

SKRIPSI

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
TERHADAP PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH
(Studi Pada Masyarakat 21A Yosorejo Metro Timur)**

Oleh :

**NABELLA AYUNDA
NPM. 2203020025**



**Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H / 2026 M**

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
TERHADAP PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH
(Studi Pada Masyarakat 21A Yosorejo Metro Timur)**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

NABELLA AYUNDA
NPM. 2203020025

Pembimbing: Anggoro Sugeng, M.Sh., Ec

Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H / 2026 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan Untuk dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN)
Jurai Siwo Lampung
Di_ _____
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh :

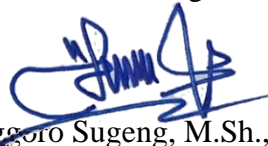
Nama : Nabella Ayunda
NPM : 2203020025
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH (Studi Pada Masyarakat 21A Yosorejo Metro Timur)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Metro, 12 Maret 2026
Pembimbing,



Anggoro Sugeng, M.Sh.,Ec
NIP. 199005082020121011

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MASYARAKAT TERHADAP PRODUK GADAI EMAS DI
PEGADAIAN SYARIAH (Studi Pada Masyarakat 21A
Yosorejo Metro TimuR)

Nama : Nabella Ayunda

NPM : 2203020025

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.

Metro, 12 Maret 2026
Pembimbing,



Anggoro Sugeng, M.Sh.,Ec
NIP. 199005082020121011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Email: stainjusila@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No : B-0950/Un.36.3/D/PP.00.9/05/2026.

Skripsi dengan Judul: FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH (Studi Pada Masyarakat 21A Yosorejo Metro Timur), disusun oleh: Nabella Ayunda, NPM: 2203020025, Prodi: Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa/14 April 2026.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Anggoro Sugeng, M.Sh., Ec

Penguji I : Liberty, SE, MA.MM.

Penguji II : Ananto Triwibowo, M.E.

Sekretaris : Misfi Laili Rohmi, M.Si.

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,
Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Dri Santoso, M.H.
NIP. 196703 10 199503 1 001

ABSTRAK

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH (Studi Pada Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur)

Oleh :

**NABELLA AYUNDA
NPM. 2203020025**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk gadai emas di Pegadaian Syariah 21A Yosorejo Metro Timur tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari pegawai Pegadaian Syariah dan 40 responden masyarakat yang pernah menggunakan atau mengetahui produk gadai emas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap produk gadai emas dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu lokasi, promosi, kualitas pelayanan, religiusitas, teknologi informasi, dan pengetahuan. Dari faktor-faktor tersebut, religiusitas dan kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan produk gadai emas syariah. Sementara itu, tingkat pengetahuan masyarakat yang belum merata menjadi tantangan yang perlu diatasi melalui peningkatan edukasi dan penyebaran informasi mengenai produk gadai emas syariah.

Kata Kunci: *Gadai Emas Syariah, Minat Masyarakat, Pegadaian Syariah.*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabella Ayunda
NPM : 2203020025
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 12 Maret 2026
Yang Menyatakan



Nabella Ayunda
NPM : 2203020025

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ ﴿٦﴾

Artinya: ” *Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.* ”

(QS. Al. Insyirah: 6)¹

¹ Al-Qur'an, QS.- Al. Insyirah (94):6

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Dengan hati yang tulus dan penuh rasa kasih sayang yang tiada terkira kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmatnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan sebagai bukti rasa syukur, skripsi ini di persembahkan kepada :

1. Cinta pertamaku, Bapak Nyoto Priadi, Terima Kasih atas do'a yang tak pernah putus, atas kerja keras, kesabaran, dan pengorbanan yang sering kali tak terucap. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi peneliti, yang memberikan semangat dan motivasi yang selalu beliau berikan sehingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana dan Pintu Surgaku, Almarhumah Ibu Zarneti yang telah berpulang ke rahmatullah. Meski raga Ibu tak lagi bersamaku, do'a, kasih sayang, dan nasihat ibu akan selalu hidup disetiap langkahku. Skripsi ini adalah wujud dari impian yang selalu Ibu semogakan.
2. Kakak-Kakakku mas Koko, mas Okta, mas Apri, kak Agung, kak Putra dan Adikku Tasya, terima kasih atas motivasi, nasehat serta do'a yang diberikan.
3. Almamater tercinta UIN JUSILA yang memberiku tempat dan kesempatan untuk belajar dan mendapatkan banyak ilmu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT. yang telah memberikan Rahmat serta Ridho-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Produk Gadai Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Pada Masyarakat 21A Yosorejo Metro Timur)” ini secara baik. Sholawat serta salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang sudah menuntun umat manusia kepada Cahaya Islam.

Pada upaya menyelesaikan skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons., sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung
2. Dr. Dri Santoso. M.H., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Anggoro Sugeng, M.Sh., Ec., sebagai Ketua Prodi Perbankan Syariah. Sekaligus sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta motivasi pada penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan UIN JUSILA yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
5. Semua pihak yang membantu memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari jika pada penulisan skripsi ini masih adanya banyak kekurangan serta kesalahan. Maka, kritik serta saran untuk perbaikan skripsi ini sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bisa berguna dalam perkembangan ilmu pengetahuan Perbankan Syariah.

Metro, 12 Maret 2026
Peneliti,



Nabella Ayunda
NPM. 2203020025

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Penelitian Relevan	10
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Pegadaian Syariah	15
1. Pengertian Pegadaian Syariah.....	15
2. Dasar Hukum Pegadaian Syariah	16
3. Prinsip dan Mekanisme Akad Rahn dan Ijarah	18
4. Perbedaan Pegadaian Syariah dan Pegadaian Konvensional	19
5. Peran Pegadaian Syariah dalam Ekonomi Umat	20
6. Produk Gadai Emas Syariah (Rahn Emas)	21
B. Konsep Minat Masyarakat.....	26

C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Produk Gadai Emas	28
1. Lokasi	28
2. Promosi	29
3. Kualitas Pelayanan.....	30
4. Religiusitas	31
5. Teknologi Informasi	32
6. Pengetahuan	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	36
B. Kerangka Berpikir Penelitian	37
C. Sumber Data	38
D. Teknik Pengumpulan Data	42
E. Teknik Keabsahan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat	52
C. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Produk Gadai Emas	59
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Nasabah dan Omzet Gadai Syariah.....	2
Tabel 1.2	Jumlah Penduduk dan Nasabah Pegadaian Syariah di RW 04 RT 12-16 Kelurahan Yosorejo Tahun 2024	5
Tabel 2.1	Perbedaan Pegadaian Syariah dan Pegadaian Konvensional	19
Tabel 4.1	Data Informan	47
Tabel 4.2	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah 21A Yosorejo Metro Timur	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Persentase Nasabah yang Menggunakan Produk Pegadaian Syariah.....	2
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Metro Timur	50

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Alat Pengumpulan Data
3. Surat Research
4. Surat Balasan Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pegadaian Syariah merupakan lembaga keuangan non-bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah melalui akad Rahn (gadai). Gadai dalam perspektif syariah adalah akad penyerahan barang sebagai jaminan utang, di mana barang tersebut bernilai ekonomis dan dapat dijadikan agunan tanpa adanya unsur riba, gharar, dan maysir. Ketentuan tentang Rahn secara resmi diatur dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002, yang menegaskan bahwa praktik gadai diperbolehkan selama memenuhi prinsip keadilan dan kehalalan. Salah satu bentuk Rahn yang paling diminati masyarakat adalah gadai emas, karena emas memiliki nilai stabil, mudah dicairkan, serta aman sebagai jaminan.¹

Produk gadai emas syariah telah berkembang menjadi salah satu layanan unggulan di berbagai cabang Bank Syariah Indonesia, dengan tingkat minat masyarakat yang tinggi.² Faktor kemudahan akses, lokasi strategis, dan pelayanan yang ramah menjadi variabel penting yang mendorong kepercayaan serta minat masyarakat terhadap produk tersebut. Dalam praktiknya, pelayanan gadai emas di Pegadaian Syariah dimulai dari nasabah membawa emas sebagai jaminan, kemudian dilakukan pemeriksaan dan

¹ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa DSN-MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 Tentang Rahn Emas* (Jakarta, 2002).

² Inggit Eka Saputri, "Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Produk Gadai Emas pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi," *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 1 (2022): 334–40, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1207>.

penaksiran oleh petugas. Setelah nilai pinjaman ditentukan, dana dapat dicairkan kepada nasabah dalam waktu yang relatif singkat.

Fenomena peningkatan minat masyarakat terhadap produk gadai emas (Rahn emas) menunjukkan tren positif dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kemudahan dan keamanan pembiayaan berbasis syariah.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Nasabah dan Omzet Gadai Syariah³

Periode	Jumlah Nasabah Aktif (orang)	Kenaikan (%)	Omzet Gadai Syariah (Rp Triliun)	Kenaikan Gadai Syariah (%)
2023	22,4 juta	-	49,4	-
2024	24,4 juta	9,3%	54,7	10,7%

Sumber: detik Finance (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 mengindikasikan bahwa produk gadai Syariah memiliki daya tarik yang semakin besar di tengah masyarakat. Berdasarkan data yang dilaporkan oleh PT Pegadaian (Persero), jumlah nasabah aktif pada tahun 2023 tercatat sekitar 22,4 juta orang dan mengalami peningkatan menjadi 24,4 juta pada tahun 2024. Peningkatan tersebut meningkat sebanyak 9,3% dalam jangka satu tahun.⁴ Sejalan dengan peningkatan jumlah nasabah, omzet gadai syariah juga tumbuh positif, yakni dari Rp 49,4 triliun pada semester 1 2023, kemudian Rp 54,7 triliun pada tahun 2024.⁵

³ DetikFinance, *Dua Tahun Pandemi, Nasabah Pegadaian Bertambah 3 Juta Orang* (2024).

⁴ Ratih Puspita Ningrum dkk., "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk gadai (rahn) di pegadaian syariah cps solo baru factors affecting customers' interest in using pawn products (rahn) at cps solo baru sharia pawnshops," *Jurnal Syarikah*, 2023, 186–96.

⁵ DetikFinance, *Dua Tahun Pandemi, Nasabah Pegadaian Bertambah 3 Juta Orang* (2024).

Di tingkat provinsi, perkembangan Pegadaian Syariah di Lampung menunjukkan pertumbuhan yang positif. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2023 salah satu cabang Pegadaian Syariah di Lampung mampu menyalurkan dana pinjaman lebih dari Rp100 miliar, dengan sebagian besar berasal dari produk gadai emas.⁶ Jumlah nasabah Pegadaian Syariah di Provinsi Lampung juga mencapai puluhan ribu orang dan terus mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa produk gadai emas tidak hanya berkembang di kota besar, tetapi juga diminati di wilayah provinsi seperti Lampung. Kondisi ini memperkuat bahwa gadai emas memiliki potensi besar untuk dikembangkan di berbagai wilayah, termasuk daerah semi-perkotaan seperti Kota Metro.

Kondisi tersebut juga tercermin di Kelurahan Yosorejo Kecamatan Metro Timur yang berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Metro tahun 2024, lebih dari 60% penduduk Metro Timur bekerja di sektor nonformal dengan tingkat pendapatan menengah ke bawah seperti dalam tabel berikut.

Dominasi masyarakat yang bekerja di sektor non formal di wilayah Yosorejo, sebagaimana juga tercermin pada tingkat nasional dan Provinsi Lampung, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penggunaan gadai emas. Hal ini disebabkan karena pekerja sektor non formal umumnya memiliki pendapatan yang tidak tetap dan cenderung fluktuatif, sehingga sering mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan mendesak

⁶ Antaranews, *Pegadaian Syariah Lampung sebut realisasi dana pinjaman capai Rp108 miliar* <https://lampung.antaranews.com/berita/711852/pegadaian-syariah-lampung-sebut-realisasi-dana-pinjaman-capai-rp108-miliar>, diakses pada 5 Januari (2024).

seperti biaya pendidikan, kesehatan atau konsumsi lainnya. Kondisi tersebut mendorong masyarakat untuk memanfaatkan gadai emas sebagai sumber dana cepat karena prosesnya mudah, tidak memerlukan persyaratan administratif yang rumit, serta pencairannya relatif cepat. Secara akademis, fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori perilaku ekonomi rumah tangga dan financial inclusion, di mana keterbatasan akses terhadap lembaga keuangan formal membuat masyarakat lebih memilih instrumen berbasis jaminan seperti emas. terdapat hubungan yang kuat antara jenis pekerjaan dan tingkat pendapatan dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap gadai emas, di mana semakin tidak stabil pendapatan seseorang, maka semakin tinggi kecenderungannya untuk memanfaatkan gadai emas sebagai sumber dana jangka pendek.

Selain itu, dalam penelitian terdahulu juga ditemukan bahwa variabel pendapatan dan pekerjaan memiliki pengaruh terhadap minat atau keputusan menggunakan produk gadai emas. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa masyarakat dengan pendapatan rendah atau tidak tetap cenderung lebih sering menggunakan layanan gadai karena keterbatasan akses terhadap kredit formal dan tingginya kebutuhan dana cepat. Hal ini memperkuat bahwa faktor ekonomi, khususnya pendapatan dan pekerjaan, merupakan determinan penting dalam mendorong minat masyarakat terhadap produk gadai emas.

Sehingga minat masyarakat untuk menggunakan produk gadai emas dan menjadi nasabah gadai emas dipengaruhi oleh kebutuhan akan dana cepat serta kemudahan akses layanan. Masyarakat, khususnya yang memiliki

pendapatan tidak tetap seperti pekerja sektor informal, seringkali menghadapi kebutuhan mendesak seperti biaya pendidikan, kesehatan, dan kebutuhan sehari-hari. Dalam kondisi tersebut, gadai emas menjadi pilihan karena prosesnya cepat, persyaratannya sederhana, dan tidak memerlukan jaminan administrasi yang rumit. Selain itu, kepemilikan emas yang umum di masyarakat menjadikan aset tersebut mudah dimanfaatkan sebagai sumber pembiayaan tanpa harus dijual. Hal ini menyebabkan gadai emas dianggap sebagai solusi praktis dan aman, sehingga mendorong meningkatnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah gadai emas.

