

**MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK  
ARRUM HAJI PEGADAIAN  
(Studi Kota Parepare)**



**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2018**

**MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK**  
***ARRUM* HAJI PEGADAIAN**  
**(Studi Kota Parepare)**



Oleh

**WISNU WARDANA**

**NIM 14.2300.112**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**  
**PAREPARE**

**2019**

**MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK  
ARRUM HAJI PEGADAIAN  
(Studi Kota Parepare)**

**Skripsi**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Program Studi  
Perbankan Syariah**

**Disusun dan diajukan oleh**

**WISNU WARDANA  
NIM 14.2300.112**

**Kepada**

**PAREPARE**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PAREPARE**

**2019**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Wisnu Wardana  
Judul Skripsi : Minat Masyarakat Terhadap Produk *Arrum* Haji  
Pegadaian (Studi Kota Parepare)  
Nomor Induk Mahasiswa : 14.2300.112  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare  
No. B.3037/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Disetujui oleh

Pembimbing Utama : **Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.** (.....)  
NIP : 19730129 200501 1 004  
Pembimbing Pendamping : **Dr. Damirah, S.E., M.M.** (.....)  
NIP : 19760604 200604 2 001

Mengetahui,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.**  
NIP 19730129 200501 1 004



**SKRIPSI**  
**MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK**  
**ARRUM HAJI PEGADAIAN**  
**(STUDI KOTA PAREPARE)**

Disusun dan diajukan oleh

**WISNU WARDANA**  
**NIM 14.2300.112**

Telah dipertahankan di depan Sidang Ujian Munaqasyah  
Pada tanggal 28 Januari 2019  
Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : **Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.** (.....)

NIP : 19730129 200501 1 004

Pembimbing Pendamping : **Dr. Damirah, S.E., M.M.** (.....)

NIP : 19760604 200604 2 001

Institut Agama Islam Negeri Parepare  
Rektor



**Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.**  
**NIP 19640427 198703 1 002**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Dekan

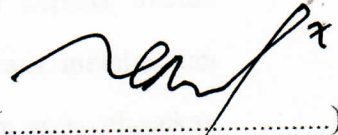


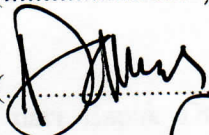
**Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.**  
**NIP 19730129 200501 1 004**

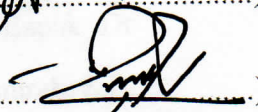
## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

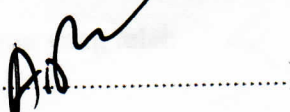
Judul Skripsi : Minat Masyarakat Terhadap Produk *Arrum*  
Haji Pegadaian (Studi Kota Parepare)  
Nama Mahasiswa : Wisnu Wardana  
Nomor Induk Mahasiswa : 14.2300.112  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare  
B.3037/Sti.08/PP.00.01/10/2017  
Tanggal Kelulusan : 28 Januari 2018

Disahkan oleh Komisi Penguji


**Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.** (Ketua) (.....) 

**Dr. Damirah, S.E., M.M.** (Sekertaris) (.....) 

**Rusnaena, M.Ag.** (Anggota) (.....) 

**Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag.** (Anggota) (.....) 

Mengetahui,

Institut Agama Islam Negeri Parepare  
Rektor, 



**Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.**  
NIP 19640427 198703 1 002

## KATA PENGANTAR

*Bismillahir Rahmanir Rahim*

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. berkat segala hidayah, petunjuk, serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam” Institut Agama Islam Negeri Parepare.

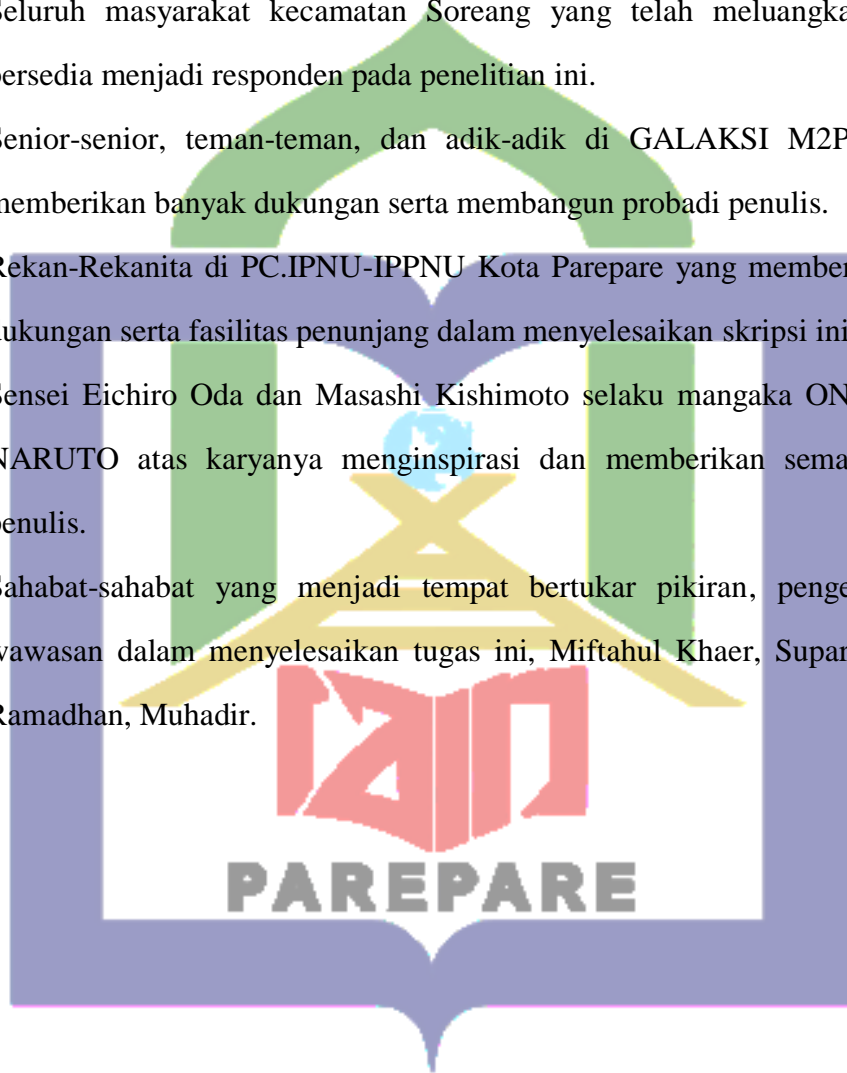
Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Rostiati dan Ayahanda Bachtiar yang telah mendidik dan senantiasa memberikan do'a setulusnya, sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik ini.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. selaku pembimbing utama dan Ibu Damirah, S.E., M.M selaku pembimbing pendamping, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan, menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si sebagai “Rektor IAIN Parepare” yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi Mahasiswa IAIN Parepare.
3. Seluruh Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam yang telah meluangkan waktu dalam mendidik serta memberikan wawasan pengetahuan kepada panulis.

4. Seluruh pegawai dan staff Institut Agama Islam Negeri Parepare yang telah memberikan bantuan dan arahan dalam menjalankan proses administratif penulis.
5. Kepada pemerintah Kecamatan Soreang yang memberikan izin untuk melakukan penelitian di daerah tersebut.
6. Seluruh masyarakat kecamatan Soreang yang telah meluangkan waktunya bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
7. Senior-senior, teman-teman, dan adik-adik di GALAKSI M2P yang telah memberikan banyak dukungan serta membangun probadi penulis.
8. Rekan-Rekanita di PC.IPNU-IPPNU Kota Parepare yang memberikan banyak dukungan serta fasilitas penunjang dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sensei Eichiro Oda dan Masashi Kishimoto selaku mangaka ONE PICE dan NARUTO atas karyanya menginspirasi dan memberikan semangat kepada penulis.
10. Sahabat-sahabat yang menjadi tempat bertukar pikiran, pengetahuan, dan wawasan dalam menyelesaikan tugas ini, Miftahul Khaer, Supardin, Tasman Ramadhan, Muhadir.



Penulis tak lupa pula mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya Penulis menyampaikan, kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, Januari 2019

Penulis



Wisnu Wardana

NIM. 14.2300.112

Penulis tak lupa pula mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya Penulis menyampaikan, kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 08 Februari 2019

Penulis



**Wisnu Wardana**

**NIM. 14.2300.112**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wisnu Wardana  
NIM : 14.2300.112  
Tempat, Tanggal Lahir : Parepare, 30 Juli 1996  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Minat Masyarakat Terhadap Produk *Arrum* Haji  
Pegadaian (Studi Kota Parepare)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 08 Februari 2019



**Wisnu Wardana**  
**NIM. 14.2300.112**



## ABSTRAK

**Wisnu Wardana**, *Minat Masyarakat Terhadap Produk Arrum Haji Pegadaian (Studi Kota Parepate)*. Dibimbing oleh Bapak Muhammad Kamal Zubair selaku pembimbing utama dan Ibu Damirah selaku pembimbing pendamping.

Keinginan umat muslim di Indonesia untuk menyempurnakan untuk menyempurnakan rukun islam yang ke-5 sangatlah besar. Hal ini dibuktikan dengan lamanya daftar tunggu naik haji di Indonesia hingga puluhan tahun. Hal ini disadari oleh lembaga keuangan baik bank maupun non bank untuk memberikan produk penyelenggaraan ibadah haji bagi masyarakat, seperti halnya yang dilakukan oleh Persero Pegadaian dengan mengeluarkan produk *Arrum* Haji.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar minat masyarakat Parepare terhadap produk *Arrum* Haji yang dikeluarkan oleh Pegadaian. Penelitian ini merupakan penelitian survei yang berbentuk kuantitatif. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket), dokumentasi dan wawancara terbuka. Analisis data dilakukan secara deskriptif persentase. Penelitian ini menggunakan metode analisa statistik deskriptif. Data penelitian ini didapat dari kuisisioner yang diberikan kepada masyarakat Parepare guna mengetahui respon langsung dari responden, serta menggunakan data sekunder dari literatur kepustakaan, buku-buku, dan sumber lain yang relevan dengan skripsi ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 48% dari 50 responden menyatakan tertarik dan 40% dari 50 responden menyatakan sangat tertarik dengan produk *Arrum* Haji Pegadaian. Hal ini dibuktikan dengan keinginan masyarakat untuk mengetahui lebih dalam tentang produk *Arrum* Haji Pedagaian.

*Kata Kunci* : Minat Masyarakat, Produk *Arrum* Haji Pegadaian.



# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
2.1. Deskripsi Teori .....	5
2.1.1. Teori Minat .....	5
2.1.2. Teori Persepsi .....	9

2.1.3. Teori Pengetahuan.....	10
2.1.4. Teori Produk .....	15
2.1.5 Teori Haji .....	17
2.1.6 Teori Gadai/ <i>Rahn</i> .....	20
2.2. Tinjauan Hasil Penelitian.....	24
2.3. Kerangka Pikir .....	28
2.4. Hipotesis Penelitian .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>30</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	30
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	30
3.3. Populasi dan Sampel .....	30
3.4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	31
3.5. Teknik Analisis Data.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>34</b>
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	34
4.2. Persero Pegadaian .....	35
4.3. Data Hasil Penelitian.....	42
4.2.1. Profil Responden.....	42
4.2.2. Pengetahuan Masyarakat terhadap Pegadaian.....	44
4.2.3. Persepsi Masyarakat Terhadap Produk <i>Arrum</i> Haji.....	47
4.2.4. Minat Masyarakat Terhadap Produk <i>Arrum</i> Haji.....	51
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian .....	55
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>60</b>
5.1. Kesimpulan .....	60

5.2. Saran.....61

**DAFTAR PUSTAKA .....62**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
4.1	Jumlah Penduduk, <i>Sex Ratio</i> , Kepadatan Penduduk Kecamatan Soreang	34
4.2	Deskripsi Jawaban Responden Tentang Jenis Kelamin	42
4.3	Deskripsi Jawaban Responden Tentang Usia	42
4.4	Deskripsi Jawaban Responden Tentang Pendidikan Terakhir	43
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Tentang Jawaban Pekerjaan	43
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Tentang Penghasilan	44
4.7	Deskripsi Persentase Jawaban Responden tentang Pernah Mendengar Nama Pegadaian	44
4.8	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Mengetahui dan Memahami Pegadaian	45
4.9	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Mengetahui Produk-produk Pegadaian	46
4.10	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Transaksi di Pegadaian	46
4.11	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Ketertarikan Terhadap Produk-produk Pegadaian	47
4.12	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Emas Sebagai Alternatif Pembayaran Biaya Haji	47
4.13	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Sosialisasi Produk <i>Arrum</i> Haji Pegadaian dapat Menarik Minat	48

	Menggunakan Produk	
4.14	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Produk <i>Arrum</i> Haji Pegadaian Memenuhi Kriteria Pengadaan Biaya Haji	49
4.15	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Beban Angsuran Sesuai dengan Kemampuan Masyarakat	49
4.16	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Mekanisme Produk <i>Arrum</i> Haji Telah Sesuai dengan Ketentuan Gadai	50
4.17	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Produk <i>Arrum</i> Haji Menguntungkan	51
4.18	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Produk <i>Arrum</i> Haji Menjadi Alternatif Pengadaan Biaya Haji	51
4.19	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Resiko/Kelamahan Produk <i>Arrum</i> Haji Pegadaian Lebih Rendah daripada Keuntungan/Kelebihannya.	52
4.20	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Produk <i>Arrum</i> Haji Pegadaian Lebih Menguntungkan daripada Produk Haji Lainnya	53
4.21	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Ketertarikan Terhadap Produk <i>Arrum</i> Haji Pegadaian	54
4.22	Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Sosialisasi Lebih Lanjut Produk <i>Arrum</i> Haji Pegadaian	54

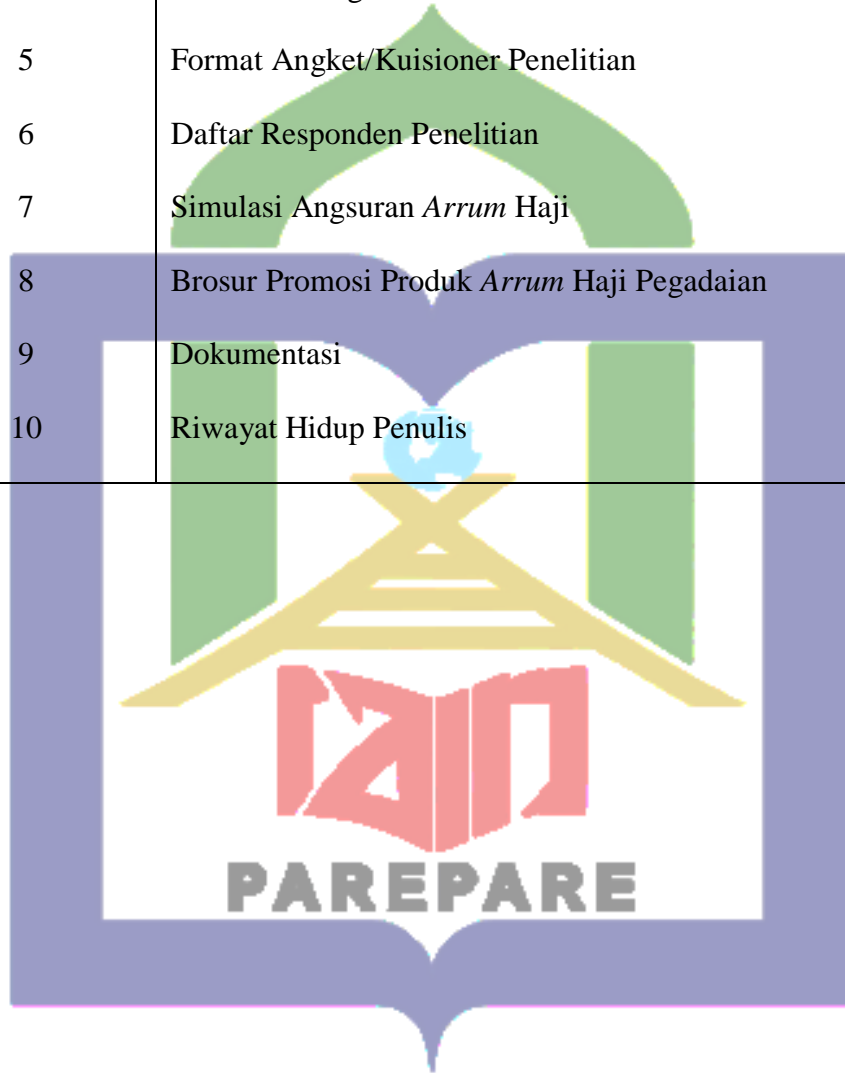
## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	28
4.1	Prosedur Menggunakan Produk <i>Arrum</i> Haji Pegadaian	41



## DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
1	Izin Melaksanakan Penelitian
2	Izin Rekomendasi Penelitian
3	Izin Penelitian Lokasi
4	Surat Keterangan Selesai Meneliti
5	Format Angket/Kuisisioner Penelitian
6	Daftar Responden Penelitian
7	Simulasi Angsuran <i>Arrum</i> Haji
8	Brosur Promosi Produk <i>Arrum</i> Haji Pegadaian
9	Dokumentasi
10	Riwayat Hidup Penulis



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Ibadah haji diwajibkan bagi setiap muslim dan muslimah yang mampu hanya sekali seumur hidup. Sanggup mengadakan perjalanan dalam hal ini bukan hanya menyangkut materi, namun juga menyangkut kesanggupan fisik serta rohani. Ketiga syarat tersebut merupakan syarat mutlak untuk menunaikan ibadah haji. Jika salah satu syarat belum terpenuhi, maka kewajiban untuk menunaikan ibadah haji tersebut akan gugur. Sebaliknya jika ketiga syarat tersebut telah terpenuhi, maka ibadah haji akan menjadi suatu kewajiban yang mana jika tidak dilaksanakan akan berdosa.<sup>1</sup>

Berdasarkan ketiga syarat ibadah haji tersebut, syarat yang paling sulit untuk dipenuhi oleh masyarakat adalah kecukupan materi. Banyak masyarakat yang sudah ingin melakukan ibadah haji namun terkendala masalah materi. Biaya haji cukup besar menjadi salah satu faktor penghambat masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji.

