

KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN ATAU GADAI SYARIAH

Abdul Wahab

Dosen Universitas Islam Kalimantan Muhammad

Arsyad Al Banjari Banjarmasin

Alamat Email: 11abd.wahab@gmail.com

Abstract: *When a customer needs funds and has collateral, the customer can use his collateral to carry out sharia financing or mortgage. Will customers choose sharia financing or mortgage. This causes mutually exclusive, that is if the customer chooses financing, then it does not choose sharia mortgage and vice versa. However, customers will certainly choose one of the alternatives. Therefore the purpose of this study is to find out the factors that distinguish customers in choosing financing or Islamic mortgage. The factors that are considered by customers in choosing financing or sharia pawning studied include: requirements, product variations, costs and expenses, collateral, loan value, services and location. This research is a field research with a sample of 100 people, the technique used is nonprobability sampling, namely purposive sampling, sampling techniques with certain criteria, namely customers who have made sharia financing or mortgage in the Yogyakarta region. As for the data analysis method, the compiler uses descriptive statistical methods and Correspondence Analysis. The results of this study indicate that the factor that distinguishes clients in choosing Islamic finance is the distance factor, namely the location of close Islamic finance services. While the factors that distinguish customers in choosing sharia mortgage are easy requirements.*

Keyword: *Financing, Islamic Bank Financing, Islamic Mortgage, Mortgage*

PENDAHULUAN

Kebutuhan setiap orang selalu beraneka ragam dan tidak lepas dari kebutuhan materi. Ketika masyarakat membutuhkan

dana, maka bisa menggunakan jasa bank yaitu dengan melakukan pembiayaan atau di perum pegadaian syariah melalui jasa gadai syariah dan juga masyarakat bisa melakukan pinjaman dari lembaga tertentu sebagai alternatif. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan pembiayaan dan gadai syariah yang semakin meningkat dari waktu ke waktu.

Pertumbuhan perekonomian Indonesia pada tahun 2011 hasil studi *Asian Development Bank (ADB)*, *Islamic Development Bank (IDB)* dan *International Labour Organization (ILO)* berada pada kisaran angka 7-8 persen (inflasi 4-6 persen, BI) yang dipicu oleh pertumbuhan kredit. Optimisme ini juga tercermin dari proyeksi pembiayaan perbankan syariah pada 2011 oleh BI yang akan tumbuh sekitar 30-35 persen. Pertumbuhan pembiayaan ini tentu menjadi modal bagus untuk perbankan syariah dalam melakukan ekspansi usaha ke industri produktif. Sedangkan Mulya Siregar selaku direktur direktorat perbankan syariah BI mengatakan pada 2011 diperkirakan pembiayaan atau kredit perbankan syariah tumbuh sekitar 40 persen sama dengan pertumbuhan kredit di 2010 (Priyanto, 2011).

Tabel 1 Data Pertumbuhan Pembiayaan Syariah

Tahun	Total	%
2005	15.232.000.000.000	-
2006	20.445.000.000.000	34,22
2007	27.944.000.000.000	36,68
2008	38.195.000.000.000	36,68
2009	46.886.000.000.000	22,75
2010	68.181.000.000.000	45,42

Sumber : Laporan Tahunan Bank Indonesia 2011

Adapun pertumbuhan pembiayaan di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Dari tahun 2005 sampai 2006 pembiayaan mengalami

pertumbuhan sebesar 34,22% yaitu dari Rp.15.232.000.000.000,- menjadi Rp.20.445.000.000.000,-. Pada tahun 2007 terjadi peningkatan dari tahun sebelumnya mencapai 36,68% yaitu Rp.27.944.000.000.000,- dan pada tahun 2008 terjadi peningkatan yang sama dari tahun sebelumnya sebesar 36,68% yaitu Rp.38.195.000.000.000,-. Kemudian pada tahun 2009 mengalami peningkatan lebih kecil dari tahun sebelumnya sebesar 22,75% yaitu Rp.46.8100.000.000.000,- dan pada tahun 2010 mengalami peningkatan yang besar dari tahun-tahun sebelumnya sebesar 45,42% yaitu Rp.68.181.000.000.000,- (www.bi.go.id). Melihat dari beberapa tahun terakhir pembiayaan selalu terjadi peningkatan yang signifikan, dari hal tersebut tentunya pembiayaan akan terus semakin tumbuh dan berkembang.