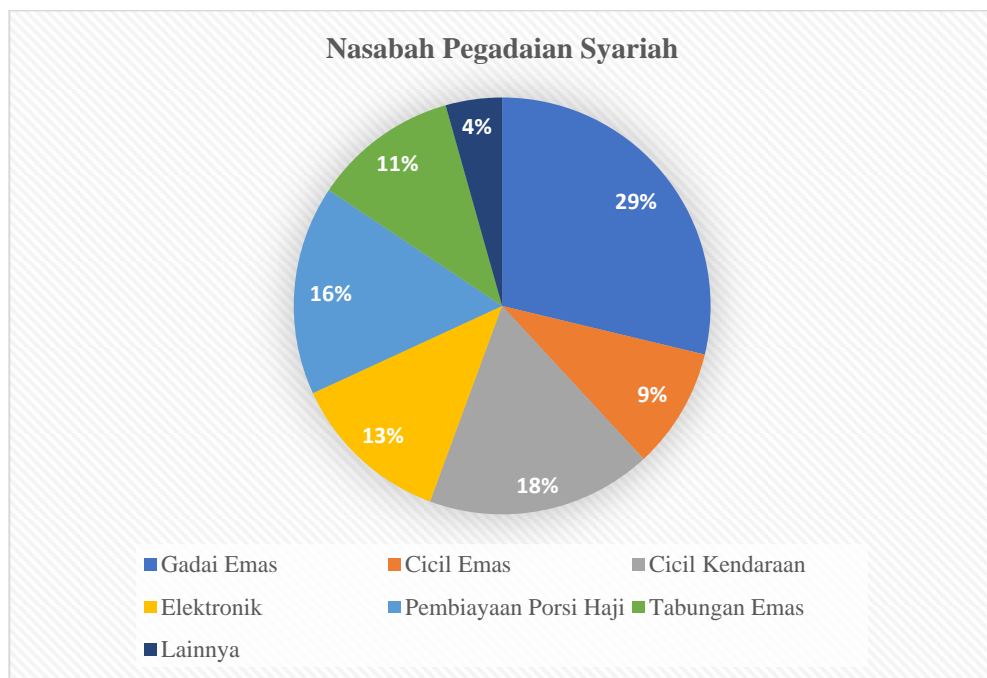
Tabel 1.2
Jumlah Penduduk dan Nasabah Pegadaian Syariah di RW 04 RT 12-15
Kelurahan Yosorejo Tahun 2024

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah Penduduk Total	749
2	Jumlah Penduduk Laki-laki	390
3	Jumlah Penduduk Perempuan	359
4	Jumlah Masyarakat yang Pernah Menjadi Nasabah Pegadaian Syariah	160 (RT 12: 45 nasabah, RT 13: 29 nasabah, RT 14: 48 nasabah, serta RT 15: 38 nasabah)

Sumber: Kelurahan Yosorejo dan Pegadaian Syariah Cabang Metro

Berdasarkan tabel 1.2 yang memuat hasil wawancara pada Pimpinan Pegadaian Syariah Cabang Metro Bapak Didiek Permadi, menyatakan bahwa tercatat sebanyak 160 orang yang pernah menjadi nasabah pegadaian syariah yang mana terdiri dari gadai (Rahn) untuk berbagai barang emas dengan total 46 nasabah, pembiayaan seperti cicil emas (mulia) 15 nasabah, cicil kendaraan (amanah) 28 nasabah, elektronik 20 nasabah, dan pembiayaan porsi haji (Arrum Haji) sebanyak 26 nasabah, serta tabungan emas (Investasi)

sebanyak 18 nasabah dan layanan lainnya seperti multi payment online (MPO) dan titipan emas sebanyak 7 nasabah, sebagaimana yang dapat dilihat pada diagram di bawah ini.⁷



Gambar 1.1 Persentase Nasabah yang Menggunakan Produk Pegadaian Syariah

Sedangkan hasil wawancara dengan Ibu Titin Suprihatin menyatakan bahwa dari total 749 jiwa penduduk di RW 04 RT 12-15 terdiri dari 390 laki-laki serta 359 perempuan.⁸ Dalam penelitian ini, jumlah responden yang digunakan sebanyak 40 orang yang merupakan masyarakat di wilayah Yosorejo. Dari keseluruhan responden tersebut, terdiri dari 8 responden laki-laki dan 32 responden perempuan. Dominasi responden perempuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran yang cukup besar dalam pengelolaan keuangan rumah tangga, termasuk dalam

⁷ Didiek Permadi, *Wawancara dengan Pegadaian Syariah Yosorejo Metro Timur* (Metro, 2025).

⁸ Titin Suprihatin, *Wawancara dengan Ibu Titin Suprihatin* (2025).

pengambilan keputusan terkait penggunaan produk keuangan seperti gadai emas. Data ini mengindikasikan jika meskipun sebagian masyarakat telah mengenal layanan Pegadaian Syariah, tingkat partisipasinya masih relatif rendah dibandingkan total populasi wilayah tersebut. Fenomena ini memperlihatkan adanya potensi besar bagi pengembangan produk syariah di daerah dengan aktivitas ekonomi masyarakat yang dinamis, namun tingkat literasi dan minat terhadap produk keuangan syariah yang masih perlu ditingkatkan.

Berdasarkan penggalan informasi awal terhadap 3 orang masyarakat di Kelurahan Yosorejo menunjukkan bahwa minat terhadap produk gadai emas dipengaruhi oleh faktor yang beragam. Menurut Suharti, diketahui bahwa minat terhadap gadai emas syariah dipengaruhi oleh kemudahan proses dan lokasi Pegadaian yang mudah dijangkau, serta dianggap sebagai solusi kebutuhan dana cepat tanpa harus menjual emas dan bebas dari unsur riba.⁹ Selanjutnya, Gustini menyampaikan bahwa kualitas pelayanan dan kejelasan informasi terkait prosedur, biaya, dan jangka waktu gadai menumbuhkan rasa percaya dan kenyamanan dalam menggunakan layanan tersebut.¹⁰ Sementara itu, Yesica mengungkapkan bahwa minat terhadap gadai emas syariah muncul setelah memperoleh informasi dari lingkungan sekitar dan media sosial, serta karena produk tersebut dinilai sesuai dengan prinsip Islam dan lebih aman dibandingkan pinjaman konvensional.¹¹ Hasil wawancara awal tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap

⁹ Suharti, *Wawancara dengan Masyarakat Yosorejo Perwakilan Informan* (Metro, 2025).

¹⁰ Gustini, *Wawancara dengan Masyarakat Yosorejo Perwakilan Informan* (Metro, 2025).

¹¹ Yesica, *Wawancara dengan Masyarakat Yosorejo Perwakilan Informan* (Metro, 2025).

produk gadai emas syariah dipengaruhi oleh kemudahan akses, kualitas pelayanan, kepercayaan, serta kesesuaian dengan prinsip syariah.

Kesenjangan antara penelitian terdahulu yang menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap produk gadai emas dengan fakta sosial masyarakat Yosorejo ini menjadi dasar penting dilakukannya penelitian untuk mengetahui secara lebih mendalam faktor-faktor apa saja yang benar-benar memengaruhi minat masyarakat terhadap produk gadai emas di wilayah Yosorejo Metro Timur.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Produk Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Yosorejo Metro Timur”**, dengan harapan dapat memberikan gambaran empiris mengenai perilaku masyarakat lokal dalam memilih produk pembiayaan berbasis prinsip syariah, serta bermanfaat untuk penelitian serupa di masa mendatang.

B. Pertanyaan Penelitian

Pada latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka pertanyaan pada penelitian ini yaitu: faktor faktor apa saja yang paling mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk gadai emas di pegadaian syariah yosorejo metro timur?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang paling mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk gadai emas di pegadaian syariah yosorejo metro timur.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil studi berikut diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah bagi perkembangan kajian ekonomi dan lembaga keuangan syariah, terkhususnya dalam memahami perilaku konsumen terhadap produk pembiayaan berbasis akad *rahn*. Namun, studi ini juga diharapkan memperbanyak literatur terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap produk keuangan syariah di tingkat daerah, sehingga dapat menjadi acuan bagi penelitian serupa di masa mendatang.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Secara praktis, studi berikut diharapkan mampu memberikan masukan bagi pihak Pegadaian Syariah, dalam menyusun strategi pengembangan produk, peningkatan promosi, dan pelayanan yang lebih sesuai dengan karakteristik sosial ekonomi masyarakat Yosorejo Metro Timur.

2) Bagi Masyarakat

Sebagai sumber informasi yang lebih baik mengenai sistem dan prinsip gadai berbasis Syariah. Dengan demikian, masyarakat dapat memanfaatkan layanan Pegadaian Syariah secara lebih optimal, meningkatkan keuangan syariah, serta mendukung perkembangan ekonomi yang berlandaskan nilai-nilai Islam di lingkungan mereka.

D. Penelitian Relevan

No	Nama & Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Novelty
1.	Ningrum et al., Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai (Rahn) di Pegadaian Syariah CPS Solo Baru ¹²	Sama-sama meneliti minat nasabah terhadap produk gadai (rahn) pada Pegadaian Syariah	Berbeda pada lokasi penelitian dan karakteristik responden dan menggunakan metode kuantitatif	Pelayanan, promosi, dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai syariah	Keterbaruan penelitian ini terletak pada pengungkapan potensi minat masyarakat umum yang belum menjadi nasabah terhadap produk gadai (<i>rahn</i>), sehingga mampu memberikan pemahaman baru mengenai potensi perluasan pasar dan strategi pengembangan

¹² Ningrum dkk., "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk gadai (rahn) di pegadaian syariah cps solo baru factors affecting customers' interest in using pawn products (rahn) at cps solo baru sharia pawnshops."

No	Nama & Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Novelty
					n produk rahn di Pegadaian Syariah, yang belum dikaji pada penelitian sebelumnya
2.	Saputri, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Produk Gadai Emas pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi ¹³	Sama-sama mengkaji minat nasabah terhadap produk gadai emas berbasis syariah	Berbeda pada objek penelitian (Bank Syariah Indonesia vs Pegadaian Syariah) dan menggunakan pendekatan kuantitatif	Lokasi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas.	Keterbaruan penelitian ini terletak pada pengkajian minat masyarakat non-nasabah terhadap produk gadai (<i>rahn</i>) sehingga menghasilkan wawasan baru mengenai potensi minat yang belum terealisasi, yang tidak menjadi fokus pada penelitian Saputri yang hanya meneliti nasabah aktif.

¹³ Saputri, "Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Produk Gadai Emas pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi."

No	Nama & Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Novelty
3.	Syifa et al., Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Produk Gadai (Rahn) di Bank Syariah Indonesia KCP Lombok Aikmel ¹⁴	Sama-sama meneliti faktor-faktor yang memengaruhi minat terhadap produk gadai (rahn)	Berbeda pada lembaga, lokasi, variabel penelitian dan menggunakan metode kuantitatif	Religiusitas dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan produk rahn.	Keterbaruan penelitian ini terletak pada pengungkapan potensi minat masyarakat yang belum menjadi nasabah terhadap produk gadai (<i>rahn</i>) sehingga memberikan pemahaman baru mengenai peluang perluasan pasar, yang belum dikaji dalam penelitian Syifa et al. yang berfokus pada nasabah aktif

¹⁴ Husnus Syifa dkk., "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Produk Gadai (Rahn) di Bank Syariah Indonesia KCP Lombok Aikmel," *Jurnal Oportunitas: Ekonomi Pembangunan* 3, no. 2 (2024).

No	Nama & Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Novelty
4.	Yusuf et al. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Investasi Emas di Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh ¹⁵	Sama-sama meneliti minat masyarakat terhadap produk berbasis emas di Pegadaian Syariah	Fokus penelitian berbeda, yaitu investasi emas, bukan produk gadai (rahn) dan menggunakan pendekatan kuantitatif	Promosi dan kepercayaan terhadap prinsip syariah berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi emas.	Keterbaruan penelitian ini terletak pada pengkajian minat masyarakat terhadap produk gadai (<i>rahn</i>) sebagai instrumen pembiayaan syariah, sehingga menghadirkan perspektif baru yang berbeda dari fokus investasi emas pada penelitian Yusuf et al.
5.	Suwifania & Anggraini Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Produk Gadai Syariah pada Bank Syariah Indonesia KCP Bengkulu ¹⁶	Sama-sama membahas minat terhadap produk gadai syariah	Berbeda pada lembaga penelitian, wilayah penelitian dan menggunakan pendekatan kuantitatif	Teknologi informasi berpengaruh terhadap kemudahan akses dan peningkatan minat masyarakat terhadap produk syariah.	Keterbaruan penelitian ini terletak pada pendalaman minat masyarakat yang belum menjadi nasabah terhadap produk gadai (<i>rahn</i>) sehingga memberikan pemahaman baru

¹⁵ Yuslaidar Yusuf dkk., “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas di Pegadaian Syariah,” *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum* 9, no. 1 (2025): 269–83, <https://doi.org/10.30601/humaniora.v9i1.6317>.

¹⁶ Jihan Suwifania dan Tuti Anggraini, “Pengaruh Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Nasabah Kantor Cabang Pembantu Medan Imam Bonjol,” *Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi* 2, no. 1 (2024): 219–26, <https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i1.335>.

No	Nama & Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Novelty
					mengenai potensi minat yang belum terealisasi, yang belum menjadi fokus utama pada penelitian Suwifania & Anggraini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pegadaian Syariah

4. Pengertian Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah merupakan lembaga keuangan non-bank yang berfungsi menyediakan layanan pembiayaan jangka pendek kepada masyarakat dengan sistem gadai berlandaskan prinsip-prinsip syariah Islam. Pegadaian syariah memiliki fungsi sosial dan ekonomi yang saling berkaitan, yaitu membantu masyarakat yang memerlukan dana dengan cepat tanpa melanggar ketentuan syariat. Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 26/DSN-MUI/III/2002, pegadaian syariah beroperasi berdasarkan akad rahn, yaitu menahan suatu barang milik nasabah selaku jaminan atas utang yang diterimanya, maka pihak penerima gadai *murtahin* mempunyai hak dalam menahan barang tersebut hingga utang dilunasi oleh pemberi gadai (rahn).¹

Secara etimologis, kata *rahn* berarti “tetap” atau “menahan” (*tsubut* dan *habs*). Dalam terminologi *fikih*, *rahn* disebutkan selaku akad penahanan suatu barang yang bernilai selaku jaminan atas utang, sehingga memungkinkan pihak pemberi pinjaman memperoleh jaminan pelunasan. Definisi ini menegaskan bahwa tujuan utama rahn bukanlah untuk

¹ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas* (Jakarta, 2002).

mencari keuntungan sebanyak-besarnya, melainkan memberikan kemudahan likuiditas kepada masyarakat yang membutuhkan dana mendesak dengan prinsip saling tolong-menolong (*ta'āwun*). Oleh karena itu, pegadaian syariah tidak hanya berperan selaku lembaga keuangan, namun juga selaku instrumen sosial-ekonomi Islam yang mendukung terciptanya keadilan dan kesejahteraan umat.

