

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK GADAI EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH UPS JELUTUNG

***Ferta Aminah Atnadiah¹, Nisya Puspita Safitri², Tika Yuniarti³**

Universitas Islam Mamba'ul Ulum Jambi, Indonesia

*atnadiah.ferta83@gmail.com

Abstract:

This study seeks to examine the factors that influence customers' decisions when selecting gold pawn services at Pegadaian Sharia UPS Jelutung. A qualitative descriptive method was applied, with data gathered through observation, interviews, and documentation. The findings indicate that customer decisions are shaped by both internal and external factors. Internal factors consist of motivation, personality, perception, occupation, and financial condition, with urgent financial needs emerging as the most dominant influence. On the other hand, external factors include cultural background, religious considerations, promotional activities, product features, and service quality. Among these, service quality and adherence to Islamic principles are identified as the most significant external determinants. The gold pawn service is perceived as an efficient short-term financing option due to its quick processing, straightforward requirements, secure collateral system, and compliance with sharia principles. Overall, customer decision-making results from the interplay between internal needs and external environmental influences.

Keywords:

consumer behavior, customer decision, gold pawn, sharia pawnshop, sharia finance

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji berbagai faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas di Pegadaian Syariah UPS Jelutung. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan nasabah dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, kepribadian, persepsi, pekerjaan, serta kondisi ekonomi, di mana kebutuhan dana yang mendesak menjadi faktor yang paling dominan. Sementara itu, faktor eksternal mencakup aspek budaya, agama, promosi, karakteristik produk, dan kualitas layanan. Dari berbagai faktor tersebut, kualitas pelayanan dan kesesuaian dengan prinsip syariah menjadi faktor eksternal yang paling berpengaruh. Produk gadai emas dinilai sebagai solusi pembiayaan jangka pendek yang efektif karena prosesnya cepat, persyaratan mudah, jaminan aman, serta sesuai dengan prinsip syariah. Secara keseluruhan, keputusan nasabah terbentuk dari interaksi antara kebutuhan internal dan pengaruh lingkungan eksternal.

Kata Kunci:

gadai emas, keuangan syariah, keputusan nasabah, pegadaian syariah, perilaku konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren pertumbuhan yang cukup pesat. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat, khususnya umat Islam, untuk menggunakan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Tidak hanya berkembang pada sektor perbankan, lembaga keuangan syariah juga mengalami kemajuan di sektor non-bank, salah satunya adalah Pegadaian Syariah yang menawarkan layanan pembiayaan dengan akad rahn atau gadai.

Pegadaian Syariah hadir sebagai alternatif pembiayaan yang memberikan solusi bagi masyarakat yang membutuhkan dana secara cepat tanpa melanggar prinsip syariah. Kehadirannya didorong oleh kebutuhan akan layanan keuangan yang terbebas dari unsur riba serta memberikan rasa aman dalam bertransaksi. Dalam perspektif Islam, praktik gadai memiliki dasar hukum yang jelas (Antonio, 2001). Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 283 yang menekankan pentingnya adanya jaminan dalam transaksi utang. Prinsip ini menjadi landasan operasional Pegadaian Syariah dalam menjalankan layanan yang mengedepankan nilai keadilan, transparansi, dan kepercayaan.

Salah satu produk yang paling diminati oleh masyarakat adalah gadai emas berbasis syariah. Produk ini memungkinkan nasabah memperoleh dana tunai dengan menjadikan emas sebagai jaminan tanpa kehilangan hak kepemilikan atas aset tersebut. Emas memiliki karakteristik nilai yang relatif stabil, mudah dicairkan, serta berfungsi sebagai penyimpan nilai (Huda dan Nasution, 2008). Sehingga menjadikannya pilihan yang aman dan praktis sebagai solusi pembiayaan jangka pendek.

Peningkatan penggunaan produk gadai emas juga dipengaruhi oleh kondisi ekonomi masyarakat yang dinamis. Berbagai kebutuhan mendesak, seperti kebutuhan rumah tangga, pendidikan, kesehatan, hingga modal usaha, mendorong masyarakat untuk mencari sumber dana yang cepat dan mudah diakses. Dalam hal ini, Pegadaian Syariah menawarkan kemudahan prosedur, proses yang cepat, serta kepastian nilai jaminan, sehingga menjadi alternatif yang relevan untuk memenuhi kebutuhan finansial jangka pendek.

Fenomena tersebut juga terlihat pada Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jelutung di Kota Jambi. Unit ini berperan penting dalam menyediakan layanan pembiayaan berbasis syariah bagi masyarakat dengan berbagai latar belakang ekonomi. Data menunjukkan bahwa jumlah nasabah gadai emas di UPS Jelutung terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, yang mencerminkan tingginya minat serta kepercayaan masyarakat terhadap layanan ini.

