vol. 1:2, 2019, hlm. 144.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 144-145.

barang yang dititipkan kepadanya, sedangkan *mudharabah* bermakna bagi hasil.¹⁷

c. Pengetahuan Dasar Asuransi Syariah

Asuransi berasal dari bahasa belanda *assurantie* terdiri dari kata *assaradeur* yang berarti penanggung dan kata *geassureede* yang berarti tertanggung. Dalam Ensiklopedi Hukum Islam asuransi adalah transaksi perjanjian antara dua pihak.¹⁸ Dalam bahasa Arab asuransi di istilahkan sebagai *at-ta'min* yang berarti memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman dan bebas dari rasa takut.

d. Pengetahuan Dasar Investasi Syariah

Investasi merupakan suatu komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan dengan harapan memperoleh keuntungan di masa yang datang.¹⁹ Secara umum, investasi dapat dibagi menjadi dua jenis, yakni aset keuangan dan aset riil. Investasi dalam aset keuangan melibatkan sektor keuangan seperti deposito, obligasi, saham dan instrumen keuangan lainnya. Investasi aset riil meliputi pembelian aset meliputi pembelian aset yang produktif, pendirian pabrik,

¹⁷ M. Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah dan Impelementasinya dalam Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Logung Printika, 2009, hlm. 193.

¹⁸ Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010) dikutip dari Netta Agusti, "Sharing of Risk Pada Asuransi Syariah (Takaful): Pemahaman Konsep dan Mekanisme Kerja", *Jurnal Manajemen Dakwah*, vol.3:2, Juli - Desember 2017, hlm. 184.

¹⁹ Tandelilin & Eduardus, *Analisis Investasi & Manajemen Portofolio Yogyakarta*: BPFE, 2001.

pembukaan pertambangan, pertambangan dan perkebunan. Meskipun bervariasi dalam jenisnya, investasi tersebut umumnya memiliki tujuan yang sama yakni mencapai keuntungan.²⁰ Dalam Islam suatu ketidakpastian disebut *gharar* dengan istilah suatu hal akibatnya tidak dapat diprediksi, namun berbeda dengan risiko pada investasi yang masih dapat diperkirakan walaupun masih terdapat risiko di dalamnya. Maka investasi dibolehkan dalam Islam dengan dasar kaidah *fiqh* yaitu *al ghummu bil ghurmi* yang berarti risiko akan selalu menyertai setiap yang diperoleh. Hal tersebut memaknai bahwa keuntungan merupakan kompensasi yang pantas bagi seseorang yang bersedia menanggung kerugian.²¹

2. Pemilihan Produk

Keputusan pembelian adalah seluruh kegiatan yang berhubungan dengan keputusan seseorang dalam menentukan membeli atau tidaknya suatu produk.²² Hal ini diperjelas dengan teori Kotler dan Keller yaitu keputusan pembelian adalah suatu proses yang digunakan dalam menentukan suatu obyek dengan cara mengkombinasikan pengetahuan terkait suatu obyek dengan obyek alternatif lainnya untuk melakukan penilaian sehingga terpilih satu diantara yang lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa keputusan

²⁰ Tais Khuron, *Kajian Perbandingan Tingkat Pengembalian Dan Risiko Antara Investasi Emas Dan Saham Syariah*, BRI Syariah, vol. 4:1 April 2015, hlm. 68.

²¹ Afdawaiza, Uncertainty (Ketidakpastian) dan Antisipasinya Dalam Perspektif Keuangan Islam, *Asy-Syir'ah Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, vol. 45.

²² Sutisna, M., & Sarah, I. S. *Analisis Keputusan Pembelian BTS Meal: Tinjauan Pemilihan Produk, Merek, Penyalur, Kuantitas Pembelian, Waktu Pembelian, dan Metode Pembayaran*. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, vol.8:1, 2022, hlm. 50.

pembelian adalah sebuah proses dalam seseorang menganalisis pengetahuan yang dimiliki untuk memilih produk yang akan dibeli. Kotler dan Keller menegaskan dalam proses pengambilan keputusan terdiri atas lima tahap yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, membuat keputusan dan perilaku pasca pembelian.²³



a. Pengenalan Masalah

Awal daripada proses keputusan pembelian yaitu memahami permasalahan. Saat konsumen mengenali permasalahan atau tanda-tanda permintaan yang disebabkan oleh permintaan oleh konsumen sendiri (internal) maupun oleh faktor pengaruh produk serupa sesuai dengan kebutuhannya (eksternal), maka konsumen akan memunculkan rasa keinginannya sendiri sehingga perusahaan dapat menciptakan rangsangan tersebut untuk konsumen agar termotivasi untuk proses pembelian.

