

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENJUALAN MULIA (MURABAHAH LOGAM MULIA UNTUK
INVESTASI ABADI) PADA PT. PEGADAIAN CABANG SYARIAH
AR-HAKIM MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE) Pada
Program Studi Perbankan Syariah*

OLEH:

TIA ARFINA

1301270016



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2016**

ABSTRAK

Tia Arfina, NPM : 1301270016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan Mulia (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi) pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah AR.Hakim Medan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penjualan Mulia (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi) pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah AR.Hakim sehingga nasabah tertarik untuk mengambil Produk MULIA pada Pegadaian tersebut.

Penelitian ini dilakukan pada Pegadaian Cabang Syariah, penelitian ini menggunakan data kuantitatif, metode pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner yang diisi oleh responden yaitu nasabah Pegadaian Cabang Syariah tersebut. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 64 responden dari berbagai jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan. Analisis yang digunakan pada penelitian ini merupakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linear berganda. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 22.00.

Hasil uji asumsi klasik bahwa semua uji berdistribusi normal. Kemudian hasil regresi linear berganda adalah $Y = 24,944 + 1,690X_1 + 0,207X_2$. Dari uji t variabel pendapatan nasabah diperoleh nilai $t_{hitung} 5,526 > t_{tabel} 1,998$, dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka pendapatan nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan mulia. Kemudian variabel kualitas pelayanan dengan nilai $t_{hitung} 2,253 > t_{tabel} 1,998$, dengan nilai sig $0,028 < 0,05$, maka kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan mulia. Dari uji F menunjukkan F-hitung $37,228 > F-tabel 3,15$ dengan nilai signifikan $0,000 < nilai$ probabilitas $0,05$, artinya pendapatan nasabah dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan *Mulia* pada Pegadaian cabang Syariah AR.Hakim Medan. dari uji R^2 dengan nilai *R-square* $0,550$ atau 55% menunjukkan bahwa Pendapatan nasabah dan Kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel penjualan mulia (Y) sebesar 55% .

Kata kunci : Pendapatan Nasabah, Kualitas Pelayanan dan Penjualan Mulia

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum, Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah, atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis serta tidak lupa juga Shalawat beriring salam penulis tujukan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan *Mulia* (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi) Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah AR.Hakim Medan”** yang diajukan untuk melengkapi tugas dan syarat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Selama menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami rintangan dan kesulitan yang dihadapi baik dari segi waktu, materi, maupun tenaga. Namun, berkat usaha yang diridhoi Allah SWT penyusun skripsi ini dapat terselesaikan walaupun masih jauh dari kesempurnaan. Teristimewa untuk kedua orang tua penulis yang luar biasa, terima kasih kepada ayahanda Arifin dan ibunda Suparti tercinta, yang selama ini telah mengasuh, membesarkan mendidik, memberikan semangat, memberikan kasih sayang, dan cinta yang tiada ternilai, memberikan do'a serta dukungannya baik secara moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. Serta terimakasih kepada saudara kandung saya, Ariati kakak tersayang, dan adik saya Dinda Adena. Semoga kita sukses, dapat membanggakan, dan membahagiakan ayah dan ibu.

Penulis juga menyadari, bahwa skripsi dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Muhammad Qorib, M.A., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Zailani, S.Pd.I., selaku wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Munawir Pasaribu, S.Pd.I., M.A., selaku wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Selamat Pohan, S.Ag., M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dewi Maharani, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Mutiah Khaira Sihotang, M.A., selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
8. Seluruh Staff Dosen pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
9. Ibu Murniah, SE., selaku Pimpinan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah AR.Hakim Medan Sumatera Utara.
10. Seluruh pegawai dan staff PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah AR.Hakim Medan Sumatera Utara.
11. Untuk teman-teman seperjuangan angkatan 2013 kelas A-pagi Perbankan Syariah yang telah melewati setiap semester dari masuk hingga akan wisuda yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, terima kasih sudah menjadi teman yang baik.
12. Untuk sahabat tersayang tercinta Aswat Harahap yang telah membantu, selalu mmemberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
13. Untuk sahabat-sahabat kost saya Ria Ade Lestari, Ita Pernama Sari, Rika Purnama Sari, Aguslina, kakak Nurlela Purba, MM, dan adik Syafitri yang telah memberikan semangat dan dukungan yang turut serta membantu saya menyelesaikan skripsi ini.

14. Dan teruntuk para sahabat saya Latifah Hasanah, Ria Ade Lestari, Ita Purnama Sari, Nurito, Aguslina, Linda Wati, Fitria Ningsih dan Lili Suryani yang telah memberikan dukungan, semangat dan bantuan kepada penulis.

Akhir kata saya sebagai penulis berharap agar proposal ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca dan penulis khususnya. Penulis mengharapkan saran dan kritik bersifat membangun kesempurnaan proposal ini, sekian dan terima kasih.

Wassalamualaikum, Wr.Wb.

Medan, Agustus 2017
Penulis

TIA ARFINA

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.	ii
DAFTAR ISI.	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN..	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian.	6
F. Manfaat Penelitian..	6
BAB II LANDASAN TEORI.	8
A. Uraian Teoretis	8
1. Pegadaian Syariah.	8
a. Kegiatan Usaha Pegadaian Syariah.	10
b. Landasan Hukum Pegadaian Syariah.	11
2. Logam Mulia.	11
a. Penerapan Akad <i>Murabahah</i> pada Produk Mulia	12
b. Rukun <i>Murabahah</i> dalam Pembiayaan Mulia.....	13
c. Mekanisme Pembelian Logam Mulia.....	14
d. Perhitungan Pembelian Logam Mulia	15
3. Investasi Abadi	15
4. Penjualan.	18
a. Pengertian Penjualan	18
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.....	19
5. Distribusi.	22
a. Pendapatan	22
b. Kualitas Pelayanan	25

B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Konseptual.....	30
D. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
A. Pendekatan Penelitian.....	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
C. Defenisi Operasional Variabel.....	33
1. Penjualan Mulia (Y).....	33
2. Pendapatan (X_1).....	33
3. Kualitas Pelayanan.....	33
D. Sumber Data.....	33
1. Data Primer.....	34
2. Data Sekunder	34
E. Populasi dan Sampel.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	35
G. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Keshahihan Data.....	36
a. Uji Validitas.....	36
b. Uji Reliabilitas.....	37
2. Uji Asumsi Klasik.....	38
a. Uji Normalitas	38
b. Uji Multikolinearitas.....	38
c. Uji Autokorelasi.....	38
d. Uji Heteroskedastisitas.....	38
3. Uji Hipotesis.....	39
a. Uji Parsial (t_{test}).....	39
b. Uji Simultan (F_{test}).....	40
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	41
1. Sejarah Pegadaian Cabang Syariah AR-Hakim Medan	41
2. Ruang Lingkup Bidang Usaha	43

3. Lokasi Pegadaian Cabang Syariah AR-Hakim Medan	46
4. Daerah Pemasaran	46
5. Struktur Organisasi	47
6. Job Description Perusahaan.....	48
B. Hasil Penelitian	48
1. Metode Analisis Deskriptif	48
a. Deskriptif Data Demografi Responden	49
b. Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	51
2. Teknik Analisis Data	56
a. Uji Validitas.....	56
b. Uji Reliabilitas	57
3. Uji Asumsi Klasik	58
a. Uji Normalitas	58
b. Uji Multikolinearitas.....	60
c. Uji Autokorelasi	61
d. Uji Heteroskedastisitas	62
4. Uji Regresi Linear Berganda	63
a. Uji Parsial (uji t-test statistik).....	64
b. Uji Simultan (Uji F-Test Statistik)	66
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67
C. Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Prosentase Margin.....	15
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Alokasi Waktu Penelitian	43
Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	50
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Pendapatan Nasabah .	51
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan ...	52
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Penjualan Mulia	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Faktor Kualitas Pelayanan	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrumen Faktor Penjualan Mulia.....	57
Tabel 4.10 Koefisien Reliabilitas Penjualan Mulia.....	58
Tabel 4.11 Koefisien Reliabilitas Kualitas Pelayanan	58
Tabel 4.12 Nilai Reliabilitas Variabel	58
Tabel 4.13 Multikolinearitas dengan Nilai Tolerance dan VIF	60
Tabel 4.14 Autokorelasi	62
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.16 Hasil Uji t Coefficients	65
Tabel 4.17 Hasil Uji F Anova	66
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 Kerangka Konseptual Penelitian	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	47
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	59
Gambar 4.3 Grafik Normal <i>P-Plot</i>	59
Gambar 4.4 Scatterplot.....	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem ekonomi Islam mulai disepakati oleh pemerintah ditandai dengan berdirinya usaha-usaha yang berbasis syariah seperti bank syariah, pasar modal syariah, serta aktivitas ekonomi syariah lainnya yang berkembang akhir ini. Diantaranya adalah pegadaian syariah. Keberadaan Pegadaian Syariah sangat dibutuhkan oleh masyarakat kelompok ekonomi lemah, yang sangat rasional untuk dimanfaatkan jasa Pegadaian Syariah apabila memberikan kemudahan dalam barang jaminan, cepat, dan mudah sehingga mereka merasa tertolong sehingga keberadaan Pegadaian Syariah sebagai rahmatan lil ‘alamin akan terasakan.

Seperti yang kita ketahui, berinvestasi dengan menggunakan emas saat ini dinilai paling mudah dan menguntungkan dibandingkan dengan opsi yang lain. Sejak zaman dahulu, emas telah terbukti harganya selalu naik di atas besarnya inflasi. Hal ini dikarenakan adanya permintaan akan emas yang selalu naik dan biaya untuk mendapatkan emas juga selalu meningkat. Selain itu, keuntungan lainnya berinvestasi emas adalah sebagai perlindungan nilai asset. Bila inflasi tinggi, harga emas akan naik lebih tinggi.¹

Investasi diartikan sebagai penanaman uang atau modal dalam suatu perusahaan atau proyek yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan.² Investasi merupakan suatu komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat sekarang ini, dengan tujuan untuk memperoleh sejumlah keuntungan dimasa yang akan datang.³ Masyarakat sekarang ini tidak hanya melakukan investasi dalam bentuk uang, saham ataupun property saja tetapi yang cukup banyak permintaannya saat ini yaitu investasi dalam bentuk emas atau logam mulia. Investasi emas/logam mulia di masyarakat sesungguhnya sudah menjadi turun temurun. Logam Mulia atau emas mempunyai berbagai aspek yang

¹ Dewi Arumdati, *Cara Kaya dengan Investasi Emas*, (Yogyakarta: Araska, 2011), h. 45.