Berangkat dari alasan itulah, Dewan Syariah Nasional (DSN) melalui Fatwa Nomor: 29/DSN-MUI/VI/2002 tentang Pembiayaan Pengurusan Haji Lembaga Keuangan Syariah memberikan kesempatan pada lembaga keuangan syariah (LKS) untuk merespon kebutuhan masyarakat dalam berbagai produknya, termasuk pengurusan haji, baik berupa tabungan haji atau talangan perlunasan biaya perjalanan ibadah haji (BPIH).<sup>2</sup> Hal ini juga didukung dengan Undang-Undang Nomer. 34 tahun 2009 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah pengganti Undang-Undang Nomer. 2

---

<sup>1</sup>Evy Hidayatur Rohman, *Analisi Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Produk Talangan Haji Perbankan Syariah Kecamatan Panceng* (skripsi sarjana, 2013).

<sup>2</sup><https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/pembiayaan-pengurusan-haji-lembaga-keuangan-syariah> (diakses pada tanggal 06 maret 2018)



tahun 2009 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomer. 13 tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji.<sup>3</sup> Pada pasal 40 dijelaskan mengenai persyaratan serta fasilitas yang harus dipenuhi dan didapat sebagai jamaah haji Indonesia. Sehingga Lembaga Keuangan konvensional baik bank maupun non bank, bisa turut serta dalam pemberian fasilitas produk haji kepada masyarakat.

Dewasa ini, setiap lembaga keuangan berlomba-lomba dalam mempromosikan produk-produknya kepada masyarakat, terutama produk yang berkaitan dengan penyelenggaraan ibadah haji, baik berupa produk tabungan haji maupun talangan haji. Hal ini dikarenakan tingginya minat masyarakat dalam menyelenggarakan ibadah haji tiap tahunnya. Hal ini dibuktikan dengan lamanya daftar tunggu haji di Indonesia bisa mencapai  $\pm 7$  tahun untuk haji khusus dan  $\pm 20$  tahun untuk haji reguler<sup>4</sup>. Sehingga masyarakat berbondong-bondong mencari cara agar dapat dengan segera mendaftar haji dan memilih produk-produk haji yang disediakan oleh setiap lembaga keuangan (bank dan non bank) syariah dan konvensional yang sesuai dengan kemampuan dan keadaan ekonominya.

Salah satu lembaga keuangan yang turut serta mengeluarkan produk haji yaitu Perum Pegadaian. Perum Pegadaian yang merupakan salah satu lembaga keuangan non perbankan milik negara kini telah mengembangkan produk-produknya agar sesuai dengan dibutuhkan masyarakat. Varian itu baik dalam hal Produk Pembiayaan, Produk Kepemilikan Emas, dan berbagai Produk Jasa lainnya<sup>5</sup>.

Pembiayaan merupakan produk yang populer atau paling dibutuhkan masyarakat saat ini. Dan Adapun produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Pegadaian antara lain Pegadaian KCA Prima, Kreasi Fleksi, Kredit Cepat dan Aman

---

<sup>3</sup>[http://www.kemenkumham.go.id/attachments/article/128/Perpu\\_2\\_Tahun\\_2009.pdf](http://www.kemenkumham.go.id/attachments/article/128/Perpu_2_Tahun_2009.pdf). (diakses pada tanggal 19 juni 2017)

<sup>4</sup><https://data.go.id/dataset/daftar-tunggu-haji/resource/da3618a9-78c6-46f7-bc0b-bdfebb0a2a5d>. (diakses pada tanggal 28 Mei 2018)

<sup>5</sup><http://sahabatpegadaian.com/produk-pegadaian>.(diakses pada tanggal 28 Mei 2018)

Non Tunai, Gadai Bisnis, Gadai Fleksi, Kredit Cepat dan Aman, Kredit Gadai Sistem Angsuran(Krasida), Kreasi (Kredit Mikro Pegadaian), Pegadaian *Rahn*, Pegadaian *Arrum* BPKB, Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Bermotor(Amanah), Pegadaian *Arrum* Haji. Produk *Arrum* haji merupakan salah satu produk pembiayaan haji yang dikeluarkan oleh Perum Pegadaian guna memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal penyelenggaraan ibadah haji.

Bentuk pembiayaan dari *Arrum* Haji ini merupakan pinjaman sebesar 25 juta rupiah dalam bentuk tabungan haji. PT. Pegadaian memberikan layanan bagi para nasabah yang mengalami kesulitan dalam hal pembiayaan untuk pergi haji. *Arrum* Haji yang merupakan program pinjaman bagi para nasabah mulai April ini sudah dapat dinikmati oleh masyarakat. Jumlah pinjaman yang diberikan adalah sebesar Rp 25 juta per orang. Cara mendapatkan produk ini adalah dengan melakukan pembukaan rekening dengan nominal sebesar Rp 500 ribu. Sementara yang dapat dijadikan sebagai jaminan adalah emas senilai Rp 7 juta atau Logam Mulia seberat 15 gram. Emas tersebut merupakan bukti setoran awal biaya perjalanan haji, pengembalian pinjaman dapat diangsur selama 36 bulan. Untuk mendapatkan produk *Arrum* Haji, maka calon jemaah haji harus memenuhi syarat dan ketentuan antara lain dengan Menyerahkan foto copy KTP dan jaminan emas serta Buku Tabungan, SPPH, SABPIH, Pinjaman dapat diangsur 12,18,24 atau 36 bulan, Biaya pemeliharaan barang jaminan (*mu'nah*) per bulan  $0.95\% \times$  nilai taksiran jaminan, Akad *Arrum* Haji sekaligus buka tabungan haji dan nomor porsi haji<sup>6</sup>. Sehingga dengan munculnya produk *Arrum* Haji ini, manfaat salah satunya adalah untuk memudahkan dan mempercepat masyarakat dalam mengikat nomor porsi haji sehingga tidak terlalu menunggu waktu keberangkatan.

---

<sup>6</sup><http://www.gomuslim.co.id/read/produk/2016/05/31/507/arrum-haji-pembiayaan-syariah-untuk-laksanakan-ibadah-haji.html>. (diakses pada tanggal 28 Mei 2018)

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik meneliti lebih jauh mengenai minat masyarakat Parepare terhadap produk Pembiayaan *Arrum* Haji yang disediakan Perum Pegadaian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- 1.2.1 Bagaimana persepsi masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji Pegadaian ?
- 1.2.2 Bagaimana minat masyarakat terhadap Produk *Arrum* Haji Pegadaian?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

- 1.3.1 Untuk mengetahui minat masyarakat Parepare terhadap Produk Pegadaian *Arrum* Haji
- 1.3.2 Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat Parepare terhadap Produk Pegadaian *Arrum* Haji

## **1.4 Manfaat Penelitian**

- 1.4.1 Memberikan pengenalan kepada masyarakat terhadap produk haji yang disediakan oleh PT. Pegadaian Cab. Parepare yaitu Pegadaian *Arrum* Haji.
- 1.4.2 Sebagai inovasi produk bagi lembaga pegadaian untuk meningkatkan pangsa pasar.
- 1.4.3 Sebagai sumbangan pemikiran dalam mengisi khazanah ilmu pengetahuan dalam bentuk karya ilmiah khususnya disiplin ilmu pengetahuan ekonomi Islam

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Deskripsi Teori

##### 2.1.1 Teori Minat

##### 2.1.1.1 Pengertian Minat

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu.<sup>7</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab mendefinisikan minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.<sup>8</sup> Minat menurut Hasan Alwi diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan.<sup>9</sup> Menurut Djaali, minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar pula minatnya<sup>10</sup>. Berdasarkan pokok-pokok pikiran yang disimpulkan di atas, maka untuk kepentingan analisis minat masyarakat terhadap produk Pegadaian *Arrum* Haji dapat dikemukakan bahwa minat merupakan faktor yang berasal dari dalam diri manusia dan berfungsi sebagai pendorong dalam berbuat sesuatu yang akan terlihat pada indikator “rasa senang, memberi perhatian, dan berperan serta dalam kegiatan/kemauan”.

---

<sup>7</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 916.

<sup>8</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 263.

<sup>9</sup> Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustakan, 2007), h. 744.

<sup>10</sup> Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 121.

### 2.1.1.2 Macam-Macam Minat

Minat seseorang yang satu dengan yang lain tidaklah sama, minat dapat dikelompokkan menjadi beberapa macam, yaitu:

#### 2.1.1.2.1 Berdasarkan timbulnya minat<sup>11</sup>

Berdasarkan timbulnya, minat dibagi menjadi dua, yaitu:

2.1.1.2.1.1 Minat primitif atau minat biologis, yaitu minat yang muncul karena adanya dorongan untuk memenuhi kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Contohnya minat individu pada sesuatu hal untuk mempertahankan hidup seperti kebutuhan makan, kenyamanan, kebebasan beraktivitas dan seks.

2.1.1.2.1.2 Minat kulturil atau minat sosial, merupakan minat yang timbul karena proses atau yang didapat dari lingkungan sekitarnya, tidak secara langsung berhubungan dengan diri individu. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, manusia selalu membutuhkan bantuan dari orang lain, sehingga individu memiliki minat untuk melakukan kegiatan, komunikasi dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Contohnya minat untuk memiliki mobil, kekayaan, rumah mewah.

#### 2.1.1.2.2 Berdasarkan arahnya<sup>12</sup>

Berdasarkan arahnya, minat dibedakan menjadi dua, yaitu:

2.1.1.2.1 Minat *instrinsik*, adalah merupakan minat yang lebih mendasar dan asli, yaitu minat yang timbul dari dalam dirinya sendiri karena secara pribadi seseorang berminat pada suatu hal atau aktivitas bukan karena orang lain atau lingkungan sekitar yang mempengaruhinya. Contohnya individu yang memiliki minat untuk

<sup>11</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. h. 265.

<sup>12</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. h. 266.

membeli sebuah produk karena benar-benar membutuhkan produk tersebut bukan karena terpengaruh dari orang lain.

2.1.1.2.2 Minat *ekstrinsik*, adalah minat yang timbul karena adanya pengaruh dari orang lain atau dari lingkungan dimana seseorang tersebut berada. Minat *ekstrinsik* merupakan minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dengan kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut akan hilang. Contohnya seseorang berminat untuk bergabung dalam sebuah klub motor seperti temannya agar dapat diterima dalam pergaulan.

### 2.1.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat

Minat seseorang tidak timbul dengan sendirinya, harus ada unsur kebutuhannya. Minat ada karena pengaruh dari beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya minat adalah sebagai berikut<sup>13</sup>:

#### 2.1.1.3.1 Diri Individu

Diri individu merupakan minat yang berasal dari dalam individu itu sendiri, misalnya berat badan, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan lampau dan kepribadian.

#### 2.1.1.3.2 Lingkungan

Lingkungan merupakan minat yang berasal dari luar individu, misalnya lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat.

Faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya minat menurut Crow dan Crow dalam Shaleh dan Wahab dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu<sup>14</sup> :

#### 2.1.1.3.3 Dorongan dari dalam diri Individu

<sup>13</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, h. 263.

<sup>14</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, h. 264.

Minat ini dapat berupa dorongan untuk makan, dorongan ingin tahu dan dorongan dalam melakukan hal lainnya.

#### 2.1.1.3.4 Motif Sosial

Motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian dari orang lain.

#### 2.1.1.3.5 Faktor Emosional

Minat juga berhubungan erat dengan emosi, misalnya bila mendapatkan kesuksesan akan menimbulkan perasaan senang dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya jika menghadapi suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

#### 2.1.1.4 Aspek-Aspek Minat

Menurut Hurlock, minat mempunyai dua aspek, yaitu:

##### 2.1.1.4.1 Aspek Kognitif

Aspek kognitif didasarkan atas konsep yang dikembangkan dari bidang yang dikembangkan dari minat itu sendiri. Mengukur aspek kognitif dapat dilihat dari:

##### 2.1.1.4.1.1 Kebutuhan Informasi

Seseorang yang berminat terhadap sesuatu akan menggali sebanyak mungkin informasi yang berkaitan dengan apa yang diminatinya,

##### 2.1.1.4.1.2 Rasa Ingin Tahu

Besarnya rasa ingin tahu seseorang terhadap sesuatu dapat menentukan tingkat ketertarikan seseorang terhadap sesuatu tersebut. Semakin besar ketertarikan seseorang untuk tahu dan memperoleh pengetahuan maka semakin besar pula minat mereka dalam keingintahuan terhadap suatu hal.



#### 2.1.1.4.2 Aspek Afektif

Aspek afektif atau bobot emosional adalah konsep yang membangun aspek kognitif minat yang dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan dari minat.

Berdasarkan aspek diatas, maka semakin besar keinginan seseorang untuk memperoleh apa yang diinginkan maka semakin besar pula minatnya.

#### 2.1.2 Teori Persepsi

Persepsi dalam pengertian psikologi adalah “proses pencarian informasi untuk dipahami. Alat untuk memperoleh informasi tersebut adalah penginderaan (penglihatan, pendengaran, peraba dan sebagainya). Sebaliknya, alat untuk memahaminya adalah kesadaran atau kognisi”.<sup>15</sup>

Persepsi pada hakikatnya merupakan proses pemikiran yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman, sebagaimana pendapat Krech yang menyimpulkan “persepsi merupakan suatu proses kognitif yang kompleks dan yang menghasilkan gambaran yang unik tentang kenyataan yang barang kali sangat berbeda dengan kenyataannya”.<sup>16</sup>

Robbins mengemukakan bahwasanya ada 3 faktor yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat yaitu :<sup>17</sup>

2.1.2.1 Pelaku persepsi, bila seseorang memandang suatu objek dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya dan penafsiran itu sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi dari pelaku persepsi individu itu.

<sup>15</sup>Sarlito Wirawan Sarwono, *Psikologi Sosial: Individu dan Teori-Teori Psikologi Sosial*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002),h. 9.

<sup>16</sup> Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2003), h. 123.

<sup>17</sup> Stephen P. Robbins, *Psikologi Organisasi*, diterjemahkan dari *Organizational Psychology*, Edisi Delapan, (Jakarta: Prenhallindo, 2001), h. 89.



2.1.2.2 Target atau objek, karakteristik-karakteristik dan target yang diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Target tidak dipandang dalam keadaan terisolasi, hubungan suatu target dengan latar belakangnya mempengaruhi persepsi seperti kecendrungan kita untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau yang mirip.

2.1.2.3 Situasi, dalam hal ini penting untuk melihat konteks objek atau peristiwa sebab unsur-unsur lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi kita.

Interprestasi seorang individu dipengaruhi oleh karakteristik pribadi individu yang melihat. Karakteristik pribadi yang mempengaruhi persepsi meliputi sikap, kepribadian, motif, kepentingan, pengalaman masa lalu dan harapan.<sup>18</sup>

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa stimulan yang dapat diterima melalui lima indera diinterpretasikan oleh manusia untuk menciptakan suatu gambaran keseluruhan terhadap suatu objek tertentu. Disamping itu perbedaan persepsi antara individu dapat pula disebabkan oleh adanya perbedaan daya tangkap, tahap kecerdasan serta harapan-harapan yang ada pada masing-masing individu.

### **2.1.3 Teori Pengetahuan**

#### **2.1.3.1 Pengertian Teori**

Pengetahuan merupakan hasil dari apa yang diketahui seseorang dan ini terjadi setelah orang tersebut melakukan pengindraan terhadap objek tertentu. Pengetahuan atau kognitif merupakan dominan yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang, sebagian pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui seseorang mengenai suatu hal setelah melalui pengindraan terhadap objek tertentu.

---

<sup>18</sup> Stephen P. Robbins, *Psikologi Organisasi*, diterjemahkan dari *Organizational Psychologi*. h. 8.

### 2.1.3.2 Cara Mendapatkan Pengetahuan

Dari berbagai macam cara yang telah digunakan untuk memperoleh kebenaran pengetahuan sepanjang sejarah, dapat dikelompokkan menjadi dua, yakni:

2.1.3.2.1 Cara Tradisional Untuk Memperoleh Pengetahuan Cara-cara penemuan pengetahuan pada periode ini dilakukan sebelum ditemukan metode ilmiah, yang meliputi :

#### 2.1.3.2.1.1 Cara Coba Salah (*Trial Dan Error*)

Cara coba-coba ini dilakukan dengan menggunakan kemungkinan tersebut tidak berhasil, dicoba kemungkinan yang lain. Apabila tidak berhasil, maka akan dicoba kemungkinan yang lain lagi sampai didapatkan hasil mencapai kebenaran.

#### 2.1.3.2.1.2 Cara Kekuasaan atau Otoritas

Di mana pengetahuan diperoleh berdasarkan pada otoritas atau kekuasaan baik tradisi, otoritas pemerintahan, otoritas pemimpin agama, maupun ahli ilmu pengetahuan.

#### 2.1.3.2.1.3 Berdasarkan Pengalaman Pribadi

Hal ini dilakukan dengan cara mengulang kembali pengalaman yang diperoleh dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi pada masa yang lalu. Apabila dengan cara yang digunakan tersebut orang dapat memecahkan masalah yang sama, orang dapat pula menggunakan cara tersebut.

#### 2.1.3.2.1.4 Melalui Jalan Pikiran

Dari sini manusia telah mampu menggunakan penalarannya dalam memperoleh pengetahuannya. Dengan kata lain, dalam memperoleh kebenaran pengetahuan, manusia telah menggunakan jalan fikiran.

#### 2.1.3.2.2 Cara Modern dalam Memperoleh Pengetahuan

Cara baru atau modern dalam memperoleh pengetahuan pada dewasa ini lebih sistematis, logis, dan ilmiah. Cara ini disebut metode penelitian ilmiah.