b. Pencarian Informasi

Saat konsumen menyadari permasalahan berupa kebutuhan yang harus dipenuhi maka konsumen akan mencari informasi mengenai barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan yang ingin dipenuhi. Maka dalam proses ini konsumen akan melalui dua tahap,

²³ *Ibid*, hlm. 50.

yang pertama penguatan informasi yaitu konsumen mencari tahu sendiri terkait informasi suatu produk. Tahap kedua yaitu konsumen mulai mencari secara detail informasi produk seperti melihat *review* produk dari orang lain yang telah menggunakan produk yang dimaksud, spesifikasi dan lain sebagainya agar konsumen dapat memilih mana produk yang tepat. Kotler dan Keller menambahkan terdapat empat sumber informasi yang dapat digunakan mengenai suatu produk yaitu:

- I. Sumber pribadi, merupakan informasi mengenai produk yang didapatkan dari orang-orang terdekat seperti keluarga dan teman.
- II. Sumber komersial, merupakan informasi yang bisa didapatkan melalui kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemasar seperti iklan.
- III. Sumber publik, merupakan sumber informasi yang didapat melalui media massa, seperti sosial media dan sebagainya.
- IV. Sumber pengalaman, merupakan informasi berupa pengalaman orang lain setelah menggunakan produk yang dibeli (*review*).

c. **Evaluasi Alternatif**

Setelah mendapatkan informasi yang dibutuhkan, kemudian konsumen akan melakukan evaluasi alternatif. Evaluasi yang dimaksud yaitu peninjauan ulang pada alternatif merek yang didapat. Setidaknya terdapat dua kriteria alternatif yang dilakukan dalam

keputusan pembelian. Pertama adalah kemaslahatan yang didapat konsumen dengan membeli produk tersebut. Kedua adalah kepuasan yang didapat dari membeli produk tersebut karena sesuai dengan yang diharapkan. Alternatif produk dipengaruhi oleh beberapa pertimbangan meliputi kepentingan, manfaat, fungsi dan citra produk.

d. Keputusan Pembelian

Pada tahap evaluasi alternatif konsumen akan menimbang dan menilai antara dua merek atau lebih, yang mana diantaranya bisa memenuhi kebutuhan yang sesuai. Tahap keputusan pembelian konsumen memilih produk yang akan dibeli, yang sudah jelas merupakan terbaik dari alternatif yang lain.

Menurut Kotler dan Keller²⁴, saat terjadi sebuah keputusan pembelian, konsumen secara tidak langsung melakukan keputusan atas beberapa hal yakni; keputusan produk, keputusan merek, keputusan penyalur, keputusan kuantitas pembelian, keputusan waktu pembelian dan keputusan metode pembayaran yang digunakan. Keputusan untuk menggunakan suatu jasa merupakan suatu keputusan yang kompleks dengan pengaruh oleh beberapa faktor, selain kualitas pelayanan baik yang diberikan kepada konsumen, perusahaan harus memiliki citra yang baik untuk menghasilkan keputusan pemilihan produk pembiayaan tersebut. Umumnya, hal yang dapat menimbulkan minat

²⁴ *Ibid.* hlm. 52.

pembelian terhadap suatu jasa, konsumen melihat bagaimana citra perusahaan tersebut.²⁵

I. Keputusan Produk

Dari berbagai jenis produk membuat konsumen lebih leluasa dalam menentukan produk apa yang sekiranya mereka butuhkan dan lebih bermanfaat oleh mereka. Maka perusahaan harus berfokus pada pangsa pasar guna mengetahui minat konsumen terhadap produk bersangkutan juga termasuk produk alternatif lain. Harga menjadi faktor yang menentukan pembelian dalam suatu produk. Kotler dan Keller menyatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan dalam penilaian harga sebagai pertimbangan saat membeli sebuah produk.