² Mochammad Nadjib, *Investasi Syaria'ah: Implementasi Konsep pada Kenyataan Empirik*, (Jakarta: Kreasi Wacana, 2008). h. 5

³ *Ibid.*, h. 7.

menyentuh kebutuhan manusia disamping memiliki nilai estetis yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid, dan aman secara riil. Investasi emas yang terbaik adalah investasi emas dalam bentuk batangan (emas batangan).

Salah satu lembaga keuangan syariah yang menawarkan jasa investasi terutama investasi emas logam mulia adalah (PERUM) Pegadaian Syariah, yang lebih mengedepankan akad murabahah (jual beli) dalam prakteknya. Pegadaian syariah mempunyai sebuah produk investasi emas logam mulia yang bernama Mulia (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi). Lewat produk ini, Pegadaian Syariah memfasilitasi kepemilikan emas, khususnya emas batangan, secara tunai atau angsuran dengan proses cepat dalam jangka waktu tertentu yang fleksibel, tentu produk ini sangat membantu nasabah yang tidak memiliki dana yang cukup tapi ingin berinvestasi emas.

Emas juga sering disebut sebagai investasi penangkal inflasi. Karena fakta membuktikan bahwa semakin tinggi laju inflasi maka semakin tinggi pula harga emas.⁴ Harga emas dipercaya akan selalu bisa mengamankan kemampuan daya beli kita, artinya jikalau harga emas naik, setidaknya sama dengan tingkat inflasi dalam kurun waktu tertentu.⁵

Pengertian penjualan menurut Chairul Marom “Penjualan artinya penjualan barang dagangan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan secara teratur”. Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati.⁶

⁴ Muhammad Ihsan, Tina Agustini, Rudi Kurniawan, *Kemilau Investasi Emas: Menjaga dan Melejitkan Kesehatan Finansial dengan Emas*, (Jakarta: Science Research Foundation, 2006) Cet. Ke 1, h.69.

⁵ Joko Salim, *Jangan Investasi Emas sebelum Baca Buku Ini*, (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2010). h. 160.

⁶ Chairul Marom, *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang*, (Jakarta : Grafindo, 2002), h. 28.

Penyaluran kredit perbankan pada sektor konsumsi mengalami peningkatan yang drastis sejak Indonesia dilanda krisis ekonomi sepuluh tahun lalu. Hal ini terjadi karena banyaknya perusahaan-perusahaan besar bangkrut sehingga sektor korporasi sangat sedikit menyerap kredit dari bank. Pegadaian syariah yang sekarang sedang berkembang kemudian semakin menyadari bahwa peluang dipasar konsumsi semakin besar, dimana resiko yang dihadapi relatif lebih kecil dibandingkan dengan kredit pada pasar investasi.

Jenis-jenis sektor konsumsi yang dibiayai dengan kredit oleh pegadaian, salah satunya adalah sektor konsumsi emas (logam mulia) melalui kredit pembelian emas. Peningkatan pemberian kredit pembelian emas oleh pegadaian-pegadaian syariah disebabkan banyaknya masyarakat yang menginginkan emas. Pada sisi lain, sebagian masyarakat tidak mampu membeli emas secara tunai, sehingga ini menjadi peluang bagi pegadaian syariah untuk menjual Mulia terhadap masyarakat.

Melihat perkembangan perekonomian Sumatera Utara yang semakin maju, yang dimana ketika emas menjadi tren pada pasar dunia, emas juga bisa digunakan untuk investasi karena perkiraan harganya yang terus meningkat di masa depan, tren emas membuat produsen menawarkan berbagai macam model dan kemudahan untuk membelinya dengan banyaknya ragam penawaran tersebut dapat meningkatkan permintaan pada pasar, maka harga emas menjadi mahal. Keadaan tersebut tentunya dapat mengurangi kesempatan masyarakat yang berpenghasilan cukup atau menengah ke bawah untuk membeli emas secara tunai.

Disinilah peran pegadaian (dalam hal ini pegadaian syariah) untuk mendukung kegiatan perekonomian sangat besar. Pegadaian berusaha agar dapat membantu dan mendorong kegiatan perekonomian dengan menyediakan fasilitas kredit yang dapat dijangkau dan sangat dibutuhkan oleh setiap individu dalam masyarakat. Salah satu fasilitas kredit yang dibutuhkan oleh masyarakat tersebut adalah penyediaan kredit pembelian emas atau dalam Pegadaian Syariah disebut Mulia, karena setiap individu pasti menginginkan emas/investasi emas selain kebutuhan pokok yang dipenuhi oleh setiap individu. Karena emas dianggap sebagai komoditas bagi kalangan menengah keatas. Mulia merupakan alternatif sumber untuk investasi.

Umumnya tujuan seseorang memiliki emas adalah untuk tujuan investasi, suatu tindakan menanamkan sumber daya atau modal pada saat ini, dengan harapan bisa mendapatkan manfaat yang lebih di masa yang akan datang. Jika pendapatan bertambah maka secara otomatis bagian dari pendapatan yang akan dibelanjakan juga akan bertambah, sehingga daya beli masyarakat atau jumlah barang yang bisa dibeli juga meningkat. Berdasarkan konsep engel, bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan maka semakin rendah porsi pendapatan yang dibelanjakan untuk makanan, dan semakin tinggi pula porsi pendapatan masyarakat yang dibelanjakan untuk kebutuhan non-makanan. Maka dapat dikatakan bahwa apabila pendapatan masyarakat meningkat, maka porsi pendapatan yang dibelanjakan untuk kebutuhan non-makanan khususnya yang digunakan untuk membeli emas atau membayar cicilan Kredit Logam Mulia menjadi lebih besar.

Keputusan seseorang untuk memiliki emas dipengaruhi oleh motif konsumsi dan motif investasi. Dengan mengasumsikan bahwa emas sebagai kebutuhan komoditas yang bisa membuat konsumen merasa puas ketika memilikinya. Hanya saja menyesuaikan dengan kemampuan dan tingkat pendapatan yang berbeda-beda oleh setiap individu.

Pelayanan yang utuh dan totalitas kepada konsumen juga salah satu kunci agar konsumen puas dan loyal, tanpa harus membeda-bedakan antara yang satu dengan yang lainnya. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.⁷ Pelayanan yang baik adalah mengetahui akan keinginan konsumennya demi kepuasan yang didapatkan.

Pandangan syariah, ketika memberikan pelayanan dan memuaskan konsumennya, perusahaan dapat mencontohkan sikap Nabi Muhammad SAW. Beliau mencontohkan bagaimana berdagang dengan jujur. Sejak 12 tahun, beliau sudah diajak pemannya untuk menggembalakan kambing ke Syam. Inilah awal mula Rasulullah SAW berkiprah dalam dunia bisnis. Setelah menikah, Rasul mengamalkan kejujuran dalam berdagang kepada istrinya, khadijah. Sehingga

⁷ Agung Permana Budi, *Manajemen Marketing Perhotelan*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), h. 48.

beliau disebut juga Al-Amin (yang terpercaya). Sebutan ini tercermin dari sikap beliau yang jujur dengan *customer* maupun pemasoknya. Ketika berdagang beliau menjelaskan semua keunggulan dan kelemahan dari barang yang dijual. Sifat jujur ini begitu penting bagi para pebisnis, karena kejujuran merupakan sarana yang dapat memperbaiki kinerja bisnisnya sehingga dapat memberikan kepuasan untuk konsumennya. Rasulullah bersabda dalam salah satu haditsnya yang mengatakan:⁸

“Seseorang pedagang yang jujur akan tinggal bersama paranabi, orang-orang yang jujur dan para syuhada di akhirat nanti”. (HR. Bukhari).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Mulia (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi) Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah AR. Hakim Di Kota Medan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat didefinisikan masalah yang berkenaan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan yaitu:

1. Pendapatan Nasabah faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan terhadap berbagai barang atau jasa.
2. Kualitas Pelayanan peranan penting upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
3. Suku bunga, suku bunga kredit hal yang penting yang menjadi pertimbangan masyarakat sebelum memutuskan untuk mengajukan kredit pada lembaga keuangan.
4. Uang muka angka rata-rata antara nilai kredit yang diberikan oleh perusahaan
5. Harga mempengaruhi keputusan nasabah untuk melakukan pembelian.

⁸ Ma'aruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014) h. 26.

6. Purna jual jasa pelayanan untuk memberikan perlindungan bagi pembelian barang.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, maka penulis membatasi variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu hanya pada sejauh mana Pendapatan pada nasabah dan Kualitas Pelayanan pegawai ke nasabah pada Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan, yang ditawarkan Pegadaian Syariah terhadap penjualan produk Mulia (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Pendapatan Nasabah memiliki pengaruh terhadap penjualan Mulia (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi) pada Pegadaian Cabang Syariah di Medan?
2. Apakah Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap penjualan Mulia (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi) pada Pegadaian Cabang Syariah di Medan?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini antara lain adalah:

1. Untuk mengetahui apakah Pendapatan Nasabah mempengaruhi penjualan Mulia (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi) pada Pegadaian Cabang Syariah di Medan.
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan mempengaruhi penjualan Mulia (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi) pada Pegadaian Cabang Syariah di Medan.

F. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Diharapkan dapat memberikan informasi dan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti dan mengembangkan lebih lanjut terkait masalah permintaan pembelian logam mulia.
2. Diharapkan dapat memberikan informasi kepada instansi/pemerintah yang terkait sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dibidang pegadaian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoretis

1. Pegadaian Syariah

Pegadaian menurut Kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150 disebutkan: “Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau oleh seorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan.”⁹

Perum Pegadaian sampai saat ini merupakan satu-satunya lembaga formal di Indonesia yang berdasarkan hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Tugas pokok Perum Pegadaian adalah menjembatani kebutuhan dana masyarakat dengan pemberian uang pinjaman berdasarkan hukum gadai. Tugas tersebut dimaksudkan untuk membantu masyarakat agar tidak terjatuh dalam praktik-praktik lintah darat.¹⁰

Pegadaian syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepadaprinsip syariah. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan/atau bagi hasil.