5. Dasar Hukum Pegadaian Syariah

Dasar hukum pelaksanaan kegiatan pegadaian syariah di Indonesia secara formal tertuang pada Fatwa DSN-MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 terkait *Rahn*, yang menjadi acuan utama untuk lembaga keuangan syariah dalam mengelola transaksi gadai. Fatwa tersebut menegaskan bahwa praktik gadai dalam Islam diperbolehkan selama tidak terdapat unsur *riba* (bunga), *maysir* (spekulasi), serta *gharar* (ketidakpastian).²

Dalam fatwa tersebut dijelaskan bahwa:

- a. Barang yang digadaikan *marhūn* harus mempunyai nilai ekonomis serta dapat dijadikan jaminan atas utang
- b. Barang jaminan tetap menjadi milik pemberi gadai *rahin*, tetapi dikuasai oleh penerima gadai *murtahin* sebagai bentuk pengamanan terhadap piutang

² *Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia. Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn dan Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah* (Jakarta, 2002).

- c. Penerima gadai tidak boleh mengambil manfaat dari barang gadai, terkecuali atas izin pemiliknya dan dengan imbalan yang jelas (akad *ijarah*)
- d. Biaya yang dikenakan kepada nasabah bukanlah bunga atas pinjaman, melainkan biaya pemeliharaan dan penyimpanan *ujrah*

Selain itu, dasar hukum pegadaian syariah juga berlandaskan pada ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis, di antaranya:

- a. QS. Al-Baqarah ayat 283:

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ أِثْمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝﴾

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.³

- b. Hadis Nabi SAW:

Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam membeli bahan makanan (baca: gandum) dari orang Yahudi secara tidak tunai dan dia serahkan kepada orang Yahudi tersebut baju besi dia sebagai jaminan.” (HR.Bukhari 2378).⁴

³ “Surat Al-Baqarah Ayat 283: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online,” diakses 18 Desember 2025, <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/283>.

⁴ “Hukum Jual Beli - Quran Tazkia,” diakses 18 Desember 2025, <https://quran.tazkia.ac.id/ayat-hadist-ekonomi/10>.

Hadis tersebut menyatakan jika Rasulullah sendiri pernah melakukan praktik *rahn* sebagai bentuk transaksi sosial-ekonomi yang diperbolehkan dalam Islam.

6. Prinsip dan Mekanisme Akad Rahn dan Ijarah

Dalam praktik operasionalnya, pegadaian syariah menggunakan dua jenis akad utama, yakni akad *rahn* serta akad *ijarah*.

- a. Akad *Rahn*, merupakan perjanjian antara nasabah *rahin* dan pegadaian *murtahin* dengan prinsip utama dalam akad ini adalah “*barang tetap menjadi milik nasabah, tetapi hak penguasaan sementara berada di pihak pegadaian.*”⁵
- b. Akad *Ijarah*, diterapkan dalam bentuk biaya pemeliharaan atau penyimpanan barang *ujrah*. Pegadaian Syariah berhak memungut biaya atas jasa penitipan barang jaminan selama masa gadai berlangsung, sesuai dengan kesepakatan dan tidak bersifat bunga.⁶

Mekanisme pembiayaan *rahn* di Pegadaian Syariah umumnya meliputi langkah-langkah berikut:

- a. Nasabah membawa barang jaminan berbentuk emas perhiasan maupun logam mulia
- b. Pegadaian melakukan taksiran nilai barang berdasarkan harga pasar dan kadar emas

⁵ Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia. Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn dan Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah.

⁶ Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah (Jakarta, 2000).

- c. Pegadaian memberikan pinjaman tunai dengan jumlah maksimal sekitar 90% dari nilai taksiran
- d. Nasabah membayar biaya pemeliharaan (*ujrah*) sesuai jangka waktu yang disepakati
- e. Setelah utang dilunasi, barang jaminan dikembalikan kepada nasabah

7. Perbedaan Pegadaian Syariah dan Pegadaian Konvensional

Secara umum, perbedaan utama pada pegadaian syariah serta konvensional berada terhadap tujuan, akad, dan sistem pengelolaan keuntungan. Berikut uraian perbedaannya secara substantif:

Tabel 2.1
Perbedaan Pegadaian Syariah dan Pegadaian Konvensional

Aspek	Pegadaian Syariah	Pegadaian Konvensional
Dasar Hukum	Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002, berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis ⁷	Berdasarkan KUH Perdata dan peraturan perbankan umum
Akad	Menggunakan akad <i>rahn</i> dan <i>ijarah</i>	Menggunakan perjanjian utang-piutang dengan bunga
Aspek	Pegadaian Syariah	Pegadaian Konvensional
Tujuan	Meningkatkan kesejahteraan umat dengan prinsip tolong-menolong (<i>ta'āwun</i>)	Mencapai keuntungan finansial (profit oriented)
Sumber Pendapatan	Dari biaya pemeliharaan (<i>ujrah</i>), bukan bunga	Dari bunga atas pinjaman (interest)
Hubungan dengan Nasabah	Berbasis kemitraan dan keadilan	Berbasis kreditur dan debitur

⁷ Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia. Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* dan Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Ijarah*.

Aspek	Pegadaian Syariah	Pegadaian Konvensional
Kepemilikan Barang Jaminan	Tetap milik nasabah (rahin)	Dapat disita jika terjadi wanprestasi tanpa mekanisme akad syariah
Dampak Sosial Ekonomi	Mendorong inklusi keuangan halal dan ekonomi umat	Berorientasi pada profit lembaga

8. Peran Pegadaian Syariah dalam Ekonomi Umat

Pegadaian Syariah memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi umat, terutama di sektor mikro dan menengah.⁸ Lembaga ini tidak hanya menyediakan akses pembiayaan yang mudah dan cepat, tetapi juga membantu masyarakat agar terhindar dari praktik pinjaman tidak halal seperti rentenir.

Beberapa peran penting Pegadaian Syariah antara lain:

- a. Sebagai instrumen inklusi keuangan syariah, Pegadaian Syariah membuka akses pembiayaan bagi masyarakat yang tidak terjangkau perbankan formal
- b. Sebagai alat pemberdayaan ekonomi umat, lembaga ini mendukung kegiatan produktif masyarakat menengah ke bawah melalui pembiayaan modal kerja dengan jaminan yang fleksibel
- c. Sebagai sarana pendidikan ekonomi Islam, karena setiap transaksi dilakukan berdasarkan akad syariah yang transparan dan mendidik masyarakat untuk memahami prinsip keuangan halal

⁸ Ningrum dkk., "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk gadai (rahn) di pegadaian syariah cps solo baru factors affecting customers' interest in using pawn products (rahn) at cps solo baru sharia pawnshops."

- d. Sebagai penggerak ekonomi mikro, terutama dalam kondisi krisis atau pasca-pandemi, Pegadaian Syariah berperan membantu masyarakat menjaga likuiditas tanpa kehilangan aset berharga

Dengan kata lain, Pegadaian Syariah bukan hanya entitas bisnis, tetapi juga lembaga sosial-ekonomi yang mewujudkan nilai keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan (*al-maslahah al-'ammah*) dalam praktik keuangan modern. Keberadaan Pegadaian Syariah telah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat serta menjadi salah satu pilar penting untuk pembangunan sistem ekonomi Islam di Indonesia.⁹ Melalui produk-produk seperti *rahn emas*, Pegadaian Syariah berhasil menciptakan keseimbangan antara nilai spiritual dan kebutuhan ekonomi masyarakat.

9. Produk Gadai Emas Syariah (Rahn Emas)

Produk gadai emas syariah atau yang lebih dikenal pada istilah *rahn emas* yaitu produk unggulan dari Pegadaian Syariah yang dirancang dalam pemberian kemudahan akses pembiayaan jangka pendek kepada masyarakat dengan menjaminkan emas sebagai agunan. Produk ini beroperasi berdasarkan akad *rahn* (gadai) yang dikombinasikan dengan akad *ijarah* (sewa jasa penyimpanan barang), sehingga seluruh transaksinya dilakukan selaras pada prinsip syariah Islam dan bebas atas unsur riba, maysir, serta gharar. *Rahn emas* merupakan bentuk inovasi pembiayaan mikro yang menjawab kebutuhan masyarakat akan dana tunai

⁹ Yusuf dkk., “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas di Pegadaian Syariah.”

secara cepat, aman, dan halal tanpa harus menjual aset berharga seperti emas.¹⁰ Melalui produk ini, masyarakat dapat memperoleh pinjaman dengan menjaminkan emas perhiasan atau logam mulia dengan nilai pinjaman tertentu sesuai hasil taksiran, serta membayar biaya pemeliharaan (*ujrah*) selama periode gadai berlangsung.

a. Tujuan dan Manfaat Produk Rahn Emas

Produk *rahn emas* memiliki tujuan utama untuk membantu masyarakat memperoleh likuiditas tanpa kehilangan kepemilikan atas aset yang digadaikan. Selain itu, produk ini juga berfungsi sebagai:

- 1) Instrumen pembiayaan alternatif untuk masyarakat yang memerlukan dana mendesak pada keperluan konsumsi, pendidikan, maupun modal usaha kecil.
- 2) Sarana investasi dan penyimpanan aman, karena emas yang digadaikan tetap disimpan dengan baik oleh lembaga Pegadaian Syariah dan dapat ditebus kembali setelah pelunasan
- 3) Pendorong literasi keuangan syariah, sebab masyarakat diajak memahami konsep akad rahn dan ijarah yang bebas bunga namun tetap transparan dalam pengenaan biaya

Produk rahn emas menjadi solusi efektif di tengah ketidakstabilan ekonomi pasca-pandemi karena mampu memberikan

¹⁰ Saputri, "Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Produk Gadai Emas pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi."

pembiayaan cepat dengan risiko yang relatif rendah.¹¹ Selain itu, dikarenakan emas mempunyai nilai intrinsik yang stabil bahkan cenderung meningkat dari waktu ke waktu, produk ini dinilai lebih aman dibandingkan pinjaman berbasis aset lain.

b. Mekanisme Operasional Produk Rahn Emas

Pelaksanaan produk rahn emas di Pegadaian Syariah mengikuti mekanisme operasional yang sederhana serta efisien agar bisa diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.¹² Secara umum, alur transaksinya meliputi:

- 1) Penyerahan Barang Jaminan, nasabah (rahin) membawa emas yang akan digadaikan ke Pegadaian Syariah. Barang tersebut akan diperiksa keaslian, kadar, dan beratnya oleh petugas taksiran.
- 2) Penentuan Nilai Takaran dan Jumlah Pinjaman, berdasarkan hasil taksiran, Pegadaian menentukan nilai taksiran emas dan besaran pinjaman maksimal (biasanya 85-90% dari nilai emas).
- 3) Penandatanganan Akad *Rahn* dan *Ijarah*, kedua belah pihak melakukan akad rahn sebagai jaminan utang serta akad ijarah atas biaya penitipan barang (*ujrah*).
- 4) Pencairan Dana Pinjaman, dana pinjaman diserahkan kepada nasabah sesuai dengan jumlah yang disepakati.

¹¹ Ningrum dkk., “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai (Rahn) Di Pegadaian Syariah CPS Solo Baru Factors Affecting Customers’ Interest In Using Pawn Products (Rahn) At Cps Solo Baru Sharia Pawnshops.”

¹² Ningrum dkk., “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai (Rahn) Di Pegadaian Syariah CPS Solo Baru Factors Affecting Customers’ Interest In Using Pawn Products (Rahn) At Cps Solo Baru Sharia Pawnshops.”

- 5) Pembayaran *Ujrah* dan Pelunasan Utang, nasabah berkewajiban membayar biaya pemeliharaan sesuai jangka waktu tertentu. Setelah utang dilunasi, emas dikembalikan kepada nasabah.

Selain mekanisme konvensional di loket pegadaian, saat ini layanan rahn emas juga tersedia secara digital melalui aplikasi Pegadaian Syariah Digital. Adopsi teknologi informasi berdampak positif pada peningkatan minat masyarakat menggunakan produk keuangan syariah karena memberikan kemudahan, transparansi, dan efisiensi waktu.¹³

Ketentuan dan Syarat Produk Rahn Emas

Berdasarkan pedoman operasional PT Pegadaian (Persero) Syariah, produk rahn emas memiliki ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jenis jaminan: Emas perhiasan atau logam mulia bersertifikat.
- 2) Nilai pinjaman maksimal: Hingga 90% dari nilai taksiran.
- 3) Jangka waktu gadai: Umumnya 4 bulan serta bisa diperpanjang.
- 4) Biaya layanan: Dikenakan dalam bentuk *ujrah* (biaya pemeliharaan), bukan bunga.
- 5) Pelunasan: Dapat dilakukan kapan saja sebelum jatuh tempo, dengan pengembalian barang jaminan setelah pembayaran lunas.

c. Keunggulan Produk Rahn Emas dibandingkan Pembiayaan Lain

Produk *rahn emas* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan bentuk pembiayaan lain, di antaranya:

¹³ Ningrum dkk., "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk gadai (rahn) di pegadaian syariah cps solo baru factors affecting customers' interest in using pawn products (rahn) at cps solo baru sharia pawnshops."

- 1) Proses cepat dan sederhana, tanpa memerlukan analisis kelayakan kredit yang rumit seperti pada bank.
- 2) Aman dan transparan, emas disimpan di tempat yang aman dengan sistem pencatatan digital yang akuntabel.
- 3) Fleksibilitas tinggi, nasabah dapat memperpanjang masa gadai atau menebus sebagian barang sesuai kemampuan finansialnya.
- 4) Kepatuhan Syariah, seluruh transaksi bebas bunga dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Meningkatnya minat masyarakat terhadap *rahn* emas disebabkan karena kombinasi antara kemudahan akses, rasa aman, dan keyakinan religius bahwa produk tersebut sesuai prinsip Islam.¹⁴ Hal ini menjadikan *rahn* emas tidak hanya sekadar alat pembiayaan, tetapi juga sarana meningkatkan kesejahteraan umat melalui sistem ekonomi yang adil dan beretika.

d. Perkembangan dan Tren Produk Rahn Emas di Indonesia

Pada beberapa tahun terakhir, Pegadaian Syariah menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah nasabah produk *rahn* emas. Berdasarkan laporan PT Pegadaian (Persero), jumlah nasabah aktif meningkat dari 22,4 juta orang dalam tahun 2023 menjadi 24,4 juta orang dalam tahun 2024, dengan pertumbuhan omzet gadai syariah mencapai 9,3% pada periode yang sama.¹⁵ Data tersebut

¹⁴ Yusuf dkk., “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas di Pegadaian Syariah.”

¹⁵ Yusuf et al., “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas Di Pegadaian Syariah.

menunjukkan bahwa masyarakat semakin mempercayai produk gadai emas syariah sebagai solusi pembiayaan aman dan cepat.

e. Dampak Ekonomi dan Sosial Produk Rahn Emas

Selain memberikan solusi finansial bagi individu, produk *rahn* emas juga memiliki dampak sosial yang luas. Pertama, produk ini mendorong sirkulasi ekonomi mikro, karena dana pinjaman sering digunakan untuk kegiatan produktif seperti modal usaha kecil. Kedua, produk ini mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap praktik rentenir yang mengenakan bunga tinggi. Ketiga, rahn emas memperkuat stabilitas ekonomi rumah tangga, terutama di masa krisis.