Selain pembiayaan, produk gadai syariah juga semakin tumbuh dalam sistem perekonomian. Selama ini, masyarakat menjadikan pegadaian sebagai tujuan utama untuk menggadaikan barang-barang. Namun, kini perbankan juga masuk ke bisnis ini, termasuk perbankan syariah. Produk gadai cukup diminati oleh masyarakat di berbagai tempat. Di kalangan perbankan syariah, gadai emas menjadi produk yang tengah digencarkan. Hampir seluruh bank syariah saat ini berlomba menjual produk tersebut.

Tabel 2 Data Pertumbuhan Gadai Syariah

Tahun	Total	%
2005	85.413.993.000	-
2006	149.217.081.000	74,70
2007	233.145.536.850	56,25
2008	342.808.660.500	47,04
2009	706.821.914.816	106,19
2010	1.197.316.071.800	69,39

Sumber : Laporan Auditor Independen 2011

Pertumbuhan gadai syariah pun mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Dapat dilihat dari tahun 2005 sampai 2006 gadai syariah mengalami pertumbuhan sebesar 74,70% yaitu Rp.85.413.993.000,- menjadi sebesar Rp.149.217.081.000,- dan kemudian pada tahun 2007 terjadi peningkatan lebih kecil dari tahun sebelumnya 56,25% yaitu sebesar Rp.233.145.536.850,-. Pada tahun 2008 juga mengalami penurunan peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar 47,04% yaitu Rp.342.808.660.500,- dan pada tahun 2009 terjadi peningkatan yang tertinggi dari tahun-tahun yang lainnya sebesar 106,19% yaitu Rp.706.821.914.816,-. Kemudian pada tahun 2010 terus mengalami peningkatan akan tetapi lebih kecil dari tahun sebelumnya sebesar 69,39% yaitu menjadi Rp.1.197.316.071.800,- (www.pegadaian.co.id). Dapat dilihat dari data tersebut, gadai syariah semakin tumbuh dari tahun ketahun dan terus mengalami peningkatan yang signifikan.

Dari hal tersebut, melihat dari perkembangan pembiayaan dan gadai syariah yang semakin tumbuh dan berkembang. Maka hal tersebut merupakan kesempatan baik dan/atau peluang bagi bank ataupun gadai yang berbasis syariah dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Akan tetapi, ada pertimbangan masyarakat dalam mengambil keputusan. Menurut Tjiptono (2002) Faktor produk (*product attributes*) adalah unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Oleh sebab itu, faktor suatu produk sangat berperan penting dalam menarik perhatian masyarakat. Menurut Arifin (2002) faktor pembiayaan meliputi: Persyaratan pembiayaan,

prosedur pembiayaan, proses pembiayaan, karakteristik pembiayaan, segmen pembiayaan, pengawasan pembiayaan, penyelesaian pembiayaan, pelayanan, agunan, *margin* (harga), jangka waktu, plafon, dan jarak. Sedangkan menurut Muhammad (2005) tidak jauh berbeda, akan tetapi menambahkan faktor pembiayaan seperti tujuan pembiayaan, analisis risiko pembiayaan, dan prinsip analisis pembiayaan.

Begitu juga gadai syariah, menurut Susilowati (2008) faktor gadai syariah meliputi; Persyaratan, prosedur, biaya sewa (harga), biaya administrasi, barang gadai (*marhun*), pelayanan, jarak, jangka waktu pendek, dan pinjaman sesuai taksiran barang gadai. Hal tersebut, serupa dalam Sudarsono (2003). Dari faktor-faktor tersebut, dapat diketahui terdapat beberapa faktor yang berbeda seperti pada gadai syariah mempunyai faktor jangka waktu pendek dan pinjaman sesuai taksiran barang gadai yang tidak dimiliki pada faktor pembiayaan.