Pengelolaanharta, prinsip syariah Islam menekankan pada keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat. Harta harus dipergunakan untuk hal-hal yang sifatnya produktif terutama untuk kegiatan investasi yang merupakan landasan aktifitas ekonomi dalam masyarakat, namun menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu lembaga perantara antara masyarakat yang memiliki dana dan pengusaha yang

⁹Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009) h. 387.

¹⁰*Ibid.*, h. 388.

memerlukan dana (pengelola dana). Salah satu bentuk lembaga perantara tersebut adalah pegadaian yang kegiatannya berdasarkan prinsip syariah.

Operasional pegadaian syariah hampir mirip dengan pegadaian konvensional yaitu menyalurkan uang pinjaman dengan jaminan barang bergerak. Penjaminan hutang ini disebut akad *rahn* dan telah memenuhi syarat rukunnya sesuai dengan ketentuan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Pada dasarnya jasa yang diperoleh Pegadaian syariah hanya melalui dua jenis akad, yaitu *Rahn* (menahan barang jaminan) dan *ijarah* (jasa simpan barang).

Berkembangnya sistem pegadaian syariah, maka ruang lingkup jasa yang ditawarkan oleh pegadaian syariah juga berkembang. Salah satunya adalah investasi logam emas melalui produk MULIA atau *Murabahah Logam Mulia* untuk Investasi Abadi.

Salah satu akad yang digunakan dalam produk ini adalah murabahah. Dalam akad murabahah yang digunakan oleh pegadaian syariah untuk produk MULIA memiliki karakteristik khusus. Diantaranya adalah ditetapkannya margin yang jelas.

Pegadaian Syariah pinjaman tidak disebut kredit, akan tetapi disebut dengan pembiayaan. Jika seseorang datang kepada Pegadaian Syariah dan ingin meminjam uang untuk membeli barang tertentu atau untuk modal usaha, maka ia harus melakukan jual beli dengan Pegadaian Syariah. Pegadaian syariah bertindak selaku penjual dan nasabah bertindak selaku pembeli. Jika Pegadaian Syariah memberikan dana kepada nasabah, Pegadaian Syariah tidak boleh mengambil dari keuntungan itu. Sebagai lembaga komersial yang mengharapkan keuntungan, Pegadaian Syariah akan mencari keuntungan dengan jalan melakukan jual beli dimana Pegadaian Syariah dapat mengambil keuntungan dari harga barang yang dijual, dan mencari keuntungan dari jual beli adalah transaksi yang diperbolehkan dalam Islam. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut :

وَأَبَانَهُمْ ذَلِكَ الْمَسِّ مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا لَا يَقُومُونَ لَا الرِّبَايَا كُلُّونَ الَّذِينَ
 مَا فَالَهُ، فَانْتَهَى رِبِيَّهُ مِنْ مَوْعِظَةٍ جَاءَهُ مِنْ الرِّبَا وَأُحْرِمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحْلَى الرِّبَا مِثْلَ الْبَيْعِ إِنَّمَا قَالَ
 خَلِدُونَ فِيهَا هُمُ النَّارُ أَصْحَابُهَا وَلَتَبِكَ عَادُونَ ۗ اللَّهُ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفٌ

Artinya:

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (Q.S. Al-Baqarah : 275)¹¹

Jualbeli ini, Pegadaian Syariah diperbolehkan meminta nasabah membayar uang muka atau tanda jadi saat menanda tangani kesepakatan awal. Di dalam prinsip syariah, adanya uang muka (araboun) didasarkan atas pemikiran bahwa seseorang apabila menginginkan sesuatu harus dengan usaha terlebih dahulu. Uang muka adalah jumlah yang dibayar oleh nasabah yang menunjukkan bahwa ia bersungguh-sungguh atas pesannya.

a. Kegiatan Usaha Pegadaian Syariah

Sesuai dengan PP103 tahun 2000 pasal 8, Perum Pegadaian melakukan kegiatan usaha utamanya dengan menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai serta menjalankan usaha lain seperti penyaluran uang pinjaman berdasarkan jaminan fidusia, layanan jasa titipan, sertifikasi logam mulia dan batu adi, toko emas, industri emas dan usaha lainnya. Sejalan dengan kegiatannya, Pegadaian mengemban misi untuk:

1. Turutmeningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama golongan menengah ke bawah.

¹¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Surabaya: Surya Agung, 2006), h. 47

2. Menghindarkan masyarakat dari gadai gelap, praktik riba dan pinjaman tidak wajar lainnya.

Kegiatan usaha Pegadaian dijalankan oleh lebih dari 730 Kantor Cabang PERUM Pegadaian yang tersebar di seluruh Indonesia. Kantor Cabang tersebut dikoordinasi oleh 14 Kantor Wilayah yang membawahi 26 sampai 75 kantor Cabang. Perum Pegadaian secara Nasional berada di bawah kepemimpinan Direksi.

b. Landasan Hukum Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah sendiri saat ini masih menggunakan 2 (dua) produk institusi reguler yang berbeda, yaitu pertama dasar hukumnya masih menggunakan regulasi UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dengan mengikuti regulasi skim Syari'ah yang termuat dalam undang undang tersebut; kedua secara operasional masih mengacu pada standar dari Perum Pegadaian sebagai induknya yang dikeluarkan oleh Kementerian Badan Usaha Milik Negara, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 1990, tanggal 10 April 1990, dimana Kementerian BUMN c.q. Dirjen Lembaga Keuangan sebagai Pembina dan Pengawas yang memiliki kewenangantunggal terhadap masalah yang menyangkut kebijakan, pembinaan dan pengawasan operasional pegadaian, termasuk pegadaian Syari'ah.¹²

2. Logam Mulia

Logam mulia atau emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia disamping memiliki nilai estetis yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid, dan aman secara riil.¹³

Emas merupakan logam yang secara alamiah bersifat kokoh (*indestructible*), tidak dapat tergerus oleh korosi asam yang ada di alam, dan

¹²O.P. Simorangkir, *Pengantar Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank* (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2000) h. 21; dalam Sasli Rais, *Pegadaian Syariah: Konsep dan Sistem Operasional (Suatu Kajian Kontemporer)*, (Jakarta, UI Press, 2006), h. 5.

¹³Buku Saku Pengenalan Produk Perum Pegadaian

setelah terendam di dasar lautan selama berabad-abad emas tetap dapat menunjukkan kilaunya yang indah.¹⁴

Dalam ilmu kimia, logam mulia adalah logam yang tahan terhadap korosi maupun oksidasi. Contoh logam mulia adalah emas, perak dan platina. Ketiga logam ini, saat ini sedang menjadi idola untuk dijadikan sarana investasi.¹⁵ Umumnya logam-logam mulia memiliki harga yang tinggi, karena sifatnya yang langka dan tahan korosi. Logam mulia sangat sukar bereaksi dengan asam. Sekalipun begitu, sebagian logam mulia (misalnya emas) dapat dilarutkan dalam aqua regia, yaitu campuran pekat dari asam nitrat dan asam klorida. Semua logam mulia merupakan dari logam transisi.

Logam mulia biasa digunakan sebagai perhiasan dan mata uang (emas, perak), bahan tahan karat (*stainless*) seperti lapisan perak, ataupun katalis (misalnya platina). Logam mulia atau biasa disingkat LM juga dikenal sebagai merek dagang emas yang diproduksi oleh PT. ANTAM Tbk.¹⁶

a. Penerapan Akad *Murabahah* pada Produk Logam Mulia

Murabahah didefinisikan oleh para *Fuqaha* sebagai penjualan barang seharga biaya/pokok (*cost*) barang tersebut ditambah *mark-up* atau *margin* keuntungan yang disepakati.¹⁷ *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam *murabahah* ditentukan berapa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh). Karena dalam definisinya disebut adanya “keuntungan yang disepakati”, karakteristik *murabahah* adalah si penjual harus memberi tahu pembeli tentang harga pembelian yang menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut.¹⁸

¹⁴Nofie Iman, *Investasi Emas*, (Jakarta: Daras Books), h. 58.

¹⁵ Zulkifli, *Cerdas Memilih Emas Tampil Makin Cantik Plus Berinvestasi*, (Yogyakarta: Graha Pustaka, 2010), h. 20.

¹⁶http://id.wikipedia.org/wiki/Logam_mulia, tgl 26-12-2016.

¹⁷Wirosa, *Jual Beli Murabahah*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), h. 13.

¹⁸Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta : Raja Grafindo, 2006), h. 97

Definisi *murabahah* secara bahasa *murabahah* adalah bentuk mutual (bermakna: saling) dari kata *ribh* yang artinya keuntungan yakni pertambahan nilai modal (jadi artinya, saling mendapatkan keuntungan). Menurut terminologi ilmu fikih arti *murabahah* adalah menjual dengan modal asli bersama dengan pembayaran ditangguhkan (1 bulan, 3 bulan, 1 tahun dst). Pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan produksi (*inventory*). Pembiayaan *murabahah* mirip dengan kredit modal kerja yang biasa diberikan oleh bank-bank konvensional, dan karenanya pembiayaan *murabahah* berjangka waktu di bawah 1 tahun (*short run financing*).¹⁹ Pembayaran atas akad jual beli dapat dilakukan secara tunai atau tangguh (*Bai' Mu'ajjal*).²⁰ *Murabahah*, sebagaimana yang digunakan dalam Lembaga Keuangan Islam, prinsipnya didasarkan pada dua elemen pokok: harga beli serta biaya yang terkait, dan kesepakatan atas *mark-up* (laba).

