

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Islam merupakan suatu sistem dan jalan hidup yang utuh dan terpadu, Islam memberikn panduan yang dinamis terhadap semua aspek kehidupan termasuk sektor bisnis dan transaksi keuangan. Hal ini terlihat dengan menggunakan prinsip syariah, karena diharapkan dengan menggunakan prinsip syariah islam dapat memberikan maslahat bagi umat manusia dan salah satu kelebihan dari lembaga keuangan syariah adalah tidak boleh meminta kelebihan dari pokok pinjaman, karena hal yang demikian ini termasuk riba. Sebagaimana kita ketahui bahwa riba di dalam islam itu sangatlah diharamkan.¹

Bank Syariah Mandiri Gadai Emas merupakan lembaga keuangan yang menyediakan fasilitas pinjaman dengan jaminan tertentu. Jaminan nasabah tersebut digadaikan dan kemudian ditaksir oleh pihak pegadaian untuk menilai besarnya nilai jaminan. Besarnya nilai jaminan akan mempengaruhi jumlah pinjaman.

Gadai merupakan salah satu kategori dari perjanjian utang-piutang, yang mana untuk suatu kepercayaan dari orang yang berpiutang, maka orang yang berhutang menggadaikan barangnya sebagai jaminan terhadap utangnya itu. Barang jaminan tetap milik orang yang menggadaikan (orang yang berutang) tetapi dikuasai oleh penerima gadai (yang berpiutang). Praktik seperti ini telah ada

¹Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alvabet, 2002), hlm 8.

sejak zaman Rasulullah SAW, dan Rasulullah sendiri pernah melakukannya. Gadai mempunyai nilai sosial yang sangat tinggi dan dilakukan secara sukarela atas dasar tolong menolong.²

BSM gadai emas merupakan salah satu alternatif pendanaan yang sangat efektif karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit atau yang dapat menyulitkan nasabah untuk memperoleh dana pinjaman, cukup dengan membawa barang jaminan yang bernilai ekonomis masyarakat sudah bisa mendapatkan dana untuk kebutuhannya, baik secara produktif maupun konsumtif. Disamping itu proses pencarian dana terbilang cepat dan mudah.

Sekarang ini selain terdapat pegadaian konvensional telah beroperasi pula pegadaian syariah yang memang didirikan pula Perum Pegadaian. Perkembangan konsep syariah ini merupakan upaya pegadaian untuk menghindari rente atau riba. Keberadaan pegadaian syariah pada awalnya didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga-lembaga keuangan syariah. Di samping itu juga dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip syariah.

Implementasi operasional BSM gadai emas hampir sama dengan pegadaian konvensional. BSM gadai emas juga menyalurkan uang pinjaman dengan jaminan barang bergerak, nasabah dapat memperoleh dana yang diperlukan dalam waktu yang relatif cepat.³

Secara umum, operasional gadai emas syariah mirip dengan jasa konvensional, yaitu menggadaikan barang untuk memperoleh jaminan uang dalam

²Muhammad Sholikul Hadi, *Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2003), hlm 2.

³Hendra, dkk, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 1997), Jilid 1, hlm 18.

jumlah tertentu. Untuk jasa ini dalam gadai konvensional dikenakan beban bunga, layaknya sistem keuangan yang diterapkan perbankan. Sementara dalam BSM gadai emas syariah, nasabah tidak dikenakan bunga tetap yang dipungut dari nasabah adalah biaya penitipan, pemeliharaan, penjagaan serta penaksiran barang yang digadaikan. Perbedaan utama antara biaya gadai emas syariah hanya sekali dan ditetapkan dimuka.⁴

Hadirnya BSM gadai emas sebagai sebuah lembaga keuangan formal, dan tugas menyalurkan pembiayaan dalam bentuk pemberian uang pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan berdasarkan hukum gadai syariah merupakan suatu hal yang perlu mendapatkan sambutan positif. Dalam gadai syariah, yang terpenting adalah dapat memberikan kemaslahatan sesuai dengan diharapkan masyarakat dan menjauhkan diri dari praktik-praktik riba, qimar (spekulasi), maupun gharar (ketidaktransparanan) yang berakibat terjadinya ketidakadilan dan kezaliman pada masyarakat dan nasabah.⁵

Salah satu kebiasaan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya adalah dengan meminjam uang kepada lembaga keuangan. Seperti pada saat paceklik, pada saat hari raya dan saat memasuki tahun ajaran baru. Hal ini dilakukan karena mereka beranggapan bahwa meminjam uang dengan cara menggadaikan emas sangatlah mudah.