### 2.1.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengetahuan

#### 2.1.3.3.1 Pendidikan

Pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup. Pendidikan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi pendidikan seseorang makin mudah orang tersebut untuk menerima informasi. Dengan pendidikan tinggi maka seseorang akan cenderung untuk mendapatkan informasi, baik dari orang lain maupun dari media massa. Semakin banyak informasi yang masuk semakin banyak pula pengetahuan yang didapat tentang kesehatan.<sup>19</sup> Pengetahuan sangat erat kaitannya dengan pendidikan dimana diharapkan seseorang dengan pendidikan tinggi, maka orang tersebut akan semakin luas pula pengetahuannya. Namun perlu ditekankan bahwa seorang yang berpendidikan rendah tidak berarti mutlak berpengetahuan rendah pula. Peningkatan pengetahuan tidak mutlak diperoleh di pendidikan formal, akan tetapi juga dapat diperoleh pada pendidikan non formal. Pengetahuan seseorang tentang sesuatu obyek juga mengandung dua aspek yaitu aspek positif dan negatif. Kedua aspek inilah yang akhirnya akan menentukan sikap seseorang terhadap obyek tertentu. Semakin banyak aspek positif dari obyek yang diketahui, akan menumbuhkan sikap makin positif terhadap obyek tersebut .

#### 2.1.3.3.2 Informasi/Media Massa

Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun non formal dapat memberikan pengaruh jangka pendek (immediate impact) sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Majunya teknologi akan tersedia bermacam-macam media massa yang dapat mempengaruhi pengetahuan masyarakat tentang inovasi baru. Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan lain-lain mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan opini dan kepercayaan orang.<sup>20</sup> Dalam penyampaian

---

<sup>19</sup> <http://duniabaca.com/definisi-pengetahuan-serta-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-pengetahuan.html>. (diakses pada tanggal 3 Agustus 2018)

<sup>20</sup> <http://duniabaca.com/definisi-pengetahuan-serta-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-pengetahuan.html>. (diakses pada tanggal 3 Agustus 2018)

informasi sebagai tugas pokoknya, media massa membawa pula pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya pengetahuan terhadap hal tersebut.

#### 2.1.3.3.3 Sosial Budaya dan Ekonomi

Kebiasaan dan tradisi yang dilakukan orang-orang tanpa melalui penalaran apakah yang dilakukan baik atau buruk. Dengan demikian seseorang akan bertambah pengetahuannya walaupun tidak melakukan. Status ekonomi seseorang juga akan menentukan tersedianya suatu fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan tertentu, sehingga status sosial ekonomi ini akan mempengaruhi pengetahuan seseorang.

#### 2.1.3.3.4 Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam individu yang berada dalam lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena adanya interaksi timbal balik ataupun tidak yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh setiap individu.

#### 2.1.3.3.5 Pengalaman

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi masa lalu. Pengalaman belajar dalam bekerja yang dikembangkan memberikan pengetahuan dan keterampilan professional serta pengalaman belajar selama bekerja akan dapat mengembangkan kemampuan mengambil keputusan yang merupakan manifestasi dari keterpaduan menalar secara ilmiah dan etik yang bertolak dari masalah nyata dalam bidang kerjanya.

#### 2.1.3.3.6 Usia

Usia mempengaruhi terhadap daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambah usia akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperolehnya semakin membaik. Pada usia madya,

individu akan lebih berperan aktif dalam masyarakat dan kehidupan sosial serta lebih banyak melakukan persiapan demi suksesnya upaya menyesuaikan diri menuju usia tua, selain itu orang usia madya akan lebih banyak menggunakan banyak waktu untuk membaca. Kemampuan intelektual, pemecahan masalah, dan kemampuan verbal dilaporkan hampir tidak ada penurunan pada usia ini. Dua sikap tradisional mengenai jalannya perkembangan selama hidup :

2.1.3.3.6.1 Semakin tua semakin bijaksana, semakin banyak informasi yang dijumpai dan semakin banyak hal yang dikerjakan sehingga menambah pengetahuannya.

2.1.3.3.6.2 Tidak dapat mengajarkan kepandaian baru kepada orang yang sudah tua karena mengalami kemunduran baik fisik maupun mental. Dapat diperkirakan bahwa IQ akan menurun sejalan dengan bertambahnya usia, khususnya pada beberapa kemampuan yang lain seperti misalnya kosa kata dan pengetahuan umum. Beberapa teori berpendapat ternyata IQ seseorang akan menurun cukup cepat sejalan dengan bertambahnya usia.

#### 2.1.3.4 Tingkat Pengetahuan

Berdasarkan Pengalaman dan penelitian, ternyata perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih baik dibandingkan perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan karena didasari oleh kesadaran, rasa tertarik, dan adanya pertimbangan dan sikap positif. Tingkatan pengetahuan terdiri atas 6 tingkat yaitu :<sup>21</sup>

##### 2.1.3.4.1 Tahu (*Know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Termasuk didalamnya adalah mengingat kembali (*Recall*) terhadap suatu yang khusus dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima. Oleh karena itu, “Tahu“ merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah

<sup>21</sup><https://www.trendilmu.com/2015/08/pengertian.penetahuan.dan.tingkatan.penetahuan.html>. (diakses pada tanggal 3 Agustus 2018)

gunanya untuk mengukur bahwa orang tahu yang dipelajari seperti: menyebutkan, menguraikan, mendefinisikan, menyatakan, dan sebagainya.

#### 2.1.3.4.2 Memahami (*Comprehension*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan secara benar tentang objek yang diketahui, dapat menjelaskan materi tersebut dengan benar.

#### 2.1.3.4.3 Aplikasi (*Application*)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang dipelajari pada situasi atau kondisi nyata.

#### 2.1.3.5 Pengukuran Pengetahuan

Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan wawancara atau angket (kuesioner) yang menanyakan tentang materi yang ingin diukur dari subjek penelitian atau responden. Kedalaman pengetahuan yang ingin diketahui atau diukur dapat disesuaikan dengan tingkatan-tingkatan di atas. Pengukuran tingkat pengetahuan dimaksudkan untuk mengetahui status pengetahuan seseorang

### 2.1.4 Teori Produk

#### 2.1.4.1 Pengertian Produk

Menurut kamus besar bahasa Indonesia produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu.<sup>22</sup> Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apapun wujudnya, selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk. Phillip kotler mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>23</sup>

<sup>22</sup>Pusat Bahasa Departemen Pendidikan nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 1103.

<sup>23</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000), h. 186.

Produk yang diinginkan pelanggan, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya produk yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya memiliki nilai lebih baik dibandingkan dengan produk bank pesaing. Produk yang berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan oleh bank akan memberikan berbagai keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

#### 2.1.4.2 Strategi Produk

Untuk mendapatkan calon nasabah maka harus berusaha keras. Nasabah tidak akan datang sendiri tanpa ada sesuatu yang menarik perhatian, sehingga berminat untuk membeli produk bank. Yang paling utama untuk menarik perhatian dan minat nasabah adalah keunggulan produk yang dimiliki. Keunggulan ini harus dimiliki jika dibandingkan dengan produk lain dan untuk memberikan keunggulan maka bank memerlukan strategi produk. Strategi produk yang dilakukan oleh perbankan dalam mengembangkan suatu produk adalah:

##### 2.1.4.2.1 Penentuan Logo dan Moto

Logo merupakan ciri khas suatu bank, sedangkan moto adalah serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi bank dalam melayani masyarakat. Baik logo maupun moto harus dirancang dengan benar. Pertimbangan pembuatan logo dan moto adalah sebagai berikut:

###### 2.1.4.2.1.1 Memiliki arti (dalam arti positif)

###### 2.1.4.2.1.2 Menarik perhatian

###### 2.1.4.2.1.3 Mudah diingat

###### 2.1.4.2.1.4 Menciptakan Merek

Untuk berbagai jenis jasa bank yang ada perlu diberikan merek tertentu. Merek merupakan sesuatu untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Penciptaan merek harus mempertimbangkan faktor-faktor antara lain:

###### 2.1.4.2.1.4.1 Mudah diingat

2.1.4.2.1.4.2 Terkesan modern

2.1.4.2.1.4.3 Memiliki arti

2.1.4.2.1.4.4 Menarik perhatian

2.1.4.2.1.5 Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah di samping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya seperti buku tabungan, cek, bilyet giro, atau kartu kredit.

2.1.4.2.1.6 Keputusan label

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label dijelaskan siapa yang membuat, di mana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya, waktu kedaluwarsa, komposisi isi, dan informasi lainnya.

Untuk menerapkan strategi produk, bank juga harus memahami daur hidup produk. Hal ini disebabkan masing-masing produk memiliki daur hidup (*product life circle*) dan semakin tua suatu produk maka perlu dilakukan strategi untuk menggantikannya dengan produk baru. Dalam hal ini bank perlu mengembangkan produk baru sebagai antisipasi terhadap produk yang lama dan timbulnya produk saingan. Strategi pengembangan produk baru penting mengingat tidak selamanya produk yang kita tawarkan laku di pasar.

## **2.1.5 Teori Haji**

2.1.5.1 Terminologi Haji

Haji secara *lughawi* (etimologis) berasal dari bahasa Arab *Al-hajj*; berarti tujuan, maksud, dan mengengaja untuk perbuatan yang besar dan agung. Selain itu *al-hajj* berarti mengunjungi atau mendatangi. Makna ini sejalan dengan aktivitas ibadah haji, di mana umat islam dari berbagai negara mengunjungi dan mendatangi



*Baitullah* (ka'bah) pada musim haji, karena tempat ini dianggap paling mulia dan agung.

Makna haji secara *istilahi* (terminologis) adalah perjalanan mengunjungi *Baitullah* untuk melaksanakan serangkaian ibadah pada waktu dan tempat yang telah ditentukan. Sayyid Sabiq, ahli kontemporer Mesir, mendefinisikan haji, yakni: “ Dengan sengaja pergi ke Mekah untuk melaksanakan tawaf, sai, wukuf di Arafah, dan rangkaian manasik haji lainnya, dalam rangka memenuhi panggilan (kewajiban dari) Allah dan mengharapkan keridhaan Allah.

Makna yang dilakukan “di tempat tertentu” seperti dalam pengertian itu ialah sekitar Ka'bah, Arafah, Muzdalifah dan Mina. Sedangkan makna “ pada waktu tertentu”, yaitu mulai tanggal 9 sampai 13 Zulhijjah setiap tahun. Sementara makna melakukan serangkaian “ibadah tertentu” adalah yang termaksud dalam kategori rukun haji, wajib haji seperti wukuf, mabit, melontar jumrah, Thawaf, sa'i, dan Tahallul.<sup>24</sup>

#### 2.1.5.2 Hukum Haji

Haji merupakan salah satu dari rukun islam yang lima. Sebagai rukun islam, haji hukumnya wajib berdasarkan al-qur'an, sunnah dan ijma' ulama. Diantara Ayat Al qur'an yang menjadi landasan kewajiban yaitu, Q.S Ali Imran/3:97 :

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah[216]. barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (Tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.<sup>25</sup>

<sup>24</sup>Said Agil Husin Al Munawar dan Abdul Halim, *Fikih Haji: Menuntun Jama'ah Mencapai Haji Mabru*, (Jakarta: Ciputat Press, 2003), h. 1.

<sup>25</sup>Kementerian Agama RI dan Majelis Ulama Indonesia, *Segala Hal Tentang Haji dan Umrah*, (Jakarta: PT .Gelora Aksara Pratama), h. 20.

Kewajiban haji dipertegas Nabi SAW dalam hadis berikut:

Artinya:

“Islam itu didirikan di atas lima prinsip dasar, yaitu: bersaksi bahwa tiada tuhan yang disembah selain Allah dan Muhammad adalah Rasulullah, mendirikan salat, membayar zakat, mengerjakan haji dan puasa pada bulan Ramadhan.”  
”(muttafaqun ‘alaihi)

### 2.1.5.3 Syarat Wajib Haji

Syarat wajib haji adalah ketentuan-ketentuan atau syarat-syarat apabila adabila ada pada seseorang, maka wajib haji berlaku bagi dirinya. Adapun syarat-syarat umum haji antara lain<sup>26</sup>

2.1.5.3.1 Muslim

2.1.5.3.2 Mukallaf

2.1.5.3.3 Merdeka

2.1.5.3.4 Memiliki kemampuan

2.1.5.4 Rukun Haji

Rukun haji adalah amalan-amalan yang wajib dikerjakan selama melaksanakan ibadah haji. Apabila salah satu amalan tersebut tertinggal atau sengaja ditinggalkan, ibadah haji menjadi batal dan wajib mengulang kesempatan lain, Adapun rukun-rukun haji tersebut antara lain<sup>27</sup>:

2.1.5.4.1 Ihram

2.1.5.4.2 Wukuf di Arafah

2.1.5.4.3 Tawaf Ifadah

<sup>26</sup>Said Agil Husin Al Munawar dan Abdul Halim, *Fikih Haji: Menuntun Jama'ah Mencapai Haji Mabrur*, h. 21.

<sup>27</sup>Said Agil Husin Al Munawar dan Abdul Halim, *Fikih Haji: Menuntun Jama'ah Mencapai Haji Mabrur*, h. 30.

2.1.5.4.4 Sa'i

2.1.5.4.5 Tahallul

2.1.5.4.6 Tertib

## 2.1.6 Teori Gadai/Rahn

### 2.1.6.1 Pengertian Gadai

Transaksi hukum gadai dalam fikih islam disebut *Ar-Rahn*. Pengertian *ar-rah*n dalam bahasa Arab adalah *ats-tsubut wa ad-dawan* yang berarti “tetap” dan “kekal”. Pengertian “tetap” dan “kekal” dimaksud, merupakan makna yang mencakup dalam kata *al-habsu*, yang berarti menahan. Kata ini merupakan makna yang bersifat materiil. Karena itu, secara bahasa kata *ar-rah*n berarti “menjadikan sesuatu barang yang bersifat materi sebagai pengikat hutang”<sup>28</sup>.

Secara umum *ar-rah*n adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterima. Bahan yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.<sup>29</sup>

Selain Pengertian gadai yang dikemukakan di atas, pengertian gadai yang diberikan oleh para ahli hukum islam sebagai berikut:

2.1.6.1.1 Ulama Syafi'i mendefenisikan sebagai berikut.

“Menjadikan sesuatu barang yang biasa dijual sebagai jaminan utang dipenuhi dari harganya, bila yang berhutang tidak sanggup membayar utangnya”

2.1.6.1.2 Ulama Hanabilah mengungkapkan sebagai berikut.

“Suatu benda yang dijadikan kepercayaan suatu utang, untuk dipenuhi dari harganya, bila yang hutang tidak sanggup membayar hutangnya”

<sup>28</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 1.

<sup>29</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 128.

2.1.6.1.3 Ulama Malikiyah mendefinikan sebagai berikut.

“ Sesuatu yang bernilai harta (*mutamawwal*) yang diambil dari pemiliknya untuk dijadikan pengikat atas utang yang tetap(mengikat)”

2.1.6.1.3 Ahmad Azhar Basyir

*Rahn* adalah perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan utang, atau menjadikan sesuatu benda bernilai menurut pandangan *syara'* sebagai tanggungan *marhum bih*, sehingga dengan adanya tanggungan hutangitu seluruh atau sebagian utang dapat diterima.

Berdasarkan pengertian gadai yang dikemukakan oleh para ahli hukum islam di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa gadai (*rahn*) adalah menahan barang jaminan yang bersifat materi milik si peminjam (*rahin*) sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, dan mbarang yang diterima tersebut bernilai ekonomis, sehingga pihak menahan (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagai utangnya dari barang gadai dimaksud, bila pihak yang menggadaikan tidak dapat membayar utang pada waktu yang telah ditentukan.<sup>30</sup>

2.1.6.2 Dasar Hukum Gadai/*Rahn*

2.1.6.2.1 Al-qur'an

Q.S Al-Baqarah/2:283 yang digunakan sebagai dasar dalam membangun konsep gadai adalah sebagai berikut<sup>31</sup>.

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ  
الَّذِي أَوْتُمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ  
قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

<sup>30</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 3.

<sup>31</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2009) Surah Al-Baqarah.

Terjemannya:

Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang<sup>[180]</sup> (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

#### 2.1.6.2.2 Al-Hadits

2.1.6.2.2.1 Hadits A'isyah ra. Yang diriwayatkan oleh Imam Muslim, yang berbunyi sebagai berikut.

“Telah meriwayatkan kepada kami Ishaq bin Ibrahim Al-Hanzhali dan Ali bin Khasyram berkata: keduanya mengabarkan kepada kami Isa bin Yunus bin ‘Amasy dari Ibrahim dari Aswad dari ‘Aisyah berkata: bahwanya Rasulullah saw. Membeli makanan dari seseorang Yahudi dengan menggadaikan baju besinya”. (HR. Muslim)

2.1.6.2.2.2 Hadits dari Abu Hurairah yang diriwayatkan oleh Imam Al-Bukhari, yang berbunyi sebagai berikut.

“ Telah meriwayatkan kepada kami Nashr bin Ali Al-Jahdhami, ayahku telah keriwayatkan kepadaku, meriwayatkan kepada kami hisyam bin Qatadah dari Anas berkata: Sungguh Rasulullah saw. Menggadaikan baju besinya kepada orang Yahudi di Madinah dan menukarnya dengan gandum untuk keluarganya”. (HR. Ibnu Majah).

2.1.6.2.2.3 Hadits riwayat Abu Hurairah ra., Yang berbunyi sebagai berikut.

“ Barang gadai tidak boleh disembunyikan dari pemilik yang menggadaikan, baginya risiko dan hasilnya”. (HR. Asy-Syafi’i dan Ad-Daruquthni)

#### 2.1.6.2.3 Fatwa-fatwa DSN-MUI tentang *Rahn*

Fatwa DSN-MUI mengenai *Rahn* adalah fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* dan Fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* Emas.<sup>32</sup>

<sup>32</sup>Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-produk dan aspek-aspek hukumnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 365.