Popularitas *murabahah* dalam operasi investasi pegadaian syariah: (i) *murabahah* adalah suatu mekanisme investasi jangka pendek, dan dibandingkan dengan sistem *Profit and Loss Sharing* (PLS), cukup memudahkan; (ii) *mark-up* dalam *murabahah* dapat ditetapkan sedemikian rupa sehingga memastikan bahwa lembaga pegadaian syariah dapat memperoleh keuntungan yang sebanding dengan keuntungan lembaga keuangan berbasis bunga yang menjadi saingan lembaga keuangan syaria'ah; (iii) *murabahah* menjauhkan ketidakpastian yang ada pada pendapatan dari bisnis-bisnis dengan sistem PLS; (iv) *murabahah* tidak memungkinkan lembaga-lembaga keuangan Islam mencampuri manajemen bisnis, karena lembaga keuangan bukanlah mitra si nasabah, sebab hubungan mereka dalam *murabahah* adalah hubungan antara kreditur dan debitur.²¹

b. Rukun Murabahah dalam Pembiayaan Logam Mulia

Adapun rukun akad *murabahah* dalam pembiayaan MULIA dapat dianalisis sebagai berikut :

¹⁹Karnaen Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'I Antonio, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf, 1992), h. 25.

²⁰Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011), h. 191.

²¹Abdullah Saeed, *Menyoal Bank Syariah Kritik atas Interpretasi Bunga Bank kaum Neo-Revivalis*, (Jakarta: Paramadina, 2004), h. 120-121.

- 1) Penjual dalam akad murabahah sekaligus menjadi *murtahin*. Pegadaian syariah sebagai pembayar harga emas batangan kepada pemasok barang/supplier (PT.Aneka Tambang) dan kemudian menjualnya kepada nasabah dengan ditambah keuntungan dengan pembayaran secara angsuran berhak meminta jaminan atas hutang nasabah (akad *rahn*).
- 2) Pembeli dalam akad murabahah sekaligus menjadi *rahn*. Nasabah Pegadaian Syariah sebagai pembeli emas batangan dengan cara angsuran berarti telah berhutang kepada pihak pegadaian syariah. Pihak yang berhutang sepatutnya memberikan barang jaminan kepada pihak berpiutang agar ada kepastian pengembalian hutang/angsuran.
- 3) Emas batangan yang diperjual belikan dalam akad murabahah sekaligus menjadi *marhun* (barang jaminan). Sesuai dengan akad murabahah dengan pembayaran angsuran maka begitu ditandatangani akad, kepemilikan emas batangan tersebut berpindah dari pegadaian syariah kepada nasabah.
- 4) Pembayaran harga emas batangan
Harga dari emas batangan yang diperjual belikan dibayar oleh nasabah secara angsuran dalam jangka waktu dan cara-cara yang telah ditentukan dalam akad.

c. Mekanisme Pembelian Logam Mulia

Adapun langkah-langkah yang harus dipenuhi dalam transaksi pembelian logam mulia adalah sebagai berikut:

- 1) Nasabah menyerahkan fotokopi KTP atau identitas resmi lainnya
- 2) Mengisi formulir aplikasi pembelian Logam Mulia.
- 3) Menyerahkan uang muka minimal 25% dari harga logam mulia
- 4) Menandatangani akad pembelian logam mulia
- 5) Nasabah mengajukan permohonan ke pegadaian berikut persyaratan yang telah dilengkapi

6) Bila syarat telah lengkap maka transaksi logam mulia segera diproses.²²

d. Perhitungan Pembelian Logam Mulia

Perhitungan pembelian logam mulia pada pegadaian konvensional maupun syariah sama. Harga emas yang dijual oleh perum pegadaian, akan mengacu pada harga emas batangan yang dikeluarkan oleh PT. Antam kemudian pegadaian akan menambahkan margin sekitar 3-36% dari harga yang dikeluarkan PT. Antam. Ditambah dengan biaya administrasi sebesar Rp 50.000.

Untuk prosentase margin yang dikenakan oleh pegadaian, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1

Jangka Waktu	Margin
Tunai/1 bulan	3%
3 Bulan	3.50%
6 Bulan	6%
12 Bulan	12%
18 Bulan	18%
24 Bulan	24%
36 Bulan	36%

Untuk pembelian tunai, dikenakan margin sebesar 3% dan emas baru dapat diterima maksimal 1 bulan dari tanggal beli. Sementara untuk pembelian angsur/cicil, maka disyaratkan pembayaran DP minimal 25% dari total harga emas tersebut.

3. Investasi Abadi

Pada dasarnya investasi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan harta. Dan merupakan suatu komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, da bertujuan untuk memperoleh sejumlah keuntungan dimasa yang akan datang.²³

²²Brosur Produk Pegadaian Syariah Pembiayaan *Mulia (Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi)*

²³Ahmad Rodoni, *Investasi Syariah*, Cet. 1, (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakarta, 2009), h. 28.

Investasi adalah sebuah proses menabung yang berorientasi pada tujuan tertentu dan bagaimana mencapai tujuan tersebut. Berinvestasi lebih banyak memberikan keuntungan dibandingkan menabung, karena dalam berinvestasi ada unsur perencanaan akan kebutuhan masa depan, sementara dalam menabung tidak jelas.²⁴ Alasan mengapa seseorang melakukan investasi adalah untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak dimasa yang akan datang, ditengah gejolak inflasi yang tak menentu, oleh karena itu dilakukannya investasi guna menghindari merosotnya nilai kekayaan yang dimiliki.

Investasi yang islami adalah pengorbanan sumber daya pada masa sekarang untuk mendapatkan hasil yang pasti, dengan harapan memperoleh hasil yang lebih besar dimasa yang akan datang, baik langsung maupun tidak langsung, dan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah secara menyeluruh. Investasi adalah suatu kegiatan yang rasional. Oleh karena itu, untuk mewujudkan suatu gagasan investasi, khususnya investasi yang disengaja (*induced Investment*), perlu diperhatikan berbagai aspek yang terkait yaitu:

a. Aspek Pengorbanan

Merupakan aspek penting dari investasi, artinya seorang investor harus rela mengorbankan sumberdaya yang dikuasainya untuk melakukan investasi. Bila aspek ini tidak terpenuhi, maka gagasan investasi hanya akan menjadi wacana saja.

b. Aspek Harapan

Seorang investor diharapkan mempunyai harapan yang rasional terhadap hasil investasi yang akan dilakukan. Bila dikaitkan dengan aspek pengorbanan, tentu harapan yang diharapkan dari investasi harus lebih besar dari pengorbanan yang dilakukan.

c. Aspek Resiko

Dalam melakukan investasi tentu selalu mengharapkan adanya keuntungan, akan tetapi dalam setiap investasi tentu tidak luput dari yang namanya resiko bisnis, seperti dikenal *high risk high return*.

²⁴Eko P. Pratomo, *Berinvestasi ke Dunia Reksa Dana*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007) h. 7.

d. Aspek Waktu

Aspek ini merupakan hal yang alamiah yang berjalan bergandengan dengan investasi, dimana keberadaan investasi tentu seimbang dengan keberadaan waktu, dimana investasi merupakan suatu kegiatan yang bersifat sekarang dan hasil yang diterima, terjadi dimasa yang akan datang. Artinya dalam melakukan investasi dibutuhkan kesabaran untuk menunggu hasil yang diharapkan.

e. Aspek Jenis

Ada beberapa jenis investasi yang ada, oleh karena itu dalam menginvestasikan sumber dana kepada jenis investasi yang ada tentu berbeda dalam hal resiko dan sebagainya.²⁵

1) Jenis-jenis Investasi

Investasi yang dikenal secara umum, adalah bagaimana menghimpun sejumlah dana dimasa sekarang untuk mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang. Perlu diketahui bahwa, pada dasarnya investasi dapat digolongkan berdasarkan hal-hal dibawah ini:

- a) Asset yang dimiliki
- b) Pengaruh ekonomi
- c) Sumber dana yang dimiliki
- d) Bentuk dan cara penanamannya

Keempat hal tersebut merupakan inti dari tata cara menginvestasikan sejumlah dana yang dimiliki seseorang, agar secara tepat dapat memberikan kontribusi keuntungan yang akan dimilikinya dimasa yang akan datang.

Dalam melakukan investasi secara islami, tentu didukung dengan prinsip-prinsip umum investasi yang sesuai dengan ketentuan hukum syar'i. Adapun prinsip-prinsip yang didukung adanya investasi syariah ialah:

- a) Prinsip halal dan thayyib
- b) Prinsip transparansi, guna menghindari kondisi yang gharar dan berbau maysir. Sudah jelas dijelaskan dalam hukum islam,

²⁵Henry Faizal Noor, *Investasi (Pengelolaan Keuangan Bisnis dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat)*, (Jakarta: PT Indeks, 2009)., h. 7-9.

bahwasanya akad atau transaksi yang dilarang adalah transaksi yang mengandung MAGRIB (Maysir, gharar, dan riba).

- c) Prinsip keadilan dan persamaan
- d) Dari segi penawaran maupun permintaan, investor dan emiten tidak boleh melakukan hal-hal yang menyebabkan gangguan yang disengaja, atau mekanisme pasar.²⁶

4. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan pembelian sesuatu (barang atau jasa) dari suatu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari suatu pihak tersebut. Penjualan juga merupakan suatu sumber pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan maka semakin besar pula pendapatan yang diperoleh perusahaan.

Penjualan merupakan suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan berbagai rencana yang strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

Pengertian penjualan menurut Chairul Marom “Penjualan artinya penjualan barang dagangan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan secara teratur”²⁷

Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antar penjual dan pembeli, dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat tukar produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati. Dalam melakukan

²⁶Ahmad Rodoni, *Investasi Syariah*, Cet. 1, (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakarta, 2009), h. 39-40.

²⁷Chairul Marom, *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang*, (Jakarta: Grafindo, 2002), h. 28.

penjualan hendaklah kita berlaku adil dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Menurut Mulyadi, sistem penjualan antra lain, yaitu:

1) Sistem Penjualan Tunai

Penjualan tunai dilakukan oleh suatu perusahaan perdagangan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran terlebih dahulu sebelum barang diserahkan kepada pembeli. Setelah menerima uangnya, maka barang diserahkan ke pembeli dan transaksi penjualan tunai kemudian dicatat oleh perusahaan.

Keuntungan dari penjualan tunai adalah hasil dari penjualan tersebut langsung terealisasi dalam bentuk kas yang dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan likuitidasnya.