B. Konsep Minat Masyarakat

1. Pengertian Minat

Minat merupakan kecenderungan atau dorongan dalam diri seseorang untuk memperhatikan, menyukai, dan tertarik terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu. Minat dalam konteks pemasaran jasa diartikan sebagai kondisi psikologis konsumen yang mendorong munculnya perhatian dan keinginan untuk menggunakan suatu produk atau jasa berdasarkan persepsi manfaat dan pengalaman yang diterima.¹⁶ Minat menjadi tahap awal sebelum konsumen mengambil keputusan untuk menggunakan atau membeli suatu jasa. Dalam pemasaran jasa, minat tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan terbentuk melalui proses pengenalan, pemahaman, serta evaluasi konsumen terhadap layanan yang

¹⁶ Fitria Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa* (2021). 2.

ditawarkan. Ketika konsumen memiliki persepsi positif terhadap suatu jasa, maka minat untuk menggunakan jasa tersebut akan semakin kuat.

2. Proses Terbentuknya Minat

Minat konsumen terbentuk melalui beberapa tahapan, yaitu dimulai dari adanya stimulus pemasaran, kemudian muncul perhatian, pemahaman, hingga ketertarikan terhadap suatu jasa.¹⁷ Stimulus tersebut dapat berupa informasi, pengalaman pelayanan, promosi, maupun rekomendasi dari lingkungan sekitar. Proses terbentuknya minat dipengaruhi oleh kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen, kemudahan prosedur, kualitas pelayanan, serta nilai-nilai yang diyakini konsumen. Apabila konsumen merasa bahwa jasa yang ditawarkan mampu memberikan manfaat dan rasa aman, maka minat untuk menggunakan jasa tersebut akan meningkat.

3. Indikator Minat Masyarakat

Minat konsumen terhadap suatu jasa dapat diukur melalui beberapa indikator, antara lain:¹⁸

- a. Ketertarikan, yaitu adanya rasa suka dan ketertarikan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan
- b. Perhatian, yaitu kesediaan konsumen untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk atau jasa
- c. Keinginan untuk menggunakan, yaitu dorongan dalam diri konsumen untuk mencoba atau menggunakan jasa tersebut

¹⁷ Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa.*, (2021), 11.

¹⁸ Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa.*12

- d. Kecenderungan memilih, yaitu preferensi konsumen untuk memilih jasa tertentu dibandingkan alternatif lainnya

C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Produk Gadai Emas

Pada kajian ini, faktor-faktor yang memberikan pengaruh minat masyarakat terhadap produk gadai emas di Pegadaian Syariah Yosorejo Metro Timur adalah sebagai berikut:

1. Lokasi

Fitria Halim menjelaskan bahwa lokasi merupakan elemen penting dalam pemasaran jasa karena berhubungan langsung dengan tingkat aksesibilitas pelanggan terhadap layanan. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau, dan berada di sekitar pusat aktivitas masyarakat akan meningkatkan peluang konsumen menggunakan jasa tersebut.¹⁹ Di Pegadaian Syariah Yosorejo, lokasi yang dekat dengan permukiman dan pusat ekonomi membuat masyarakat merasa lebih praktis dalam mengakses layanan gadai emas, sehingga memunculkan minat yang lebih tinggi.

Selain itu, lokasi tidak hanya berkaitan dengan kedekatan geografis, tetapi juga mencakup kemudahan akses transportasi, keamanan lingkungan, serta visibilitas lembaga di tengah masyarakat.²⁰

Lokasi yang mudah ditemukan dan memiliki fasilitas pendukung yang

¹⁹ Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*.38

²⁰ Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*.38

memadai akan menciptakan persepsi positif terhadap kualitas layanan jasa yang ditawarkan. Persepsi tersebut berperan penting dalam membentuk ketertarikan awal hingga keputusan masyarakat untuk menggunakan suatu produk jasa. Oleh karena itu, keberadaan Pegadaian Syariah Yosorejo pada area yang mudah diakses dan dikenal oleh masyarakat sekitar turut memperkuat minat masyarakat terhadap produk gadai emas yang ditawarkan.

2. Promosi

Promosi merupakan aktivitas komunikasi pemasaran yang bertujuan menyampaikan informasi, mempengaruhi sikap, serta membangun kesadaran konsumen terhadap suatu jasa. Promosi yang efektif dapat membentuk pemahaman masyarakat tentang manfaat dan prosedur gadai emas syariah.²¹ Masyarakat mulai tertarik karena mendapatkan informasi via brosur, media sosial, atau cerita dari pengguna lain. Semakin baik kualitas promosi, semakin besar peluang meningkatnya minat masyarakat.

Promosi dalam pemasaran jasa tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun kepercayaan dan citra positif lembaga di mata masyarakat.²² Melalui pesan promosi yang jelas, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, lembaga jasa dapat mengurangi keraguan serta meningkatkan keyakinan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

²¹Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*.49

²²Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*.49

Dalam konteks gadai emas syariah, promosi yang menekankan prinsip syariah, kemudahan proses, serta keamanan transaksi akan mendorong munculnya rasa percaya dan ketertarikan masyarakat. Dengan demikian, intensitas dan kualitas promosi memiliki peran strategis dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk gadai emas di Pegadaian Syariah.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah inti yang menentukan kepuasan dan minat pelanggan. Kualitas pelayanan mencakup keramahan petugas, kecepatan proses, kejelasan informasi, dan kenyamanan pelanggan.²³ Pada Pegadaian Syariah, pelayanan yang ramah, transparan, serta proses yang sederhana memberikan pengalaman positif yang akhirnya meningkatkan minat masyarakat menggunakan kembali layanan gadai emas.

Kualitas pelayanan yang baik tercermin dari kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten dan berkelanjutan.²⁴ Pelayanan yang responsif, sikap petugas yang profesional, serta kejelasan prosedur layanan akan membentuk persepsi positif dan rasa nyaman bagi pelanggan. Persepsi tersebut berperan penting dalam menciptakan kepuasan yang pada akhirnya mendorong minat masyarakat untuk terus menggunakan layanan yang sama. Dalam konteks Pegadaian Syariah, kualitas pelayanan yang sesuai dengan nilai-

²³ Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*.82

²⁴ Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*.82

nilai syariah, seperti kejujuran, keterbukaan, dan keadilan, menjadi faktor penting yang memperkuat kepercayaan serta minat masyarakat terhadap produk gadai emas.

4. Religiusitas

Nilai dan keyakinan konsumen adalah bagian dari faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan dalam menggunakan jasa. Pada masyarakat Muslim, religiusitas menjadi nilai utama yang menentukan preferensi terhadap layanan berbasis syariah.²⁵ Semakin tinggi tingkat religiusitas, semakin besar kecenderungan masyarakat memilih layanan gadai emas syariah karena diyakini bebas riba dan sesuai prinsip Islam.

Nilai dan keyakinan yang dianut konsumen berperan sebagai kerangka internal dalam menilai kesesuaian suatu produk atau jasa dengan prinsip hidup yang diyakini.²⁶ Nilai religius tidak hanya memengaruhi sikap, tetapi juga membentuk preferensi dan perilaku konsumsi secara berkelanjutan. Dalam konteks masyarakat Muslim, kesesuaian layanan dengan prinsip syariah menjadi pertimbangan utama karena berkaitan dengan aspek kehalalan, keadilan, dan larangan riba. Oleh karena itu, layanan gadai emas syariah yang dijalankan sesuai prinsip Islam akan lebih mudah diterima dan diminati oleh masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas tinggi.

²⁵ Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*.38

²⁶ Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*.38

5. Teknologi Informasi

Teknologi merupakan komponen penting dalam pemasaran jasa modern yang meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan akses informasi bagi konsumen. Penggunaan aplikasi, sistem digital, atau pembayaran non-tunai mempercepat layanan dan memudahkan masyarakat.²⁷ Pegadaian Syariah yang menyediakan akses digital memudahkan nasabah mengecek informasi tanpa harus datang langsung, sehingga meningkatkan minat masyarakat terhadap layanan tersebut.

Pemanfaatan teknologi dalam pemasaran jasa berperan sebagai sarana pendukung dalam meningkatkan kualitas layanan dan daya saing lembaga.²⁸ Teknologi memungkinkan penyedia jasa memberikan layanan yang lebih cepat, akurat, dan fleksibel sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kemudahan akses informasi melalui platform digital juga dapat meningkatkan persepsi kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Dalam konteks Pegadaian Syariah, penerapan teknologi yang terintegrasi dan mudah digunakan akan memperkuat kepercayaan serta mendorong minat masyarakat untuk memanfaatkan produk gadai emas secara berkelanjutan.

6. Pengetahuan

Tingkat pengetahuan konsumen mempengaruhi minat dan keputusan mereka dalam menggunakan jasa. Pengetahuan membantu

²⁷ Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*.38

²⁸ Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*.38

konsumen menilai manfaat dan risiko suatu layanan.²⁹ Pada produk gadai emas syariah, masyarakat yang memahami prosedur, biaya, dan jaminan keamanan lebih cenderung berminat menggunakan layanan dibandingkan mereka yang minim informasi.

Pengetahuan konsumen berfungsi sebagai dasar kognitif dalam proses pengambilan keputusan terhadap penggunaan suatu jasa.³⁰ Tingkat pemahaman yang memadai mengenai karakteristik produk, mekanisme layanan, serta risiko yang mungkin timbul akan mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan rasa percaya konsumen. Dalam konteks gadai emas syariah, pengetahuan yang baik mengenai prinsip syariah, ketentuan biaya, serta keamanan barang jaminan akan membentuk persepsi positif terhadap layanan. Persepsi tersebut selanjutnya mendorong meningkatnya minat masyarakat untuk menggunakan produk gadai emas syariah secara berkelanjutan.

Dalam kajian ekonomi, minat masyarakat terhadap suatu produk keuangan, termasuk gadai emas (rahn), dipengaruhi oleh beberapa faktor ekonomi yang berkaitan langsung dengan kondisi keuangan individu maupun rumah tangga. Salah satu faktor utama adalah tingkat pendapatan. Pendapatan yang rendah atau tidak stabil, khususnya pada masyarakat yang bekerja di sektor informal, mendorong individu untuk mencari sumber pembiayaan alternatif guna memenuhi kebutuhan mendesak. Dalam kondisi ini, gadai emas menjadi pilihan karena

²⁹ Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*.38

³⁰ Halim dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa*.38

memberikan akses dana secara cepat tanpa prosedur yang rumit. Hal ini sejalan dengan teori perilaku ekonomi rumah tangga yang menyatakan bahwa individu akan mencari solusi likuiditas ketika pendapatan tidak mencukupi kebutuhan.

Selain itu, kebutuhan dana mendesak (*liquidity needs*) juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi minat gadai emas. Kebutuhan seperti biaya pendidikan, kesehatan, maupun konsumsi harian seringkali tidak dapat ditunda, sehingga masyarakat membutuhkan sumber dana yang dapat dicairkan dengan cepat. Gadai emas menawarkan kemudahan tersebut karena prosesnya sederhana dan pencairan dana relatif singkat. Dalam perspektif ekonomi, hal ini berkaitan dengan motif berjaga-jaga (*precautionary motive*), yaitu kecenderungan masyarakat untuk memiliki atau memanfaatkan aset likuid dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi.

Faktor berikutnya adalah kemudahan akses terhadap lembaga keuangan. Masyarakat dengan keterbatasan akses ke perbankan formal, seperti tidak memiliki jaminan administratif atau riwayat kredit, cenderung memilih gadai emas sebagai alternatif pembiayaan. Gadai emas berbasis pada jaminan fisik berupa emas, sehingga lebih mudah dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Hal ini sejalan dengan teori *financial inclusion*, yang menjelaskan bahwa keterbatasan akses terhadap layanan keuangan formal mendorong masyarakat menggunakan lembaga keuangan alternatif.

Selanjutnya, kepemilikan aset berupa emas juga menjadi faktor ekonomi yang mempengaruhi minat gadai. Emas dianggap sebagai instrumen investasi yang aman, mudah dicairkan, dan memiliki nilai yang relatif stabil. Masyarakat cenderung memilih menggadaikan emas dibandingkan menjualnya, karena masih memiliki kesempatan untuk menebus kembali aset tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa emas tidak hanya berfungsi sebagai alat investasi, tetapi juga sebagai sumber likuiditas jangka pendek.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor ekonomi seperti tingkat pendapatan, kebutuhan dana mendesak, kemudahan akses keuangan, dan kepemilikan aset emas memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat masyarakat terhadap gadai emas. Faktor-faktor ini saling berkaitan dan membentuk keputusan masyarakat dalam memilih gadai emas sebagai solusi keuangan yang praktis dan cepat.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan langsung di lokasi penelitian dalam mendapatkan data empiris yang relevan terhadap permasalahan yang dikaji.¹ Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Yosorejo Metro Timur sebagai objek yang dikaji dalam melaksanakan wawancara terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat pada produk gadai emas (*rahn emas*).

Pemilihan jenis penelitian lapangan didasarkan pada kebutuhan peneliti untuk memperoleh data yang nyata mengenai perilaku, pandangan, serta pengalaman masyarakat dalam menggunakan produk gadai emas di lembaga keuangan syariah tingkat lokal. Melalui interaksi langsung dengan masyarakat dan pihak Pegadaian Syariah, peneliti dapat memahami faktor-faktor sosial, ekonomi, dan religius yang membentuk minat masyarakat secara lebih mendalam.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis,

¹ Dr Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Alfabeta, 2019).19

faktual, dan akurat mengenai fenomena atau kejadian yang terjadi pada objek penelitian. Pendekatan ini digunakan karena peneliti berupaya untuk memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat pada pegadaian Syariah.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh data yang kaya makna melalui interaksi langsung dengan informan.² Bagaimana peran lokasi, promosi, pelayanan, religiusitas, teknologi informasi, dan pengetahuan membentuk minat tersebut.

B. Kerangka Berpikir Penelitian

Penelitian ini menggunakan kerangka berpikir deduktif, yaitu pola penalaran yang berangkat dari teori dan konsep umum untuk kemudian diterapkan dan dikaji pada kondisi empiris di lapangan. Kerangka berpikir deduktif digunakan dengan mengacu pada teori pemasaran jasa dan perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa minat masyarakat terhadap suatu produk jasa dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Berdasarkan teori tersebut, penelitian ini mengarahkan kajian pada faktor-faktor yang diduga memengaruhi minat masyarakat terhadap produk gadai emas syariah, yaitu lokasi, promosi, kualitas pelayanan, religiusitas, teknologi informasi, dan pengetahuan. Selanjutnya, teori-teori tersebut digunakan sebagai landasan untuk menganalisis data empiris yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi di Kelurahan Yosorejo Metro Timur. Dengan demikian,

² Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.19

penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan kesesuaian antara teori yang ada dengan kondisi faktual di lapangan

C. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari sumber pertama maupun objek penelitian dengan wawancara.³ Pada penelitian ini, data primer didapatkan pada hasil wawancara mendalam menggunakan:

Adapun informan yang menjadi sumber data primer yaitu:

- a. Pegawai Pegadaian Syariah Yosorejo Metro Timur (bagian pelayanan dan pembiayaan *rahn*).
- b. Masyarakat yang berminat gadai emas.