Dari pembahasan diatas, antara pembiayaan dan gadai syariah terjadinya *mutually exclusive*. *Mutually exclusive* (saling meniadakan/saling lepas) adalah kejadian jika keduanya tidak mungkin untuk terjadi dalam satu percobaan sekaligus (Supranto, 2000). Jika masyarakat memilih pembiayaan, maka tidak memilih gadai syariah dan begitu juga sebaliknya. Adapun penelitian Severin dan Deghaye (2007) yang dilakukan di Perancis tentang memilih sewa atau pinjaman bank, hal tersebut hanya terbatas pada perusahaan (UKM). Akan tetapi, disini peneliti melakukan penelitian tentang nasabah memilih pembiayaan atau gadai syariah, yang terfokus pada personal masyarakat. Karena peneliti melihat belum adanya yang melakukan penelitian tentang itu, maka peneliti tertarik

melakukan penelitian tentang keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan atau gadai syari'ah.

KAJIAN LITERATUR

Perilaku Konsumen

Menurut Engel dkk. (1994) perilaku konsumen merupakan suatu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan tersebut (dalam Husein Umar, 2002). Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2000) adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya (dalam Prasetyo dan Ihalauw, 2005).

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pendistribusian barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide (John C. Mowen, 2002). Sedangkan menurut Handoko dan Dharmmesta (2000) perilaku konsumen (*costumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari arti perilaku konsumen: (1) proses pengambilan keputusan, dan (2) kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis.

Pengertian perilaku konsumen sering dikacaukan dengan pengertian perilaku pembeli (*buyer behavior*). Padahal perilaku pembeli itu sendiri mengandung dua pengertian, yang pertama adalah bila diterapkan pada perilaku konsumen lebih menunjukkan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlihat dalam pertukaran uang (atau kekayaan lain) dengan barang-barang dan jasa-jasa serta dalam proses pengambilan keputusan yang menentukan kegiatan pertukaran itu. Pengertian kedua, mempunyai arti yang lebih khusus, yaitu perilaku langganan (*customer behavior*), yang sering digunakan sebagai sebutan yang lebih inklusif ini tampak pada pembelian oleh lembaga-lembaga, organisasi-organisasi industri, dan bermacam-macam tingkat penjualan kembali oleh pedagang besar ataupun pedagang eceran.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah suatu proses yang dilakukan oleh konsumen secara langsung dalam memperoleh barang atau jasa untuk digunakan dalam memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumen mengandung dua elemen penting yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempengaruhi barang dan jasa.

Perilaku Keuangan

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain : berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan

atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003).

Menurut Skinner, seperti dalam Notoatmodjo (2003), merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespons, maka teori Skinner ini disebut teori "S-O-R" atau *Stimulus - Organisme - Respon*.

Dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus ini, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua (Notoatmodjo, 2003) :

a. Perilaku Tertutup (*convert behavior*)

Perilaku tertutup adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (*convert*). Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan, kesadaran, dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.

b. Perilaku Terbuka (*overt behavior*)

Respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktek, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat oleh orang lain.

Kredit atau Pembiayaan

Kegiatan pengalokasian dana yang paling penting dalam perbankan adalah pemberian pinjaman kepada nasabah atau yang dikenal istilah kredit pada bank konvensional dan

pembiayaan pada bank yang melaksanakan operasional berdasarkan prinsip syariah. Pengertian pembiayaan dalam hal ini dibatasi pada pengertian pembiayaan yang dilakukan oleh bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, bukan pembiayaan yang dilakukan oleh lazimnya pembiayaan non bank.

Kelangsungan usaha bank tergantung kepada sistem kinerja yang dilaksanakannya, yang salah satu indikator utamanya adalah kualitas dari penanaman dana bank. Penanaman dana yang baik akan menghasilkan keuntungan, sehingga kinerja bank akan baik. Sebaliknya jika penanaman dana yang buruk akan membawa pengaruh menurunnya kinerja bank yang pada akhirnya dapat mengancam kelangsungan usaha bank. *Monitoring* atas penanaman dana tersebut berdasarkan pada prospek usaha, kondisi keuangan dan atau kemampuan membayar nasabah. Sebagian besar dana yang telah dihimpun oleh bank akan diputarkan atau ditanamkan dalam bentuk kredit/ pembiayaan.