Prosedur peminjaman uang di BSM gadai emas tidaklah sulit, masyarakat cukup membawa barang yang akan digadaikan selanjutnya barang tersebut akan

⁴Sofinayah, ed, *Mengatasi Masalah Dengan Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005) hlm 14.

⁵Sasli Rais, *Pegadian Syariah dan Sistem Operasional: Suatu kajian kontemporer*, (Jakarta: UI-Press, 2005), hlm 5.

ditaksir oleh petugas. Setelah proses penaksiran barang, maka akan ada kesepakatan antara nasabah BSM gadai emas dengan dengan petugas mengenai jumlah kredit yang akan di cairkan. Atas dasar inilah maka BSM gadai emas dicintai nasabahnya. Selain itu juga, BSM gadai emas mempunyai iklan yang menarik, yang berbunyi “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah” . Barang kali hal inilah yang menyebabkan masyarakat menyukainya. Namun, masyarakat mulai menyadari bahwa sistem pegadaian yang bersistemkan bunga itu justru menyusahkan masyarakat yang membutuhkan pinjaman uang karena bunganya yang cukup tinggi, maka disinilah hadir BSM gadai emas, yang dimana tidak memakai sistem bunga, melainkan *ujroh* (biaya penitipan).

Emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia. Emas juga mempunyai manfaat emosional untuk dinikmati keindahannya. Sudah ada kesepakatan budaya secara global bahwa emas adalah logam mulia dengan nilai estetis yang tinggi. Nilai keindahannya berpadu dengan harganya yang menarik sehingga jadilah emas sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, emas telah menjadi simbol status di berbagai sub-kultur di Indonesia.⁶

Guru-guru menginvestasikan uangnya ke dalam emas. Namun banyak juga di antara mereka menjadikan emas sebagai jaminan (agunan) kepada pemilik dana. Tempat yang mereka tuju adalah pegadaian, baik yang menganut sistem syariah maupun konvensional. Berdasarkan wawancara kepada nasabah pegadaian konvensional, sistem bunga di pegadaian konvensional terlalu besar. Namun

⁶ <http://www.Pegadaiansyariah.com>. Diakses pada tanggal 3 april 2015.

diapun tidak mengetahui ada gadai emas syariah, baik di pegadaian syariah maupun di perbankan syariah.⁷

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Bila Pemasar/penjual dapat memahami tentang pengetahuan produk yang baik dan benar maka ia akan mudah melakukan konfirmasi kepada konsumen/pelanggan untuk memastikan pembelian produk. Pengetahuan produk juga meliputi berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan produk juga terdiri dari atas pengetahuan tentang di mana membeli produk, dan kapan membeli produk. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan di mana ia membeli produk tersebut dan kapan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya.⁸

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.⁹

Beberapa studi sebelumnya mengenai keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh pengetahuan masyarakat terhadap produk telah dilakukan oleh beberapa penelitian, antara lain:

⁷Hasil wawancara dengan ibu imas di pegadaian konvensional. Garut, 15 Maret 2015.

⁸Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

⁹Hendri, Ma'ruf 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

1. Penelitian Muhammad Irfan yang meneliti pengetahuan masyarakat akan produk BRI Syariah terhadap keputusan pembelian. Populasi yang diambil adalah masyarakat Ngampilan, Yogyakarta. Pengambilan sampel ini dikarenakan letak secara geografis, yang mana jaraknya sangat dekat dengan unit kantor BRI Syariah. Pada penelitian ini dihasilkan kesimpulan, bahwa pengetahuan tentang produk-produk perbankan syariah berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk BRI Syariah Yogyakarta.¹⁰
2. Penelitian Dwi Ratih Khoishah dalam menganalisis minat konsumen menggunakan produk shar- dengan menggunakan dugaan kuat adanya atribur “bebas riba dan investasi halal” paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk shar-e pada Bank Muammalat Indonesia. Dalam penelitiannya, ia memberikan kesimpulan bahwa keputusan konsumen dalam memilih produk share-e dapat dijelaskan oleh variabel sikap konsumen dan norma subyektif sebesar 50,2% dan sisanya 49,8% dijelaskan oleh variabel lain.¹¹

Penelitian di atas menunjukkan bahwa pengetahuan terhadap produk amatlah penting, baik bagi produsen maupun konsumen. Juga tidak kalah pentingnya adalah pengetahuan mengenai prinsip oprasional produk, mengingat perilaku konsumen muslim yang lebih melihat sisi *kemaslahahan* (kemanfaatan secara *syar'i*) dalam mengkonsumsi suatu produk. Akan tetapi, bagaimana dengan

¹⁰Muhammad Irfan “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk-produk BRI Syariah Cabang Yogyakarta.