Sumber data primer dalam penelitian ini dipilah dari jumlah penduduk Kelurahan Yosorejo yang berjumlah 749 jiwa. Dari jumlah tersebut, tidak seluruh penduduk dapat dijadikan informan penelitian, karena terdapat kelompok usia anak-anak yang belum memenuhi kriteria sebagai pengguna maupun calon pengguna produk gadai. Oleh karena itu, peneliti memfokuskan pada masyarakat usia dewasa dan produktif, yaitu sekitar ± 400 orang, yang secara ekonomi dan hukum memiliki kemampuan serta kewenangan untuk melakukan transaksi gadai di Pegadaian Syariah.

³ Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.137

Dalam penelitian kualitatif, penentuan informan tidak dilakukan secara acak, melainkan didasarkan pada pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono, penentuan sumber data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara purposif, yaitu dipilih secara sengaja karena dianggap paling mengetahui dan memahami permasalahan yang diteliti, sehingga mampu memberikan informasi yang mendalam dan akurat terkait fokus penelitian.⁴ Berdasarkan pendekatan tersebut, teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan karena tidak seluruh masyarakat memiliki informasi, pengalaman, atau pemahaman yang relevan mengenai produk gadai emas syariah di Pegadaian Syariah.

Adapun yang dimaksud dengan masyarakat dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Yosorejo Metro Timur yang telah memenuhi kriteria sebagai informan, yaitu:

- 1) Berusia dewasa (≥ 17 tahun)
- 2) Mengetahui keberadaan Pegadaian Syariah Yosorejo Metro Timur
- 3) Pernah menggunakan produk gadai emas syariah atau memiliki minat untuk menggunakannya
- 4) Memiliki kemampuan hukum dan ekonomi untuk melakukan transaksi gadai

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Alfabeta, 2019), 19.

Penggunaan purposive sampling dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian bertujuan untuk menggali secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap produk gadai emas syariah. Oleh karena itu, informan yang dipilih merupakan individu-individu yang dinilai mampu memberikan informasi yang relevan, baik berdasarkan pengalaman langsung maupun pengetahuan yang dimiliki mengenai layanan Pegadaian Syariah.

Adapun masyarakat yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah seagai berikut:

Tabel 3.1 Data Informan

No	Nama-nama Masyarakat	Keterangan	Tanggal Wawancara
1	Didiek Permadi	Kepala Unit	14 Februari 2026
2	Ibu Ani	RT 12	1 Februari 2026
3	Ibu Runi	RT 12	1 Februari 2026
4	Ibu Siti Salamah	RT 12	1 Februari 2026
5	Ibu Yani	RT 12	1 Februari 2026
6	Ibu Shella	RT 12	1 Februari 2026
7	Bapak Gilang Adi	RT 12	1 Februari 2026
8	Ibu Natasya Adinda	RT 12	1 Februari 2026
9	Bapak Ferra	RT 12	1 Februari 2026
10	Ibu Novi	RT 12	1 Februari 2026
11	Ibu Shelly Herlin	RT 12	1 Februari 2026
12	Ibu Reni	RT 13	1 Februari 2026
13	Ibu Supiati	RT 13	1 Februari 2026
14	Ibu Sri Winarni	RT 13	1 Februari 2026
15	Ibu Evi Yulianti	RT 13	1 Februari 2026
16	Ibu Yesika Saputri	RT 13	3 Februari 2026
17	Ibu Wahyu	RT 13	3 Februari 2026
18	Ibu Siti Marhamah	RT 13	3 Februari 2026
19	Bapak Indra Permana	RT 13	3 Februari 2026
20	Bapak Farhan Fadhillah	RT 13	3 Februari 2026
21	Ibu Ari	RT 13	3 Februari 2026
22	Ibu Endang	RT 14	3 Februari 2026
23	Bapak Putra Sadewa	RT 14	3 Februari 2026
24	Bapak Okta Dwi	RT 14	3 Februari 2026

No	Nama-nama Masyarakat	Keterangan	Tanggal Wawancara
25	Ibu Suratih	RT 14	3 Februari 2026
26	Bapak Abi	RT 14	3 Februari 2026
27	Ibu Inayatul	RT 14	3 Februari 2026
28	Ibu Fella	RT 14	7 Februari 2026
29	Ibu Sumiati	RT 14	7 Februari 2026
30	Bapak Edi	RT 14	7 Februari 2026
31	Ibu Fanisa	RT 14	7 Februari 2026
32	Ibu Tri Astuti	RT 15	7 Februari 2026
33	Ibu Suharti	RT 15	8 Februari 2026
34	Ibu Linda Valenta	RT 15	8 Februari 2026
35	Ibu Juwariyah	RT 15	8 Februari 2026
36	Ibu Shinta Rintis	RT 15	8 Februari 2026
37	Ibu Isnaini	RT 15	8 Februari 2026
38	Ibu Yuyun	RT 15	11 Februari 2026
39	Ibu Nengah citra	RT 15	11 Februari 2026
40	Ibu Gustini	RT 15	11 Februari 2026
41	Ibu Apri Nelita	RT 15	12 Februari 2026

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang didapatkan dengan tidak langsung dengan dokumen, hasil penelitian yang relevan pada penelitian.⁵

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari:

- a. Dokumen internal Pegadaian Syariah berupa profil lembaga
- b. Buku, jurnal ilmiah, dan artikel yang membahas tentang perilaku konsumen, minat masyarakat, serta produk rahn emas.
- c. Data dari instansi resmi yaitu Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Metro dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terkait inklusi keuangan syariah.
- d. Fatwa DSN-MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 sebagai dasar hukum pelaksanaan akad rahn pada Pegadaian Syariah.

⁵ Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.19

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode mengumpulkan data yang dilaksanakan dengan mengadakan tanya jawab langsung antara peneliti dengan informan. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang paling banyak digunakan dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti memperoleh informasi mendalam dari responden secara langsung.⁶

Dalam penelitian ini, wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur. Jenis wawancara ini dipilih karena memberikan pedoman pertanyaan yang telah disusun sebelumnya, namun tetap memberi keleluasaan bagi peneliti untuk mengembangkan pertanyaan sesuai dengan alur jawaban informan. Dengan demikian, peneliti dapat memperoleh data yang terarah sekaligus mendalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk gadai emas di Pegadaian Syariah.

Pada kajian ini, jumlah masyarakat Kelurahan Yosorejo Metro Timur adalah 749 jiwa. Dari jumlah tersebut, tidak seluruh penduduk dapat dijadikan informan penelitian karena terdapat kelompok usia anak-anak yang belum memenuhi syarat untuk melakukan transaksi gadai. Oleh karena itu, peneliti memfokuskan pada masyarakat usia dewasa dan produktif (≥ 17 tahun) yang diperkirakan berjumlah ± 400 orang, yaitu

⁶ Haris Herdiansyah, *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial* (2010).

kelompok masyarakat yang secara hukum dan ekonomi memiliki kemampuan untuk melakukan gadai emas di Pegadaian Syariah.

Dari total masyarakat yang berpotensi melakukan gadai tersebut, peneliti menetapkan sekitar 10% sebagai informan wawancara, yaitu ± 40 orang. Jumlah ini dinilai telah memadai dalam penelitian kualitatif karena tujuan penelitian tidak menekankan pada kuantitas responden, melainkan pada kedalaman informasi yang diperoleh. Informan yang diwawancarai terdiri atas pegawai Pegadaian Syariah Yosorejo Metro Timur serta masyarakat yang pernah menggunakan atau memiliki minat terhadap produk gadai emas syariah.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan dalam pengumpulan data yang bersumber dari dokumen tertulis, catatan, foto, maupun arsip yang relevan.⁷ Berdasarkan Fuad & Sapto, dokumentasi merupakan sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian sosial untuk mendukung data primer.⁸

Pada studi ini, dokumentasi yang digunakan meliputi:

- a. Foto kegiatan wawancara.
- b. Data profil lembaga Pegadaian Syariah.
- c. Brosur dan media promosi produk rahn emas.
- d. Data statistik nasabah dan laporan kegiatan yang relevan.

⁷ Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.20

⁸ Anis Fuad dan Kandung Sapto, *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*, 2013.

E. Teknik Keabsahan Data

Dalam memastikan jika data yang didapatkan valid dan bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah, peneliti melaksanakan beberapa uji keabsahan data sebagai berikut:⁹

1. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini, uji kredibilitas dilakukan melalui perpanjangan waktu pengamatan dan wawancara dengan masyarakat Yosorejo yang memiliki minat atau pengalaman menggunakan produk gadai emas syariah. Selain itu, peneliti juga melakukan peningkatan ketekunan dalam proses pengumpulan data dengan mencermati secara mendalam jawaban informan terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka, seperti kemudahan prosedur, biaya gadai, dan kualitas pelayanan Pegadaian Syariah.

Untuk memperkuat kredibilitas data, peneliti melakukan cross-check antar informan, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari masyarakat dengan keterangan yang diberikan oleh pegawai Pegadaian Syariah Yosorejo Metro Timur

2. Uji Konfirmabilitas

Uji transferabilitas dilakukan dengan memberikan uraian yang jelas, rinci, dan sistematis mengenai lokasi penelitian, karakteristik

⁹ Matthew B. Miles dkk., *Qualitative Data Analysis*, 3 ed. (SAGE, 2014).

informan, serta kondisi masyarakat Yosorejo yang menjadi objek penelitian. Dengan adanya deskripsi yang lengkap mengenai profil masyarakat, karakteristik pengguna produk gadai emas syariah, serta mekanisme layanan Pegadaian Syariah, diharapkan hasil penelitian ini dapat dipahami secara utuh dan memungkinkan untuk dijadikan rujukan atau pembanding pada penelitian sejenis di wilayah atau konteks yang berbeda.

3. Triangulasi, keabsahan data dalam penelitian ini diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pimpinan Pegadaian Syariah, aparatur kelurahan, serta masyarakat Yosorejo untuk memastikan konsistensi data terkait minat masyarakat terhadap produk gadai emas. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dan dokumentasi. Melalui teknik ini, data penelitian diharapkan memiliki tingkat keabsahan dan kredibilitas yang tinggi.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹⁰ Pemilihan teknik ini didasarkan pada karakteristik penelitian yang bersifat kualitatif, yang menekankan pada

¹⁰ Miles dkk., *Qualitative Data Analysis*.

penggalian makna, pemahaman mendalam, serta analisis fenomena sosial secara sistematis dan berkesinambungan. Adapun teknik tersebut yaitu:¹¹

1. Tahapan ini dilakukan dengan menyeleksi, menyederhanakan, dan memfokuskan data mentah yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi agar sesuai dengan fokus penelitian, yaitu faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat Kelurahan Yosorejo terhadap produk gadai emas syariah di Pegadaian Syariah. Pada tahap ini, peneliti mengelompokkan data berdasarkan tema-tema utama seperti pemahaman masyarakat terhadap produk gadai emas, kemudahan prosedur, biaya, kepercayaan, dan kualitas pelayanan.
2. Penyajian Data (Data Display), data yang sudah direduksi selanjutnya ditampilkan pada bentuk uraian naratif, tabel, maupun bagan supaya mudah dipahami dan dianalisis. Penyajian ini membantu peneliti untuk melihat pola, hubungan antar konsep, dan makna data yang ditemukan.
3. Mengambil Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/ Verification), tahapan ini dilakukan dengan menarik kesimpulan sementara berlandaskan hasil analisis, kemudian diverifikasi kembali dengan bukti-bukti yang valid hingga diperoleh kesimpulan akhir yang kredibel.

¹¹ Miles dkk., *Qualitative Data Analysis*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Pegadaian Syariah

Perkembangan lembaga keuangan berbasis syariah di Indonesia tidak hanya terjadi pada sektor perbankan, tetapi juga merambah ke berbagai lembaga keuangan lainnya, termasuk Pegadaian. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, berbagai produk keuangan berbasis syariah mulai dikembangkan dan diminati. Kondisi ini mendorong Pegadaian untuk melakukan inovasi layanan dengan menghadirkan produk yang berlandaskan prinsip syariah, yang kemudian dikenal sebagai Pegadaian Syariah.

Lahirnya Pegadaian Syariah tidak terlepas dari berbagai regulasi yang menjadi landasan hukum operasionalnya. Salah satu tonggak penting dalam perkembangan Pegadaian adalah diterbitkannya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 10 pada tanggal 1 April 1990 yang menjadi dasar kebangkitan kembali lembaga Pegadaian di Indonesia. Dalam peraturan tersebut ditegaskan bahwa pemerintah memberikan mandat kepada Pegadaian untuk menjalankan fungsi sosial ekonomi dengan mencegah praktik riba serta menyediakan layanan pembiayaan yang lebih adil bagi masyarakat. Selanjutnya, regulasi tersebut diperkuat melalui Peraturan

Pemerintah Nomor 103 Tahun 2000 yang menjadi dasar operasional kegiatan usaha Perum Pegadaian.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Pegadaian Syariah berpedoman pada prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan, transparansi, serta larangan terhadap praktik riba. Produk-produk yang ditawarkan memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari sistem konvensional, yaitu tidak memungut bunga dalam transaksi pembiayaan. Sebagai gantinya, Pegadaian Syariah menggunakan sistem imbalan jasa atau ujah atas layanan yang diberikan. Selain itu, emas diposisikan sebagai barang jaminan atau agunan, bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan untuk memperoleh keuntungan semata.¹

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan pembiayaan yang berbasis syariah, Pegadaian terus melakukan perluasan jaringan layanan. Pada tahun 2009, kantor wilayah Pegadaian membuka unit pelayanan baru di wilayah Metro, Provinsi Lampung, yaitu Unit Iring Mulyo yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani, Kelurahan Iring Mulyo, Kecamatan Metro Timur. Kantor unit ini resmi didirikan pada tanggal 1 Desember 2009 sebagai bentuk upaya untuk meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan gadai berbasis syariah.²

Perkembangan kelembagaan Pegadaian juga mengalami perubahan status hukum yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan profesionalitas perusahaan. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 51

¹ Dokumentasi Pada Pegadaian syariah, <https://pegadaian.co.id/profile/sejarah-pegadaian> diakses pada 21 Februari 2026

² Wawancara Bapak Didiek Permdi, Pegadaian Syariah Metro Timur

Tahun 2011 tentang perubahan bentuk badan hukum Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian menjadi Perseroan Terbatas (Persero), Pegadaian resmi bertransformasi menjadi PT Pegadaian (Persero). Perubahan status ini secara resmi ditetapkan pada tanggal 1 April 2012 dengan diterbitkannya Akta Pendirian PT Pegadaian (Persero). Transformasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing perusahaan sekaligus memperluas layanan kepada masyarakat, termasuk dalam pengembangan produk-produk berbasis syariah.³

2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah

Visi

“The Leader in the Gold Ecosystem and Digital Growth Inclusion.”