Falsafah pembiayaan bank Syariah harus memenuhi: (1) Faktor Syar'i, (2) Faktor Ekonomi. Maksudnya dalam setiap realisasi pembiayaan kepada para nasabah, bank syariah harus tetap berpedoman pada syariat Islam (antara lain tidak mengandung unsur *maysir*, *gharar* dan *riba* serta bidang usahanya halal), disamping tetap mempertimbangkan perolehan keuntungan baik bagi bank syariah maupun nasabah itu sendiri (Muhammad, 2005).

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 kredit adalah penyediaan atau ketagihan yang dapat dipersamakan, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara pihak

bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi kewajiban setelah jangka waktu tertentu, dimana kewajiban itu berupa pokok pinjaman, bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan.

Sedangkan pembiayaan berdasarkan prinsip syaria'ah menurut UU No. 10 Tahun 1998 adalah penyediaan uang atau tagihan lain yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Menurut Muhamad (2005) pembiayaan secara luas diartikan sebagai financing atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain. Dalam arti sempit pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syaria'ah.

Dari beberapa definisi pembiayaan diatas, dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah penyaluran dana dari suatu lembaga kepada pihak lain yang membutuhkan sesuai dengan kesepakatan, baik dari pembagian keuntungan (*margin*) ataupun penentuan waktu pengembalian dana yang dipinjam (*jatuh tempo*).

Gadai Syariah

Menurut Imam Ibnu Qudhamah dalam *Kitab al Muqnhni* artinya; sesuatu benda yang dijadikan kepercayaan dari suatu utang untuk dipenuhi dari harganya, apabila yang berutang tidak sanggup membayarnya dari orang yang berpiutang. Sedangkan Imam Abu Zakaria al-Anshari dalam kitabnya *Fathul*

Wahab mendefinisikan rahn adalah menjadikan benda yang bersifat harta sebagai kepercayaan dari suatu utang yang dapat dibayarkan dari harta benda itu bila utang tidak dibayar (Sudarsono, 2003).

Menurut Antonio (1999) pengertian Ar Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau bagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa Rahn adalah semacam jaminan hutang atau gadai.

Dari beberapa definisi tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa rahn merupakan suatu akad utang piutang dengan menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan syara' sebagai jaminan, hingga orang bersangkutan boleh mengambil utang.

Pengertian gadai yang ada dalam syari'ah agak berdeda dengan pengertian gadai yang ada dalam hukum positif, sebab pengertian gadai dalam hukum positif seperti yang tercantum dalam (Siamat, 2005.) adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang berpiutang atas suatu barang yang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berhutang atau oleh orang lain atas namanya dan memberikan kekuasaan kepada si berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari pada orang-orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya-biaya mana yang harus didahulukan (pasal 1150 KUHP).

Kajian Terhadap Penelitian Terdahulu

Penelitian Junusi (2009), penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor produk Islam dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Sedangkan Anwar (2010), penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) ada pengaruh yang signifikan dari faktor eksternal terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di PT. BPRS Bumi Rijani Batu; (2) ada pengaruh yang signifikan dari faktor internal terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di PT. BPRS Bumi Rijani Batu; (3) ada pengaruh faktor perilaku nasabah yang terdiri faktor eksternal dan internal secara simultan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan di PT. BPRS Bumi Rijani Batu. Faktor eksternal, yaitu pengaruh lingkungan meliputi: kebudayaan, kelas sosial dan kelompok referensi. Sedangkan faktor internal yaitu pengaruh individual, meliputi: sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap dan kepribadian, gaya hidup, demografi dan pengaruh psikologis.

Zainuddin (2005), menyimpulkan bahwa terdapat 4 (empat) faktor yang secara signifikan dapat mempengaruhi masyarakat kota Depok memilih atau lebih suka (*prefer*) menggunakan jasa gadai syariah KCPS Margonda yaitu : faktor jenis kelamin, agama, pendidikan dan jarak. Sedangkan Musliati (2007), menyimpulkan bahwa dari faktor independen yaitu harga, kualitas pelayanan, emosional dan kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap faktor dependen yaitu kepuasan nasabah. Faktor kemudahan merupakan paling dominan terhadap kepuasan nasabah di perum pegadaian Syariah Mlati. Dari penelitian tersebut dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian ini bahwa kualitas pelayanan, harga,

kemudahan dan jarak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan hasil-hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang menjadikan pertimbangan nasabah dalam memilih alternatif pinjaman, seperti: faktor produk Islam, kualitas pelayanan, faktor eksternal dan internal, harga, kemudahan dan jarak. Oleh karena itu pengambilan keputusan dapat mempertimbangkan dengan melihat faktor-faktor tertentu dan menyesuaikannya dengan kondisi dan kebutuhan nasabah akan dana. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah peneliti menambahkan beberapa faktor produk pembiayaan dan gadai syariah yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Seperti: persyaratan, karakteristik, nilai pinjaman dan agunan/aset.