Sedangkan dalam rangka memperbesar volume penjualan, umumnya perusahaan menjual produknya secara kredit. Penjualan kredit tidak segera menghasilkan pendapatan kas, tapi kemudian menimbulkan piutang. Kerugian dari penjualan kredit adalah timbulnya biaya admistrasi piutang dan kerugian akibat piutang tak tertagih.

2) Sistem penjualan Kredit

Penjualan Kredit dilakukan oleh perusahaan dagang dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan pesanan dan untuk pembayaran atas barang tersebut, pembeli diberi jangka waktu tertentu.²⁸

Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu, perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut, atau Penjualan Kredit adalah transaksi antara perusahaan dengan pembeli untuk menyerahkan barang atau jasa yang berakibat timbulnya piutang, kas aktiva.

Definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa penjualan kredit adalah suatu transaksi antara perusahaan dengan pembeli, mengirimkan barang sesuai dengan order serta perusahaan mempunyai tagihan sesuai jangka

²⁸Mulyadi, *Sistem Akuntansi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001). h. 163.

waktu tertentu yang mengakibatkan timbulnya suatu piutang dan kas aktiva.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap penjualan

Dalam praktek, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua.

Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa faktor penting antara lain:

- a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b) Harga produk
- c) Syarat penjualan antara lain: pembayaran, pengantaran, pelayanan setelah penjualan, garansi dan sebagainya.

2) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun beberapa faktor yang harus diperhatikan antara lain:

- a) Jenis pasar
- b) Segmen pasar
- c) Daya beli
- d) Frekuensi pembelian
- e) Keinginan dan kebutuhan

3) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri yang dipegang oleh orang tertentu/ahli dibidang penjualan.

4) Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

5) Faktor lain

Faktor-faktor lain seperti, periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan. Ada perusahaan yang berpegangan pada suatu prinsip bahwa “paling penting membuat barang yang baik”. Bila mana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Namun sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberi bungkus yang menarik atau dengan promosi yang menarik lainnya.

Melakukan promosi penjualan juga penting untuk meningkatkan daya tarik konsumen, promosi penjualan dilakukan untuk mendapatkan orang yang bersedia mencoba produk baru, untuk meningkatkan volume per penjualan, contoh: mendapatkan potongan 20% apabila membeli satu lusin. Untuk mendorong penggunaan baru

dari produk yang ada untuk menyaingi promosi yang dilakukan oleh pesaing dan untuk mempertahankan penjualan. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. An-Nisaa' ayat 5 sebagai berikut :

رُوفًا قَوْلًا هُمْ وَقَوْلُوا وَآكُسُوهُمْ فِيهَا وَارْزُقُوهُمْ قِيمًا كَمَا كَرَّمَ اللَّهُ جَعَلَ الَّتِي أَمْوَالِكُمُ السُّفَهَاءُ تَتَوَاتَرًا وَلَا



Artinya:

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum Sempurna akal nya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan Pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik. (Q.S. An-Nisaa' (4): 5)”²⁹

5. Distribusi

Distribusi adalah suatu kegiatan yang menyalurkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen atau pengecer. Berbagai macam kebijaksanaan pemasaran yang telah berhasil dilaksanakan dalam rangka mencapai volume penjualan yang ditargetkan dari suatu perusahaan yang kebijaksanaan distribusi.

Adapun yang dimaksud dengan distribusi adalah suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai kepada pemakai atau strukturn inti organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan terdiri atas: Agen, Pedagang Besar dan Pengecer)

a. Pendapatan

1) Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam laporan keuangan, karena dalam melakukan suatu aktivitas usaha, manajemen perusahaan tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh dalam suatu periode akuntansi yang diakui sesuai dengan prinsip-prinsip yang berlaku umum.

²⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Surabaya: Surya Agung, 2006), h. 115.

Kesanggupan seseorang di dalam memiliki rumah sangat dipengaruhi pendapatan yang diperolehnya. Apabila pendapatan seseorang meningkat dan kondisi perekonomian tidak terjadi resesi, kecendrungan untuk memiliki emas akan meningkat baik secara kualitas maupun kuantitas.

Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Masyarakat sebagai pelaku ekonomi akan terus berusaha memperoleh pendapatan untuk memenuhi semua kebutuhan sehingga menjadikan masyarakat makmur.

Pendapatan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan terhadap berbagai barang. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan terhadap permintaan berbagai jenis barang. Pendapatan perorangan adalah jumlah pendapatan yang diterima rumah tangga dan bisnis noncorporate. Pendapatan pribadi dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan sesuatu kegiatan apapun, yang diterima oleh penduduk suatu Negara.

Selain itu pendapatn juga berpengaruh terhadap laba rugi perusahaan yang tersaji dalam laporan laba rugi. Dan yang perlu diingat lagi, pendapatan adalah darah kehidupan dari suatu perusahaan. Tanpa pendapatan tidak ada laba, tanpa laba, maka tidak ada perusahaan. Hal ini tentu saja tidak mungkin terlepas dari pengaruh pendapatan dari hasil operasi perusahaan.

Pengertian tentang pendapatan itu sendiri ada beberapa macam, berikut ini ada beberapa pandangan yang menegaskan arti konseptual dari pendapatan. Pengetian pendapatan menurut Munandar adalah sebagai berikut:

“Pendapatan adalah suatu penambahan asset yang mengakibatkan bertambahnya *owners equity*, tetapi bukan karena penambahan modal

baru dari pemiliknya dan bukan pula merupakan penambahan asset yang disebabkan karena bertambahnya *liabilities*”³⁰

Menurut Zaki Baridwan pengertian pendapatan adalah sebagai berikut:

“Pendapatan adalah aliran masuk atau kenaikan lain *aktiva* suatu badan usaha atau pelunasan utang (atau kombinasi dari keduanya) selama suatu periode yang berasal dari penyerahan suatu pembuatan barang, penyerahan jasa, atau dari kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha”³¹

Definisi-definisi di atas memperlihatkan bahwa ada 2 konsep tentang pendapatan yaitu sebagai berikut:

- a) Konsep pendapatan yang memusatkan pada arus masuk (*inflow*) *aktiva* sebagai hasil dari kegiatan operasi perusahaan. Pendekatan ini menganggap pendapatan sebagai *inflow of net asset*.
- b) Konsep pendapatan yang memusatkan perhatian kepada penciptaan barang dan jasa serta penyaluran konsumen atau produsen lainnya, jadi pendekatan ini menganggap pendapatan sebagai *outflow of good and service*.

Jadi menurut pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktifitas normal perusahaan selama satu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

2) Pengukuran Pendapatan

Pengukuran pendapatan merupakan unsur-unsur yang penting dalam laporan keuangan, karena dalam melakukan aktifitas usaha dan manajemen perusahaan tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh dalam suatu periode akuntansi yang diakui sesuai dengan prinsip umum.

³⁰ M. Munandar, *Pokok-pokok Intermediate Accounting*, (Yogyakarta: Liberty, 1981), h. 16

³¹ Zaki Baridwan, *Intermediate Accounting*, (Yogyakarta: BPFE, 1997), h. 8

Dasar pengukuran pendapatan adalah suatu unsur diakui secara formal yang memenuhi elemen laporan keuangan. Sebuah unsur juga dapat diukur dalam satuan uang untuk dapat diakui pengungkapan merupakan pengakuan yang lebih tepat dalam situasi dimana yang relevan tidak dapat diukur dengan handal.

Cara terbaik untuk pengukuran pendapatan adalah dengan menggunakan nilai tukar dari barang atau jasa. Nilai tukar ini menunjukkan ekuivalen kas atau nilai sekarang dari pendiskontoan tagihan uang yang akhirnya akan diterima dari transaksi pendapatan. Di dalam banyak kasus, nilai ini bisa ekuivalen dengan harga yang disepakati dalam transaksi dengan pelanggan. Tetapi penyisihan semestinya harus dibuat untuk menunggu waktu hingga tagihan dibayar.

b. Kualitas Pelayanan

1) Pengertian Kualitas Pelayanan

Persepsi pelanggan terhadap kualitas merupakan suatu hal yang sulit diartikan, bahkan pemahaman tentang kualitas sering disalahartikan sebagai sesuatu yang baik, istimewa, kemewahan atau sesuatu yang dianggap bernilai tinggi. Pada perusahaan jasa, kualitas pelayanan merupakan bagian dari sistem pemasaran yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dan sebagai strategi untuk merebut pangsa pasar dalam menghadapi persaingan.

Kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai sejauh seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.³²

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Hermawan Kartajaya pelayanan adalah sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu kelompok ke kelompok lainnya berupa sesuatu yang bersifat

³²Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), Cet. 2, h. 12.

intangible. Pengertian *intangible* bukan berarti menawarkan hanya produk jasa saja, tetapi juga lebih tepat kepada proses penyampaiannya.³³

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.³⁴

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen.

Konsumenlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga mereka yang seharusnya menentukan kualitas jasa.³⁵ Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Dari definisi di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan peranan penting dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian pelayanan untuk memenuhi harapan konsumen dan memberikan kontribusi yang sangat penting secara keseluruhan.

2) Peran Penting Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu proses penting dalam meningkatkan *value* perusahaan bagi pelanggan sehingga banyak perusahaan menjadikan budaya pelayanan sebagai standar sikap orang di dalam perusahaan. Budaya pelayanan yang dilakukan secara terintegrasi akan menciptakan nilai-nilai pelayanan, yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam membeli produk. Pelanggan akan selalu mengingat hal-hal positif

³³Hermawan Kartajaya, *Service Operation*, (Jakarta: Erlangga Group, 2009), h. 7.

³⁴Fika Elinda dan Nina Ermawati, *Analisis Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Hotel Srikandi Bendungan, Kab Semarang)*, <http://journal.usm.ac.id/jurnal/dinamika-manajemen>

³⁵Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, (Bogor : Gahlia Indonesia, 2005), h. 48

mengenai pelayanan perusahaan, cenderung akan memberikan referal dan menghasilkan *word of mouth* positif mengenai perusahaan kepada pelanggan lain. Secara tidak langsung hal ini akan mendorong pelanggan untuk turut menggunakan produk perusahaan tersebut.³⁶

3) Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terdiri dua faktor utama, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. (Tjiptono, 2006:59).³⁷

4) Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat lima faktor penting untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan, yaitu:

a. Berwujud (*tangible*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Meliputi fasilitas fisik seperti gedung, gudang perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

b. Keandalan (*reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

³⁶Hermawan Kartajaya, *Service Operation*, (Jakarta: Erlangga Group, 2009), h. 2-3.