### 2.1.6.3 Rukun dan Syarat-Syarat Gadai

#### 2.1.6.3.1 Rukun Gadai

Adapun rukun-rukun gadai, yaitu<sup>33</sup>:

##### 2.1.6.3.1.1 *Aqid* (Orang yang berakad)

*Aqid* adalah orang yang melakukan akad yang meliputi dua arah, yaitu *Rahin* (Orang yang menggadaikan barangnya), dan *murtahin* (orang yang berpiutang dan menerima barang gadai).

##### 2.1.6.3.1.2 *Ma'qud 'alaih* (barang yang diakadkan)

*Ma'qud 'alaih* meliputi dua hal, yaitu *Marhun* (barang yang digadaikan), dan *Marhun bihi (dain)*, atau utang yang karenanya diadakan akad *rahn*.

#### 2.1.6.3.2 Syarat-syarat Gadai

Adapun Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk melakukan Gadai antara Lain sebagai berikut<sup>34</sup>:

##### 2.1.6.3.2.1 *Shigat*

##### 2.1.6.3.2.2 Pihak-pihak yang berakad cakap menurut hukum

Pihak-pihak yang berakad cakap menurut hukum mempunyai pengertian bahwa pihak *rahin* dan *marhun* cakap melakukan perbuatan hukum, yang ditandai dengan *aqil baligh*, berakal sehat, dan mampu melakukan akad.

##### 2.1.6.3.2.3 Utang (*Marhun Bih*)

Utang (*Marhun Bih*) mempunyai pengertian bahwa utang adalah kewajiban bagi pihak berutang untuk membayar kepada pihak yang memberi piutang, dan merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, jika tidak bermanfaat maka tidak sah.

<sup>33</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, h. 20.

<sup>34</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, h. 21.

#### 2.1.6.3.2.4 *Marhun*

*Marhun* adalah harta yang dipegang oleh *murtahin* (penerima gadai) atau wakilnya, sebagai jaminan utang.

## 2.2 Tinjauan Hasil Penelitian

Dari penelusuran referensi yang dilakukan, penulis menemukan penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian yang dikaji oleh penulis. Adapun penelitian terdahulu yang ditemukan oleh penulis berupa skripsi dari peneliti lain.

Evy Hidayatur Rohmah dalam skripsinya yang berjudul “ Analisis Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Produk Talangan Haji Perbankan Syariah (Studi Kasus Kecamatan Panceng) “. Dalam penelitiannya dapat disimpulkan bahwa Persepsi masyarakat Kecamatan Panceng terhadap produk talangan haji perbankan syariah tergolong dalam kategori kurang baik, hal ini terbukti dari hasil persentase jawaban angket yang menunjukkan rata-ratanya mencapai 26,4% yang mana standart penafsiran yang berkisar antara 21%- 40% tergolong kurang baik. Dan Minat masyarakat Kecamatan Panceng terhadap produk talangan haji perbankan syariah tergolong dalam kategori kurang baik, hal ini terbukti dari hasil persentase jawaban angket yang menunjukkan rata-ratanya mencapai 29,6% yang mana standart penafsiran yang berkisar antara 21%- 40% tergolong kurang baik.<sup>35</sup> Meskipun sama-sama meneliti minat masyarakat terhadap salah satu produk haji, namun pada penelitian ini berfokus pada salah satu produk yang disediakan oleh PT. Pegadaian yaitu produk *Arrum* Haji Pegadaian.

Alfi Nurul Umami dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji Makbul Pada PT Bank SUMUT Cabang Pembantu

---

<sup>35</sup> Evy Hidayatur Rohmah, *Analisis Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Produk Talangan Haji Perbankan Syariah Kecamatan Panceng* (skripsi sarjana, 2013). (<http://digilib.uinsby.ac.id/10623/> diakses pada tanggal 25 juni 2017)



Pasar Halat Medan”. Dalam penelitiannya dapat disimpulkan bahwa minat nasabah terhadap produk tabungan haji makbul PT Bank SUMUT Cabang Pembantu Pasar Halat Medan cukup tinggi. Hal ini didasarkan dari jawaban para responden yang berpendapat positif mengenai Tabungan Haji Makbul PT Bank SUMUT Cabang Pembantu Pasar Halat Medan mencapai 64% dari 35 responden yang telah diteliti. Hasil penelitian yang ditemukan bahwa peminat produk Tabungan Haji Makbul didasarkan pada keuntungan dan manfaat yang diberikan juga fasilitas-fasilitas layanan yang diberikan dan yang menjadi hambatan yaitu nasabah tidak diberikan kartu ATM karena uang yang telah disetor tidak dapat ditarik kembali.<sup>36</sup> Meskipun sama-sama meneliti mengenai minat terhadap produk haji, namun yang menjadi perbedaan terletak pada objek minat. Pada penelitian ini, saya akan mengukur minat masyarakat yang cakupannya lebih luas baik yang telah menjadi mitra atau nasabah pegadaian maupun yang belum menjadi nasabah PT. Pegadaian, dikarenakan produk yang akan diteliti yaitu *Arrum* Haji Pegadaian yang juga menjadi pembeda.

Faiza dalam skripsinya yang berjudul “Sistem Pengelolaan Tabungan Mabrur Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat”. Dalam penelitiannya dapat disimpulkan bahwa sistem pengelolan di bank tersebut sudah berjalan dengan sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan yang signifikan setiap tahunnya. Sistem pengelolaan tabungan haji Bank Syariah Mandiri merupakan proses rencana suatu bantuan dalam kebaikan bermanfaat dan saling menghasilkan satu sama lain, bagi pihak calon haji dan lembaga perbankan, yang bersifat menyeluruh dan terintegrasi berisikan sasaran dan program jangka panjang. Adapun sistem pengelolaan tabungan mabrur Bank Syariah Mandiri yaitu dengan memberikan kemudahan kepada nasabahnya agar bisa

---

<sup>36</sup>Alfi Nurul Ummi, *Analisis Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji Makbul Pada PT Bank SUMUT Cabang Pembantu Pasar Halat Medan* (skripsi sarjana, 2014).([library.polmed.ac.id/lib/index.php/download-artikel/doc\\_download/1613](http://library.polmed.ac.id/lib/index.php/download-artikel/doc_download/1613). Diakses pada tanggal 13 juni 2017)



mendapatkan suatu keinginannya mendapatkan nomor porsi dan berlanjut mewujudkan impian para jamaah haji pergi ketanah suci. Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri memudahkan para calon jamaah haji dan nasabnya agar bisa mewujudkan harapannya.<sup>37</sup> Beberapa lembaga keuangan menawarkan produk haji guna memudahkan masyarakat dalam melaksanakan ibadah haji. Yang menjadi pembeda pada penelitian ini yaitu hanya berfokus pada minat masyarakat terhadap produk produk haji yang ditawarkan PT. Pegadaian yaitu *Arrum* Haji Pegadaian tanpa membahas sistem pengelolaan dari produk tersebut.

Dila Rantika dalam skripsinya yang berjudul “ Minat Masyarakat Terhadap Jual-Beli Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Penelitian Pada Pegadaian Syariah Cabang Cinere)”. Dalam penelitiannya dapat disimpulkan bahwa, dari 50 data responden, terhitung sebanyak 37 responden dengan presentase sebesar 74% tertarik dengan produk MULIA. Disini sudah terlihat bahwa emas merupakan bentuk yang paling menarik dalam berinvestasi jangka panjang. Pengetahuan nasabah terhadap produk MULIA mempengaruhi nasabah dalam membeli emas MULIA di Pegadaian Syariah cabang Cinere. Terlihat sebanyak 38 Responden dengan presentase 76 % menyatakan tertarik dengan produk yang ditawarkan Pegadaian Syariah.<sup>38</sup> Walaupun sama meneliti minat masyarakat terhadap produk yang tersedia di PT. Pegadaian, namun yang menjadi pembeda terletak pada produk yang diteliti yaitu *Arrum* Haji. Perbedaan lain terletak pada lokasi penelitian.

---

<sup>37</sup>Faiza, *Sistem Pengelolaan Tabungan Mabruur Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat* (Skripsi sarjana, 2013). ([repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/30654/1/FAIZAH-FDK.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/30654/1/FAIZAH-FDK.pdf)). Diakses pada tanggal 5 maret 2018)

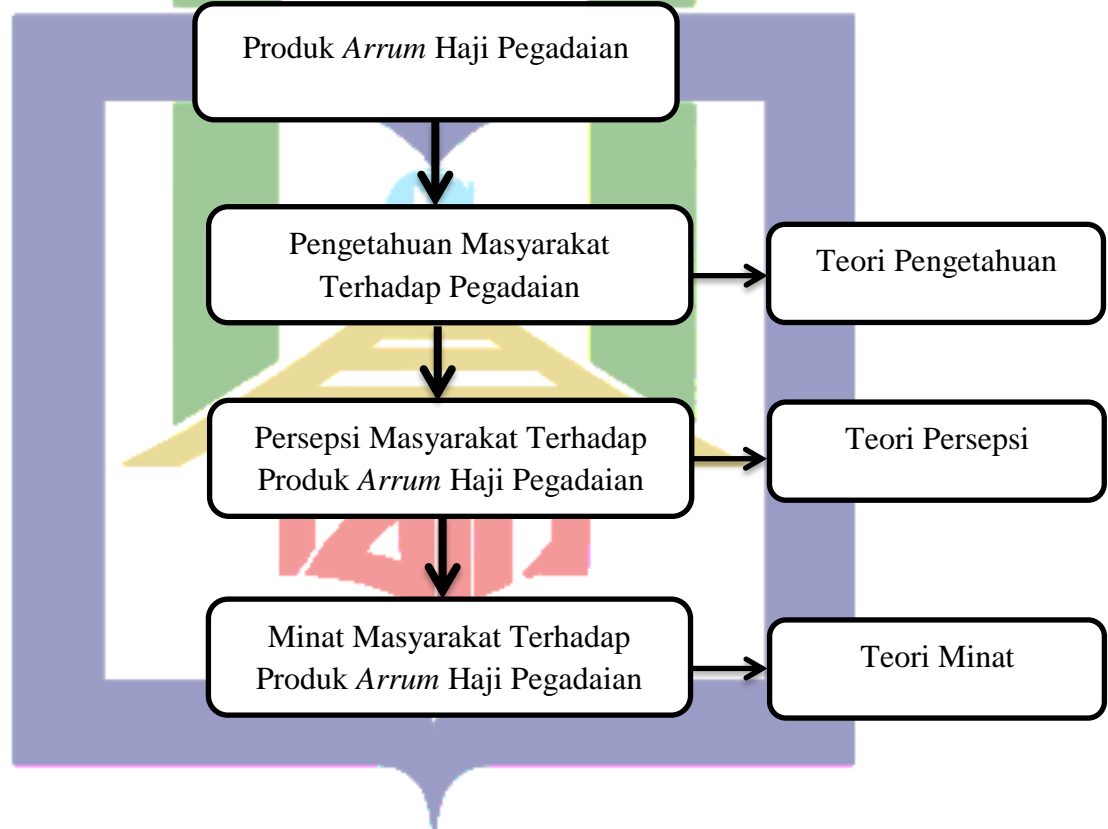
<sup>38</sup> Dila Larantika, *Minat Masyarakat Terhadap Jual-Beli Emas di Pegadaian Syariah (Studi Penelitian Pada Pegadaian Syariah Cabang Cinere)* (Skripsi Sarjana, 2010). ([repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/1242/1/DILA%20LARANTIKA-FSH.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/1242/1/DILA%20LARANTIKA-FSH.pdf)). diakses pada tanggal 26 Mei 2018)

Meskipun beberapa skripsi diatas memiliki beberapa kesamaan yaitu membahas tentang produk haji yang disediakan oleh lembaga keuangan dan produk yang disediakan oleh PT. Pegadaian namun letak perbedaan pada penelitian yang akan saya lakukan terletak pada produk yang akan diteliti, dan juga lokasi dilakukannya penelitiannya.



### 2.3 Kerangka Pikir

Minat merupakan perangkat mental yang menggerakkan individu dalam memilih sesuatu. Timbulnya minat terhadap suatu objek ini ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Ketertarikan atau minat terhadap suatu produk dimulai dengan pengetahuan terhadap produk tersebut, kemudian menyatakan pendapat atau persepsi terhadap produk, lalu menyatakan minat atau ketertarikan terhadap produk tersebut. Minat masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji Pegadaian dapat dilihat pada model bagan sebagai berikut :



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Hipotesis merupakan saran penelitian ilmiah karena hipotesis adalah instrumen kerja dari suatu teori dan bersifat spesifik yang siap diuji secara empiris.

Adapun hipotesis dari penelitian ini yaitu :

H0 : Persentase minat masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji >50%

H1 : Persentase minat masyarakat terhdapa produk *Arrum* Hai <50%

Keterangan:

>50% = Tertarik

<50% = Tidak Tertarik



## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pedoman penulisan karya ilmiah yang diterbitkan STAIN Parepare. Metode penelitian dalam buku tersebut, mencakup beberapa bagian, yakni jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

#### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Sumber data penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*).

Adapun pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan survei, dimana penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian dan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian ini untuk menjadikan data yang menunjang penelitian ini.

#### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Guna mendapatkan informasi lebih detail mengenai Produk *Arrum* Haji Pegadaian, akan dilakukan penelitian di Pegadaian Unit Parepare yang berlokasi di Jalan Singa, Kota Parepare, yang akan dilakukan selama kurang lebih 2 bulan.

#### 3.3 Populasi dan Sample

##### 3.3.1 Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa,

sikap hidup, dan sebagainya.<sup>39</sup> Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi yang termaksud dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di kecamatan Soreang kota Parepare.

### 3.3.2 Sample

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi.<sup>40</sup> Teknik sampel pada penelitian ini adalah teknik *cluster sampling (area sampling)*. Teknik sampel daerah digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, misal penduduk dari suatu negara, Provinsi, Kabupaten / Kota. Untuk menentukan penduduk mana yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan.<sup>41</sup>

Adapun jumlah sampel yang akan dijadikan responden pada penelitian ini adalah 50 orang.

## 3.4 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses atau cara pengambilan data yang digunakan dalam menyusun skripsi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

### 3.4.1 Metode Angket (*Questionary*)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>42</sup> Pertanyaan kepada responden dengan menggunakan jalan

<sup>39</sup>Ir. Syofian Siregar, M.M., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2013), h. 30.

<sup>40</sup>Ir. Syofian Siregar, M.M., *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 30.

<sup>41</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), h.83.

<sup>42</sup>Sugiono., *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*,h.199.

mengedarkan formulir pertanyaan untuk mendapatkan jawaban yang mendukung pertanyaan.

Mengingat terbatasnya masalah yang dapat ditanyakan dalam kuisisioner, maka senantiasa perlu diingat agar pertanyaan-pertanyaan memang langsung berkaitan dengan hipotesa dan tujuan penelitian.

### **3.4.2 Wawancara**

Wawancara adalah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terbuka yaitu metode tanpa menggunakan pedoman yang dilakukan untuk memperoleh data tambahan dari pihak terwawancara.

### **3.4.3 Dokumentasi (*Documentary*)**

Dokumentasi dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi pengetahuan, fakta dan data. Dengan melakukan dokumentasi, maka data-data dapat dikumpulkan, dikategorikan dan diklasifikasi yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya yang lain. Data yang dipilih harus memiliki kredibilitas yang tinggi, dengan menggunakan teknik ini, peneliti dapat menggunakan sampel yang besar.<sup>43</sup>

## **3.5 Teknik Analisis Data**

Seluruh data yang peneliti peroleh dari wawancara, angket, dan kepustakaan diseleksi dan disusun, setelah itu peneliti melakukan klasifikasi data, yaitu menggolongkan data berdasarkan kategori tertentu. Setelah data yang ada diklasifikasikan lalu diadakan analisis data. Dalam hal ini pengelolaan data

---

<sup>43</sup> Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h. 213.

dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dalam bentuk persentase. Maka teknik yang digunakan adalah metode analisa *statistic deskriptif* yang disajikan dalam bentuk uraian dan tabel.

Untuk mengetahui minat masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji pegadaian Parepare, penelitian ini menggunakan analisis statik deskriptif dengan rumus :

$$P = F / N \times 100 \%$$

Keterangan :

P : Besarnya Presentase

F : Frekuensi (Jumlah Jawaban Responden)

N : Jumlah Responden<sup>44</sup>



---

<sup>44</sup>Anas Sarjona, *Pengantar Statistik Pendidikan* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2000), h. 40.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh peneliti yaitu tempat lokasi yang menjadi sasaran penelitian. Berikut adalah gambaran keadaan geografis dan demografis Kecamatan Soreang akan disajikan lebih lanjut dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk, *Sex Ratio*, Kepadatan Penduduk Kecamatan Soreang

Kelurahan	Penduduk			Sex Ratio	Luas (KM <sup>2</sup> )	Kepadatan Penduduk Jiwa/Km <sup>2</sup>
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah			
Kampung Pisang	1.567	1.780	3.347	88,03	0,12	27.892
Lakessi	1.643	1.845	3.488	89,05	0,15	23.253
Ujung Baru	2.502	2.781	5.283	89,97	0,48	11.006
Ujung Lare	2.035	2.247	4.282	90,57	0,18	23.789
Bukit Indah	5.344	5.276	10.620	101,29	1,19	8.924
Watang Soreang	3.233	2.931	6.164	110,30	0,65	9.483
Bukit Harapan	6.000	6.081	12.081	98,67	5,56	2.173
Jumlah	22.324	22.941	45.265	667,8	8,33	106.520

Sumber: Proyeksi Penduduk BPS Tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa, luas kecamatan soreang secara keseluruhan sebesar 8,33km<sup>2</sup>. Adapun jumlah penduduk kecamatan soreang adalah sebanyak 45.265 jiwa yang terdiri dari 22.324 jiwa berjenis kelamin laki-laki dan 22.941 jiwa berjenis kelamin perempuan yang terbagi di 7 kelurahan antara lain kelurahan kampung pisang, kelurahan lakessi, kelurahan ujung baru, kelurahan ujung lare, kelurahan bukit indah, kelurahan bukit harapan,dan watang soreang.