¹¹Dwi Ratih Kholishah, “Analisis Minat Konsumen Memilih Produk Shar-E pada Bank Muammalat Indonesia Cabang Yogyakarta”.

produk yang secara pengetahuan masyarakat kebanyakan itu berbeda? Berdasarkan sedikit pemaparan sebelumnya, maka peneliti akan melakukan penelitian yang bertemakan “**PENGARUH PEMAHAMAN PRODUK GADAI EMAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GADAI EMAS DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG GARUT ”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan beberapa uraian yang dipaparkan, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemahaman guru-guru SD kec. Pasirwangi terhadap produk gadai emas di Bank Syariah Mandiri cabang Garut?
2. Bagaimana keputusan pembelian produk gadai emas Bank Syariah Mandiri cabang Garut dikalangan Guru-guru SD ?
3. Sejauh manapengaruh pemahaman produk gadai emas Bank Syariah Mandiri Cabang Garut terhadap keputusan pembelian dikalangan Guru-guru SD Kecamatan Pasirwangi Garut?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pemahaman Guru-guru SD Kec.Pasirwangi terhadap produk gadai emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Garut.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian terhadap produk gadai emas Bank Syariah Mandiri cabang Garut dikalangan Guru-guru SD Kecamatan Pasirwangi Garut.

3. Untuk menganalisis pengaruh pemahaman produk gadai emas Bank Syariah Mandiri cabang Garut terhadap keputusan pembelian dikalangan Guru-guru SD Kecamatan Pasirwangi Garut.

1.4 Kerangka Pemikiran

Gadai emas bisa dilakukan di Perbankan Syariah (Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah) atau Pegadaian Syariah. Gadai Emas di Perbankan Syariah diatur berdasarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI), Surat Edaran Bank Indonesia (SE-BI), dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (Fatwa DSN-MUI). Disisi lain, Gadai Emas Syariah di Pegadaian syariah hanya diatur berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (Fatwa DSN-MUI), sebab pegadaian tidak termasuk lembaga yang diatasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Gadai Emas merupakan produk pebiayaan atas dasar jaminan berupa emas dalam bentuk batang maupun perhiasan sebagai salah atu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat, aman, dan mudah. Cepat berarti pihak nasabah dapat memperoleh dana pinjaman tanpa prosedur yang panjang dibandingkan dengan produk pembiayaan lain. Aman karena pihak pegadaian syariah memiliki barang jaminan,yaitu emas yang bernilai tinggi dan relatif stabil bahkan nilainya cenderung bertambah. Mudah berarti pihak nasabah dapat kembali memiliki emas yang digadaikan dengan mengembalikan sejumlah uang pinjaman dari bank. Pihak bank juga dapat dengan mudah menjual emas yang digadaikan dengan harga yang bersaing apabila debitur wanprestasi karena harga emas cenderung stabil bahkan meningkat.

Prinsip operasional BSM gadai emas hampir bermiripan dengan pegadaian konvensional, seperti halnya pegadaian konvensional, BSM gadai emas juga menyalurkan uang pinjaman dengan jaminan barang bergerak. Prosedur untuk memperoleh pembiayaan BSM gadai emas sangat sederhana, masyarakat hanya menunjukkan bukti identitas diri dan barang bergerak sebagai jaminan, uang pinjaman dapat diperoleh dalam waktu yang tidak relatif lama (kurang lebih 15 menit saja). Begitupun untuk melunasi pinjaman, nasabah cukup dengan menyerahkan sejumlah uang dan surat bukti rahn saja dengan waktu yang juga singkat.¹²

Disamping beberapa kemiripan dari beberapa segi, jika ditinjau dari aspek landasan konsep, teknik transaksi, dan pendanaan. BSM gadai emas memiliki ciri tersendiri yang implementasinya sangat berbeda dengan pegadaian konvensional.

Landasan konsep BSM gadai emas sebagaimana halnya institusi yang berlabel syariah, maka landasan konsep pegadaian syariah juga mengacu kepada syariah Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist Nabi SAW. Landasan ini kemudian diperkuat dengan fatwa Dewan Syariah Nasional no 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 juni 2002 yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn diperbolehkan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *marhun* (barang) sampai semua utang *rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.