Dengan demikian, peneliti akan menganalisis faktor-faktor yang menjadi pertimbangan nasabah memilih alternatif pinjaman melalui pembiayaan, dan begitu juga pada faktor-faktor keputusan nasabah memilih gadai syariah, dari kedua hal tersebut dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan nasabah akan dana.

METODOLOGI

Desain studi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah tipe deskriptif, menurut Sugiono (2007) tipe ini berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan faktor mandiri, baik hanya pada satu faktor atau lebih (faktor mandiri adalah faktor berdiri sendiri, bukan faktor independen, karena kalau faktor independen selalu dipasangkan dengan faktor dependen). Permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini

adalah bentuk deskriptif, yaitu untuk mengetahui faktor-faktor nasabah dalam memilih pembiayaan atau gadai syariah.

Dalam studi ini populasi yang akan penulis gunakan adalah nasabah yang pernah melakukan pembiayaan atau gadai syariah. Sedangkan responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Hal ini dilakukan karena melihat kemampuan peneliti dari segi biaya, fasilitas, waktu yang tersedia, populasi yang ada atau yang bersedia untuk dijadikan sampel. Atas dasar ini maka peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yaitu nasabah yang pernah melakukan pembiayaan atau gadai syariah di wilayah Yogyakarta.

Sedangkan metode pengumpulan data-data dalam penelitian ini menggunakan dua sumber, yaitu *Pertama*, data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya atau objek penelitiannya atau data yang diperoleh dari responden dengan cara kuesioner. *Kedua*, data sekunder merupakan data diperoleh dari dokumentasi yang ada korelasi atau hubungan yang kuat untuk mendukung atau menambah referensi dalam penelitian ini. Dokumentasi merupakan data-data yang diperoleh melalui pengumpulan data via internet, dokumen hasil penelitian, dan buku-buku yang sesuai dengan topik penelitian.

Menurut sugiono (2002), instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara fisik, semua fenomena ini disebut faktor penelitian. Instrumen penelitian digunakan sebagai alat analisis data dan juga membantu dalam

pengumpulan data. Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah angket yang berisi butir-butir pertanyaan.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala perbandingan *rank order* yaitu responden diminta memberi urutan ranking menurut kriteria pemilihan dari nasabah yang pernah melakukan pembiayaan atau gadai syariah di wilayah Yogyakarta. Nilai datanya bersifat ordinal, analisis yang biasa digunakan adalah bersifat *conjoint* (gabungan). Faktor pembiayaan dan gadai syariah yang digunakan yaitu: 1) persyaratan, 2) karakteristik, 3) harga, 4) agunan, 5) pelayanan, 6) nilai pinjaman, dan 7) jarak.

Setiap indikator di atas, memiliki alternatif jawaban untuk mengetahui data dalam bentuk kuantitatif maka perlu diadakan penilaian pada setiap alternatif jawaban. Adapun cara pemberian nilai pada alternatif jawaban yang ada menggunakan *paired-comparison responses*, sebagai berikut:

$$Y_{i=} \begin{cases} 1 & \text{if item } i \text{ is preferred over item } k \\ 0 & \text{if item } k \text{ is preferred over item } i, \end{cases} \text{ (Olivares, 2005).}$$

Tabel 3 Instrumen Angket

Faktor	Pembiayaan	Gadai Syariah
Persyaratan : seperti membawa KTP, mengisi formulir
Karakteristik : produk yang di tawarkan bervariasi
Harga : besarnya beban dan biaya yang dibayarkan
Agunan : barang yang

dijamin		
Pelayanan : proses mudah, pencairan dana cepat dan fasilitas yang cukup
Nilai Pinjaman : jumlah pinjaman yang diperoleh
Jarak : jauh dekatnya lokasi produk/jasa yang ditawarkan

Instrumen angket di atas, model pengisiannya dilakukan dengan memberikan centang. Kolom yang diberi jawaban memiliki skor 1, sedangkan kolom yang kosong memiliki skor 0.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan faktor dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan faktor dari seluruh responden, menyajikan data tiap faktor yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan dua tahapan, diantaranya:

Pertama, statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (dalam Sugiyono, 2007). Deskriptif data digunakan untuk menjelaskan karakteristik responden.