## 4.2 Persero Pegadaian

### 4.2.1 Latar Belakang Persero Pegadaian

4.2.1.1 Mencegah ijon, rentenir, dan pinjaman tidak wajar lainnya

4.2.1.2 Untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil

4.2.1.3 Untuk mendukung program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional

### 4.2.2 Visi dan Misi Pegadaian

4.2.2.1 Visi

“Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan sebagai agen inklusi keuangan pilihan utama masyarakat”.

4.2.2.2 Misi

4.2.2.2.1 Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti.

4.2.2.2.2 Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan.

4.2.2.2.3 Memberikan *service excellence* dengan focus nasabah melalui:

4.2.2.2.3.1 Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital

4.2.2.2.3.2Teknologi informasi yang handal dan mutakhir

4.2.2.2.3.3Praktek manajemen risiko yang kokoh

4.2.2.2.3.4 SDM yang profesional berbudaya kinerja baik

### 4.2.3 Budaya Perusahaan

Untuk mendukung terwujudnya visi dan misi Perseroan, maka telah ditetapkan budaya perusahaan yang harus selalu dipelajari, dipahami, dihayati, dan dilaksanakan oleh seluruh insan Pegadaian yaitu jiwa G-Values yang terdiri dari *INTEGRITY, MUTUAL TRUST, PROFFESIONAL, COSTUMER FOCUS, SOCIAL VALUE*.

### 4.2.4 Produk-Produk Pegadaian

#### 4.2.4.1 Produk Utama

##### 4.2.4.1.1 Kredit Cepat Aman

KCA (Kredit Cepat Aman) adalah kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif ataupun kebutuhan produktif. KCA merupakan solusi untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat, dan aman. Untuk mendapatkan pinjaman, nasabah hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas, emas batangan, mobil, sepeda motor, laptop, handphone, dan barang elektronik lainnya.

##### 4.2.4.1.2 Krasida

Krasida adalah kredit angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem gadai. Krasida merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah, dan murah. Agunan berupa perhiasan emas dan kendaraan bermotor.

##### 4.2.4.1.3 Kreasi

Kreasi adalah kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem Fidusia. Sistem Fidusia berarti agunan untuk pinjaman cukup dengan BPKB sehingga kendaraan masih bisa digunakan untuk usaha. KREASI merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah dan murah.

#### 4.2.4.2 Investasi Emas

##### 4.2.4.2.1 Mulia

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. MULIA dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

##### 4.2.4.2.2 Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

##### 4.2.4.2.3 Konsinyasi Emas

Konsinyasi Emas adalah layanan titip-jual emas batangan di Pegadaian sehingga menjadikan investasi emas milik nasabah lebih aman karena disimpan di Pegadaian. Keuntungan dari hasil penjualan emas batangan diberikan kepada Nasabah, oleh sebab itu juga emas yang dimiliki lebih produktif.

#### 4.2.4.3 Produk Syariah

##### 4.2.4.3.1 *Rahn*

Pembiayaan Rahn dari Pegadaian Syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Cepat prosesnya, aman penyimpanannya. Barang Jaminan berupa emas perhiasan, emas batangan, Berlian, Smartphone, laptop, barang elektronik lainnya, sepeda motor, mobil atau barang bergerak lainnya.

##### 4.2.4.3.2 Amanah

Pembiayaan Amanah pada Pegadaian Syariah memudahkan pembelian kendaraan bermotor dengan pinjaman sesuai syariah untuk karyawan dan pengusaha mikro.

#### 4.2.4.3.3 *Arrum*

Pembiayaan *arrum* pada Pegadaian Syariah memudahkan para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan BPKB dan emas. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari. Maksimalkan daya guna kendaraan anda.

#### 4.2.4.3.4 *Arrum* Haji

Pembiayaan *Arrum* Haji pada Pegadaian Syariah menggunakan sistem Gadai Emas guna pendaftaran haji.

#### 4.2.4.4 Produk Lainnya

##### 4.2.4.4.1 Pegadaian *Remittance*

Pegadaian *Remittance* adalah layanan pengiriman dan penerimaan uang dari dalam dan luar negeri dengan biaya kompetitif, bekerjasama dengan beberapa remiten berskala nasional dan internasional seperti Western Union, Telkom Delima, BNI Smart *Remittance*, dan Mandiri *Remittance*. Pegadaian *Remittance* merupakan solusi terpercaya untuk kirim dan terima uang kapanpun dan dimanapun secara instan, cepat, dan aman.

##### 4.2.4.4.2 Multi Pembayaran *Online*

Multi Pembayaran *Online* (MPO) melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/ pulsa ponsel, air minum, pembelian tiket kereta api, dan lain sebagainya secara online. Layanan MPO merupakan solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di bank.

##### 4.2.4.4.3 Pegadaian Sewa Gedung

Pegadaian Sewa Gedung merupakan Auditorium yang dikelola oleh Pegadaian untuk disewakan kepada masyarakat luas guna keperluan berbagai kegiatan acara dan seremoni. Auditorium dengan arsitektur Belanda yang dipadukan dengan interior elegan nan artistik serta dilengkapi sarana dan prasarana yang memadai, dapat menjadi tempat ideal guna mensukseskan setiap momen berharga anda.

#### 4.2.4.4.4 Jasa Sertifikasi Batu Mulia

Jasa Sertifikasi batu mulia adalah jasa pengujian terhadap sebuah batu mulia yang dilakukan oleh gemologis di laboratorium gemologi untuk mengetahui jenis, keaslian, kualitas dan spesifikasi-spesifikasi yang lain dibutuhkan dan untuk memberikan kepastian dan keyakinan kepada pemilik, penjual maupun pembeli batu mulia. Laboratorium Gemologi Pegadaian G-Lab menyediakan layanan profesional untuk sertifikasi batu mulia dengan tenaga gemologis andal bersertifikat internasional dengan didukung peralatan yang modern, canggih dan mumpuni untuk menghasilkan pengujian yang presisi dan komprehensif.

#### 4.2.4.4.5 Jasa Taksiran

Pegadaian Jasa Taksiran adalah layanan kepada masyarakat yang ingin mengetahui karatase dan kualitas harta perhiasan emas, berlian dan batu permata, baik untuk keperluan investasi ataupun keperluan bisnis dengan biaya yang relatif terjangkau. Layanan jasa taksiran ini memudahkan masyarakat mengetahui tentang karatase dan kualitas suatu barang berharga miliknya, sehingga tidak mengalami kebingungan atas nilai pasti perhiasan yang dimilikinya.

#### 4.2.4.4.6 Jasa Titipan

Pegadaian Jasa Titipan adalah layanan kepada masyarakat yang ingin menitipkan barang berharga seperti perhiasan emas, berlian, surat berharga maupun kendaraan bermotor. Layanan ini dikalangan perbankan dikenal dengan *Safe Deposit Box* (SDB). Jika mendapatkan kesulitan dalam mengamankan barang berharga di rumah sendiri saat akan keluar kota atau luar negeri, melaksanakan ibadah haji, sekolah di luar negeri, dan kepentingan lainnya. Percayakan barang berharga milik Anda untuk dititipkan di Pegadaian karena keamanan menjadi prioritas kami.

### 4.2.5 Tentang Produk *Arrum* Haji Pegadaian

Haji merupakan rukun islam yang kelima, meski hukum ibadah haji itu wajib, namun ibadah haji ini hanya diwajibkan kepada umat islam yang mampu saja. Tolak ukur mampu adalah dari sisi jasmani, rohani, ekonomi dan keamanan. Jika salah satu syarat tersebut tidak terpenuhi, maka anda tidak wajib menunaikan ibadah haji.

Saat ini, jalan menuju ke tanah suci semakin mudah. Berbagai lembaga keuangan syariah (LKS) memberikan fasilitas kemudahan kepada masyarakat untuk memperoleh porsi keberangkatan haji. Salah satu lembaga keuangan yang memberikan kemudahan tersebut yaitu Pegadaian dengan mengeluarkan produk yaitu pembiayaan *Arrum* .

Pembiayaan *Arrum* Haji pada Pegadaian adalah layanan yang memberikan nasabah kemudahan pendaftaran dan pembiayaan haji. Nasabah cukup menyiapkan jaminan emas minimal 15 gram logam mulia atau  $\pm 20$  gram emas perhiasan sebagai jaminan pokok nasabah plus bukti SA BPIH SPPH dan buku tabungan haji sebagai tambahan.

Nasabah juga diminta membuka rekening tabungan haji dengan setoran Rp.500.000. Rekening ini akan diisi uang pinjaman sebesar Rp.25.000.000,- dalam bentuk tabungan haji dari pegadaian kepada nasabah.

Adapun angsuran yang dilakukan nasabah setiap bulannya adalah setoran pengembalian pinjaman sebesar Rp.25.000.000,- serta angsuran biaya sewa tempat untuk penjagaan dan pemeliharaan barang jaminan nasabah selama nasabah belum melakukan pelunasan.

Pengembalian pinjaman dapat diangsur selama 12, 18, 24, atau 36 bulan. Biaya pemeliharaan barang jaminan (*mu'nah*) per bulan kurang lebih setara dengan  $0,96\% \times$  nilai taksiran jaminan. Biaya pemeliharaan ini akan disebutkan nominal rupiahnya disetiap akad pembiayaan *Arrum* Haji ini.

#### 4.2.5.1 Keunggulan Produk *Arrum* Haji

4.2.5.1.1 Memperoleh tabungan haji yang langsung dapat digunakan untuk memperoleh nomor porsi haji

4.2.5.1.2 Emas dan dokumen haji aman tersimpan

4.2.5.1.3 Biaya pemeliharaan barang jaminan terjangkau

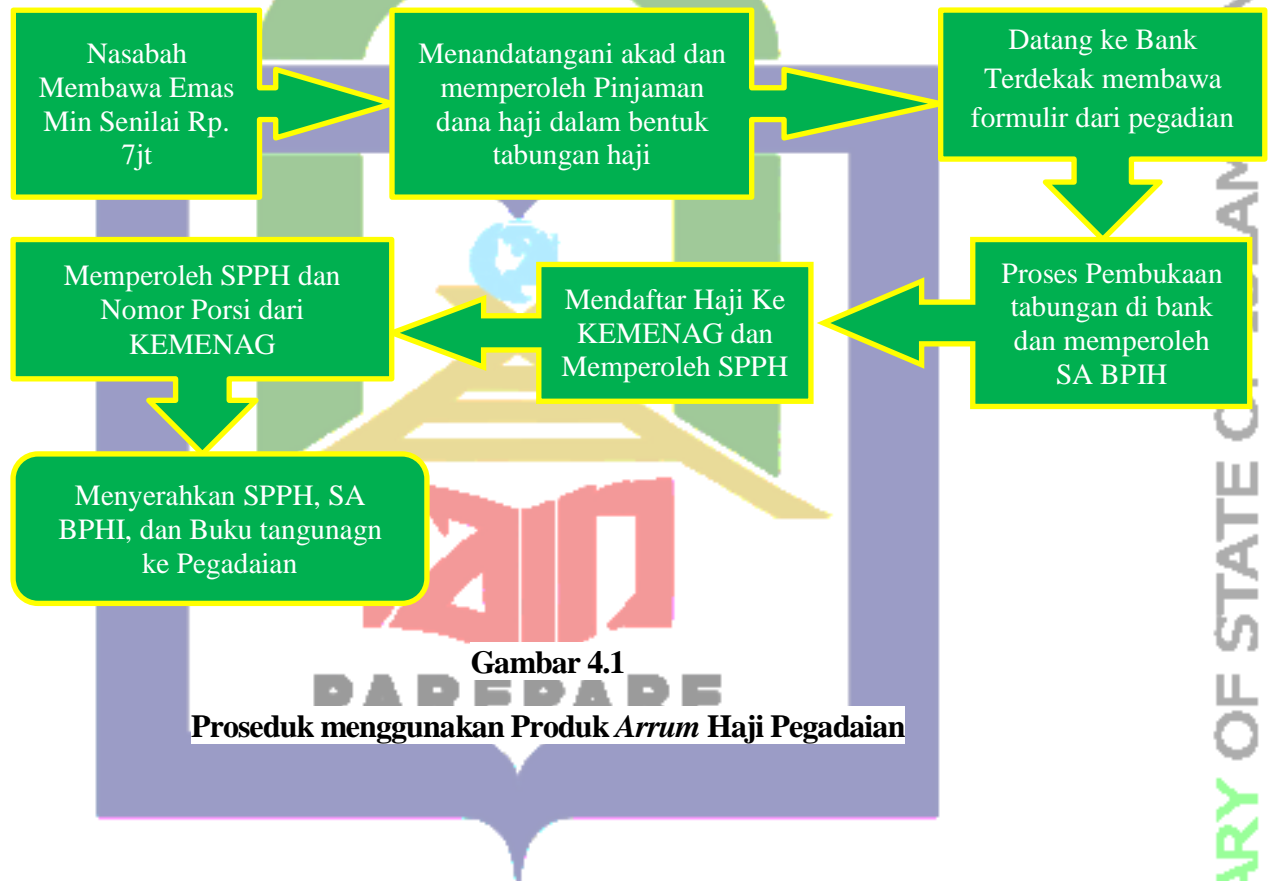
4.2.5.1.3 Jaminan emas dapat digunakan untuk pelunasan biaya haji pada saat lunas

4.2.5.2 Persyaratan

4.2.5.2.1 Memenuhi syarat sebagai pendaftar haji

4.2.5.2.2 Foto copy KTP

4.2.5.3 Prosedur Menggunakan Produk *Arrum* Haji



Gambar 4.1

Prosedur menggunakan Produk *Arrum* Haji Pegadaian



### 4.3 Data Hasil Penelitian

#### 4.3.1 Profil Responden

Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	22	44,0	44,0	44,0
	Perempuan	28	56,0	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Tabel ini menampilkan hasil penelitian yang memaparkan tentang jenis kelamin kelamin atau gender responden.

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa frekuensi atau jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 44%. Sedangkan jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 28 orang dengan persentase sebesar 56%.

Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Resonden Tentang Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<25 tahun	7	14,0	14,0	14,0
	25-35 tahun	20	40,0	40,0	54,0
	36-50 tahun	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa frekuensi atau jumlah responden yang berusia dibawah 25 tahun sebanyak 7 orang dengan presentase sebesar 14%, responden yang berusia 25-35 tahun sebanyak 20 orang dengan presentase sebesar 40%, dan responden yang berusia 36-50 tahun sebanyak 23 orang denga presentase sebesar 46%.

Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	1	2,0	2,0	2,0
	SMP	10	20,0	20,0	22,0
	SMA	20	40,0	40,0	62,0
	Perguruan Tinggi	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa frekuensi atau jumlah responden yang berpendidikan terakhir Sekolah dasar (SD) sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar 2%, responden yang berpendidikan terakhir Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 10 orang dengan persentase 20%, responden yang berpendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 20 orang dengan persentase 40%, dan responden yang berpendidikan terakhir Perguruan Tinggi sebanyak 19 orang dengan persentase sebesar 38%.

Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negeri Sipil	2	4,0	4,0	4,0
	Wiraswasta	19	38,0	38,0	42,0
	Wirausaha	1	2,0	2,0	44,0
	Pedagang	7	14,0	14,0	58,0
	Ibu Rumah Tangga	7	14,0	14,0	72,0
	Pelajar/mahasiswa	4	8,0	8,0	80,0
	Dosen/Guru	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa frekuensi atau jumlah responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 2 orang dengan persentase

sebesar 4%, responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 19 orang dengan persentase sebesar 38%, responden yang bekerja sebagai wirausaha sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar 2%, responden yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 14%, responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 14%, bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 8%, dan responden yang bekerja sebagai dosen atau guru sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 20%.

Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden tentang Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp.1.000.000	23	46,0	46,0	46,0
	1.000.000 - 3.000.000	15	30,0	30,0	76,0
	3.000.000 - 5.000.000	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa frekuensi atau jumlah responden yang berpenghasilan dibawah Rp.1.000.000.- sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar 23%, responden yang berpenghasilan Rp. 1.000.000.- Rp. 3.000.000. sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 30%, dan responden yang berpenghasilan Rp. 3.000.000. – Rp. 5.000.000. sebanyak 12 orang dengan persentase sebesar 24%.

#### 4.3.2 Pengetahuan Masyarakat Terhadap Pegadaian

Tabel 4.7 Deskripsi Persentase Jawaban Reponden Tentang Pernah Mendengar Nama Pegadaian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pernah	49	98,0	98,0	98,0
	Tidak Pernah	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data tabel di atas terlihat bahwa, hampir semua responden pernah mendengar nama pegadaian dengan persentase sebesar 98% dengan jumlah responden sebanyak 49 orang, dan hanya 1 reponden atau orang yang tidak pernah mendengar tentang pegadaian dengan persentase hanya sebesar 2%.

Hal ini menunjukkan bahwa nama Pegadaian sudah menjadi salah satu lembaga keuangan yang diketahui oleh berbagai kalangan masyarakat di Kota Parepare, baik yang tua maupun yang muda, berpenghasilan tinggi maupun rendah dan berbagai kalangan lainnya pernah mendengar nama Pegadaian.

Tabel 4.8 Deskripsi Persentase Jawaban Reponden Tentang Mengetahui dan Memahami Tentang Pegadaian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tahu	47	94,0	94,0	94,0
	Tidak Tahu	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data tabel di atas terlihat bahwa, 47 responden telah mengetahui dan memahami tentang pegadaian dengan persentase sebesar 94%, dan hanya sebagian kecil reponden yang belum mengetahui dan memahami tentang pegadaian yaitu 3 responden dengan persentase hanya sebesar 6%.