¹²[www///Mandirisyariah.com](http://www.Mandirisyariah.com)Diakses pada tanggal 8 April 2015.

2. *Marhun* (barang) dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahin* (yang menyerahkan barang). Pada prinsipnya *marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *murtahin* kecuali seizin *rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan perawatannya.
3. Pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *rahin*.
4. Besar biaya administrasi dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.
5. Penjualan *marhun* (barang)
 - a. Apabila jatuh tempo, *murtahin* memperingatkan *rahin* untuk segera melunasi utangnya.
 - b. Apabila *rahin* tetap tidak melunasi utangnya, maka *marhun* dijual paksa/diekekusi.
 - c. Hasil penjualan *marhun* digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.
 - d. Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *rahin*.
6. Jika salah satu pihak tidak dapat menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan diantara kedua pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

7. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari terdapat kekeliruan akan diubah dan disempurnakan sebagai mana mestinya.

Dalam transaksi gadai emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Garut menggunakan akad *Qard al-Hasan*, akad ini digunakan nasabah untuk tujuan konsumtif. Oleh karena itu nasabah akan dikenakan biaya perawatan dan penjagaan barang gadai. Ketentuannya barang gadai hanya dapat dimanfaatkan dengan jalan menjual, seperti emas. Karena bersifat sosial, maka tidak ada pembagian hasil. Pihak Bank hanya diperkenankan untuk mengenakan biaya administrasi kepada *rahin*.

Pemasaran adalah proses sosial dimana individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.¹³

Bauran pemasaran adalah perangkat alat yang digunakan oleh pemasaran untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari pasar sasaran. Ada 4 unsur bauran pemasaran yaitu :

1. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan, sedangkan dalam makna sempit produk adalah sekumpulan atribut fisik yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi.

2. Harga

¹³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 Jakarta:PT. IndeksKelompokGramedia.

Harga adalah sejumlah uang yang akan dibayarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan suatu produk dari perusahaan.

3. Promosi

Promosi adalah aktivitas untuk mengkomunikasikan berbagai keunggulan yang dimiliki suatu produk, dan mempengaruhi target market untuk membeli produk tersebut.

4. Tempat

Distribusi merupakan tempat termasuk berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan agar produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen.

Dari definisi yang ada, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang terdiri dari produk, harga promosi, dan tempat yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai pasar sasaran yang dituju.

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Proses keputusan konsumen bukanlah berakhir dengan pembelian, namun dilanjut hingga pembelian tersebut menjadi pengalaman konsumen dalam menggunakan produk yang dibeli tersebut. Pengalaman itu akan menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan pembelian dimasa depan.¹⁴

Menurut Kotler tahapan evaluasi alternatif dan keputusan pembelian terhadap minat membeli awal, yang mengukur kecenderungan pelanggan untuk

¹⁴Hendri Ma'ruf 2006. *Pemasaran Ritel*. (Jakarta: PT.GramediaPustakaUtama.), hlm 20

melakukan suatu tindakan tertentu terhadap produk secara keseluruhan. Proses pengambilan keputusan terdapat lima tahapan, meliputi: Pengenalan masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, Prilaku pasca pembelian.¹⁵

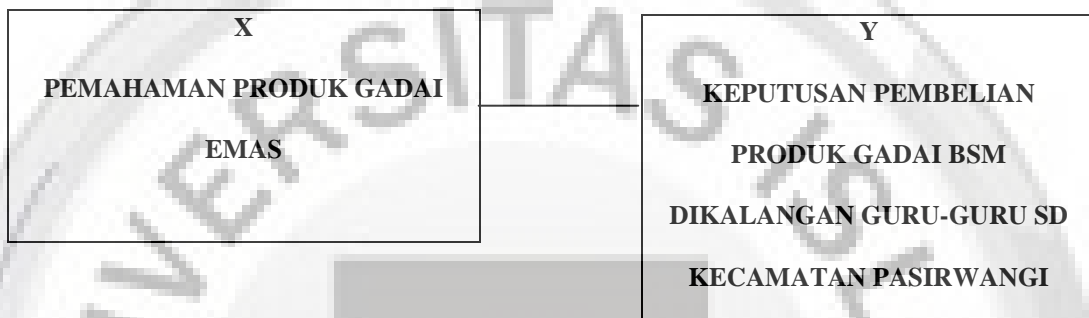
Faktor pendorong yang sangat kuat dalam pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh sejumlah orang memiliki keterlibatan dalam keputusan pembelian. Dan orang yang memiliki keterlibatan dalam keputusan pembelian adalah orang yang menyadari pertama kali adanya kebutuhan yang belum terpenuhi dan berinisiatif mengusulkan untuk membeli produk tertentu.

Prilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului tindakan tersebut. Prilaku konsumen terbagi dua bagian, yang pertama adalah perilaku yang tampak, variabel-variabel yang termasuk ke dalamnya adalah jumlah pembelian, waktu, karena siapa, dengan siapa dan bagaimana konsumen melakukan pembelian. Yang kedua adalah perilaku yang tidak tampak variabel-variabelnya antara lain adalah persepsi, ingatan terhadap informasi dan perasaan kepemilikan oleh konsumen.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu, faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Peranan yang dimainkan adalah budaya, sub budaya dan kelas sosial. Perilaku seseorang juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok referensi, keluarga,

¹⁵*Op.cit. hlm 40.*

status dan peranan sosial. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Dan ada empat faktor utama dari psikologis yang mempengaruhi pembelian, yaitu motivasi, persepsi, kepercayaan dan sikap.¹⁶



Gambar1.1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis

1. Pemahaman produk gadai emas Bank Syariah Mandiri di kalangan Guru-guru SD Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut cukup tinggi.
2. Keputusan pembelian produk gadai emas di Bank Syariah Mandiri di kalangan guru-guru SD Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut cukup tinggi.
3. Ada pengaruh yang signifikan antara pemahaman produk gadai emas terhadap keputusan pembelian produk gadai emas Bank Syariah Mandiri di kalangan guru-guru SD Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut.

¹⁶Philip Kotler, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: UI-2007), hlm56.

1.5 Metode dan Teknik Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih dengan alasan bahwa data-data yang terkumpul adalah data kuantitatif berupa angka-angka, dan diolah dengan menggunakan statistik. Adapun metode yang digunakan adalah metode deskriptif yang bersifat *ex post facto*. "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk mengolah data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi". (Sugiono, 1999 : 169) Sedangkan Subana dan Sudrajat (2001 : 26) berpendapat, "Penelitian deskriptif adalah penelitian tentang gejala dan keadaan yang dialami sekarang oleh subjek yang sedang diteliti".

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang menggambarkan situasi dan kondisi subjek penelitian pada saat diteliti melalui data-data yang diperoleh. Sedangkan Sugiyono pada Riduwan (2008 : 50) menyatakan, "Penelitian *ex post facto* adalah suatu penelitian yang dilaksanakan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian melihat ke belakang faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut".

1.5.1 Sumber Data

Data adalah hasil pencatatan penelitian, baik berupa fakta atau angka. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang menjadi sumber penelitian di lapangan. Yaitu guru-guru Sekolah Dasar

kecamatan Pasirwangi dengan cara pengisian kusioner yang telah disusun sebelumnya.

- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari mengutip berbagai sumber tertulis yang erat kaitannya dengan penelitian ini, seperti buku, agenda, naskah-naskah dan sebagainya. buku-buku literatur, hasil-hasil penelitian atau seminar, serta koran, majalah, dan internet.

1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan ditempuh dengan mempertimbangkan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Kusioner, dilakukan dengan cara memberikan bentuk pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun sesuai dengan kebutuhan penelitian kepada guru-guru Sekolah Dasar kecamatan Pasirwangi.
- b) Studi kepustakaan, diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik.

1.5.3 Populasi dan Sampel

- a) Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian. Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah Guru-guru SD kecamatan Pasirwangi Garut. Dimana terdapat 33 Sekolah Dasar dan terdapat 8 orang guru dalam setiap 1 Sekolah Dasar. Sehingga total populasi dari penelitian ini adalah 264.

b) Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu. Pengambilan sample dilakukan dengan satu teknik *probability sampling*. Dalam penentuan ini akan menggunakan *Simple Random Sampling*.