Kedua, analisis verifikatif adalah analisis yang menggunakan data dari jawaban yang telah terkumpul dengan menggunakan perhitungan statistik. Dalam analisis verifikatif menggunakan analisis *Correspondence Analysis*. Analisis

Correspondence Analysis diartikan sebagai teknik penyajian data antar baris dan kolom kontingensi (dua arah yang kemudian dapat diperluas untuk tabel kontingensi multi arah) pada suatu ruang vector berdimensi kecil dan optimal (Hair dkk, 2006).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan analisis verifikatif menggunakan *Correspondency Analisis*, maka terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap variabel-variabel penelitian.

Uji Validitas

Valid berarti instrumen yang dipilih dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2002). Untuk menentukan suatu validitas adalah dengan mengkonsultasikan label *product moment* berdasarkan taraf signifikansi 5% dengan $N = 30$. dan $df = N - 2$. atau dalam kasus ini $df = 30 - 2 = 2$. maka didapat angka r tabel = 0,244 (Singgih: 2001. Jika r obserasi $>$ r label maka dikatakan valid dan sebaliknya jika r observasi $<$ r tabel maka dikatakan tidak valid. Berikut hasil uji validitas seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 4 Hasil Uji Validitas

Indikator	Item	N	r observasi	r tabel	Status
Persyaratan	1	30	0,645	0,244	Valid
Karakteristik	2	30	0,517	0,244	Valid
Harga	3	30	0,755	0,244	Valid
Agunan	4	30	0,602	0,244	Valid
Pelayanan	5	30	0,679	0,244	Valid
Nilai Pinjaman	6	30	0,680	0,244	Valid
Jarak	7	30	0,352	0,244	Valid

Sumber : Output SPSS 15.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari ketujuh faktor pada variabel pembiayaan yaitu persyaratan, karakteristik, harga, agunan, pelayanan, nilai pinjaman dan jarak menunjukkan r observasi $>$ r tabel. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel penelitian adalah valid.

Uji Reliabilitas

Kriteria yang digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas adalah apabila Nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,5. Berdasarkan pada uji realibilitas, diketahui hasil pengujian *reliabilitas* sebesar $0,745 > 0,5$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan telah memenuhi syarat reliabilitas atau dengan kata lain bahwa tingkat realibilitas kuesioner ini sangat reliabel sebagai instrumen penelitian.

Analisis Deskriptif Variabel

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh juga data mengenai tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun data selengkapnya adalah sebagai berikut :

Tabel 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel
Pembiayaan Syariah

Tanggapan	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	31	31%
Sedang	60	60%
Rendah	9	9%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel pembiayaan syariah

termasuk dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 31 orang atau sebesar 31%, diikuti kategori sedang sebanyak 60 orang atau sebesar 60%, sedangkan sisanya sebanyak 9 orang atau sebesar 9% dalam kategori rendah. Berdasarkan kondisi tersebut, hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel pembiayaan syariah termasuk kategori sedang.

Tabel 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gadai Syariah

Tanggapan	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	27	27%
Sedang	65	65%
Rendah	8	8%
Jumlah	100	100%