³⁷Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, (Bogor : Gahlia Indonesia, 2005), h. 59.

c. Ketanggapan (*responsiveness*)

Kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada para pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

d. Jaminan dan kepastian (*assurance*)

Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

e. Empati (*empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.³⁸

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang ruang penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini dengan begitu penelitian ini dapat menjadi penelitian lanjutan dari penelitian sebelumnya.

Tabel 2
Penelitian Terdahulu

Nama/Tahun Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
------------------------------	--------------	-----------------	-------------------------	---------------

³⁸Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), Cet. 2, h. 12.

<p>mad Rifqi Damarjati (2014)³⁹</p>	<p>alisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada BPD DIY Syariah Cabang CIK DI TIRO).</p>	<p>lai Taksiran, Biaya-biaya, Promosi, Pelayanan, Keputusan Nasabah</p>	<p>cara simultan nilai taksiran, biaya-biaya, promosi dan pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah, sehingga diyakini faktor-faktor dalam penelitian ini yang mempengaruhi variabel dependen.</p>	<p>ripsi</p>
<p>enny N.A. Lengkey dan Rita Taroreh (2014)⁴⁰</p>	<p>alitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur.</p>	<p>alitas Pelayanan, Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian</p>	<p>cara simultan kualitas pelayanan dan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian logam mulia berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian logam mulia, namun bauran</p>	<p>nal</p>

³⁹Ahmad Rifqi Damarjati, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada BPD DIY Syariah Cabang CIK DI TIRO)", (Skripsi S1 Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014), h., 99.

⁴⁰Lanny N.A. Lengkey dan Rita Taroreh, "Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur", (Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi Manado, 2014), h., 166.

			pemasaran tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian logam mulia.	
Muslim Alzufri (2012) ⁴¹	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Suzuki Riau Jaya Cemerlang Bangkinang	Penjualan, Pelayanan toko, dan Purna Jual	cara parsial faktor pelayanan toko berpengaruh signifikan terhadap penjualan sepeda motor, namun pada faktor purna jual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan sepeda motor. Secara simultan faktor pelayanan toko dan purna jual berpengaruh signifikan terhadap penjualan Sepeda Motor pada PT. Riau Jaya Cemerlang.	ripsi
Dinni Apriliyani (2014) ⁴²	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Nasabah Terhadap	Kepercayaan, Daya, Sosial, Pribadi, Psikologi, Minat	cara simultan semua faktor berpengaruh signifikan terhadap minat investasi	ripsi

⁴¹Muslim Akzufri, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Suzuki Riau Jaya Cemerlang Bangkinang”, (Skripsi S1 Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, 2012)”, h., 75.

⁴²Dinni Apriliyani, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Nasabah Terhadap Logam Mulia (Studi Kasus di BNI Syariah Cabang Semarang)”, (Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2014), h., 109.

	Logam Mulia (Studi Kasus di BNI Syariah Cabang Semarang)	Investasi Nasabah	nasabah logam mulia.	
--	--	-------------------	----------------------	--

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori, maka variabel yang digunakan untuk mengetahui pertumbuhan penjualan Logam Mulia antara lain adalah Pendapatan dan Kualitas Pelayanan, dengan penjelasan sebagai berikut:

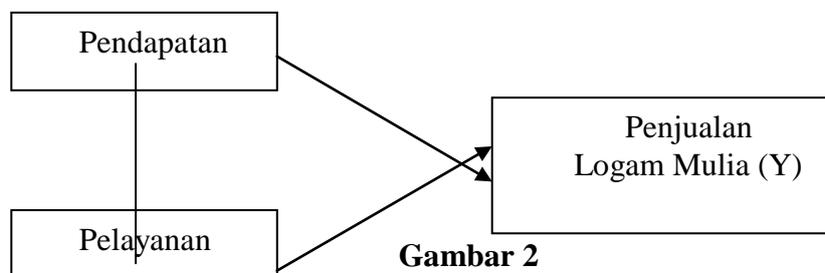
1. Pengaruh pendapatan terhadap penjualan logam mulia

Pendapatan merupakan besarnya penerimaan yang diperoleh setiap individu dalam setiap bulan setelah dikurangi potongan-potongan lain yang diukur dalam satuan rupiah. Semakin tinggi pendapatan masyarakat maka semakin baik/tinggi penjualan logam mulia pada pegadaian.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap penjualan logam mulia

Kualitas pelayanan merupakan hasil dari proses evaluasi dimana konsumen membandingkan ekspektasi dari layanan yang dipersiapkan dengan yang diterima atau yang dirasakan. Indikatornya adalah bukti langsung/bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Maka semakin tinggi pendapatan masyarakat maka semakin baik/tinggi penjualan logam mulia pada pegadaian.

Adapun kerangka berfikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2
Kerangka Konseptual Penelitian

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan atau jawaban sementara yang masih perlu adanya pembuktian kebenaran.

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_1 : Pendapatan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap penjualan Logam Mulia pada PT. Pegadaian Cabang Syariah AR. Hakim.

H_2 : Pendapatan dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan Logam Mulia pada PT. Pegadaian Cabang Syariah AR. Hakim.

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field study research*) yakni pengamatan langsung ke obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dimana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari obyek yang diteliti kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya.⁴³

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat dilakukannya penelitian ini adalah di PT. Pegadaian (Persero) Cab. Syariah AR.Hakim yang beralamat di Jl. AR.Hakim No. 131 Sukaramai Medan.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian direncanakan dilakukan mulai Desember 2016 sampai dengan September 2017, dengan alokasi sebagai berikut:

Tabel 3.1
Alokasi Waktu Penelitian

No	Tahap Penelitian	Bulan/Minggu																							
		Desember				Februari				Maret				Mei				Juli				Agustus			
1	Pengajuan Judul																								
2	Pembuatan Proposal																								
3	Seminar Proposal																								
4	Penyusunan																								
5	Pengelolaan Data																								
6	Penulisan Skripsi																								
7	Revisi Skripsi																								

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), Cet. Ke 15, h. 17.

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini data diambil berdasarkan kuesioner yang diwawancarakan kepada responden. Data primer tersebut meliputi identitas responden secara umum, dan hal yang berkaitan dengan pendapatan dan kualitas pelayanan, yang dibagikan kepada responden atau nasabah yang mengambil logam mulia pada Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau website serta literatur-literatur lain yang membahas mengenai materi penelitian tersebut.

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁵ Populasi dalam penelitian ini adalahnya nasabah Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan yang menggunakan produk Logam Mulia pada tahun 2017 sejumlah 181 orang.

Sementara sampel adalah wakil dari populasi/suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi.⁴⁶ Prosedur penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling, dimana tidak semua anggota populasi berpeluang menjadi sampel. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diteliti oleh peneliti adalah sebesar 64 dari jumlah populasi.

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 80.

⁴⁶ Azuar Zuliandi, et al, *Metode Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU Press, 2014), h. 51.

Penentuan banyak sampel penelitian menurut Slovin dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel yang akan digunakan

N = Jumlah populasi

1 = Konstanta

e = Nilai kritis atau batas kesalahan 10%⁴⁷

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

$$n = \frac{181}{1+(181 \times 0,1^2)}$$

$$n = 64,41 = 64$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan adalah 64 responden.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh peneliti dengan menggunakan teknik:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengamatan menuntut adanya pengamatan dari seorang peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan instrumen yang berupa pedoman penelitian dalam bentuk lembar pengamatan atau lainnya.⁴⁸ Dalam penelitian ini melihat secara langsung keadaan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah AR.Hakim dalam menjual produk *Mulia*.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi ini dipergunakan untuk memperoleh data dari pihak pemilik dan karyawan khususnya mengetahui keadaan PT. Pegadaian (Persero) Cabang syariah AR.Hakim.

3. Koesioner

⁴⁷ *Ibid.*, h. 59.

⁴⁸ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), Eds. 1, h. 70-71.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Koesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁴⁹

Instrument yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian inidengan menggunakan skala likert 5 poin. Sebelum membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu dibuat kisi-kisi instrument dengan menjabarkan variabel menjadi sub variabel yang akan diukur, hal ini digunakan sebagai patokan untuk menyusun instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif dengan 5 (lima) alternatif jawaban, dengan jawaban masing-masing sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju	TS : Tidak Setuju
S : Sangat	STS : Sangat Tidak Setuju
N : Netral/Ragu-ragu	

Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

SS : 5	TS : 2
S : 4	STS : 1
N : 3	

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Uji Keshahihan Data, Uji Asumsi Klasik, Uji Statistik, dan Regresi Linear Berganda dan selanjutnya akan dianalisis hasil regresi tersebut dengan menggunakan program SPSS *realese 22.0 for windows*.

1. Uji Keshahihan Data

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan keabsahan instrument mengukur objek yang diukur. Validitas merujuk kepada sejauh mana suatu uji dapat mengukur

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), Cet. Ke 15, h. 60.

apa yang sebenarnya ingin diukur.⁵⁰ Suatu instrument dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti. Prinsip validitas adalah pengukuran atau pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrumen dalam mengumpulkan data. Instrumen harus dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Jadi validitas lebih menekankan pada alat pengukuran atau pengamatan. Jika r tabel $<$ r hitung, maka butir soal disebut valid.⁵¹ Tinggi rendah validitas suatu angket atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total.⁵²

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah yang mendukung validitas dan merupakan syarat mutlak, tetapi tidak cukup bagi validitas sendiri.⁵³ Reliabilitas adalah tingkat andalan koesioner.⁵⁴ Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensis koesioner dalam penggunaannya, dengan menggunakan *Croanbach Alpha*. Instrument dapat dikatakan reliable bila nilai *alpha* lebih besar dari r tabel. Kita juga bisa menggunakan batasan tertentu. Kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.⁵⁵

Tabel 3.2
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s/d 0.20	Kurang Reliabel
\geq 0,20 s/d 0.40	Agak Realiabel

⁵⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), Eds. 1, h. 128.