Simple Random Sampling adalah cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut. Adapun jumlah sample minimal adalah :

$$N = \frac{N}{N.d^2 + 1} = \frac{150}{150.0,05^2 + 1} = 110$$

1.5.4 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, operasional variabel penelitian dan pengukuran variable dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 1.1
Operasional Variabel

| Variabel | Definisi | Indikator | Skala |
|----------------------|---|--|---------|
| Pemahaman Produk (X) | Bagaimana konsumen mempertahankan, membedakan, memperluas, menyimpulkan terhadap suatu produk | <ul style="list-style-type: none">• Kualitas Produk• Promosi• Prinsip Operasional prodak | Ordinal |
| Keputusan | Keputusan | <ul style="list-style-type: none">• Pengenalan | Ordinal |

| | | | |
|------------------|---|---|--|
| Pembelian (Y) | pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. | Masalah <ul style="list-style-type: none"> • Pencarian Informasi • Layanan • Prilaku pasca pembelian | |
|------------------|---|---|--|

1.5.5 Teknik Analisis Data

a) Uji validitas

Berkaitan dengan uji validitas instrumen Arikunto (1995:63-69) pada Riduwan (2004:109) menjelaskan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Untuk menguji validitas alat ukur terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Dalam hal ini digunakan rumus *Pearson Product Momen*.

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam hal ini digunakan metode belah dua (*split half method*) dan untuk mengukur reliabilitas secara keseluruhan digunakan rumus *Sperman Brown*.

c) Analisis Korelasi, Determinansi, dan Signifikansi

Analisis korelasi merupakan suatu analisis untuk menemukan ada atau tidaknya korelasi/hubungan antara dua atau beberapa variabel, selanjutnya diketahui apakah suatu variabel (*independent variabel*) mempengaruhi variabel yang lain (*defendent variabel*). Analisis determinansi merupakan suatu analisis untuk menemukan besaran (persentase) pengaruh suatu variabel (*independent variabel*) terhadap variabel lain (*defendent variabel*). Sedangkan analisis signifikansi merupakan suatu analisis untuk menemukan intensitas kebermaknaan pengaruh suatu variabel (*independent variabel*) terhadap variabel lain (*defendent variabel*).

Semua langkah analisis data peneliti lakukan terhadap data-data kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner dengan bantuan *Microsoft Office Excel*.

1.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa studi sebelumnya mengenai keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh pengetahuan masyarakat terhadap produk telah dilakukan oleh beberapa penelitian, antara lain:

3. Penelitian Muhammad irfan yang meneliti pengetahuan masyarakat akan produk BRI Syariah terhadap keputusan pembelian. Populasi yang diambil adalah masyarakat Ngampilan, Yogyakarta. Pengambilan sampel ini dikarenakan letak secara geografis, yang mana jaraknya sangat dekat dengan unit kantor BRI Syariah. Pada penelitian ini dihasilkan kesimpulan, bahwa pengetahuan tentang produk-produk perbankan syariah

berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk BRI Syariah Yogyakarta.

4. Penelitian Dwi Ratih Khoishah dalam menganalisis minat konsumen menggunakan produk shar- dengan menggunakan dugaan kuat adanya atribur “bebas riba dan investasi halal” paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk shar-e pada Bank Muammalat Indonesia. Dalam penelitiannya, ia memberikan kesimpulan bahwa keputusan konsumen dalam memilih produk share-e dapat dijelaskan oleh variabel sikap konsumen dan norma subyektif sebesar 50,2% dan sisanya 49,8% dijelaskan oleh variabel lain.

1.7 Sistematika Penulisan

Pembahasan-pembahasan dalam penulisan ini, terdapat sistematika yang dibagi menjadi 5 (lima) bab, yang mana setiap babnya membahas secara garis besarnya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, metode dan teknik penelitian, penelitian terdahulu, serta sistematika penulisan.

BAB II KONSEP GADAI EMAS SYARIAH DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN, bab ini berisi Konsep Umum Gadai Emas Syariah, pengertian Gadai, pengertian Emas, pengertian Keputusan Pembelian.

BAB III OBJEK PENELITIAN MENGENAI PROFIL BANK SYARIAH MANDIRI, meliputi Objek Penelitian dan Pelaksanaan Gadai Emas Syariah di Bank Syariah Mandiri.

**BAB IV PENGARUH PEMAHAMAN PRODUK GADAI EMAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GADAI
EMAS DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG**

GARUT ,berisi Identitas Responden, Uji Validitas dan Reliabilitas, Pemahaman produk, Keputusan pembelian produk gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Garut, Pengaruh pemahaman produk Bank Syariah Mandiri dai emas syariah Bank Syariah Mandiri KC Garut terhadap keputusan pembelian.

BAB V PENUTUP, berisi Simpulan dan Saran.