Memahami dan mengetahui dalam hal ini, yaitu memahami tentang fungsi Pegadaian, mengetahui tempat-tempat kantor cabang atau cabang pembantu Pegadaian, ataupun hal-hal bisa dilakukan di pegadaian. Dari data yang dikumpulkan, sebagian besar responden telah mengetahui dan memahami hal-hal tersebut.

Tabel 4.9 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Mengetahui Produk-Produk Pegadaian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tahu	28	56,0	56,0	56,0
	Tidak Tahu	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data tabel di atas, terlihat bahwa lebih dari setengah responden yaitu 56% atau sebanyak 28 orang telah mengetahui produk-produk yang disediakan oleh Pegadaian, dan sisanya sebanyak 22 responden dengan persentase sebesar 44% belum mengetahui produk-produk yang disediakan Pegadaian.

Walaupun lebih dari setengah responden dengan persentase sebesar 56% telah mengetahui produk-produk Pegadaian, namun masih cukup banyak masyarakat yang belum mengetahui secara menyeluruh produk-produk yang ditawarkan oleh Pegadaian yaitu sebanyak 44%.

Tabel 4.10 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Transaksi di Pegadaian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pernah	34	68,0	68,0	68,0
	Tidak Pernah	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data tabel di atas, terlihat bahwa lebih dari setengah responden yaitu 68% atau sebanyak 34 responden menyatakan pernah melakukan transaksi atau pernah menggunakan salah satu produk yang dimiliki pegadaian, dan sisanya sebanyak 16 responden dengan persentase 32% tidak atau belum pernah melakukan transaksi di Pegadaian.

Lebih dari setengah responden pernah melakukan transaksi di Pegadaian walaupun hanya sekedar untuk menggunakan produk gadai emas pegadaian, dan hal

inilah yang menyebabkan masih kurang pengetahuan masyarakat terhadap produk-produk lain yang dimiliki pegadaian guna membantu ataupun menunjang kebutuhan mereka.

Tabel 4.11 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Ketertarikan Terhadap Produk Produk-Produk Pegadaian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tertarik	37	74,0	74,0	74,0
	Tidak Tertarik	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Setelah memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang produk-produk lain dari Pegadaian yang dapat digunakan masyarakat guna memenuhi ataupun menunjang kebutuhan mereka, sebagian besar responden merasa tertarik dengan produk-produk Pegadaian.

Hal ini dapat terlihat bahwa 37 responden dengan persentase sebesar 74% menyatakan tertarik dengan produk-produk Pegadaian, dan sisanya sebanyak 13 orang dengan persentase sebesar 26% menyatakan tidak tertarik dengan produk pegadaian.

### 4.3.3 Persepsi Masyarakat Terhadap Produk *Arrum* Haji Pegadaian

Tabel 4.12 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Emas Sebagai Alternatif Pembayaran Biaya Haji

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	19	38,0	38,0	38,0
	Sangat Setuju	31	62,0	62,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data tabel diatas, dapat dilihat bahwa 19 responden dengan persentase sebesar 38% menyatakan setuju, dan 31 responden dengan persentase sebesar 62% menyatakan sangat setuju.

Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden berpedapat positif mengenai fungsi emas yang lain, yaitu dapat dijadikan sebagai alternatif pembayaran biaya haji baik dengan menjual emas tersebut maupun menggadaikannya, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dikarenakan emas memiliki berbagai kegunaan baik sebagai investasi maupun tabungan.

Tabel 4.13 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Sosialisasi Produk *Arrum* Haji Pegadaian dapat Menarik Minat Menggunakan Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	37	74,0	74,0	74,0
	Ragu-Ragu	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel diatas, lebih dari setengah yaitu 37 responden dengan persentase sebesar 74% menyatakan setuju, dan sisanya sebanyak 13 responden dengan persentase sebesar 26% menyatakan ragu-ragu.

Keragu-raguan masyarakat mengenai sosialisasi produk ini dapat menarik minat mereka dikarenakan, masih rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap produk ini maupun masih kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap produk-produk islam yang dikeluarkan oleh lembaga konvensional.

Tabel 4.14 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Produk *Arrum* Haji Pegadaian Memenuhi Kriteria Pengadaan Biaya Haji

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	28	56,0	56,0	56,0
	Ragu-Ragu	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan datayang terdapat pada tabel diatas, lebih dari setengah yaitu 28 responden dengan persentase sebesar 56% menyatakan setuju, dan sisanya sebanyak 22 responden dengan persentase sebesar 44% masih merasa ragu-ragu.

Hal ini juga membuktikan bahwa masyarakat masih perlu pemahaman lebih dalam terhadap produk *Arrum* Haji ini guna menjelaskan lebih lanjut kepada masyarakat tentang produk ini dikarenakan masih cukup banyak masyarakat yang merasa masih ragu-ragu bahwa produk ini telah memenuhi kriteriaan pengadaan biaya haji.

Tabel 4.15 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Beban Angsuran Sesuai dengan Kemampuan Masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	33	66,0	66,0	66,0
	Ragu-Ragu	14	28,0	28,0	94,0
	Tidak Setuju	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data tabel yang ada diatas, sebanyak 33 responden dengan persentase sebesar 66% menyatakan setuju bahwa beban angsuran sesuai dengan kemampuan masyarakat, 14 responden dengan persentase sebesar 28% menyatakan masih merasa ragu-ragu, dan 3 responden dengan persentase sebesar 6% menyatakan tidak setuju.



Salah satu yang menjadi faktor utama masyarakat harus menggunakan produk *Arrum* Haji Pegadaian ini yaitu beban angsuran yang relatif ringan. Hal ini direspon positif oleh masyarakat yang dimana lebih dari setengah responden yaitu 66% setuju bahwa angsuran produk *Arrum* Haji ini relatif ringan sehingga tidak membebani keadaan ekonomi masyarakat.

Tabel 4.16 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Mekanisme Produk *Arrum* Haji Telah Sesuai dengan Ketentuan Gadai

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	20	40,0	40,0	40,0
	Ragu-Ragu	30	60,0	60,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasar data yang terdapat pada tabel diatas, sebanyak 20 responden dengan persentase sebesar 40% menyatakan setuju bahwa mekanisme produk *Arrum* Haji Pegadaian telah sesuai dengan ketentuan gadai, dan 30 responden dengan persentase sebesar 60% menyatakan masih merasa ragu-ragu.

Mekanisme gadai menjadi hal sangat perlu diberikan penjelasan kepada masyarakat guna menguatkan minat mereka. Hal ini dikarenakan sebagian masyarakat masih merasa ragu-ragu ataupun cenderung belum paham terhadap mekanisme gadai produk ini.

#### 4.3.4 Minat Masyarakat Terhadap Produk *Arrum* Haji Pegadaian

Tabel 4.17 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Produk *Arrum* Haji Pegadaian Menguntungkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	31	62,0	62,0	62,0
	Ragu-ragu	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data tabel diatas, 30 responden dengan persentase sebesar 62% menyatakan bahwa produk *Arrum* Haji Pegadaian merupakan produk pengadaan dana haji yang menguntungkan, dan sisanya sebanyak 19 responden dengan persentase sebesar 38% menyatakan masih merasa ragu-ragu.

Responden yang menyatakan setuju bahwa produk ini menguntungkan menilai dari segi angsuran yang relatif ringan maupun efisiensi yang ditawarkan oleh Pegadaian guna memudahkan atau mempercepat masyarakat untuk mendaftar haji.

Tabel 4.18 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Produk *Arrum* Haji Menjadi Alternatif Pengadaan Biaya Haji

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	49	98,0	98,0	98,0
	Ragu-ragu	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Produk *Arrum* Haji dikeluarkan oleh Pegadaian guna mempermudah masyarakat dalam melakukan pendaftaran haji tanpa menghilangkan identitas pegadaian itu sendiri yaitu gadai emas. Hal ini yang mendorong pihak Pegadaian

untuk mengajak masyarakat untuk menggunakan emas yang dimiliki sebagai alat untuk mendapatkan dana haji dengan menggunakan produk *Arrum* Haji Pegadaian.

Berdasarkan data tabel diatas, sebagian besar responden yaitu sebanyak 49 responden dengan persentase sebesar 98% menyatakan setuju bahwa produk *Arrum* Haji Pegadaian bisa dijadikan alternatif untuk pengadaan biaya haji, dan hanya 1 responden dengan persentase 2% menyatakan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang ingin mendaftar haji dengan mudah dapat menggunakan produk *Arrum* Haji ini.

Tabel 4.19 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Resiko/Kelemahan Produk *Arrum* Haji Pegadaian Lebih Rendah daripada Keuntungan/Kelebihannya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	23	46,0	46,0	46,0
	Ragu-ragu	20	40,0	40,0	86,0
	Tidak Setuju	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Salah satu informasi yang harus disampaikan kepada masyarakat guna meningkatkan minat menggunakan produk ini yaitu memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang kelebihan dan kekurangan produk ini dibandingkan dengan produk haji lembaga keuangan lainnya. Hal ini sebagai bahan perbandingan bagi masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji ini dengan produk haji lainnya.

Dikarenakan berdasarkan data yang dikumpulkan, sebanyak 23 responden dengan persentase sebesar 46% menyatakan setuju bahwa risiko/kelemahan produk *Arrum* Haji Pegadaian lebih rendah daripada keuntungannya, sebanyak 20 responden dengan persentase sebesar 40% menyatakan masih merasa ragu-ragu, dan 7 responden dengan persentase sebesar 14% menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.20 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Produk *Arrum* Haji Pegadaian Lebih Menguntungkan daripada Produk Haji Lainnya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	19	38,0	38,0	38,0
	Ragu-ragu	24	48,0	48,0	86,0
	Tidak Setuju	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Masyarakat juga harus mengetahui keuntungan menggunakan produk *Arrum* Haji yang bisa menjadi pembeda dan nilai lebih guna membangun minat masyarakat terhadap produk ini. Hal ini dikarenakan setiap produk haji yang ditawarkan oleh lembaga keuangan baik syariah maupun konvensional memiliki kelebihan dan keuntungan. Adapun keuntungan menggunakan produk *Arrum* Haji yaitu efisiensi waktu, dikarenakan nasabah bisa langsung mendaftar guna mendapatkan nomor porsi haji sehingga masyarakat tidak perlu menabung lebih lama hanya untuk mendaftar guna mendapatkan nomor porsi haji.

Berdasarkan data yang dikumpulkan, sebanyak 19 responden dengan persentase sebesar 38% menyatakan setuju bahwa produk *Arrum* Haji Pegadaian lebih menguntungkan daripada produk haji lainnya, sebanyak 24 responden dengan persentase sebesar 48% menyatakan masih merasa ragu-ragu, dan sisanya sebanyak 7 responden dengan persentase sebesar 14% menyatakan tidak setuju.

Tabel 4.21 Deskripsi Persentase Jawaban Tentang Ketertarikan Terhadap Produk *Arrum* Haji Pegadaian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tertarik	24	48,0	48,0	48,0
	Sangat Tertarik	20	40,0	40,0	88,0
	Tidak Tertarik	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data tabel diatas, sebanyak 24 responden dengan persentase sebesar 48% menyatakan tertarik dengan produk *Arrum* Haji Pegadaian. Masyarakat yang menyatakan tertarik telah memiliki minat namun masih memiliki keragu-raguan terhadap produk ini.

Sebanyak 20 responden dengan persentase sebesar 40% menyatakan sangat tertarik dengan produk *Arrum* Haji Pegadaian. Masyarakat yang menyatakan sangat tertarik terhadap produk *Arrum* Haji ini telah memiliki kemantapan ataupun kemauan untuk menggunakan produk ini tanpa memiliki pertimbangan.

Sisanya sebanyak 6 responden dengan persentase sebesar 12% menyatakan tidak tertarik dengan produk *Arrum* Haji Pegadaian. Ketidaktertarikan ini baik karena telah menggunakan produk haji dari lembaga lain maupun belum memiliki pemahaman terhadap produk ini.

Tabel 4.22 Deskripsi Persentase Jawaban Responden Tentang Sosialisasi Lebih Lanjut Tentang Produk *Arrum* Haji Pegadaian kepada Masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perlu	12	24,0	24,0	24,0
	Sangat Perlu	38	76,0	76,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Berdasarkan data tabel diatas, sebanyak 12 responden dengan persentase sebesar 24% menyatakan perlu dilakukan sosialisasi lebih lanjut tentang produk *Arrum* Haji Pegadaian. Sosialisasi dalam hal ini hanya untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman dasar terhadap produk ini terutama terhadap masyarakat yang masih memiliki keragu-raguan dan pertanyaan mengenai produk *Arrum* Haji ini.

Sebanyak 38 responden dengan persentase sebesar 76% menyatakan sangat perlu melakukan sosialisasi lebih lanjut. Sosialisasi dalam hal lebih kepada penjelasan mengenai persyaratan menggunakan produk ini maupun hal-hal lain terkait sistematika menggunakan produk ini.

#### **4.4 Pembahasan Hasil Penelitian**

Dari data-data yang ada, maka penulis akan menganalisa tentang minat masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji Pegadaian, yaitu sebagai berikut:

Pegadaian sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sektor keuangan yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai memahami kebutuhan masyarakat dalam hal berbagai hal. Pegadaian dalam hal ini masih menjadikan emas sebagai salah satu jalan keluar dari berbagai kebutuhan masyarakat.

Seperti yang kita ketahui bahwa emas merupakan salah satu bentuk pilihan investasi jangka panjang bagi banyak orang. Hal ini dikarenakan emas memiliki nilai yang cenderung stabil bahkan meningkat tiap tahun dan dapat digunakan untuk berbagai hal.

Saat ini Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan yang sangat populer diberbagai kalangan masyarakat. Hal ini dibuktikan dari data hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebanyak 49 responden dengan persentase sebesar 98%

pernah mendengar nama pegadaian, bukan hanya sekedar pernah mendengar nama pegadaian, sebanyak 47 responden dengan persentase 94% mengetahui dan memahami berbagai hal tentang pegadaian. Dikarenakan sudah populernya pegadaian di kalangan masyarakat, hal inilah yang menyebabkan banyak masyarakat yang telah atau pernah melakukan transaksi di pegadaian, hal ini didukung dari data hasil penelitian yang menyatakan bahwa 34 responden dengan persentase sebesar 68% pernah melakukan transaksi di Pegadaian, serta 37 responden dengan persentase 74% tertarik dengan produk Pegadaian terutama produk gadai emas. Ketertarikan ini didasari atas kebutuhan sebagian masyarakat untuk mendapatkan dana cepat. Hal ini direspon oleh pihak pegadaian dengan membuka banyak kantor cabang pembantu yang tersebar diberbagai wilayah di Kota Parepare, guna mempermudah masyarakat yang ingin melakukan transaksi di Pegadian.

Kebutuhan dan ketertarikan masyarakat terhadap produk gadai emas guna mendapatkan dana cepat, membuat masyarakat masih kurang mengetahui dengan jelas produk-produk yang lain yang ada di pegadaian selain produk gadai emas. Masyarakat saat ini masih kurang mengetahui produk-produk lain dari pegadaian yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat, baik produk yang bersifat konsumtif seperti pembiayaan kendaraan bermotor, pemberian dana naik haji, jual beli emas, tabungan emsa ataupun produk yang bersifat produktif seperti produk krasida dan kreasi yang dikeluarkan oleh Pegadaian guna meningkatkan dan memberdayakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini dikarenakan produk gadai emas merupakan salah satu alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan dana cepat. Selain itu kurangnya sosialisasi lebih lanjut dari pihak pegadaian, khususnya produk yang baru dikeluarkan oleh pegadaian, baik kepada masyarakat yang telah menjadi nasabah atau pernah melakukan transaksi di

pegadaian, terlebih masyarakat yang belum pernah melakukan bertransaksi di pegadaian.

Dikarenakan masih kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap produk-produk dari Pegadaian, peneliti menjelaskan secara langsung kepada masyarakat terkait informasi dan hal-hal yang terkait dengan Produk *Arrum* haji Pegadaian, guna mengetahui respon masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji Pegadaian.

Berdasarkan data-data yang didapatkan mengenai persepsi atau pendapat masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji Pegadaian, lebih dari setengah responden yaitu sebanyak 31 responden dengan persentase sebesar 62% menyatakan sangat setuju bahwa emas bisa dijadikan sebagai alternatif pembayaran atau pengadaan biaya haji, dikarenakan emas bukan hanya dapat dijadikan investasi atau tabungan, melainkan juga bisa dijadikan alat pembayaran. Dikarenakan masih kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap produk-produk Pegadaian terutama Produk *Arrum* Haji, sebanyak 37 responden dengan persentase sebesar 74% menyatakan setuju bahwa sosialisasi tentang produk *Arrum* Haji Pegadaian kepada masyarakat dapat menarik minat untuk menggunakan produk haji tersebut. Sosialisasi tersebut dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan secara spesifik tentang produk *Arrum* Haji Pegadaian, baik hal yang berkaitan dengan beban angsuran, maupun mekanisme gadai dari Produk *Arrum* Haji Pegadaian, yang mana 30 responden dengan persentase sebesar 60% menyatakan masih ragu-ragu mengenai mekanisme gadai produk *Arrum* Haji Pegadaian.

Mengenai minat masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji Pegadaian, banyak masyarakat yang merasa tertarik dengan produk haji ini, dilihat dari jumlah persentase responden yaitu 48% merasa tertarik, 40% merasa sangat tertarik dengan total persentase ketertarikan masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji Pegadaian ini sebesar 88% yang menunjukkan bahwa masyarakat tertarik dengan produk ini dikarenakan



persentase ketertarikan >50%, dan sisanya sebanyak 12% merasa tidak tertarik. Ketertarikan masyarakat terhadap Produk *Arrum* Haji Pegadaian ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain:

4.4.1 Adanya keinginan dari masyarakat untuk segera melaksanakan ibadah haji guna menyempurnakan rukun islam yang kelima.