Meningkatnya jumlah nasabah tersebut menunjukkan bahwa produk gadai emas tidak hanya dianggap sebagai solusi keuangan, tetapi juga sebagai layanan yang memberikan kemudahan, keamanan, dan kesesuaian dengan nilai-nilai syariah. Namun, keputusan nasabah dalam memilih produk ini tidak terjadi secara instan, melainkan melalui proses pertimbangan yang melibatkan berbagai faktor. Faktor-faktor tersebut mencakup aspek internal seperti motivasi, persepsi, kepribadian, pekerjaan, dan kondisi ekonomi, serta faktor eksternal seperti budaya, agama, promosi, karakteristik produk, dan kualitas pelayanan.

Berdasarkan teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), keputusan pembelian dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal tersebut. Dalam konteks gadai emas, faktor-faktor ini berperan dalam membentuk preferensi serta menentukan pilihan nasabah terhadap layanan yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan mereka.

Hasil pengamatan awal menunjukkan bahwa kebutuhan dana yang mendesak menjadi alasan utama nasabah menggunakan produk gadai emas. Selain itu, kemudahan proses, keamanan jaminan, serta kesesuaian dengan prinsip syariah juga menjadi pertimbangan penting. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh aspek ekonomi, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, dan religius.

Di samping itu, faktor eksternal seperti kualitas pelayanan, strategi promosi, serta karakteristik produk turut memberikan pengaruh yang signifikan. Pelayanan yang cepat, ramah, dan informatif dapat meningkatkan kepuasan serta kepercayaan nasabah, sehingga mendorong penggunaan layanan secara berkelanjutan. Sementara itu, promosi yang efektif dapat memperluas pemahaman masyarakat terhadap produk gadai emas dan meningkatkan minat penggunaan.

Dengan demikian, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas, khususnya di Pegadaian UPS Jelutung. Analisis ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai perilaku nasabah dan menjadi dasar dalam penyusunan strategi pelayanan serta pemasaran yang lebih efektif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jelutung. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dalam pengembangan ekonomi syariah serta secara praktis bagi lembaga keuangan dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena sosial, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas di Pegadaian Syariah. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan kondisi nyata di lapangan serta menekankan pada pemaknaan, persepsi, dan pengalaman yang dirasakan oleh nasabah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi guna mendapatkan data yang valid dan sesuai dengan kondisi sebenarnya. Penelitian ini dilaksanakan di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jelutung, Kota Jambi, dengan waktu pelaksanaan pada bulan September hingga Desember 2025.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari informan melalui kegiatan observasi dan wawancara dengan nasabah pengguna produk gadai emas. Adapun data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal, dokumen, serta referensi lain yang relevan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung situasi dan aktivitas di lokasi penelitian. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat menggali informasi secara lebih mendalam mengenai pengalaman serta pertimbangan nasabah dalam memilih produk gadai emas. Sementara itu, dokumentasi digunakan sebagai pelengkap data berupa arsip, catatan, maupun dokumen resmi yang berkaitan dengan penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2018). Pada tahap reduksi data, peneliti menyaring dan merangkum data yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi yang sistematis agar mudah dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan berdasarkan pola serta hubungan yang ditemukan dari hasil analisis data.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan juga pengujian kredibilitas,

transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas guna menjamin bahwa data yang dihasilkan dapat dipercaya serta memiliki dasar ilmiah yang kuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan sebanyak 20 responden yang merupakan nasabah Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jelutung Jambi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diperoleh informasi bahwa sebagian besar responden adalah perempuan dengan persentase 85%, sedangkan laki-laki hanya sebesar 15%. Hal ini mengindikasikan bahwa perempuan lebih dominan dalam memanfaatkan layanan gadai emas, yang umumnya berkaitan dengan kepemilikan emas dalam bentuk perhiasan sebagai aset simpanan.

Dilihat dari segi usia, mayoritas responden berada pada rentang usia produktif, yaitu 31–40 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa produk gadai emas banyak dimanfaatkan oleh individu yang aktif secara ekonomi dan memiliki kebutuhan keuangan yang cukup tinggi. Selain itu, dari sisi lama menjadi nasabah, sebagian besar responden telah menggunakan layanan Pegadaian selama 1 hingga 3 tahun, yang mencerminkan adanya tingkat kepercayaan serta loyalitas terhadap layanan yang diberikan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas sebagian besar didorong oleh kebutuhan dana yang bersifat mendesak, dengan persentase mencapai 50%. Selain itu, faktor kemudahan dan kecepatan proses, keamanan jaminan, serta kesesuaian dengan prinsip syariah masing-masing memberikan kontribusi sebesar 10%. Sementara itu, tingkat kepercayaan terhadap Pegadaian Syariah memberikan pengaruh sebesar 5%, dan faktor lainnya menyumbang sekitar 15%.