II. Keputusan Merek

Kotler dan Amstrong menjelaskan bahwa merek yang juga berarti nama, logo, identitas, simbol atau kombinasi yang bertujuan untuk melihat kualifikasi barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen. Peran penting pada merek yaitu dalam keputusan pembelian karena citra merek yang terlihat dari produk yang dihasilkan. Loyalitas pada suatu merek disebabkan kualitas dari merek yang bersifat konstan, juga disesuaikan dengan

²⁵ *Ibid*, hlm. 52.

manfaat ketika konsumen membeli atau menggunakan produk yang digunakan.

III. Keputusan Penyalur

Konsumen akan memilih penyalur mana yang akan digunakan saat membeli atau memilih produk yang diinginkan. Konsumen juga akan menimbang tentang cara yang paling efektif untuk mendapatkan produk tersebut. Maka penting bagi perusahaan untuk memperhatikan beberapa pertimbangan seperti; faktor lokasi, kemudahan untuk mendapatkan produk dan akses penyalur.

IV. Keputusan Kuantitas Pembelian

Kuantitas berarti jumlah, ukuran, volume barang atau jasa. Saat melakukan keputusan pembelian, konsumen menentukan kuantitas produk yang akan dibelinya, apakah tersedia sebanyak yang diinginkan, apakah terbatas, atau produk tersebut selalu tersedia.

V. Keputusan Waktu Pembelian

Dalam keputusan pembelian konsumen perlu meluangkan waktu untuk memilih dan membeli produk yang diinginkan. Aspek ini perlu menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam menghadirkan *event* dan diskon untuk dimanfaatkan dalam waktu-waktu tertentu.

VI. Keputusan Metode Pembayaran

Metode pembayaran yang bervariasi memiliki daya tarik konsumen sebab konsumen dapat memilih metode pembayaran dalam suatu pemilihan dan pembelian produk.²⁶

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melakukan pembelian, biasanya muncul reaksi saat atau setelah menerima produk, biasanya berupa rasa puas atau tidak setelah membeli produk. Perasaan ini menjadi indikator apakah konsumen akan menjadi konsumen biasa atau menjadi konsumen jangka panjang yang berlangganan membeli produk yang sama.

3. Tinjauan Tentang Pegadaian Syariah

a. Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang dikelola oleh perusahaan pegadaian. berdirinya pegadaian berdasarkan keinginan masyarakat Muslim yang mengharapkan adanya sebuah layanan gadai yang sesuai dengan prinsip dasar-dasar keislaman.²⁷ maka PT. Pegadaian berusaha menjalin kerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia untuk membentuk Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS). Seiring berjalan waktu Unit Layanan Gadai Syariah berkembang cukup pesat dalam tujuannya membantu masyarakat

²⁶ *Ibid*, hlm. 52.

²⁷ Tulasmi, T., & Mukti, T. "Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol.6:2, 2020, hlm. 242.

mengenai likuiditas juga dalam mengembangkan UMKM. Pegadaian Syariah dalam prosesnya diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah agar praktik penyelenggaraan di dalamnya tetap pada koridor prinsip syariah. Regulasi diperkuat dengan adanya Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 31/PJOK.05/2016 mengenai usaha pegadaian.²⁸

b. Produk Pegadaian Syariah

Terdapat 9 jenis produk Pegadaian Syariah yang ditawarkan untuk masyarakat sesuai dengan kebutuhan yakni;

I. Amanah

Salah satu layanan penawaran dari Pegadaian Syariah adalah Amanah yang merupakan fasilitas pinjaman untuk pengusaha mikro/kecil, karyawan, dan profesional yang ingin membeli kendaraan bermotor. Program amanah ini memberikan pinjaman mulai dari Rp 5 juta hingga Rp 450 juta dengan tenor peminjaman antara 12 hingga 60 bulan. Dalam Pegadaian Syariah, konsep bunga tidak diterapkan, namun ada biaya pemeliharaan barang atau dikenal sebagai *mu'nah*. Selain itu, nasabah akan dikenakan biaya administrasi atau *mu'nah* akad dengan besaran yang bervariasi.

II. Rahn

²⁸ *Ibid*, hlm.242.