4.4.2 Masyarakat ingin segera melakukan pendaftaran ibadah haji dikarenakan lamanya daftar tunggu haji di Indonesia terutama di daerah sulawesi selatan yang bisa mencapai 20 tahun.

4.4.3 Motif sosial juga mempengaruhi minat masyarakat dikarenakan pandangan masyarakat terhadap orang telah melaksanakan ibadah haji akan lebih baik.

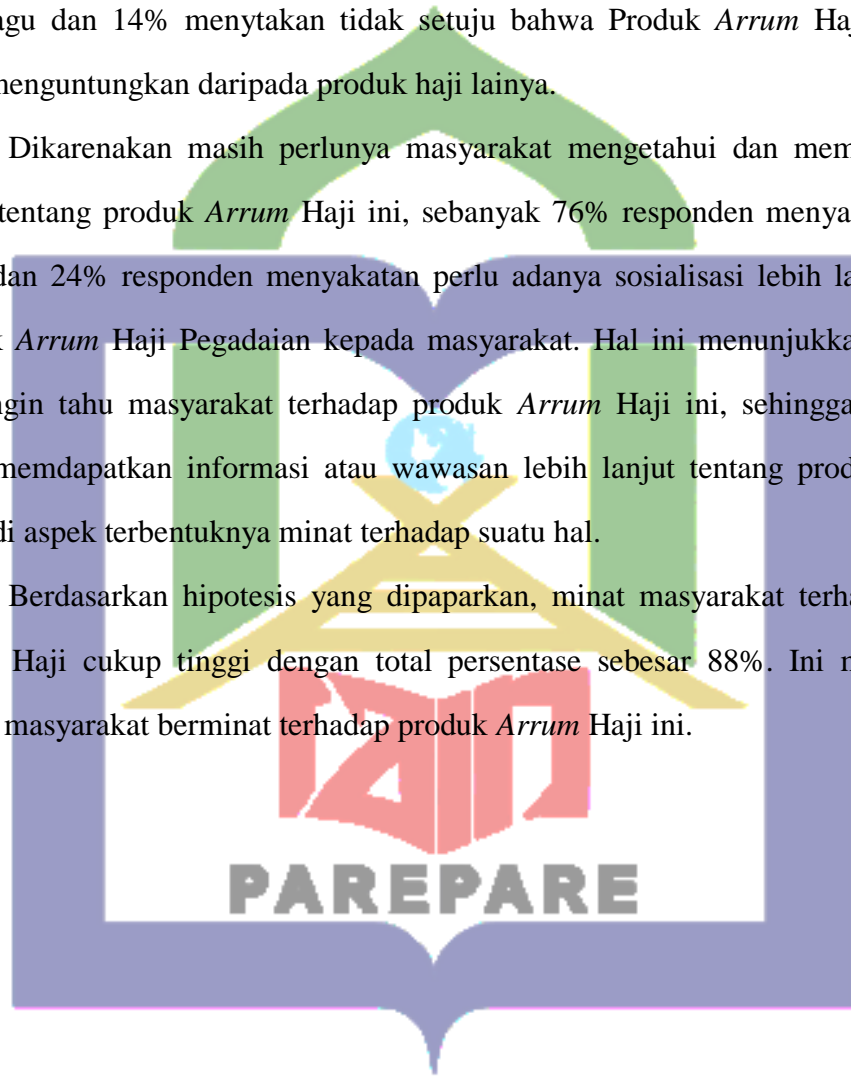
Ketertarikan masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji Pegadaian juga dapat dilihat dari respon masyarakat terhadap produk ini, seperti sebanyak 49 responden dengan persentase sebesar 98% menyatakan setuju bahwa produk *Arrum* Haji Pegadaian dapat dijadikan sebagai alternatif pengadaan biaya naik haji dikarenakan produk ini bisa dijadikan solusi bagi masyarakat yang ingin melakukan pendaftaran haji dengan cepat tanpa, dan sebanyak 31 responden dengan persentase sebesar 62% menyatakan bahwa produk *Arrum* Haji ini menguntungkan. Keuntungan atau kelebihan dari produk *Arrum* Haji Pegadaian ini ialah masyarakat bisa dengan cepat melakukan pendaftaran haji guna mendapatkan nomor porsi haji hanya dengan menitipkan beberapa gram emas betangan atau perhiasan emasnya ke pegadaian, daripada harus menabung bertahun-tahun untuk mengumpulkan dana untuk mendaftar haji. Produk ini terbukti lebih efisien dalam hal waktu pengumpulan dan pembayaran biaya pendaftaran haji.

Namun beberapa masyarakat juga merasa tidak tertatik atau cenderung masih ragu-ragu dengan produk *Arrum* Haji ini. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal antara lain, telah menggunakan produk yang haji yang lain, keadaan ekomoni masyarakat

yang masih terbatas, maupun nggapan masyarakat terhadap hukum ibadah haji itu sendiri. Hal ini juga dibuktikan dengan tanggapan masyarakat terhadap produk ini yang menyatakan masih ragu-ragu antara lain, 40% responden menyatakan ragu-ragu dan 14% responden meyatakan tidak setuju bahwa resiko/kelemahan produk *Arrum* Haji pegadaian lebih rendah dari pada keuntungannya, 48% responden menyatakan ragu-ragu dan 14% menyatakan tidak setuju bahwa Produk *Arrum* Haji Pegadaian lebih menguntungkan daripada produk haji lainnya.

Dikarenakan masih perlunya masyarakat mengetahui dan memahami lebih lanjut tentang produk *Arrum* Haji ini, sebanyak 76% responden menyatakan sangat perlu dan 24% responden menyakatan perlu adanya sosialisasi lebih lanjut tentang produk *Arrum* Haji Pegadaian kepada masyarakat. Hal ini menunjukkan timbulnya rasa ingin tahu masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji ini, sehingga masyarakat ingin mendapatkan informasi atau wawasan lebih lanjut tentang produk ini yang menjadi aspek terbentuknya minat terhadap suatu hal.

Berdasarkan hipotesis yang dipaparkan, minat masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji cukup tinggi dengan total persentase sebesar 88%. Ini menunjukkan bahwa masyarakat berminat terhadap produk *Arrum* Haji ini.



## BAB V

### PENUTUP

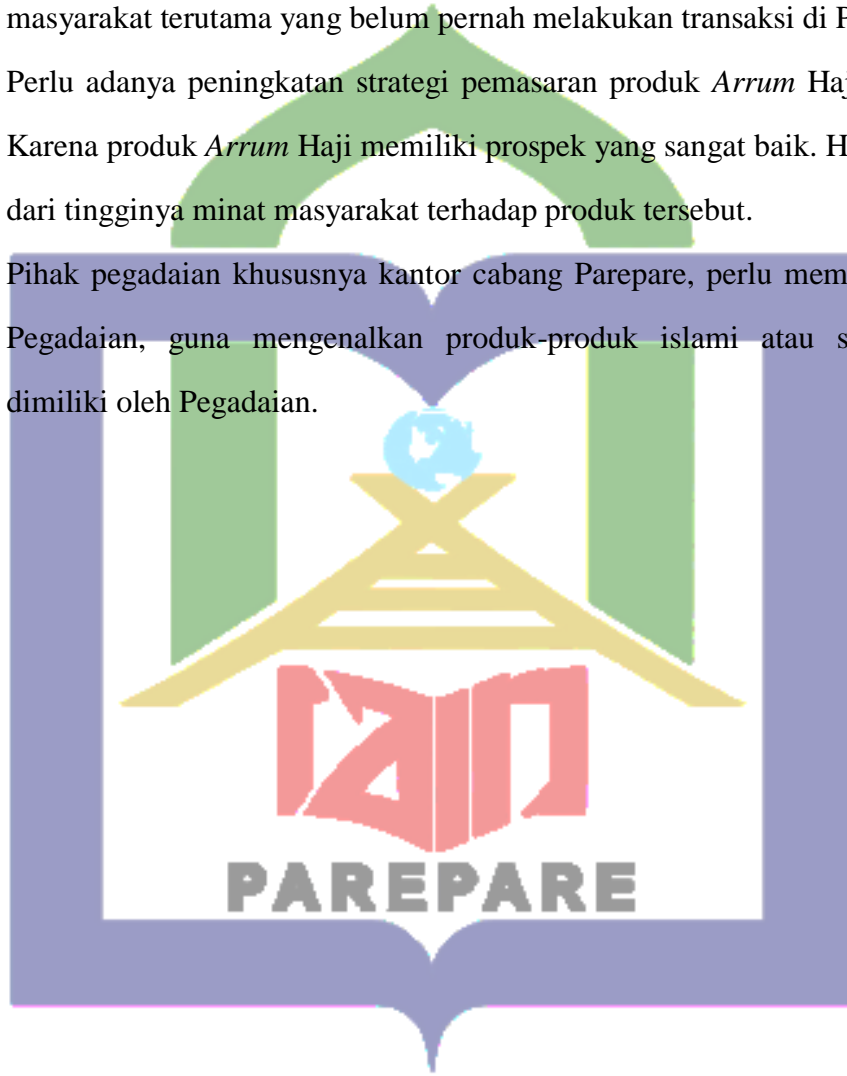
#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka dirumuskan kesimpulan sebagai berikut :

- 5.1.1 Mengenai persepsi atau pandangan masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji Pegadaian, masyarakat memandang baik produk Pegadaian ini. Hal ini ditunjukkan dengan setuju masyarakat terhadap beberapa hal terkait produk pegadaian ini antara lain, emas dapat dijadikan sebagai alternatif pembayaran biaya haji dengan persentase setuju sebesar 38% dan sangat setuju sebesar 62%, beban angsuran sesuai dengan kemampuan masyarakat dengan persentase setuju sebesar 66%, serta sosialisasi produk produk *Arrum* Haji Pegadaian dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk dengan setuju sebesar 74%.
- 5.1.2 Terkait minat masyarakat terhadap produk *Arrum* Haji Pegadaian, berdasarkan data yang dikumpulkan, sebesar 48% responden menyatakan tertarik dan 40% responden menyatakan sangat tertarik dengan total persentase ketertarikan 88% atau >50% yang menandakan bahwa masyarakat berminat terhadap produk *Arrum* Haji ini. Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan produk *Arrum* Haji antara lain, Produk *Arrum* Haji menguntungkan, produk *Arrum* Haji Pegadaian dapat dijadikan sebagai alternatif pengadaan biaya haji, serta beban angsuran yang sesuai dengan kemampuan masyarakat.

## 5.2 Saran

- 5.2.1 Sebaiknya pihak pegadaian harus lebih banyak lagi melakukan sosialisasi pengenalan tentang produk *Arrum* Haji ini dengan terjun langsung ke masyarakat terutama yang belum pernah melakukan transaksi di Pegadaian.
- 5.2.2 Perlu adanya peningkatan strategi pemasaran produk *Arrum* Haji Pegadaian, Karena produk *Arrum* Haji memiliki prospek yang sangat baik. Hal ini terlihat dari tingginya minat masyarakat terhadap produk tersebut.
- 5.2.3 Pihak pegadaian khususnya kantor cabang Parepare, perlu membuka cabang Pegadaian, guna mengenalkan produk-produk islami atau syariah yang dimiliki oleh Pegadaian.



## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahan

Abdullah, Boedi dan Beni Ahmad Saebani. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.

Al-Munawar, Said Agil Husain dan Abdul Halim. 2003. *Fikih Haji: Menuntun Jamaah Mencapai Haji Mabrur*. Jakarta: Ciputat Press.

Ali, Zainuddin. 2008. *Hukum Gadai*. Jakarta: Sinar Grafika.

Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press

Djaali. 2013. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Faiza. 2013. *Sistem Pengelolaan Tabungan Mabrur Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat* (Skripsi sarjana).  
([repository.uinikt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/30654/1/FAIZAH-FDK.pdf](http://repository.uinikt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/30654/1/FAIZAH-FDK.pdf). Diakses pada tanggal 5 maret 2018)

Hidayat, Enang. 2016. *Transaksi Ekonomi Syariah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Huda, Nurul dan Mohamad Hevkal. 2010. *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Janwri, Yadi. 2015. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Kasmir. 2000. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

\_\_\_\_\_. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kementerian Agama RI dan Majelis Ulama Indonesia. *Segala Hal Tentang Haji dan Umrah*. Jakarta: PT .Gelora Aksara Pratama

Larantika, Dila. 2010. *Minat Masyarakat terhadap Jual Beli Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Penelitian Pada Pegadian Syariah Cabang Cinere)* (Skripsi sarjana).  
([repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/1242/1/DILA%20LARANTIKA-FSH.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/1242/1/DILA%20LARANTIKA-FSH.pdf). diakses pada tanggal 26 Mei 2018)

Pandia, Frianto, Elly Santi Ompusunggu, Achmad Abror. 2005. *Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Robbin, Stephen P.. 2001. *Psikologi Organisasi*, diterjemahkan dari *Organizational Psychologi*, edisi delapan. Jakarta: Prehallindo.
- Rohman, Evy Hidayatur. 2013. *Analisi Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Produk Talangan Haji Perbankan Syariah Kecamatan Panceng* (skripsi sarjana). (<http://digilib.uinsby.ac.id/10623/> diakses pada tanggal 25 juni 2017)
- Sarjona, Anas. 2000. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2002. *Psikologi Sosial: Individu dan Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Shaleh, Abdul Rahman dan Muhibb Abdul Wahab. 2004. *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta: Prenada Media.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Sjahdeini, Sutan Remi. 2014. *Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Prenada Media.
- Sukandarrumi. 2004. *Metode Penelitian Pentunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thoha, Miftah. 2003. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Triandaru, sigit dan Totok Budisantoso. 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain, Edisi dua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ummi, Alfi Nurul. 2014. *Analisis Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji Makbul Pada PT Bank SUMUT Cabang Pembantu Pasar Halat Medan* (skripsi sarjana). ([library.polmed.ac.id/lib/index.php/download-artikel/doc\\_download/1613](http://library.polmed.ac.id/lib/index.php/download-artikel/doc_download/1613). Diakses pada tanggal 13 juni 2017)
- [http://bi.go.id/NR/rdonlyres/UU\\_21\\_08\\_Syariah.pdf](http://bi.go.id/NR/rdonlyres/UU_21_08_Syariah.pdf). (diskses pada tanggal 19 juni 2017)
- <http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/43179DC0-6E72-4F2E-9C06-96D92EDEC861/.pdf>. (diakses pda tanggal 19 juni 2017)
- [http://cxarpedia.com/pengertian\\_definisi\\_produk\\_info2060.html](http://cxarpedia.com/pengertian_definisi_produk_info2060.html) diakses tanggal 14 Juni 2017.
- <http://www.gomuslim.co.id/read/produk/2016/05/31/507/arrum-haji-pembiayaan-syariah-untuk-laksanakan-ibadah-haji.html> (diakses pada tanggal 5 Maret 2018)

[Http://Ibnuabbaskendari.Wordpress.Com/2011/10/17/Dana-Talangan-Haji-Solusi-Atau-Pembebanan-Diri/](http://Ibnuabbaskendari.Wordpress.Com/2011/10/17/Dana-Talangan-Haji-Solusi-Atau-Pembebanan-Diri/) diakses tanggal 16 Juni 2017

[http://www.kemenkumham.go.id/attachments/article/128/Perpu\\_2\\_Tahun\\_2009.pdf](http://www.kemenkumham.go.id/attachments/article/128/Perpu_2_Tahun_2009.pdf).  
(diakses pada tanggal 19 juni 2017)

<http://Pegadaiansyariah.co.id/arrum-haji-45162/> diakses tanggal 15 juni 2017

<http://www.Syariahmandiri.co.id/category/costumer-banking/haji-umroh/tabungan-mabrur-bsm/> diakses tanggal 15 juni 2017

<http://www.Syariahmandiri.co.id/category/info-perusahaan/profil-perusahaan/profilperusahaan-profilperusahaan/> (diakses pada tanggal 19 juni 2017)

[https://id.wikipedia.org/wiki/Pegadaian\\_\(perusahaan\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Pegadaian_(perusahaan))

<https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/pembiayaan-pengurusan-haji-lembaga-keuangan-syariah> (diakses pada tanggal 06 maret 2018)

<https://www.trendilmu.com/2015/08/pengertian.pengetahuan.dan.tingkatan.pengetahuan.html>

<http://duniabaca.com/definisi-pengetahuan-serta-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-pengetahuan.html>.



# LAMPIRAN-LAMPIRAN







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE PAREPARE

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang Kota Parepare 91132 ☎ (0421)21307 📠  
Po Box : Website : www.iainparepare.ac.id Email: info.iainparepare.ac.id

Nomor : B 2868 /In.39/PP.00.9/10/2018  
Lampiran : -  
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.  
Kepala Daerah KOTA PAREPARE  
Cq. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah  
di  
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE :

Nama : WISNU WARDANA  
Tempat/Tgl. Lahir : PAREPARE, 30 Juli 1996  
NIM : 14.2300.112  
Jurusan / Program Studi : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Perbankan Syariah  
Semester : IX (Sembilan)  
Alamat : PERM. PURI GANDARIA, KEL. LUMPUE, KEC. BACUKIKI BARAT, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KOTA PAREPARE** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

**"MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK ARRUM HAJI PENGADAIAN (STUDI KOTA PAREPARE)"**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Oktober** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

29 Oktober 2018

A.n Rektor

Plt. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APE)



M/h. Djunaidi





PEMERINTAH KOTA PAREPARE  
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jln. Jend. Sudirman Nomor 76, Telp. (0421) 25250, Fax (0421)26111, Kode Pos 91122  
Email : bappeda@pareparekota.go.id; Website : www.bappeda.pareparekota.go.id

PAREPARE

Parepare, 30 Oktober 2018

Nomor : 050 / 974 / Bappeda  
Lampiran : --  
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada  
Yth. Camat Soreang Kota Parepare  
Di -

**Parepare**

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Surat Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Nomor : B 2868/In.39/PP.00.9/10/2018 tanggal 29 Oktober 2018 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka pada perinsipnya Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kota Parepare) dapat memberikan **Izin Penelitian** kepada :

N a m a : WISNU WARDANA  
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare / 30 Juli 1996  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Pekerjaan : Mahasiswa  
A l a m a t : Perm. Puri Gandaria, Kec. Bacukiki Barat, Kota Parepare

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :  
"Minat Masyarakat Terhadap Produk Arrum Haji Pegadaian (Studi Kota Parepare)"

Selama : Tmt. 1 November s.d. 1 Desember 2018

Pengikut/Peserta : **Tidak Ada**

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan Data/Penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan Ilmiah.
3. Mentaati ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasilnya kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare)
5. Menyerahkan 1 (satu) berkas Foto Copy hasil "**Penelitian**" kepada Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare).
6. Kepada Instansi yang dihubungi mohon membe rikan bantuan.
7. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.