Temuan ini menunjukkan bahwa gadai emas tidak hanya berfungsi sebagai alternatif pembiayaan, tetapi juga telah menjadi solusi utama dalam memenuhi kebutuhan keuangan jangka pendek masyarakat. Selain itu, adanya peningkatan jumlah nasabah dari waktu ke waktu mengindikasikan bahwa produk ini semakin diterima oleh masyarakat serta menunjukkan perkembangan yang positif.

Pembahasan

1. Analisis Faktor Internal terhadap Keputusan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal memiliki peranan penting dalam menentukan keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas. Faktor-faktor internal yang dimaksud mencakup motivasi, persepsi, kepribadian, pekerjaan, serta kondisi ekonomi.

Di antara faktor tersebut, motivasi menjadi faktor yang paling dominan. Hal ini terlihat dari tingginya jumlah nasabah yang menggunakan layanan gadai emas karena adanya kebutuhan dana yang bersifat mendesak. Dalam teori perilaku konsumen, motivasi dipahami sebagai dorongan dari dalam diri individu yang muncul akibat adanya perbedaan antara kondisi yang diharapkan dengan kondisi nyata (Kotler dan Keller, 2016). Dalam konteks penelitian ini, kebutuhan finansial yang mendesak mendorong nasabah untuk segera mengambil keputusan, dan gadai emas dipilih karena menawarkan proses cepat serta prosedur yang sederhana.

Selain motivasi, persepsi nasabah terhadap Pegadaian Syariah juga memegang peranan penting. Persepsi merupakan proses kognitif yang memengaruhi cara individu menilai suatu layanan (Kotler dan Keller, 2016). Dalam penelitian ini, nasabah memiliki pandangan positif terhadap Pegadaian Syariah sebagai lembaga yang aman, terpercaya, dan resmi. Persepsi ini terbentuk dari pengalaman pribadi, reputasi lembaga, serta informasi yang diperoleh dari lingkungan sosial, sehingga mampu meningkatkan keyakinan dan mengurangi risiko yang dirasakan.

Kepribadian nasabah juga turut memengaruhi keputusan yang diambil. Nasabah dengan karakter yang cenderung berhati-hati dan menghindari risiko lebih memilih gadai emas karena dianggap lebih aman dibandingkan alternatif lain, seperti pinjaman berbunga atau penjualan aset. Produk ini memberikan rasa aman karena kepemilikan aset tetap terjaga dan dapat ditebus kembali di kemudian hari.

Faktor pekerjaan juga berpengaruh terhadap pola pengambilan keputusan. Nasabah yang bekerja di sektor informal atau memiliki pendapatan yang tidak tetap cenderung memilih gadai emas karena tidak memerlukan persyaratan administrasi yang rumit. Fleksibilitas ini menjadikan produk gadai emas dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat tanpa harus memenuhi persyaratan formal yang ketat.

Selain itu, kondisi ekonomi juga menjadi faktor yang signifikan. Ketika kondisi ekonomi tidak stabil, nasabah cenderung mencari solusi pembiayaan yang cepat, aman, dan

minim risiko. Gadai emas menjadi pilihan karena memungkinkan memperoleh dana tanpa harus kehilangan aset yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa situasi ekonomi memiliki pengaruh besar terhadap keputusan nasabah.

2. Analisis Faktor Eksternal terhadap Keputusan Nasabah

Selain faktor internal, faktor eksternal juga memiliki peranan penting dalam memengaruhi keputusan nasabah. Faktor eksternal tersebut meliputi budaya, agama, promosi, karakteristik produk, dan kualitas pelayanan.

Budaya menjadi salah satu faktor yang membentuk kebiasaan masyarakat dalam memanfaatkan emas sebagai aset (Kotler dan Keller, 2016). Dalam kehidupan masyarakat, emas tidak hanya digunakan sebagai perhiasan, tetapi juga sebagai sarana penyimpanan nilai. Praktik menggadaikan emas saat membutuhkan dana telah menjadi hal yang umum, sehingga keputusan untuk menggunakan layanan gadai emas tidak lagi dianggap sebagai sesuatu yang asing.

Aspek agama juga memiliki pengaruh yang kuat. Banyak nasabah memilih Pegadaian Syariah karena sistem operasionalnya sesuai dengan prinsip Islam, terutama bebas dari riba. Nilai religius memberikan rasa tenang dan keyakinan bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan.

Promosi turut berperan dalam meningkatkan pengetahuan dan minat masyarakat terhadap produk gadai emas. Informasi yang disampaikan melalui berbagai media maupun interaksi langsung dengan petugas membantu nasabah memahami produk dengan lebih baik. Promosi yang efektif mampu mengurangi ketidakpastian dan mendorong pengambilan keputusan.