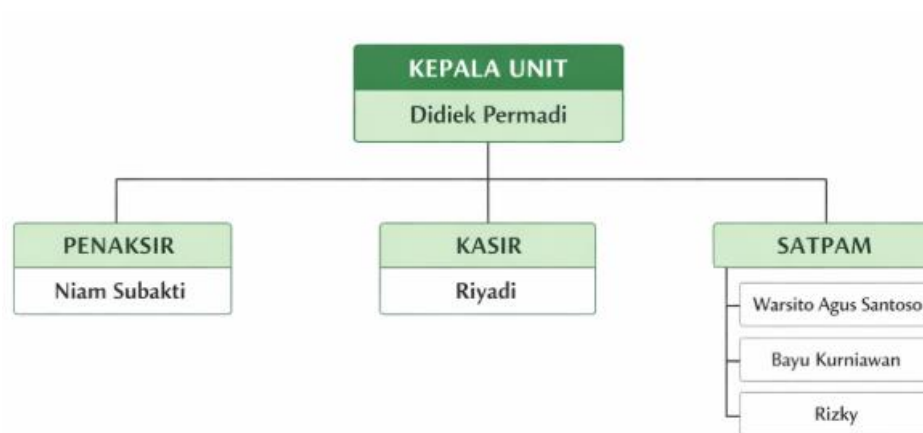
Misi

1. Membangun ekosistem emas dan keuangan terbaik dengan mengutamakan manfaat serta keuntungan yang optimal bagi seluruh *stakeholder* guna mendukung dan memperkuat bisnis inti perusahaan.
2. Mengembangkan berbagai varian bisnis baru sebagai motor penggerak pertumbuhan yang mampu memberikan nilai tambah (*value added*) bagi seluruh *stakeholder*.
3. Memberikan pelayanan prima (*service excellence*) kepada masyarakat dan pelaku UMKM dengan berfokus pada:
 - a. Proses bisnis yang lebih sederhana dan berbasis digital.
 - b. Jaringan kerja yang produktif dan efisien.

³ Dokumentasi Pada Pegadaian syariah, <https://pegadaian.co.id/profile/sejarah-pegadaian> diakses pada 21 Februari 2026

- c. Teknologi informasi yang andal serta mutakhir
- d. Penerapan prinsip keuangan berkelanjutan dan manajemen risiko terbaik.
- e. Sumber daya manusia yang profesional dengan budaya kerja berorientasi pada kinerja.⁴

3. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Metro Timur



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Metro Timur

4. Data Informan

Tabel 4.1 Data Informan

No	Nama Narasumber	Jabatan	Tanggal Wawancara
1	Didiek Permadi	Kepala Unit	14 Februari 2026
2	Ibu Ani	Masyarakat/RT12	1 Februari 2026
3	Ibu Runi	Masyarakat/RT12	1 Februari 2026
4	Ibu Siti Salamah	Masyarakat/RT12	1 Februari 2026
5	Ibu Yani	Masyarakat/RT12	1 Februari 2026

⁴ Dokumentasi Pada Pegadaian syariah, <https://pegadaian.co.id/profile/sejarah-pegadaian> diakses pada 21 Februari 2026

No	Nama Narasumber	Jabatan	Tanggal Wawancara
6	Ibu Shella	Masyarakat/RT12	1 Februari 2026
7	Bapak Gilang Adi	Masyarakat/RT12	1 Februari 2026
8	Ibu Natasya Adinda	Masyarakat/RT12	1 Februari 2026
9	Bapak Ferra	Masyarakat/RT12	1 Februari 2026
10	Ibu Novi	Masyarakat/RT12	1 Februari 2026
11	Ibu Shelly Herlin	Masyarakat/RT12	1 Februari 2026
12	Ibu Reni	Masyarakat/RT13	1 Februari 2026
13	Ibu Supiati	Masyarakat/RT13	1 Februari 2026
14	Ibu Sri Winarni	Masyarakat/RT13	1 Februari 2026
15	Ibu Evi Yulianti	Masyarakat/RT13	1 Februari 2026
16	Ibu Yesika Saputri	Masyarakat/RT13	3 Februari 2026
17	Ibu Wahyu	Masyarakat/RT13	3 Februari 2026
18	Ibu Yuyun	Masyarakat/RT13	3 Februari 2026
19	Bapak Indra Permana	Masyarakat/RT13	3 Februari 2026
20	Bapak Farhan Fadhillah	Masyarakat/RT13	3 Februari 2026
21	Ibu Ari	Masyarakat/RT13	3 Februari 2026
22	Ibu Endang	Masyarakat/RT14	3 Februari 2026
23	Bapak Putra Sadewa	Masyarakat/RT14	3 Februari 2026
24	Bapak Okta Dwi	Masyarakat/RT14	3 Februari 2026
25	Ibu Suratih	Masyarakat/RT14	3 Februari 2026
26	Bapak Abi	Masyarakat/RT14	3 Februari 2026
27	Ibu Inayatul	Masyarakat/RT14	3 Februari 2026
28	Ibu Fella	Masyarakat/RT14	7 Februari 2026
29	Ibu Sumiati	Masyarakat/RT14	7 Februari 2026
30	Bapak Edi	Masyarakat/RT14	7 Februari 2026

No	Nama Narasumber	Jabatan	Tanggal Wawancara
31	Ibu Fanisa	Masyarakat/RT14	7 Februari 2026
32	Ibu Tri Astuti	Masyarakat/RT15	7 Februari 2026
33	Ibu Suharti	Masyarakat/RT15	8 Februari 2026
34	Ibu Linda Valenta	Masyarakat/RT15	8 Februari 2026
35	Ibu Juwariyah	Masyarakat/RT15	8 Februari 2026
36	Ibu Shinta Rintis	Masyarakat/RT15	8 Februari 2026
37	Ibu Isnaini	Masyarakat/RT15	8 Februari 2026
38	Ibu Siti Marhamah	Masyarakat/RT15	11 Februari 2026
39	Ibu Nengah Citra	Masyarakat/RT15	11 Februari 2026
40	Ibu Gustini	Masyarakat/RT15	11 Februari 2026
41	Ibu Apri Nelita	Masyarakat/RT15	12 Februari 2026

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Unit Pegadaian Syariah 21A Yosorejo Metro Timur serta 40 responden masyarakat, diperoleh temuan bahwa minat masyarakat terhadap produk gadai emas dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu faktor lokasi, promosi, kualitas pelayanan, religiusitas, teknologi informasi, dan pengetahuan dan terdapat faktor ekonomi memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat masyarakat terhadap penggunaan produk gadai emas. Hal ini terlihat dari kondisi mayoritas masyarakat yang bekerja di sektor non formal dengan tingkat pendapatan yang tidak tetap, sehingga sering mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan mendesak. Analisis berikut disusun dengan

membandingkan temuan lapangan dengan teori minat dan perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi syariah.

1. Faktor Lokasi

Dalam teori pemasaran jasa, lokasi merupakan bagian dari bauran pemasaran (place) yang mempengaruhi keputusan konsumen. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan meningkatkan kenyamanan serta efisiensi waktu nasabah, sehingga mendorong minat penggunaan jasa. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan lokasi Pegadaian Syariah mudah dijangkau dan dekat dengan tempat tinggal.

Pernyataan responden:

“Lokasi Pegadaian Syariah dekat dan mudah dijangkau sehingga meningkatkan minat saya menggunakan gadai emas.”

Pernyataan responden:

“Lokasinya strategis dan dekat dengan pusat aktivitas ekonomi di Yosorejo.”⁵

Hal ini menunjukkan bahwa faktor aksesibilitas geografis memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. Secara teoritis, kemudahan akses dapat menurunkan biaya transaksi (transaction cost), sehingga semakin mudah suatu layanan dijangkau, maka semakin tinggi kemungkinan masyarakat untuk menggunakannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor lokasi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk gadai emas syariah.

⁵ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur Pada 01 – 14 Februari 2026

2. Faktor Promosi

Promosi dalam teori pemasaran berfungsi sebagai sarana komunikasi untuk membangun kesadaran, pemahaman, dan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk. Berdasarkan wawancara, masyarakat mengetahui produk gadai emas melalui berbagai media seperti brosur, media sosial, pegawai, serta rekomendasi dari keluarga atau lingkungan sekitar.

Pernyataan responden:

“Promosi cukup menarik dan membantu mengenalkan produk.”

Pernyataan responden:

“Promosi cukup informatif meskipun masih perlu ditingkatkan.”⁶

Temuan ini menunjukkan bahwa promosi telah berjalan cukup efektif dalam membangun awareness, tetapi belum sepenuhnya optimal dalam meningkatkan literasi masyarakat secara mendalam. Secara teoritis, promosi yang efektif harus informatif, persuasif, dan konsisten. Dalam konteks ini, promosi Pegadaian Syariah sudah mampu membangun ketertarikan awal, namun perlu penguatan dalam aspek edukatif agar mampu meningkatkan minat secara berkelanjutan.

3. Faktor Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dalam teori SERVQUAL meliputi dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen. Hasil

⁶ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur Pada 01 – 14 Februari 2026

wawancara menunjukkan bahwa hampir seluruh responden menilai pelayanan pegawai ramah, sopan, profesional, dan responsif.

Pernyataan responden:

“Pegawai melayani dengan ramah, sopan, dan profesional.”

Pernyataan responden:

“Prosesnya cepat dan tidak berbelit-belit.”⁷

Selain itu, Kepala Unit menyampaikan bahwa proses pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu relatif singkat, sekitar lima menit, sehingga kecepatan menjadi prioritas layanan. Berdasarkan analisis, kualitas pelayanan menjadi faktor dominan yang mempengaruhi minat masyarakat, karena pelayanan yang baik menciptakan rasa nyaman, aman, dan percaya terhadap lembaga.

4. Faktor Religiusitas

Religiusitas merupakan tingkat keyakinan dan kepatuhan individu terhadap ajaran agama yang dianut. Dalam konteks ekonomi syariah, faktor religiusitas seringkali menjadi motivasi utama dalam memilih produk keuangan berbasis syariah. Mayoritas responden menyatakan bahwa prinsip syariah menjadi pertimbangan utama dalam menggunakan produk gadai emas.

Pernyataan responden:

“Prinsip syariah menjadi pertimbangan utama karena bebas riba dan sesuai nilai Islam.”

Pernyataan responden:

“Saya merasa lebih tenang karena transaksi bebas dari riba.”⁸

⁷ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur Pada 01 – 14 Februari 2026

Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian dengan prinsip syariah (bebas riba, gharar, dan maysir) menjadi faktor yang sangat kuat dalam membentuk minat masyarakat. Secara teoritis, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka semakin besar kecenderungannya untuk memilih produk keuangan syariah. Dengan demikian, religiusitas dapat dikategorikan sebagai faktor utama dalam mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk gadai emas syariah.

5. Faktor Teknologi Informasi

Perkembangan teknologi informasi mempermudah akses masyarakat terhadap informasi produk dan layanan. Dalam teori perilaku konsumen digital, kemudahan akses informasi dapat meningkatkan persepsi efisiensi dan kenyamanan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa masyarakat memanfaatkan media online dan aplikasi Pegadaian Syariah Digital untuk memperoleh informasi.

Pernyataan responden:

“Media online dan aplikasi memudahkan akses informasi produk gadai emas.”

Kepala Unit juga menyampaikan bahwa Pegadaian memiliki aplikasi digital untuk memudahkan layanan.⁹

Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berkontribusi dalam meningkatkan minat masyarakat, terutama dalam hal transparansi biaya dan kemudahan memperoleh informasi awal sebelum datang ke kantor.

⁸ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur Pada 01 – 14 Februari 2026

⁹ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur dan Kepala Unit Pada 01 – 14 Februari 2026

6. Faktor Pengetahuan

Pengetahuan merupakan pemahaman individu mengenai karakteristik, prosedur, dan manfaat suatu produk. Dalam teori minat, tingkat pengetahuan yang memadai akan meningkatkan keyakinan dan mengurangi keraguan dalam pengambilan keputusan. Berdasarkan wawancara, sebagian besar responden memahami prosedur dan biaya secara umum, namun masih membutuhkan penjelasan lebih mendalam.

Pernyataan responden:

“Pemahaman saya sudah cukup, tetapi masih membutuhkan penjelasan lanjutan.”

Pernyataan responden:

“Kurangnya pengetahuan dapat menurunkan minat masyarakat menggunakan gadai emas syariah.”¹⁰

Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki dua sisi, yaitu sebagai faktor pendukung sekaligus penghambat. Apabila literasi meningkat, maka minat masyarakat juga akan meningkat. Sebaliknya, rendahnya pemahaman dapat menimbulkan keraguan dan menurunkan minat. Secara teoritis, literasi keuangan syariah berperan penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap produk keuangan berbasis syariah.

Faktor Ekonomi yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk gadai emas. Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka memiliki pendapatan yang tidak tetap karena bekerja di sektor non formal,

¹⁰ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur Pada 01 – 14 Februari 2026

seperti pedagang, buruh harian, dan usaha kecil. Kondisi ini menyebabkan mereka sering mengalami kekurangan dana dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu faktor utama adalah tingkat pendapatan. Pendapatan yang rendah atau tidak stabil, khususnya pada masyarakat yang bekerja di sektor informal, mendorong individu untuk mencari sumber pembiayaan alternatif guna memenuhi kebutuhan mendesak.

Pernyataan Responden :

“Saya menggadaikan emas karena penghasilan tidak menentu, kadang cukup kadang tidak, jadi kalau ada kebutuhan mendesak saya pilih gadai.”¹¹

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan sangat berpengaruh terhadap keputusan dalam menggunakan gadai emas. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa individu dengan pendapatan rendah cenderung mencari alternatif pembiayaan.

Selain itu, kebutuhan dana mendesak juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi minat gadai emas. Kebutuhan seperti biaya pendidikan, kesehatan, maupun kebutuhan sehari-hari.

Pernyataan responden:

“bahwa kebutuhan dana mendesak seperti biaya sekolah anak, kebutuhan kesehatan, dan kebutuhan rumah tangga menjadi alasan utama melakukan gadai emas”¹²

Salah satu responden mengatakan:

“Kalau butuh biaya cepat, seperti sekolah atau berobat, gadai emas lebih mudah dan cepat cair.”

¹¹ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur Pada 01 – 14 Februari 2026

¹² Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur Pada 01 – 14 Februari 2026

Hal ini sejalan dengan teori motif berjaga-jaga, di mana masyarakat membutuhkan dana likuid untuk kondisi darurat.