Produk rahn yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah merupakan bentuk pemberian pinjaman yang memanfaatkan barang jaminan seperti emas perhiasan, emas batangan, berlian, smartphone, laptop, barang elektronik lainnya, sepeda motor, mobil, atau alat transportasi lainnya. Pinjaman (*marhun bih*) dalam skema pembiayaan rahn tersedia dalam rentang mulai dari Rp 50.000 hingga lebih dari 1 miliar, dengan jangka waktu pinjaman selama 4 bulan yang dapat diperpanjang secara berkala. Pelunasan pembiayaan rahn dapat dilakukan kapan saja, dengan perhitungan *mu'nah* yang berlaku selama periode pinjaman.

III. Arrum BPKB

Arrum BPKB adalah suatu produk pembiayaan yang ditujukan untuk pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Nasabah dapat memberikan jaminan berupa BPKB kendaraan bermotor. Besaran pinjaman yang dapat diperoleh melalui Arrum BPKB bervariasi, mulai dari Rp 3 juta hingga Rp 400 juta, dengan opsi jangka waktu pinjaman yang dapat dipilih antara 12, 18, 24, hingga 36 bulan. Dalam skema pembiayaan ini, Pegadaian hanya menyimpan BPKB sebagai jaminan, dan kendaraan tetap dapat digunakan oleh nasabah.

IV. Arrum Emas

Arrum Emas adalah salah satu produk Pegadaian Syariah yang menyediakan pinjaman tunai dengan menggunakan perhiasan sebagai jaminan, termasuk emas dan berlian. Dalam pembiayaan ini, proses angsuran dilakukan secara mudah dan sesuai dengan prinsip syariah. Besaran pinjaman yang tersedia berkisar antara Rp 1 juta hingga Rp 500 juta, dengan pilihan jangka waktu pinjaman selama 12, 18, 24, dan 36 bulan.

V. Arrum Haji

Arrum Haji merupakan suatu produk pembiayaan yang disediakan untuk memperoleh kuota ibadah haji secara syariah dengan proses yang sederhana, cepat, dan aman. Dalam produk ini, nasabah hanya perlu menyerahkan logam mulia seberat 3,5 atau 5 gram, mereka langsung mendapatkan pinjaman sebesar Rp 25 juta untuk mendapatkan nomor porsi haji melalui Kementerian Agama.

VI. Rahn Hasan

Rahn Hasan adalah bagian dari produk rahn yang menawarkan tarif mu'nah pemeliharaan sebesar 0 persen, dengan tenor 60 hari. Maksimal *Marhun bih* (pinjaman uang) dalam layanan Rahn Hasan mencapai Rp 500 ribu dengan periode peminjaman selama 60 hari.

VII. Rahn Fleksi

Rahn Fleksi adalah bagian dari produk rahn yang memberikan pinjaman dengan menggunakan barang bergerak sebagai jaminan, sesuai dengan prinsip syariah. Fitur ini menawarkan plafon pinjaman yang tinggi dan menerapkan biaya titip harian, rahn Fleksi memberikan fleksibilitas kepada nasabah untuk memperpanjang, mencicil, atau menambah pinjaman. Uang pinjaman yang diterima melalui layanan ini diserahkan secara penuh tanpa dikenakan biaya administrasi, dengan opsi jangka waktu peminjaman selama 10, 30, 60 hari, dan minimal 5 hari.

VIII. Rahn Bisnis

Rahn Bisnis adalah suatu produk dari Pegadaian Syariah yang menyediakan pinjaman dana tunai kepada pemilik usaha, dengan menggunakan emas sebagai jaminan, baik dalam bentuk batangan maupun perhiasan. Pinjaman yang diberikan memiliki kisaran mulai dari Rp 100 juta hingga lebih dari Rp 1 miliar, dengan tenor peminjaman selama 4 bulan.

IX. Rahn Tasjily Tanah

Pembiayaan Rahn Tasjily Tanah, di sisi lain, merupakan layanan pembiayaan yang ditujukan kepada masyarakat dengan penghasilan tetap atau rutin, pengusaha kecil, dan petani. Layanan ini menggunakan sertifikat tanah dan Hak Guna Bangunan (HGB)

sebagai jaminan, dengan palon pembiayaan yang bervariasi antara Rp 1 juta hingga Rp 200 juta.²⁹

G. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis adalah salah satu bagian penting dalam penelitian yang harus terjawab oleh penelitian itu sendiri. Hipotesis berarti dugaan sementara, maka peneliti harus mengumpulkan data untuk membuktikan dugaannya benar.³⁰ Maka penelitian akan dilakukan membuktikan hasil daripada hipotesis. Penelitian pada jurnal Titania Mukti dkk. menunjukkan adanya pengaruh literasi keuangan Islam berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan produk keuangan syariah. Penelitian Rifky Faransyah dan Prayudi S. Prabowo menunjukkan terdapat pengaruh positif antara variabel literasi dengan variabel keputusan pembelian. Penelitian Moh Khoirul Anam dan Nadia Kulsum menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat nasabah pada produk gadai emas. Berdasarkan beberapa penelitian yang dipaparkan maka peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan keuangan Islam terhadap pemilihan produk Pegadaian Syariah di kalangan masyarakat.

²⁹ Jenis-jenis produk pegadaian syariah, <https://money.kompas.com/read/2023/10/11/141528426/mengenal-jenis-jenis-produk-pegadaian-syariah?page=all>, diakses tanggal 23 Februari 2024.

³⁰ Lolang, E., "Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif", *Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, vol.3:3, 2014, hlm. 685.

2. H_a : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan keuangan Islam terhadap pemilihan produk Pegadaian Syariah di kalangan masyarakat.

H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Guna mengetahui substansi pada skripsi dan memudahkan pembaca dalam memahami maksud juga tujuan penelitian serta memudahkan pembahasan di dalam pelaksanaan pada penelitian ini, maka peneliti menjelaskan sistematika pembahasan yang dibagi menjadi empat bab sebagai berikut:

BAB I : Pada bab ini berisikan pendahuluan yang terdiri dari delapan bagian dengan meliputi latar belakang, rumusan masalah, tinjauan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori dan sistematika pembahasan.

BAB II : Pada bab ini berisikan tentang populasi dan sampel, berbagai metode penelitian yang akan digunakan peneliti dalam melakukan olah data dan kisi-kisi kuesioner sebagai alat untuk mengolah data dalam penelitian ini.

BAB III : Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta sebagai tempat penelitian, juga akan dijabarkan mengenai letak geografis, sejarah berdiri dan perkembangannya saat ini, Visi, Misi dan fungsi, struktur organisasi, sarana prasarana.

BAB IV : Pada bab ini berisikan inti dari pembahasan dan interpretasi dari bab I sampai bab III, pengolahan data dan hasil dari perhitungan data dari berbagai metode yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya.

BAB V : Pada penutup bab ini berisikan kesimpulan, saran-saran pada uraian penelitian yang sudah dilakukan dan lampiran-lampiran yang juga terkait pada penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari bab sebelumnya mengenai pengaruh pengetahuan keuangan Islam terhadap pemilihan produk pegadaian syariah di kalangan masyarakat, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan keuangan Islam pada masyarakat berpengaruh terhadap pemilihan produk pegadaian syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan serta analisis mengenai pengaruh pengetahuan keuangan Islam terhadap pemilihan produk pegadaian syariah di kalangan masyarakat, maka peneliti mencoba memberikan saran yang dapat digunakan sebagai dasar masukan. Pada penelitian ini pengetahuan keuangan Islam berpengaruh positif terhadap pemilihan produk pegadaian syariah, hal ini didukung dengan literasi dan informasi yang diberikan oleh pihak Pegadaian Syariah yang sudah cukup baik. Peneliti berharap pihak Pegadaian Syariah dapat mempertahankan juga meningkatkan kualitas pelayanan dalam memberikan informasi yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat mengenai produk serta kegunaan yang dimiliki Pegadaian Syariah untuk masyarakat agar nasabah merasa lebih puas dalam penggunaan produk Pegadaian Syariah untuk jangka waktu yang lebih lama.