Dari sisi produk, gadai emas memiliki sejumlah keunggulan, seperti proses yang cepat, persyaratan yang mudah, serta jaminan keamanan barang. Fleksibilitas dalam proses penebusan juga menjadi daya tarik tersendiri. Selain itu, kejelasan akad dan transparansi biaya meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap produk tersebut.

Pelayanan menjadi faktor eksternal yang paling dominan dalam penelitian ini. Kualitas pelayanan yang baik, seperti sikap ramah, kecepatan pelayanan, serta kejelasan informasi, memberikan pengalaman positif bagi nasabah. Dalam konsep pemasaran jasa, kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas

pelanggan. Pelayanan yang optimal tidak hanya memengaruhi keputusan awal, tetapi juga mendorong penggunaan ulang layanan (Kotler dan Keller, 2016).

3. Sintesis Faktor Internal dan Eksternal dalam Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas merupakan hasil interaksi antara faktor internal dan eksternal. Faktor internal berperan sebagai pendorong utama, sedangkan faktor eksternal berfungsi sebagai penguat keputusan.

Motivasi yang berasal dari kebutuhan dana mendesak menjadi titik awal dalam proses pengambilan keputusan. Selanjutnya, faktor eksternal seperti kualitas pelayanan, keunggulan produk, serta kesesuaian dengan prinsip syariah memperkuat keyakinan nasabah dalam memilih layanan gadai emas.

Interaksi antara kedua faktor tersebut menunjukkan bahwa keputusan nasabah bersifat kompleks dan melibatkan berbagai dimensi, seperti aspek ekonomi, psikologis, sosial, dan religius. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku nasabah tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan harus melihat keterkaitan antar faktor secara menyeluruh.

Dengan demikian, keberhasilan Pegadaian Syariah dalam menarik minat nasabah tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan dalam memberikan pelayanan yang baik, membangun kepercayaan, serta menjaga kesesuaian dengan nilai-nilai syariah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas di Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Jelutung Jambi, dapat disimpulkan bahwa keputusan tersebut terbentuk melalui perpaduan antara faktor internal dan faktor eksternal (Kotler dan Keller, 2016).

Faktor internal yang memengaruhi keputusan nasabah meliputi motivasi, persepsi, kepribadian, jenis pekerjaan, serta kondisi ekonomi. Di antara berbagai faktor tersebut, motivasi yang berasal dari kebutuhan dana mendesak menjadi faktor yang paling dominan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memanfaatkan produk gadai emas lebih banyak didorong oleh kebutuhan praktis untuk memperoleh dana secara cepat dan mudah. Selain itu, adanya persepsi positif terhadap keamanan layanan serta tingkat kepercayaan terhadap

Pegadaian Syariah, ditambah dengan kondisi ekonomi yang kurang stabil, semakin memperkuat keputusan nasabah dalam memilih produk tersebut.

Di sisi lain, faktor eksternal yang turut memengaruhi keputusan nasabah meliputi aspek budaya, agama, promosi, karakteristik produk, dan kualitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kesesuaian dengan prinsip syariah merupakan faktor eksternal yang paling dominan. Pelayanan yang ramah, cepat, serta informatif mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi nasabah, sementara penerapan prinsip syariah memberikan rasa aman secara religius karena terhindar dari praktik riba (Antonio, 2001).

Secara umum, keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan religius. Produk gadai emas menjadi pilihan karena menawarkan berbagai keunggulan, seperti proses yang cepat, persyaratan yang sederhana, keamanan barang jaminan, serta fleksibilitas dalam proses penebusan, sehingga sesuai dengan kebutuhan dan kondisi nasabah.

Dengan demikian, produk gadai emas di Pegadaian UPS Jelutung Jambi dapat dipandang sebagai solusi pembiayaan jangka pendek yang efektif, tidak hanya dari aspek ekonomi, tetapi juga dari sisi kepercayaan serta kesesuaiannya dengan nilai-nilai syariah yang dianut oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani Press.
- Ascarya. (2015). *Akad dan produk bank syariah*. Rajawali Pers.
- Huda, N., & Nasution, M. E. (2008). *Investasi pada pasar modal syariah*. Kencana.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Manajemen pemasaran* (Edisi 16). Andi.
- Muhammad. (2014). *Manajemen keuangan syariah*. UPP STIM YKPN.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Usman, R. (2016). *Hukum jaminan keperdataan di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Awaliah, R. P. (2024). Tinjauan hukum Islam terhadap praktik rahn di lembaga keuangan syariah. *Equality: Journal of Islamic Law*, 2(1), 49–60.
- Hasanudin. (2022). Analisis perkembangan produk pegadaian syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 115.

Kusuma, A. B. (2025). Analysis of service quality, price, and transaction ease on customer decisions regarding gold pawn products. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*.

Haryanti, F., & Tripalupi, L. E. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(2), 446–455.

Dewan Syariah Nasional MUI. (2002). *Fatwa No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn*.