⁵¹ Bilson Simamora, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 4.

⁵² Adji Djojo, *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), h. 35.

⁵³ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), Eds. 1, h 137.

⁵⁴ Bilson Simamora, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 63.

⁵⁵ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, (Yogyakarta: MediaKom, 2008), h. 26.

$\geq 0,40$ s/d $0,60$	Cukup Reliabel
$\geq 0,60$ s/d $0,80$	Reliabel
$\geq 0,80$ s/d $1,00$	Sangat Reliabel

2. Uji Asumsi Klasik

Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang disyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, serta heteroskedastisitas

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.⁵⁶ Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.⁵⁷ Untuk menghitung normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*.⁵⁸

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal*. Variabel *orthogonal* adalah variabel independen sama dengan nol.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk suatu tujuan yaitu mengetahui ada tidaknya korelasi antar anggota serangkaian data yang diobservasi dan dianalisis menurut ruang. Uji ini bertujuan untuk melihat ada tidaknya korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model.⁵⁹

d. Uji Heteroskedastisitas

⁵⁶ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, (Yogyakarta: MediaKom, 2008), h. 28.

⁵⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*, (Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2005), h. 76.

⁵⁸ Adji Djojo, *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), h. 69.

⁵⁹ *Ibid.*, h. 101.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.⁶⁰ Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

Untuk melakukan uji hipotesis, penulis menggunakan Metode analisis kuantitatif dengan menggunakan peralatan statistik yaitu Metode Regresi Linear Berganda dan aneka korelasi, persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut.

Rumus:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Jadi untuk model penelitian ini yaitu:

$$PM = a + b_1 P + b_2 KP + e$$

Keterangan:

PM	: Variabel terikat Y yaitu Penjualan Mulia
P	: Variabel bebas X_1 (Pendapatan)
KP	: Variabel bebas X_2 (Kualitas Pelayanan)
a	: Konstanta
$b_1 - b_2$: Koefisien regresi masing-masing variabel independen
e	: Standart Error ⁶¹

Untuk menguji apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen, maka diperlukan uji koefisien.

a. Uji Parsial (t_{test})

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel

⁶⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*, (Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2005), h. 139.

⁶¹ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, (Yogyakarta: MediaKom, 2008), h. 39.

dependen yang di uji pada tingkat signifikan 0,05. Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model persamaan regresi, kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau t statistik $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau t statistik $> 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji Simultan (F_{test})

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang digunakan dalam model regresi secara simultan yang mampu menjelaskan variabel terikatnya. Kriteria keputusannya sebagai berikut:

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau F statistik $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau F statistik $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinansi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terkait. Digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variasi naik turunnya 1 determinan (R) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel model Summary dan tertulis R Square. Namun untuk regresi linier

berganda sebaiknya menggunakan R Square yang sudah disesuaikan dengan variabel independen.⁶²

⁶² Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga) Edisi 3. 2012, h. 240.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Pegadaian Cabang Syariah AR-Hakim Medan

Berdirinya pegadaian syariah, berawal pada tahun 1998 ketika beberapa *General Manager* melakukan studi banding ke Malaysia. Setelah melakukan studi banding, mulai dilakukan penggodokan rencana pendirian pegadaian syariah. Tetapi ketika itu ada sedikit masalah *internal* sehingga hasil studi banding itu pun hanya ditumpuk.

Tahun 2000 konsep bank syariah mulai marak. Saat itu, Bank Muamalat Indonesia (BMI) menawarkan kerjasama dan membantu segi pembiayaan dan pengemabangan. Tahun 2002 mulai diterapkan sistem pegadaian cabang Dewi Sartika menjadi kantor cabang pegadaian pertama yang menerapkan sistem pegadaian syariah.

Prospek pegadaian syariah di masa depan sangat luar biasa. Respon masyarakat terhadap pegadaian syariah ternyata jauh lebih baik dari yang diperkirakan. Menurut survei BMI, dari target operasional tahun 2003 sebesar 1,55 milyar rupiah pegadaian syariah cabang Dewi Sartika mampu mencapai target 5 milyar rupiah.

Pegadaian Syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan. Meski tanpa bunga, pegadaian syariah tetap memperoleh keuntungan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yaitu memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai barang, bukan dari jumlah pinjaman. Sedangkan pada pegadaian konvensional, biaya yang harus dibayar sejumlah dari yang dipinjamkan.

Program Syariah Perum Pegadaian mendapat sambutan positif dari masyarakat. Dari target omset tahun 2006 sebesar Rp 323 milyar, hingga September 2006 ini sudah tercapai Rp 420 miliar dan pada akhir tahun 2006 ini diprediksi omzet bisa mencapai Rp 450 miliar. Bahkan Perum Pegadaian Pusat menurut rencana akan menerbitkan produk baru, gadai saham di Bursa

Efek Jakarta (BEJ), paling lambat Maret 2007. Manajemen Pegadaian melihat adanya prospek pasar yang cukup bagus saat ini untuk gadai saham.

Bisnis pegadaian syariah tahun 2007 ini cukup cerah, karena minat masyarakat yang memanfaatkan jasa pegadaian ini cukup besar. Itu terbukti penyaluran kredit tahun 2006 melampaui target.

Pegadaian cabang Majapahit Semarang misalnya, tahun 2006 mencapai 18,2 miliar. Lebih besar dari target yang ditetapkan sebanyak 11,5 miliar. Jumlah ek pegadaian syariah ke depan, cukup cerah.

Pegadaian syariah di Kota Medan baru berdiri pada tahun 2010 atas persetujuan menteri keuangan untuk membuka pegadaian yang berbasis syariah di Kota Medan dan masih dalam naungan PT. Pegadaian yang Kantor Wilayahnya berada di Jl. Pegadaian No. 112, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 2 No. 4227 Medan 20151. Cabang Pegadaian Syariah pertama yang dibuka yaitu berada di Pegadaian Medan Syariah di Jalan Ayahanda No. 48 pada akhir Maret 2010, dan sekarang menjadi cabang, di Jl. Kertas Medan Petisah adalah unit, lalu pada pegadaian syariah Jl. Raya Setia Budi No. 84 Tanjung Rejo, Kec. Medan Sunggal pada tanggal 27 Mei 2010 adalah Cabang, dan terakhir di Jl. Asrama No. 185A Kel. Helvetia Kec. Medan Helvetia pada Juli 2010 adalah unit, Cabang beserta unit dikota Medan yaitu:

- 1) Cps. AR-Hakim (cabang)
 - a. Ups Medan Syariah
 - b. Ups Ade Irma
 - c. Ups Pematang Siantar
- 2) Cps Setia Budi (cabang)
 - a. Ups Asrama
 - b. Ups Paya Geli
 - c. Ups Binjai Syariah
 - d. Ups Tandem

Perkembangan Pegadaian Syariah semakin berkembang dari tahun ke tahun dilihat dari semakin meningkatnya lab dan juga semakin diminati oleh masyarakat pola pegadaian berbasis syariah. Sampai pada tahun 2016 ini (sekarang), dari ke beberapa pegadaian syariah yang ada di Kota Medan

tersebut berjumlah 17.016 nasabah dengan perincian nasabah tiap-tiap kantor cabang pegadaian syariah, yaitu: kantor cabang pegadaian syariah Jalan Kertas Syariah berjumlah 1823 nasabah, AR-Hakim Syariah 9400 nasabah, Setia Budi Syariah 5093 nasabah dan Asrama Syariah 700 nasabah, dan terus bertambah dari hari ke hari. Jenis Produk dan Usaha Pegadaian Syariah di Kota Medan Jenis Produk yang dikeluarkan pegadaian Syariah disemua daerah hampir sama, tidak terkecuali pegadaian syariah di Kota Medan. Produk-produk yang dikeluarkan pegadaian syariah hampir persis sama dengan produk pegadaian konvensional pada umumnya, karena masih mengikuti perusahaan induknya yaitu PT. Pegadaian.

2. Ruang Lingkup Bidang Usaha

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah AR.Hakim merupakan lembaga formal atau badan usaha di Indonesia yang berdasarkan hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Tugas pokok Perum Pegadaian adalah menjembatani kebutuhan dana masyarakat dengan pemberian uang pinjaman berdasarkan hukum gadai.

Pegadaian Syariah berjalan atas dua akad transaksi Syariah yaitu:

- a. *Akad Rahn. Rahn* yang dimaksud adalah menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Dengan akad ini Pegadaian menahan barang bergerak sebagai jaminan atas utang nasabah.
- b. *Akad Ijarah.* Yaitu akad pemindahan hak guna atas barang dan atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Melalui akad ini dimungkinkan bagi Pegadaian untuk menarik sewa atas penyimpanan barang bergerak milik nasabah yang telah melakukan akad.

Adapun ketentuan atau persyaratan yang menyertai akad tersebut meliputi:

a. *Akad*

Akad tidak mengandung syarat fasik/bathil seperti murtahin mensyaratkan barang jaminan dapat dimanfaatkan tanpa batas.

b. *Marhun Bih* (Pinjaman)

Pinjaman merupakan hak yang wajib dikembalikan kepada murtahin dan bisa dilunasi dengan barang yang dirahnkan tersebut. Serta, pinjaman itu jelas dan tertentu.

c. *Marhun* (barang yang dirahnkan)

Marhun bisa dijual dan nilainya seimbang dengan pinjaman, memiliki nilai, jelas ukurannya, milik sah penuh dari rahin, tidak terkait dengan hak orang lain, dan bisa diserahkan baik materi maupun manfaatnya.

d. Jumlah maksimum dana rahn dan nilai likuidasi barang yang dirahnkan serta jangka waktu rahn ditetapkan dalam prosedur.

e. Rahin dibebani jasa manajemen atas barang berupa: biaya asuransi, biaya penyimpanan, biaya keamanan, dan biaya pengelolaan serta administrasi.