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan menggunakan data yang lebih akurat menangani informasi, serta menambahkan pertanyaan sebagai metode pengumpulan data yang lebih akurat agar mendapatkan hasil yang lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Al-Mushlih dan Shalah Ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam* Jakarta: Darul Haq, 2004.
- Asyhad, M., & Handono, W. A., Urgensi Literasi Keuangan Syariah Pada Pendidikan Dasar. *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, vol.13:01, 2017.
- Anam, M. K., & Kulsum, N., *Pengaruh pengetahuan dan pemasaran terhadap minat nasabah pada produk gadai emas. JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, vol.3:2, 2022.
- Ash Shidiq, Muhammad Rafif, *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Pengetahuan Keuangan Islam, Kecerdasan Spiritual dan Dukungan Teknologi Terhadap Perilaku Menabung (Studi Kasus Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*., 2023.
- Abdullah Al-Mushlih dan Shalah Ash-Shawi, *Fikih*.
- Algifari, *Analisis Regresi*, (Yogyakarta:BPEF UGM, 2000).
- Achmad, Y. *Gadai Syariah*. Deepublish, 2015.
- Bambang Prasetyo dan Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2005.
- Djarwanto, *Statistik Induktif* (Yogyakarta: BPFE, 1993).
- Faransyah, R., & Prabowo, P. S., *pengaruh promosi dan literasi terhadap keputusan pembelian produk pegadaian syariah di Surabaya. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, vol.3:3, 2020.
- Farid, A. M., *Praktik Gadai Sepeda Motor Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi (Studi Kasus di Desa Sidomulyo Kecamatan Semen Kabupaten Kediri)* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri), 2022.
- <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-syariah/>
- <https://money.kompas.com/read/2023/10/11/141528426/mengenal-jenis-jenis-produk-pegadaian-syariah?page=all>
- Ilmu Sosial KnE. *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Jasa Pada Gadai Syariah Di Yogyakarta*. 2022.

- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS23*, (Semarang:Badan Penerbit UNDIP, Cet VIII, 2016).
- Jonathan Sarwono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* Jogjakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Lestari, Annisa Arum. *Pengaruh Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Pembiayaan Musyarakah*. 2018
- Linting, V. A. C. *Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Ukm Kerajaan Tenun Di Toraja* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS HASANUDDIN), 2021
- Lolang, E. (2014). Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, vol.3:3, 2014.
- Lubis, M. A. F. (2015). Prinsip Dasar Muamalah Keuangan Syariah (Maliyah). *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, vol.1:1, 2015.
- Muhammad Akram Khan, *Islamic Economics and Finance: A Glossary* London; London: Routledge, vol.2, 2003.
- Muhammad Ayub, *Understanding*.
- Muhammad Antonio Syafi'i, *Bank Syariah* (Jakarta: Tazkia Institute, 2001).
- Nanda, Teuku Syifa Fadrizha., dkk., "Tingkat literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh", *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, vol. 1:2, 2019.
- Nugraha, A. L., Susilo, A., Rizqon, A. L., Fajaruddin, A., & Sholihah, N., *Profil Literasi Keuangan Islam Karyawan Dan Nasabah Baitul Maal wa Tamwil Daarut Tauhid Bandung*, 2022.
- Ninit Alfianika, *Buku Ajar Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia* Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Pranata, Jimmy., *Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Dengan Persepsi Terhadap Sharia Compliance Sebagai Variabel Moderator Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Pada Produk Investasi Perbankan Syariah)*., 2020.

- Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofis dan Praktis* (Jakarta: PT. Indeks), 2009.
- Ratnasari, Musliana., *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.*, 2016
- Rosiyani, N., & Hasyim, F., *Analisis Pengaruh Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah. JEKSYAH Islamic Economics Journal*, vol.1:2, 2021.
- Rozi Fery Setiyaningsih, Bambang Agus Pramuka, *Faktor Penentu Pemilihan Bank Syariah. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akutansi*, 2022.
- Saputra, Tino Atma., *Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Persepsi Santri Tentang Asuransi Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Asuransi Syariah*. 2017.
- Sartika, L., & Kanya, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol.3:2, 2019.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Cet. 27, (Bandung : Alfabeta), 2016.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 2010.
- Suryati, S., Nasution, N. S. A., & Wiyono, W. M., *Komparasi Pegadaian Syariah Dengan Pegadaian Konvensional Berdasarkan Hukum Indonesia. Cakrawala Hukum: Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Wijayakusuma*, vol.23:2, 2021.
- Syahrums dan Salim, *Metode Penelitian kuantitatif*, 2014
- Sutisna, M., & Sarah, I. S., *Analisis Keputusan Pembelian BTS Meal: Tinjauan Pemilihan Produk, Merek, Penyalur, Kuantitas Pembelian, Waktu Pembelian, dan Metode Pembayaran. Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, vol.8:1, 2022.
- Tulasmi, T., & Mukti, T., *Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol.6:2, 2020.

Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi* Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

3 Ibrahim Warde, Islamic.