An. KEPALA BAPPEDA  
SEKRETARIS  
  
**E. W. ARIYADI S. ST., MT**  
Pangkat Pembina Tk. I  
Nip. 19691204 199703 1 002

**TEMBUSAN :** Kepada Yth.

1. Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Cq. Kepala BKB Sulsel di Makassar
2. Walikota Parepare di Parepare



# PEMERINTAH KOTA PAREPARE

## KECAMATAN SOREANG

Jalan Laupe No. 163 Telepon (0421) 25694 Parepare

Email : [soreang@pareparekota.go.id](mailto:soreang@pareparekota.go.id) Website : [www.pareparekota.go.id](http://www.pareparekota.go.id)

Parepare, 06 November 2018

Nomor : 893.7/391/KCS  
Lampiran : -  
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada,  
Yth. Camat Soreang Kota Parepare  
Di -  
Parepare

Berdasarkan surat Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah No: 050/974/Bappeda Tanggal 30 Oktober 2018 tentang Izin Penelitian di Kota Parepare, agar dapat memfasilitasi izin penelitian/wawancara kepada :

Nama : **WISNU WARDANA**  
Tempat/Tanggal Lahir : **Parepare, 30 Juli 1996**  
Jenis Kelamin : **Laki-laki**  
Pekerjaan : **Mahasiswa**  
Alamat : **Perm. Puri Gandaria, Kec. Bacukiki , Kota Parepare**

Bermaksud untuk melakukan Penelitian/Wawancara dalam rangka penyusunan/pembuatan skripsi dengan Judul Penelitian : “ **MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK ARRUM HAJI PEGADAIAN (STUDI KOTA PAREPARE)** “. Selama TMT 01 November s.d 01 Desember 2018.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

  
Yth. CAMAT SOREANG  
Kasi Pelayanan Umum  
**H. NASRUDDIN, S. Sos**  
Pangkat : Penata, III/c  
NIP : 19650621 200212 1 005

**Tembusan :**

1. Walikota Parepare (Sebagai Laporan);
2. Bappeda Kota Parepare;
3. Arsip.





# PEMERINTAH KOTA PAREPARE

## KECAMATAN SOREANG

Jalan Laupe No. 163 Telepon (0421) 25694 Parepare

Email : [soreang@pareparekota.go.id](mailto:soreang@pareparekota.go.id) Website : [www.pareparekota.go.id](http://www.pareparekota.go.id)

### SURAT KETERANGAN

No: 800 - 012 /KCS

Yang Bertanda di bawah ini :

Nama : **ANDI SATRIA BURHANUDDIN, S.STP**  
N I P : 19870403 200602 1 003  
Jabatan : Sekretaris Camat

Menerangkan dengan sebetulnya bahwa mahasiswa IAIN Parepare yang tersebut di bawah ini :

Nama : **WISNU WARDANA**  
Tempat Tanggal Lahir : Parepare, 30 Juli 1996  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Perm.Puri Gandaria Kec.Bacukiki Kota Parepare

Dinyatakan selesai melaksanakan penelitian/wawancara dalam rangka penyusunan/pembuatan skripsi dengan judul " (MINAT MASYARAKAT TERHADAP PRODUK ARRUM HAJI PEGADAIAN (STUDI KOTA PAREPARE) sejak 01 Nopember 2018 s/d 01 Desember 2018, berdasarkan Surat dari Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Nomor : 050/974/Bappeda, tanggal 30 Oktober 2018 Perihal : Izin Penelitian.

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 09 Januari 2019

An) Camat Soreang  
Plt.Sekretaris camat



**ANDI SATRIA BURHANUDDIN, S.STP**

Pangkat : Penata

N I P : 19870403 200602 1 003

Tembusan :

1. Walikota Parepare sebagai L poran;
2. Kepala BAPPEDA Kota Parepare;
3. Inspektur Kota Parepare;
4. Arsip.

### Kuesioner / Angket Penelitian

Nama : Wisnu Wardana  
Nim : 14.2300.112  
Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / Perbankan Syariah  
Judul Penelitian : Minat Masyarakat Terhadap Produk *Arrum* Haji Pegadaian  
(Studi di Kota Parepare)

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

Berilah tanda (√) pada pilihan yang telah disediakan sesuai dengan identitas Anda.

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
4. Usia :
  - a. < 25 tahun
  - b. 25- 35 tahun
  - c. 36-50 tahun
  - d. > 50 tahun
5. Pendidikan Terakhir :
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. Perguruan Tinggi
6. Pekerjaan :
  - a. Pegawai Negeri Sipil
  - e. Ibu Rumah Tangga

- b. Wiraswasta
  - c. Wirausaha
  - d. Pedagang
  - f. Pelajar / Mahasiswa
  - g. Dosen / Guru
  - h. Lainnya (Silahkan isi)
7. Penghasilan Responden :
- a. < Rp.1.000.000,
  - b. Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
  - c. Rp. 3.000.000, - Rp. 5.000.000,
  - d. > Rp 5.000.000

## II. PENGETAHUAN MASYARAKAT TERHADAP PEGADAIAN

1. Apakah anda pernah mendengar tentang Pegadaian ?
  - a. Pernah
  - b. Tidak Pernah
2. Apakah anda mengetahui dan memahami tentang Pegadaian ?
  - a. Tahu
  - b. Tidak Tahu
3. Apakah anda tahu produk-produk dari Pegadaian ?
  - a. Tahu
  - b. Tidak Tahu
4. Apakah anda pernah bertransaksi di Pegadaian ?
  - a. Pernah
  - b. Tidak Pernah
5. Apakah anda tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh Pegadaian ?
  - a. Tertarik
  - b. Tidak Tertarik

### III. PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG PRODUK *ARRUM* HAJI PEGADAIAN

1. Emas merupakan salah satu alternatif pembayaran biaya pendaftaran haji ?
  - a. Setuju
  - b. Sangat Setuju
  - c. Tidak setuju
2. Apakah sosialisasi Produk *Arrum* Haji Pegadaian dapat menarik minat untuk menggunakan produk ?
  - a. Setuju
  - b. Ragu-ragu
  - c. Tidak setuju
3. Apakah produk *Arrum* Haji Pegadaian telah memenuhi kriteria anda dalam pengadaan biaya pendaftaran haji?
  - a. Setuju
  - b. Ragu-ragu
  - c. Tidak setuju
4. Beban angsuran yang harus dibayar oleh nasabah disesuaikan dengan kemampuan nasabah ?
  - a. Setuju
  - b. Ragu-ragu
  - c. Tidak setuju
5. Mekanisme operasional gadai emas *Arrum* Haji Pegadaian telah sesuai dengan ketentuan gadai yang berlaku ?
  - a. Setuju
  - b. Ragu-ragu
  - c. Tidak setuju

#### IV. MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK *ARRUM* HAJI PEGADAIAN

1. Apakah Produk *Arrum* Haji pegadaian merupakan produk pembiayaan haji yang menguntungkan ?
  - a. Setuju
  - b. Ragu-ragu
  - c. Tidak setuju
2. Apakah Produk *Arrum* Haji Pegadaian bisa menjadi alternatif pengadaaan Biaya pendaftaran haji ?
  - a. Setuju
  - b. Ragu-ragu
  - c. Tidak Setuju
3. Apakah risiko / kelemahan menggunakan Produk *Arrum* Haji Pegadaian lebih rendah dari keuntungan / kelebihan yang didapatkan ?
  - a. Setuju
  - b. Ragu-ragu
  - c. Tidak Setuju
4. Apakah produk *Arrum* Haji merupakan produk Haji yang lebih menguntungkan dari pada produk haji lembaga keuangan lainnya?
  - a. Setuju
  - b. Ragu-ragu
  - c. Tidak Setuju
5. Apakah anda tertarik menggunakan produk *Arrum* Haji Pegadaian ?
  - a. Tertarik
  - b. Sangat Tertarik
  - c. Tidak tertarik



6. Apakah Pegadaian perlu melakukan sosialisasi lebih lanjut terkait produk

*Arrum Haji* ?

a. Perlu

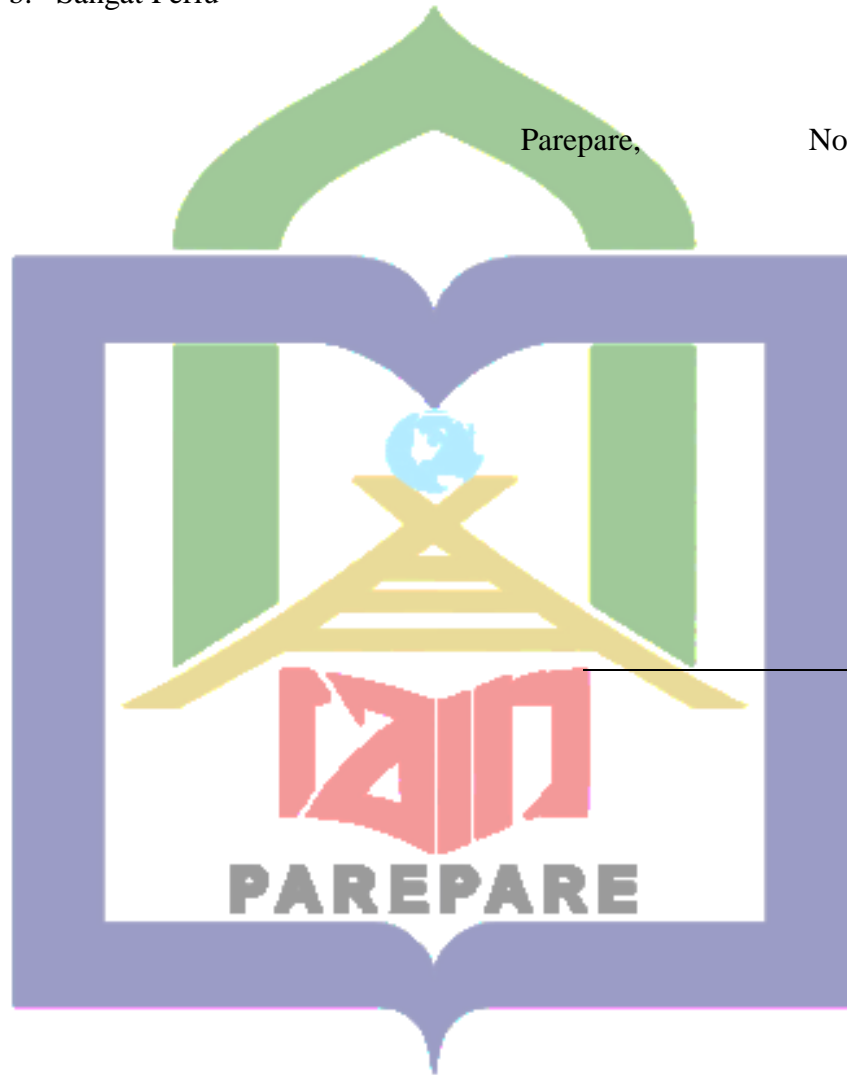
c. Tidak perlu

b. Sangat Perlu

Parepare,

November 2018

Responden



**DAFTAR RESPONDEN**

No	Nama Responden	Alamat Responden	Jenis Kelamin
1	Tasman Ramadhan	Jln. Sawi	L
2	Muh. Alif	Jln. A. Sinta	L
3	Khaerul	Jln. Lahalede	L
4	Widya Citra Dewi	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
5	Rostiati	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
6	Nadira	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
7	Sudirman Hariandy	Jln. Jend. Ahmad Yani	L
8	Hawasia	Jln. Kebun Sayur	P
9	Muh. Taufik M	Jln. Abu Bakar Lambogo	L
10	Muh. Aswan	Jln. Terrung	L
11	Juliana	Jln. Gelatik	P
12	Asdimuddin	Jln. Lahaledde	L
13	Muh. Fadly	Jln. Bayam	L
14	Arjuna	Jln. Wisata Jompie	L
15	Ryan Reski	Jln. Samparaja	L
16	Suhartini	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
17	Hartati	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
18	Rahmatia	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
19	Jurana	Jln. Sawi	P
20	Narti	Jln. Andi Makkasau Timur	P
21	Yuli	BTN Soreang Permai	P
22	Sudarti	Jln. Laupe	P
23	Sunarto	Jln. H. Jamil Ismail	L
24	Andi Rastati	Jln. H. Jamil Ismail	P
25	Baharia	Jln. Atletik	P
26	Herlina	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
27	Reski Jumadi	Jln. Abu Bakar Lambogo	L
28	Rahmat	Jln. Wisata Jompie	L
29	Syamsul	Jln. Abu Bakar Lambogo	L
30	Baharuddin	Jln. Abu Bakar Lambogo	L
31	Adeh Natasya	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
32	Radia	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
33	Eka Monika	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
34	Hasnawir	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
35	Imulia	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
36	Ramlah	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
37	Nur Beti	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
38	Amiruddin	Lorong Maspul	L

39	Najamuddin	Jln. Laupe	L
40	Muh. Amrian	Jln. Lahaledde	L
41	Sulastri Sulaiman	Lorong Maspul	P
42	Eko Ari Pratomo	Jln. Lahaledde	L
43	Abd. Azis	Jln. Abu Bakar Lambogo	L
44	Nurul Amna	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
45	Nafisha Mutmainnah	Jln. Abu Bakar Lambogo	P
46	Akbar	Cempae	L
47	Nurul Inayah	Lorong Maspul	P
48	Murniati	Jln. H. Jamil Ismail	P
49	Imalang	Jln. Kebun Sayur	P
50	Muh. Rijal	BTN Soreang Permai	L



## Manfaatkan emas anda untuk mendaftar haji

### simulasi angsuran \*)

(angsuran pokok + mu'nah)

12 bulan, angsuran Rp. 2.336.200 ✓

24 bulan, angsuran Rp. 1.294.500 ✓

36 bulan, angsuran Rp. 947.300 ✓

48 bulan, angsuran Rp. 773.700 ✓

60 bulan, angsuran Rp. 669.500 ✓

### biaya yang dibayar diawal saat akad

(terdiri dari adm & setoran awal tabungan haji)

12 bulan, biaya diawal Rp. 840.000

24 bulan, biaya diawal Rp. 882.500

36 bulan, biaya diawal Rp. 945.000

48 bulan, biaya diawal Rp. 1.035.000

60 bulan, biaya diawal Rp. 1.182.500

\*) sumber data diolah 2017; Disesuaikan

dengan emas senilai Rp. 7 Juta

anda memperoleh pinjaman Rp. 25 Juta dalam bentuk tabungan haji yang dapat digunakan untuk mendaftar haji

- Persyaratan ringan hanya menyerahkan copy KTP dan jaminan emas serta SABPIH
- Biaya (mu'nah) dan Kafalah terjangkau
- Emas dan SABPIH **AMAN** disimpan di Pegadaian
- Akad Arrum Haji sekaligus buka tabungan haji dan dapat nomor porsi

Sudiono

081228180336

Tepat Caranya, *Berkah Hasilnya*

Facebook PegadaianSyariahPusat

Twitter @PFGADAIANSYARIA

Instagram @pegadaiansyariahpusat

Pegadaian Call Center

1500 569  
atau 021-80635162 & 021-8581162





**Pegadaian**  
Syariah

## Pegadaian ARRUM HAJI

Gaddai emas guna pendaftaran haji



Jaminan emas minimal  
Rp7 juta plus bukti SA BPH,  
SPPH & buku tabungan haji



Uang Pinjaman Rp25 juta  
dalam bentuk tabungan haji

- KEUNGGULAN :**
- Memperoleh tabungan haji yang langsung dapat digunakan untuk memperoleh nomor porsi haji
  - Emas dan Dokumen haji aman tersimpan di Pegadaian
  - Biaya pemeliharaan barang jaminan terjangkau
  - Jaminan emas dapat dipergunakan untuk pelunasan biaya haji pada saat lunas

- PERSYARATAN :**
- Memenuhi syarat sebagai pendaftar haji
  - Foto copy KTP





## DOKUMENTASI PENELITIAN











## RIWAYAT HIDUP



Wisnu Wardana, Lahir di Kelurahan Ujung Lare, Kecamatan Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan pada 30 Juli 1996. Anak Pertama dari 3 Bersaudara dari pasangan suami istri Bachtiar dan Rostiati. Memulai pendidikan di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 38 Parepare. Kemudian melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren DDI-AD Mangkoso tepatnya Sekolah Menengah Pertama (SMP) berbasis pesantren DDI-AD Mangkoso. Selanjutnya melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 2 Parepare. Selanjutnya melanjutkan jenjang perguruan tinggi di STAIN Parepare (Sekarang IAIN Parepare), Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Perbankan Syariah, terdaftar sebagai mahasiswa pada tahun 2014. Saat ini menjabat sebagai Sekretaris Umum Gerakan Alumni Latihan Kepemimpinan Siswa (GALAKSI) M2P, dan Bendahara Pengurus Cabang Ikatan Pelajar Nahdatul Ulama (PC.IPNU) Kota Parepare.

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E), penulis menyelesaikan pendidikan sebagaimana mestinya dan mengajukan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul: **Minat Masyarakat Terhadap Produk *Arrum* Haji Pegadaian (Studi Kota Parepare).**