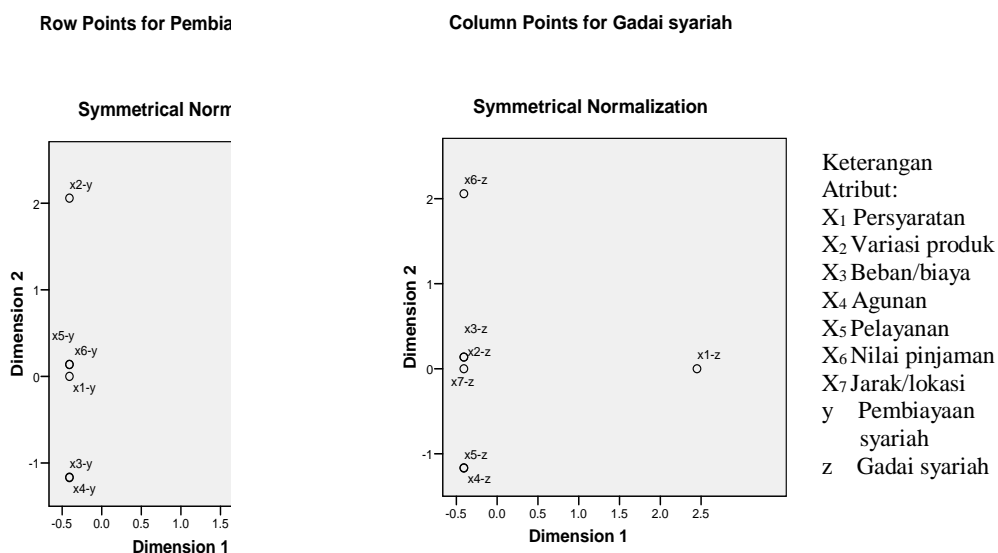
Sumber : Data primer diolah 2011

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel gadai syariah termasuk dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 27 orang atau sebesar 27%, diikuti kategori sedang sebanyak 65 orang atau sebesar 65%, sedangkan sisanya sebanyak 8 orang atau sebesar 8% dalam kategori rendah. Berdasarkan kondisi tersebut, hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel gadai syariah termasuk kategori sedang.

Analisis Verifikatif menggunakan *Correspondency Analysis*

Untuk mengetahui terjadinya *mutually exclusive* antara pembiayaan syariah dan gadai syariah, bahwa jika memilih pembiayaan syariah maka tidak memilih gadai syariah, begitu juga sebaliknya. Pada bagian ini berusaha menjawab hipotesis mengenai faktor-faktor yang membedakan atau menjadi pertimbangan nasabah untuk membuat keputusan dalam memilih pembiayaan atau gadai syariah dengan menggunakan

correspondency analysis. Diagram berikut menggambarkan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih pembiayaan syariah atau gadai syariah.



Berdasarkan gambar di atas menyajikan setiap faktor baris yang berbentuk kontingensi dan menyajikan setiap faktor kolom yang berbentuk kontingensi, sehingga dapat dimaknai bahwa yang membedakan faktor keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan syariah adalah faktor atribut jarak/lokasi (X₇-y). Hal tersebut terlihat pada gambar pembiayaan syariah yaitu faktor atribut jarak/lokasi (X₇-y) yang terpisah dengan faktor-faktor atribut yang lainnya seperti: variasi produk (X₂-y), pelayanan (X₅-y), nilai pinjaman (X₆-y), persyaratan (X₁-y), beban/biaya (X₃-y), dan agunan (X₄-y). Sedangkan pada gadai syariah, bahwa yang membedakan faktor keputusan nasabah dalam memilih gadai syariah adalah faktor atribut persyaratan

(X1-z). Hal tersebut terlihat pada gambar gadai syariah yaitu faktor atribut persyaratan (X1-z) yang terpisah dengan faktor-faktor atribut yang lainnya seperti: nilai pinjaman (X6-z), biaya/beban (X3-z), variasi produk (X2-z), jarak/lokasi (X7-z), pelayanan (X5-z), dan agunan (X4-z).

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis deskriptif variabel menunjukkan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel pembiayaan syariah termasuk kategori sedang yaitu sebesar 60%. Begitu juga mayoritas tanggapan responden terhadap variabel gadai syariah termasuk kategori sedang yaitu sebesar 65%.

Hasil penelitian berdasarkan analisis verifikatif diketahui bahwa faktor utama yang membedakan nasabah dalam memilih pembiayaan syariah adalah faktor jarak yaitu dekatnya lokasi jasa yang ditawarkan oleh pembiayaan syariah kepada nasabah. Jika jarak antara pembiayaan syariah dan gadai syariah sama dekatnya, maka nasabah akan lebih memilih pembiayaan syariah. Artinya semakin dekat lokasi pembiayaan syariah dari tempat domisili nasabah, maka pembiayaan syariah makin dipilih nasabah dalam memenuhi kebutuhan keuangannya.