Dari sisi akses keuangan, responden menyatakan bahwa gadai emas lebih mudah dibandingkan pinjaman di bank. Proses yang cepat, syarat yang sederhana, dan tidak memerlukan banyak dokumen menjadi alasan utama. Salah satu responden menyampaikan:

“Kalau di bank susah syaratnya, kalau di pegadaian cukup bawa emas saja sudah bisa dapat uang”

Selain itu, kepemilikan emas juga menjadi faktor penting. Responden lebih memilih menggadaikan emas daripada menjualnya karena masih dapat ditebus kembali. Hal ini menunjukkan bahwa emas dimanfaatkan sebagai aset likuid untuk memenuhi kebutuhan sementara.

C. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Produk Gadai Emas

Minat masyarakat terhadap produk gadai emas di Pegadaian Syariah 21A Yosorejo Metro Timur tidak terbentuk secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Berdasarkan kerangka teori serta hasil wawancara terhadap Kepala Unit dan 10% responden masyarakat, ditemukan enam faktor utama yang memengaruhi minat masyarakat, yaitu faktor lokasi, promosi, kualitas pelayanan, religiusitas, teknologi informasi, dan pengetahuan. Analisis berikut membandingkan antara teori perilaku konsumen dan temuan empiris di lapangan.

1. Analisis Faktor Lokasi

Dalam teori bauran pemasaran (marketing mix), lokasi (place) merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan penggunaan jasa. Lokasi yang strategis, mudah diakses, dan dekat dengan pusat aktivitas ekonomi akan meningkatkan peluang masyarakat untuk menggunakan suatu produk.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa lokasi Pegadaian Syariah sangat strategis dan mudah dijangkau.

Pernyataan responden:

“Lokasinya dekat dan mudah diakses.”

“Lokasi Pegadaian Syariah dekat dari rumah saya.”

“Akses yang mudah meningkatkan minat saya menggunakan gadai emas.”¹³

Kepala Unit juga menyatakan bahwa lokasi yang strategis memudahkan masyarakat dalam mengakses layanan.

Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran jasa yang menyatakan bahwa aksesibilitas memengaruhi keputusan penggunaan jasa. Kedekatan geografis mengurangi biaya transportasi dan waktu tempuh, sehingga meningkatkan kenyamanan dan minat masyarakat. Dengan demikian, faktor lokasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk gadai emas.

2. Analisis Faktor Promosi

Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang berfungsi untuk membangun awareness, memberikan informasi, serta membujuk

¹³ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur Pada 01 – 14 Februari 2026

konsumen agar menggunakan produk. Media promosi dapat berupa brosur, media sosial, dan komunikasi langsung.

Sebagian besar responden menyatakan:

“Promosi cukup menarik dan jelas.”

“Saya mengetahui produk dari media sosial dan brosur.”

“Promosi cukup informatif namun masih perlu ditingkatkan.”

Kepala Unit menyampaikan bahwa strategi promosi dilakukan melalui:

“Sosialisasi dan promosi dari media sosial.”¹⁴

Promosi terbukti berperan dalam membentuk pengetahuan awal masyarakat terhadap produk gadai emas. Namun, beberapa responden menyatakan bahwa promosi masih perlu ditingkatkan, khususnya dalam aspek edukasi produk. Secara teoritis, promosi yang efektif tidak hanya membangun ketertarikan, tetapi juga meningkatkan pemahaman. Oleh karena itu, promosi Pegadaian Syariah telah berfungsi dengan baik, tetapi perlu penguatan pada aspek literasi produk.

3. Analisis Faktor Kualitas Pelayanan

Menurut teori SERVQUAL, kualitas pelayanan meliputi kecepatan, keramahan, kejelasan informasi, dan jaminan keamanan. Pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan dan minat penggunaan ulang.

Responden menyatakan:

“Pelayanan ramah, sopan, dan profesional.”

“Prosedurnya tidak berbelit dan mudah dipahami.”

“Pencairan dana cepat dan membantu kebutuhan mendesak.”

Kepala Unit juga menegaskan:

“Kecepatan menjadi prioritas layanan kami.”¹⁵

¹⁴ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur dan Kepala Unit Pada 01 – 14 Februari 2026

Kecepatan pencairan dana menjadi faktor dominan dalam meningkatkan minat masyarakat, terutama bagi masyarakat yang membutuhkan dana mendesak. Pelayanan yang ramah dan transparan memperkuat trust dan kenyamanan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap minat masyarakat.

4. Analisis Faktor Religiusitas

Dalam teori perilaku konsumen syariah, religiusitas memengaruhi keputusan penggunaan produk berbasis syariah. Semakin tinggi tingkat religiusitas, semakin besar kecenderungan memilih produk bebas riba.

Hampir seluruh responden menyatakan:

“Prinsip syariah menjadi pertimbangan utama.”

“Saya merasa lebih tenang karena bebas riba.”

“Kesesuaian dengan ajaran Islam menjadi alasan penting.”¹⁶

Temuan ini menunjukkan bahwa religiusitas merupakan faktor dominan dalam pembentukan minat masyarakat. Produk gadai emas syariah dipilih bukan hanya karena aspek ekonomi, tetapi juga karena pertimbangan spiritual dan ketenangan batin. Secara teoritis dan empiris, religiusitas memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat masyarakat.

¹⁵ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur dan Kepala Unit Pada 01 – 14 Februari 2026

¹⁶ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur Pada 01 – 14 Februari 2026

5. Analisis Faktor Teknologi Informasi

Dalam era digital, kemudahan akses informasi melalui teknologi meningkatkan persepsi efisiensi dan kenyamanan konsumen.

Responden menyatakan:

“Media online dan aplikasi memudahkan akses informasi.”

“Teknologi membantu mendapatkan informasi produk.”¹⁷

Kepala Unit juga menyampaikan adanya aplikasi digital untuk mempermudah layanan.

Pemanfaatan teknologi memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan transparansi biaya. Secara teoritis, kemudahan akses digital memperkuat minat masyarakat, terutama generasi yang aktif menggunakan media sosial dan aplikasi.

6. Analisis Faktor Pengetahuan

Dalam teori perilaku konsumen, pengetahuan (knowledge) memengaruhi sikap dan minat. Kurangnya pemahaman dapat menimbulkan keraguan.

Hampir seluruh responden menyatakan:

“Kurangnya pengetahuan dapat menurunkan minat.”

“Saya memahami secara umum, namun masih perlu penjelasan lebih lanjut.”

Kepala Unit juga menyampaikan:

“Masyarakat belum seberapa paham produk emas Pegadaian Syariah.”¹⁸

¹⁷ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur dan Kepala Unit Pada 01 – 14 Februari 2026

¹⁸ Wawancara Terhadap Responden yakni Masyarakat 21a Yosorejo Metro Timur dan Kepala Unit Pada 01 – 14 Februari 2026

Pengetahuan menjadi faktor penghambat sekaligus peluang. Meskipun kualitas pelayanan dan prinsip syariah sudah baik, rendahnya literasi dapat membatasi perluasan minat masyarakat. Secara teoritis, peningkatan literasi keuangan syariah akan meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat.

Tabel 4.2
Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat terhadap Produk Gadai Emas di Pegadaian Syariah 21A Yosorejo Metro Timur

No	Faktor	Temuan Penelitian	Analisis Kritis
1	Lokasi	Sebagian besar responden menyatakan lokasi Pegadaian Syariah mudah dijangkau dan berada di area yang strategis dekat dengan pemukiman masyarakat.	Lokasi yang strategis memberikan kemudahan akses bagi masyarakat untuk menggunakan layanan gadai emas. Hal ini sesuai dengan teori pemasaran jasa bahwa kemudahan akses lokasi dapat meningkatkan minat konsumen dalam memanfaatkan suatu layanan.
2	Promosi	Responden mengetahui produk gadai emas melalui media sosial, informasi dari keluarga, serta sosialisasi dari pihak Pegadaian Syariah. Namun, sebagian masyarakat masih kurang memahami detail produk.	Hal ini menunjukkan bahwa promosi telah berjalan, tetapi belum sepenuhnya efektif dalam memberikan edukasi mendalam mengenai produk. Oleh karena itu, strategi promosi perlu lebih menekankan aspek edukatif agar masyarakat tidak hanya mengetahui produk, tetapi juga memahami manfaat dan mekanismenya.

No	Faktor	Temuan Penelitian	Analisis Kritis
3	Kualitas Pelayanan	Responden menilai pegawai memberikan pelayanan yang ramah, sopan, dan cepat dalam melayani nasabah.	Kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan masyarakat. Pelayanan yang profesional dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan mendorong minat masyarakat untuk menggunakan kembali produk gadai emas.
4	Religiusitas	Banyak responden menyatakan memilih Pegadaian Syariah karena sistemnya bebas riba dan sesuai dengan prinsip Islam.	Faktor religiusitas menjadi pertimbangan utama bagi masyarakat dalam memilih produk keuangan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kesesuaian dengan nilai-nilai syariah mampu meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat terhadap produk gadai emas.
5	Teknologi Informasi	Pegadaian Syariah telah memanfaatkan teknologi digital seperti aplikasi dan media online untuk memberikan informasi kepada masyarakat.	Pemanfaatan teknologi informasi membantu meningkatkan akses informasi serta mempermudah masyarakat dalam mengetahui layanan yang tersedia. Hal ini juga dapat memperluas jangkauan promosi produk gadai emas.
6	Pengetahuan	Sebagian masyarakat masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai mekanisme gadai emas syariah.	Rendahnya tingkat literasi keuangan syariah dapat memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan produk. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi yang lebih intensif agar masyarakat memahami manfaat dan sistem gadai emas secara lebih komprehensif.

No	Faktor	Temuan Penelitian	Analisis Kritis
7.	Ekonomi	<p>1. Tingkat Pendapatan, Mayoritas responden bekerja di sektor non formal dengan pendapatan tidak tetap, sehingga sering mengalami kekurangan dana.</p> <p>2. Kebutuhan dana mendesak, Responden menggunakan gadai emas untuk kebutuhan mendesak seperti pendidikan, kesehatan, dan kebutuhan rumah tangga.</p> <p>3. Kemudahan akses keuangan, Responden menyatakan gadai emas lebih mudah dibandingkan pinjaman di bank karena syarat sederhana dan proses cepat.</p> <p>4. Kepemilikan Akses Emas, Masyarakat memiliki emas sebagai aset dan lebih memilih menggadaikan daripada menjual.</p>	<p>Sesuai teori konsumsi John Maynard Keynes, pendapatan rendah atau tidak stabil mendorong individu mencari alternatif pembiayaan. Gadai emas menjadi solusi karena dapat memenuhi kebutuhan tanpa syarat kompleks. Hal ini menunjukkan adanya hubungan langsung antara pendapatan dan minat gadai emas.</p> <p>Berdasarkan teori motif berjaga-jaga oleh John Maynard Keynes, masyarakat cenderung mencari sumber dana likuid dalam kondisi darurat. Gadai emas dipilih karena proses cepat dan pencairan dana instan, sehingga meningkatkan minat penggunaan.</p> <p>Sesuai konsep inklusi keuangan dari World Bank, keterbatasan akses ke lembaga keuangan formal mendorong masyarakat menggunakan alternatif seperti gadai emas. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses menjadi faktor dominan dalam meningkatkan minat.</p> <p>Berdasarkan teori preferensi likuiditas Irving Fisher, masyarakat cenderung memanfaatkan aset yang mudah dicairkan. Emas berfungsi sebagai cadangan likuid, sehingga gadai emas menjadi pilihan rasional tanpa kehilangan aset.</p>

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Minat masyarakat terhadap produk gadai emas dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu lokasi, promosi, kualitas pelayanan, religiusitas, teknologi informasi, dan pengetahuan. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau memudahkan masyarakat dalam mengakses layanan, sedangkan promosi melalui media sosial dan sosialisasi langsung membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk. Kualitas pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional juga berperan penting dalam membangun kepercayaan nasabah. Di sisi lain, faktor religiusitas menjadi pertimbangan utama karena produk gadai emas syariah dinilai bebas riba dan sesuai dengan prinsip Islam. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi mempermudah akses layanan, sementara tingkat pengetahuan masyarakat yang belum merata masih menjadi tantangan dalam meningkatkan minat penggunaan produk secara lebih luas.

Selain itu, terdapat faktor ekonomi memiliki peran penting dalam memengaruhi minat masyarakat terhadap produk gadai emas syariah. Faktor utama tersebut meliputi tingkat pendapatan, kebutuhan dana mendesak, kemudahan akses terhadap lembaga keuangan, serta kepemilikan aset berupa emas. Masyarakat dengan pendapatan rendah atau tidak stabil, terutama di sektor informal, cenderung lebih membutuhkan sumber pembiayaan cepat untuk memenuhi kebutuhan mendesak seperti pendidikan, kesehatan, dan

konsumsi. Dalam kondisi tersebut, gadai emas menjadi solusi yang praktis karena prosesnya mudah dan pencairannya cepat. Selain itu, kemudahan akses tanpa persyaratan rumit serta kepemilikan emas yang dapat dijadikan jaminan turut memperkuat minat masyarakat. Dengan demikian, faktor ekonomi secara langsung mendorong masyarakat memilih gadai emas sebagai alternatif pembiayaan jangka pendek yang efektif dan aman.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pegadaian Syariah

- a. Meningkatkan intensitas promosi berbasis edukasi agar masyarakat lebih memahami mekanisme dan keunggulan produk gadai emas syariah.
- b. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan promosi dan pelayanan digital.
- c. Mengadakan sosialisasi rutin atau literasi keuangan syariah kepada masyarakat untuk meningkatkan pemahaman produk.
- d. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepercayaan masyarakat tetap terjaga.
- e. Mengembangkan inovasi layanan agar lebih kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan meningkatkan literasi keuangan syariah agar dapat memahami secara komprehensif manfaat dan mekanisme produk gadai emas, sehingga dapat memanfaatkannya secara bijak dan sesuai kebutuhan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada ruang lingkup lokasi penelitian dan jumlah responden. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk:

- a. Memperluas objek penelitian pada cabang lain atau wilayah berbeda.
- b. Menambahkan pendekatan kuantitatif untuk mengukur tingkat pengaruh masing-masing faktor secara statistik.
- c. Mengkaji perbandingan antara Pegadaian Syariah dan Pegadaian Konvensional untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Antaraneews. "Pegadaian Syariah Lampung sebut realisasi dana pinjaman capai Rp108 miliar", 5 Januari 2024.
- Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), *Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah*. Jakarta, 2000.
- Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia. *Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn dan Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah*. Jakarta, 2002.
- Fuad, Anis, dan Kandung Sapto. *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*, 2013.
- Halim, Fitria, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Marisi Butarbutar, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 2021.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. 2010.
- "Hukum Jual Beli - Quran Tazkia." Diakses 18 Desember 2025.
<https://quran.tazkia.ac.id/ayat-hadist-ekonomi/10>.
- Indonesia, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama. *Fatwa Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas*. Jakarta, 2002.
- Jihan Suwifania, dan Tuti Anggraini. "Pengaruh Pemasaran Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Nasabah Kantor Cabang Pembantu Medan Imam Bonjol." *Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi* 2, no. 1 (2024): 219–26.
<https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i1.335>.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis*. 3 ed. SAGE, 2014.
- Ningrum, Ratih Puspita, Meilana Widyaningsih, Studi Perbankan Syariah, dkk. "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk gadai (rahn) di pegadaian syariah cps solo baru factors affecting customers' interest in using pawn products (rahn) at cps solo baru sharia pawnshops." *Jurnal Syarikah*, 2023, 186–96.
- Saputri, Inggit Eka. "Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Produk Gadai Emas pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 1 (2022): 334–40.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1207>.