Sedangkan faktor utama yang membedakan nasabah dalam memilih gadai syariah adalah faktor persyaratan yaitu mudahnya persyaratan yang ditawarkan oleh pegadaian syariah kepada nasabah. Jika persyaratan antara pembiayaan syariah dan gadai syariah sama mudahnya, maka nasabah akan lebih memilih gadai syariah. Artinya semakin mudah persyaratan yang diberikan kepada nasabah, maka gadai syariah makin dipilih nasabah dalam memenuhi kebutuhan keuangannya.

PENUTUP

Berdasarkan analisis data terhadap hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Faktor yang membedakan nasabah dalam memilih pembiayaan syariah adalah faktor dekatnya lokasi pembiayaan syariah.
2. Faktor yang membedakan nasabah dalam memilih gadai syariah adalah faktor persyaratan yang mudah ketika melakukan gadai syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin. (2008). *Hukum Gadai Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Antonio, M. Syafi'I. (1999). *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*. Bogor: Tazkia Institute.
- Arifin, Zainul. (2002). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Alfabet.
- B., Triton P. (2006). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 13.0 for Windows*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hair, dkk. (2006). *Multivariate Data Analysis*, 6th Ed, Pearson Education Inc, Singapore.
- Harjito, D. Agus. (2009). *Keuangan Perilaku Menganalisis Keputusan Investor*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Johnsson, Malena dkk. (2002). *Behavioral Finance. Master's Thesis in Finance Faculty Business Administration*. FEK 591
- Junusi, Rahman El. (2009). *Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah pada Bank Muamalat kota Semarang*.
- Mowen, John C. Michael Minor, (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

- Muhammad. (2005). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Musliati, Endang. (2007). *Analisis Pengaruh Faktor kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Perum Pegadaian Syariah Mlati Yogyakarta*. Skripsi. STEI Yogyakarta.
- Notoatmodjo. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Olivares, Albert Maydeu. (2005). *Structural Equation Modeling of Paired-Comparison and Ranking Data*. Journal of Psychological Methods 2005, Vol. 10, No. 3, 285-304.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : ANDI.
- Priyanto, Sigit Indra. (2011). *Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Tahun 2011*.
<http://sigitsoebroto.blogspot.com/2011/01/peluang-dan-tantangan-perbankan-syariah.html>. Akses 13 April 2011.
- Ritter, Jay R. (2003). *Behavioral Finance. Pacific-Basin Finance Journal* Vol. 11, No.4, pp.429-437
- Rodoni, Ahmad dan Abdul Hamid. (2008). *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Anwar, Rofii. (2010). *Analisis Perilaku Nasabah Terhadap Keputusan Mengambil Pembiayaan Di Bank Syari'ah (studi pada PT BPRS Bumi Rinjani Batu*. Skripsi. Universitas Negeri Malang.

- Severin, Eric dan Marie Christine Filareto Deghaye. (2007). *Determinan Of The Choice Leasing Vs Bank Loan: Evidence From The French Sme By Kacm*. Vol. 28. No.2. 120-130
- Seweel, Martin. (2010). *Behavioral Finance*. University of Cambridge. Februari 2007.
- Siamat, Dahlan. (2005). *Manajemen Lembaga keuangan Kebijakan Moneter dan Perbankan*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Soedibjo, Bambang S. (2004). *Pengantar Metode Penelitian*. Bandung: STIE PASIM.
- Soeratno dan Lincoln Arsyad. (2003). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Sudarsono, Heri. (2003). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Penerbit Ekonosia Fakultas Ekonomi UII (EKONISIA).
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. (2008). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Supranto, J. (2000). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Susilowati, Tri Pudji. (2008). *Pelaksanaan Gadai Dengan Sistem Syariah Di Perum Pegadaian Semarang*. Tesis. UNDIP Semarang.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Wahab

Umar, Husein. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Zainuddin. (2005). *Preferensi Masyarakat Terhadap Gadai Syariah Pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah (Kcps) Margonda Depok*.