Sugiyono, Dr. Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta, 2019.

“Surat Al-Baqarah Ayat 283: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online.” Diakses 18 Desember 2025. <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/283>.

Syifa, Husnus, Busaini, dan Moh. Huzaini. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Produk Gadai (Rahn) di Bank Syariah Indonesia KCP Lombok Aikmel.” *Jurnal Oportunitas: Ekonomi Pembangunan* 3, no. 2 (2024).

Yusuf, Yuslaidar, Maya Agustina, Almira Sabrina Husni, dan Aida Fitri. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas di Pegadaian Syariah.” *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum* 9, no. 1 (2025): 269–83. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v9i1.6317>.

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; www.uinjusila.ac.id; humas@uinjusila.ac.id

Nomor : B-0192/In.28.1/J/TL.00/02/2026
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Anggoro Sugeng (Pembimbing 1)
Anggoro Sugeng (Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **NABELLA AYUNDA**
NPM : 2203020025
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH (STUDI PADA MASYARAKAT 21A YOSOREJO METRO TIMUR)**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 03 Februari 2026

Ketua Jurusan,



Anggoro Sugeng

NIP 199005082020121011

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH (STUDI PADA MASYARAKAT 21A YOSOREJO METRO TIMUR)

A. Wawancara Pegawai Pegadaian Syariah

1. Bagaimana prosedur pelayanan produk gadai emas syariah mulai dari pengajuan hingga pencairan dana?
2. Apakah prosedur tersebut sudah memiliki standar operasional yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah?
3. Bagaimana cara pegawai menjelaskan akad rahn dan ijarah kepada nasabah?
4. Apakah nasabah umumnya memahami perbedaan gadai emas syariah dengan gadai konvensional setelah diberikan penjelasan?
5. Berapa lama rata-rata proses pencairan dana gadai emas syariah?
6. Menurut Bapak/Ibu, apakah kecepatan layanan menjadi keunggulan utama produk gadai emas syariah?
7. Bagaimana sistem pengamanan dan penyimpanan emas yang digadaikan oleh nasabah?
8. Bagaimana upaya Pegadaian Syariah menjaga kepercayaan nasabah terhadap keamanan barang jaminan?
9. Menurut Bapak/Ibu, apakah lokasi Pegadaian Syariah Metro Timur mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk gadai emas?
10. Strategi promosi apa saja yang dilakukan untuk mengenalkan produk gadai emas syariah kepada masyarakat?
11. Media promosi apa yang paling efektif menurut pengalaman Pegadaian Syariah?
12. Bagaimana standar pelayanan pegawai dalam melayani nasabah gadai emas syariah?
13. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat dan kepercayaan masyarakat?

14. Apakah pertimbangan prinsip syariah menjadi alasan utama masyarakat memilih gadai emas syariah?
15. Bagaimana pemanfaatan teknologi informasi (aplikasi digital, media sosial) dalam mendukung layanan gadai emas syariah?
16. Menurut Bapak/Ibu, sejauh mana tingkat pengetahuan masyarakat tentang produk gadai emas syariah?
17. Upaya apa yang dilakukan Pegadaian Syariah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terkait produk gadai emas?

B. Wawancara Masyarakat 21a Yosorejo

1. Bagaimana pengalaman Bapak/Ibu terkait prosedur pelayanan gadai emas di Pegadaian Syariah?
2. Apakah penjelasan pegawai mengenai akad dan biaya sudah mudah dipahami?
3. Bagaimana penilaian Bapak/Ibu terhadap kecepatan pencairan dana?
4. Apakah Bapak/Ibu merasa aman menitipkan emas di Pegadaian Syariah?
5. Apakah lokasi Pegadaian Syariah mudah dijangkau dan mempengaruhi minat Bapak/Ibu menggunakan gadai emas?
6. Dari mana Bapak/Ibu pertama kali mengetahui produk gadai emas syariah?
7. Apakah promosi yang dilakukan Pegadaian Syariah menarik dan mudah dipahami?
8. Bagaimana sikap dan pelayanan pegawai Pegadaian Syariah saat melayani Bapak/Ibu?
9. Apakah kesesuaian dengan prinsip syariah menjadi pertimbangan Bapak/Ibu menggunakan gadai emas syariah?
10. Apakah penggunaan teknologi informasi (aplikasi, media online) memudahkan Bapak/Ibu memperoleh informasi produk?
11. Sejauh mana pemahaman Bapak/Ibu tentang prosedur, biaya, dan ketentuan gadai emas syariah?
12. Apakah kurangnya pengetahuan dapat mempengaruhi minat Bapak/Ibu menggunakan produk gadai emas?

C. Dokumentasi

1. Profil Pegadaian Syariah
2. Data jumlah nasabah dan produk rahn emas
3. Dokumen resmi Pegadaian Syariah
4. Foto kegiatan penelitian
5. Buku, jurnal, dan artikel ilmiah terkait

Dosen Pembimbing



Anggoro Sugeng, M.Sh.,Ec
NIP. 199005082020121011

Metro, 29 Januari 2026
Peneliti



Nabella Ayunda
NPM. 2203020025



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBRANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; www.uinjusila.ac.id; humas@uinjusila.ac.id

Nomor : B-0260/In.28/D.1/TL.00/02/2026
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN PEGADAIAN SYARIAH
(UPS) IRING MULYO METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0261/In.28/D.1/TL.01/02/2026,
tanggal 09 Februari 2026 atas nama saudara:

Nama : **NABELLA AYUNDA**
NPM : 2203020025
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PIMPINAN PEGADAIAN SYARIAH (UPS) IRING MULYO METRO bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PEGADAIAN SYARIAH (UPS) IRING MULYO METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH (STUDI PADA MASYARAKAT 21A YOSOREJO METRO TIMUR)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 09 Februari 2026
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



Nomor : 02/60894/2026
Lampiran :
Perihal : Surat Balasan

Kepada Yth

Bpk Anggoro Sugeng M., Sh., Eg

Di -

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini Pengelola Unit Pegadaian Syariah Kantor UPS Iring Mulyo Metro

Menerangkan bahawa :

Nama : Nabella Ayunda
Npm : 2203020025
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Semester : VIII (Delapan)

Telah melakukan wawancara di lembaga keuangan non bank PT. Pegadaian Syariah (PERSERO).

Demikian pemberitahuan ini kami sampaikan, semoga dapat di gunakan sebagai mestinya. Atas dukungan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, 18 Febuari 2026

Pengelola Unit Pegadaian Syariah


Didiek Permadi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBRANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; www.uinjusila.ac.id; humas@uinjusila.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0261/In.28/D.1/TL.01/02/2026

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **NABELLA AYUNDA**
NPM : 2203020025
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PEGADAIAN SYARIAH (UPS) IRING MULYO METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH (STUDI PADA MASYARAKAT 21A YOSOREJO METRO TIMUR)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 09 Februari 2026

Mengetahui,
Pejabat Setempat


DIDIES PERMADANI

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
UNIT PENUNJANG AKADEMIK PERPUSTAKAAN
NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No. 118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297, 42775; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-191/Un.36/S/U.1/OT.01/02/2026**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung menerangkan bahwa :

Nama : NABELLA AYUNDA
NPM : 2203020025
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung Tahun Akademik 2025/2026 dengan nomor anggota 2203020025.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 25 Februari 2026
Kepala Perpustakaan,

Aan Gurtoni, S.I.Pust.
NIP. 19920428 201903 1 009



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Nabella Ayunda
NPM : 2203020025
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Produk Gadai Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Pada Masyarakat 21A Yosorejo Metro Timur)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 22%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 6 April 2026
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Anggoro Sugeng, SEI., M.Sh.Ec

NIP.199005082020121011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id
E-mail: iaimetro@gmail.com

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Nabella Ayunda
NPM : 2203020025

Fakultas/Jurusan : FEBI/ PBS
Semester/TA : VII/ 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis 23/10	<ul style="list-style-type: none">BAB 1 - 3Revisi mayor 1-3	
1	Kamis 6/11	ACC untuk simpro	

Dosen Pembimbing,

Anggoro Sugeng, M.S.h.,Ec
NIP.199005082020121011

Mahasiswa Ybs,

Nabella Ayunda
NPM. 2203020025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id
E-mail: iajinmetro@gmail.com

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nabella Ayunda
NPM : 2203020025

Fakultas/Jurusan : FEBI/ PBS
Semester/TA : VIII/ 2026

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	KAMIS 15 / Jan 2026	• perbaiki outline & App	
2	KAMIS	• APP BELUM SINKRON	
3	KAMIS 29 / Jan 2026	• ACE SUB LINE & APP ↳ CATI DATA GARAP BAB 4.	

Dosen Pembimbing,

Anggoro Sugeng, M.S.h.,Ec
NIP.199005082020121011

Mahasiswa Ybs,

Nabella Ayunda
NPM. 2203020025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id

E-mail: iainmetro@gmail.com

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nabella Ayunda
NPM : 2203020025

Fakultas/Jurusan : FEBI/ PBS
Semester/TA : VIII/ 2026

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis 26/02 2026	<ul style="list-style-type: none">• Kuasa Materi• Revisi Kesimpulan	
2.	Kamis 5/03 2026	<ul style="list-style-type: none">• Revisi TOTAL minor BAB 1 — 5• TAMBAH 9 lengkapi ABSTRAK. MOTO 8 persen BAHAN• Revisi mengikuti Buku pedoman	

Dosen Pembimbing,

Anggoro Sugeng, M.S.h.,Ec
NIP.199005082020121011

Mahasiswa Ybs,

Nabella Ayunda
NPM. 2203020025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id

E-mail: jainmetro@gmail.com

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nabella Ayunda
NPM : 2203020025

Fakultas/Jurusan : FEBI/ PBS
Semester/TA : VIII/ 2026

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin 11/2026 /03	CEK ONLY • ARSPEK • Diagram LBM • KAPAN ADANYA PEL. Syariaan	
2.	Kamis 12/2026 /03	Ale mun AQOGAH	

Dosen Pembimbing,

Anggoro Sugeng, M.S.h.,Ec
NIP.199005082020121011

Mahasiswa Ybs,

Nabella Ayunda
NPM. 2203020025

FOTO DOKUMENTASI



Wawancara dengan Pimpinan Pegadaian Syariah Yosorejo Metro Timur Bapak Didiek Permadi



Wawancara dengan masyarakat yosorejo Ibu Siti Marhamah



Wawancara dengan masyarakat yosorejo Ibu Apri Nelita



Wawancara dengan masyarakat yosorejo Ibu Fanisa



Wawancara dengan masyarakat yosorejo Bapak Indra Permana



Wawancara dengan masyarakat yosorejo Ibu Shinta



Wawancara dengan masyarakat yosorejo Ibu Ari



Wawancara dengan masyarakat yosorejo Bapak Abi



Wawancara dengan masyarakat yosorejo Bapak Ferra



Wawancara dengan masyarakat yosorejo Ibu Suharti



Wawancara dengan masyarakat yosorejo Ibu Juwariyah



Wawancara dengan masyarakat yosorejo Ibu Linda Valenta

Fitur dan Keunggulan Pegadaian Gadaai Emas Syariah

- Sarifan menurut Syariah
- Fasilitas peragadaian nasabah
- Bawa car beblu la isanabab la perPegadaian ujan
- Kedadafms il maai lainu nanabab
- Kuala pemangute ke foto 1 kjaran

Bagaimana cara transaksi Gadaai Emas Syariah?

1. Bawa identitas diri (KKTTP Passpor) dan emas ke Pegadaian Syariah terdekat.
2. Emas diteliti dan taksir. Dana migwaan padat cari hanya tiam hilangan menit.
3. Lakukan palnmanan sewan rodai (kha) humgan sesuia akad.
4. Tebus attu peer palng mass gadaai tesuai kekuolan nasabab.
5. Tenoi asa melote emas sesas gadaai olekan nanabab.

Gadaai Emas Syariah Reguler

Berat Pegadaian	Markun Bil	Uprah
1 gram - 10 gram	Rp.1.400.000	6,000
Rp.360.000 - 10 gram	Rp. 8.500.000	9,500
Rp. 660.000 - 38.000.000	Rp. 4.100.000.000	16.500

Serham la pjan treatais. Ge raterer isuas. Virtum, padai nman mlp neban.
* Pagle 2 pmentan teras teras. Oto padan keupg needan nanabab.

Gadaai Emas Syariah Fleksi

Temer	Lama modal	Uprah	Sewa Modal
1	1 kstun	Rp. 600.000	6,000
2	6. Moltun	Rp. 500.000	1,800
3	6. Moltun	Rp. 500.000	15,000
4	6. Moltun	Rp. 8.000.000	10,000
5	6. Moltun	Rp. 01.000.000	1.100 perbulan

* Layasah ini suwa dlasat abai. Otockae jasa Keunggaan

1500 569
Yenas.pegadaian syariah.co.id



#PunyaRencana Pandai Dengan Gadaai

Pegadaian Syariah Gadaai Emas

Ingin mendapalitan dana cepat dari emas Anda dengan prinsip Syariah: Pegadaian Syariai Gadaai Emas merrikenoan solusi aman, modda, cepat, dan berkah sesuai akad Syariah.

Tepat Caranya Berkah Hasilnya

1500 569
www.pegadaiansyariah.co.id



RIWAYAT HIDUP



Penyusun Nabella Ayunda yang dilahirkan pada tanggal 19 Juli 2004 di Metro, penyusun merupakan anak ketujuh dari pasangan Ayah Nyoto Priadi dan Ibu Zarneti yang bertempat tinggal di Metro, Kecamatan Metro Timur, Kabupaten Kota Metro. Penulis menyelesaikan pendidikan yang telah ditempuh di TK Negeri Pembina Metro lulus pada tahun 2010, kemudian melanjutkan sekolah dasar di SD Negeri 7 Metro lulus pada tahun 2016, kemudian melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 2 Metro lulus pada tahun 2019 , kemudian melanjutkan sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Metro lulus pada tahun 2022, kemudian penyusun melanjutkan kuliah di perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung (UIN JUSILA) mengambil jurusan S-1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.