Produk-produk yang ditawarkan Pegadaian Cabang Syariah AR-Hakim Sukaramai sebagai berikut:

a. Pembiayaan *RAHN*

Penyaluran pinjaman secara gadai yang didasarkan pada penerapan prinsip Syariah Islam dalam transaksi ekonomi secara Syariah (gadai emas biasa). Solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai dengan syariah. Prosesnya cepat hanya membutuhkan waktu 15 menit dana cair dan aman penyimpanannya. Jaminan berupa barang perhiasan, elektronik atau kendaraan bermotor.

Bila barang yang sudah jatuh tempo namun tidak diperpanjang akan dilelang, namun jika sudah dilelang ada kekurangan uang nasabah akan dikembalikan oleh pihak pegadaian ke nasabah.

b. Pembiayaan *AR-RUM* (*Ar-Rahn* Untuk Usaha Mikro Kecil)

Pembiayaan yang dikhususkan untuk UMKM (Unit Mikro Kecil Menengah) dengan obyek jaminan berupa BPKB (Bukti Pemilikan Kendaraan Bermotor). Kendaraan tetap pada pemiliknya untuk mendukung kegiatan sehari-hari. Maksimalnya daya guna kendaraan anda.

c. Pembiayaan *AR-RUM HAJI*

Pembiayaan dengan memanfaatkan emas senilai Rp 7 juta dan memperoleh pinjaman Rp 25 juta dalam bentuk tabungan haji yang dapat digunakan untuk mendaftar haji.

d. Pembiayaan *MULIA* (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi)

Layanan penjualan logam mulia/emas batangan oleh Pegadaian kepada masyarakat secara tunai dan agunan dengan jangka waktu 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.

e. Pembiayaan *AMANAHAH* (solusi pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor).

f. *MPO (multy payment online)*

Melayani pemabayaran 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 dibank.

Visi dan Misi Pegadaian Syariah adalah:

a. Visi

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi *market leader* dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

b. Misi

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh Pegadaian dalam mempersiapkan di diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

- 3) Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

3. Lokasi Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan

Penelitian ini mengambil lokasi di PT. Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan yang beralamatkan di Jalan AR-Hakim No. 131 Sukaramai Medan. Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan adalah pegdaian yang merupakan salah satu cabang dibawah pengawasan PT. Pegadaian (Persero) Kanwil I Medan yang beralamatkan di Jalan Pegadaian No. 112 Medan.

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah AR.Hakim Medan mempunyai letak strategis karena di dekat pasar Sukaramai Medan, dengan kondisi tersebut menyebabkan Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim banyak didatangi masyarakat perkotaan dari berbagai status sosial dan pendidikan untuk memdapat Mulia (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi) di sana.

4. Daerah Pemasaran

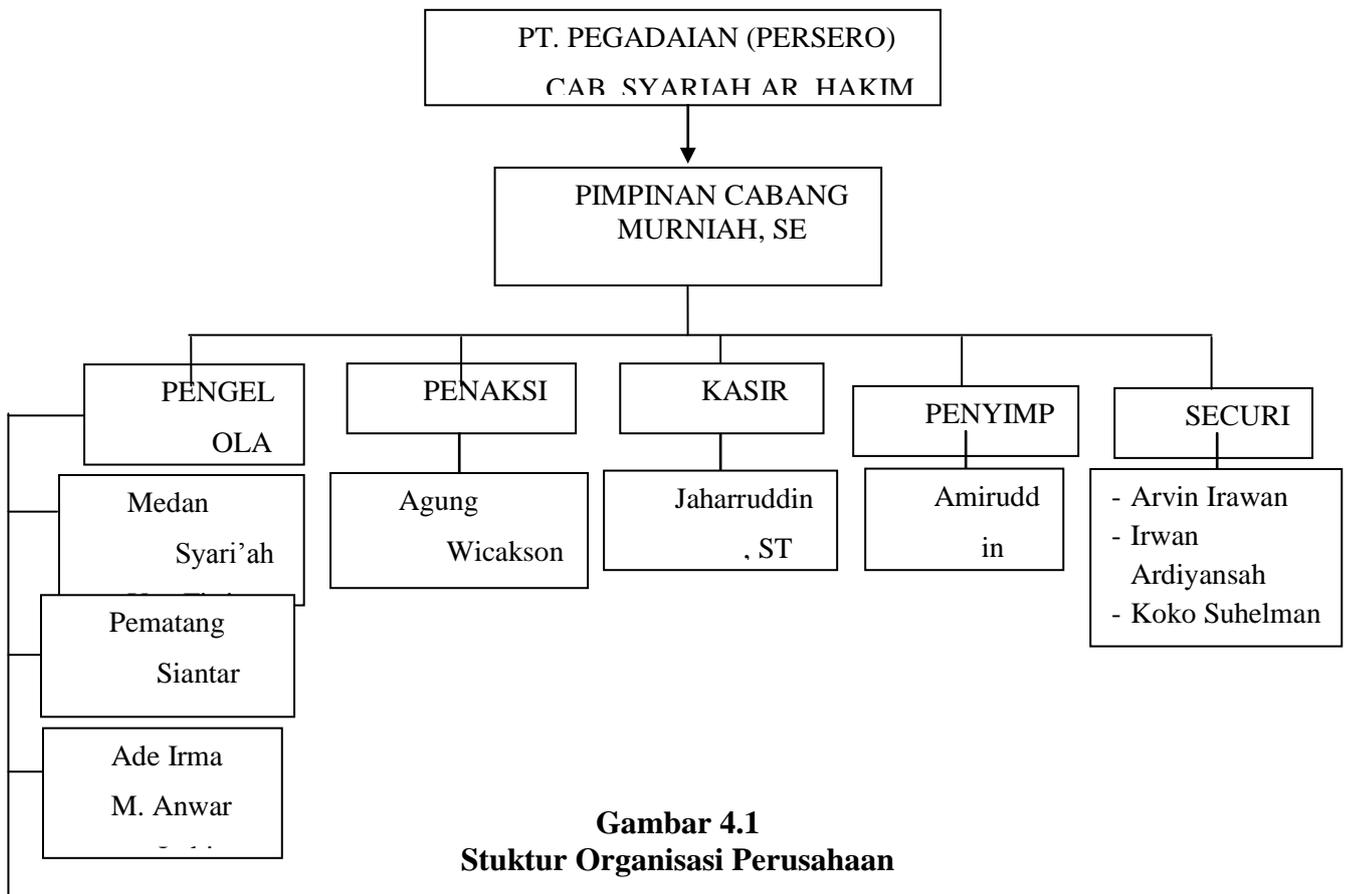
Pegadaian syariah di Kota Medan dalam naungan PT. Pegadaian yang Kantor Wilayahnya berada di Jl. Pegadaian No. 112, Cabang Pegadaian Syariah ada dua yaitu berada di Jl. AR-Hakim No. 131 Sukaramai Medan, Pegadaian Medan Syariah di Jalan Ayahanda No. 48, Pegadaian Ade Irma, dan Pegadaian Pematang Siantar adalah Unit dan Pegadaian Syariah di Jl. Raya Setia Budi No. 84 Tanjung Rejo, Kec. Medan Sunggal adalah Cabang, Jl. Kertas Medan Petisah, adalah unit, lalu pada, di Jl. Asrama No. 185A Kel. Helvetia Kec. Medan Helvetia, Pegadaian Syariah Paya Geli, Pegadaian Binjai Syariah, dan Pegadaian Syariah Tandem adalah Unit

Perkembangan Pegadaian Syariah semakin berkembang dari tahun ke tahun dilihat dari semakin meningkatnya lab dan juga semakin diminati oleh masyarakat pola pegadaian berbasis syariah. Sampai pada tahun 2017 ini, dari beberapa pegadaian syariah yang ada di Kota Medan tersebut berjumlah 17.016 nasabah dengan perincian nasabah tiap-tiap kantor cabang pegadaian syariah, yaitu: kantor cabang pegadaian syariah Jalan Kertas Syariah berjumlah 1823 nasabah, AR-Hakim Syariah 9400 nasabah, Setia Budi

Syariah 5093 nasabah dan Asrama Syariah 700 nasabah, dan terus bertambah dari hari ke hari. Jenis Produk dan Usaha Pegadaian Syariah di Kota Medan Jenis Produk yang dikeluarkan pegadaian Syariah disemua daerah hampir sama, tidak terkecuali pegadaian syariah di Kota Medan. Produk-produk yang dikeluarkan pegadaian syariah hampir persis sama dengan produk pegadaian konvensional pada umumnya, karena masih mengikuti perusahaan induknya yaitu PT. Pegadaian.

5. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi pegadaian syariah di AR-Hakim Sukaramai dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.1
Stuktur Organisasi Perusahaan

6. Job Description Perusahaan

Adapun deskripsi tugas yang terkait adalah:

- a. Kepala Cabang, yang mempunyai tugas pokok antara lain: mengelola operasional cabang dalam menyalurkan uang pinjaman

sacara hukum gadai syariah dan melaksanakan usaha-usaha lainnya, serta mewakili kepentingan perusahaan dalam hubungan dengan pihak lain atau masyarakat sesuai ketentuan yang berlaku dalam rangka melaksanakan misi perusahaan.

- b. Pengelola Ups, yang mempunyai tugas mengelola unit pegadaian syariah dari CPS. AR-Hakim
- c. Penaksir, yang mempunyai tugas pokok antara lain: menaksir barang jaminan untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan.
- d. Kasir, yang mempunyai tugas pokok antara lain: melaksanakan tugas penerimaan dan tugas pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk melancarkan operasional.
- e. Penyimpan, memelihara kebersihan, keindahan dan kenyamanan gudang dan ruang kerja, mengirim dan mengambil surat/dokumen untuk menunjang kelancaran tugas administrasi dan tugas operasional Kantor Cabang.
- f. Security, yang mempunyai tugas pokok antar lain: mengamankan harta perusahaan dan nasabah dalam lingkungan kantor dan sekitarnya.

B. Hasil Penelitian

1. Metode Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif data berguna untuk mendeskripsikan atau menjelaskan data-data yang diperoleh pada saat pengumpulan data. Data yang diperoleh berupa data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden terpilih dalam penelitian, yaitu nasabah yang melakukan pembiayaan *Mulia* di Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan.

a. Deskriptif Data Demografi Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang melakukan pembiayaan *Mulia* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim

Medan. Sampel yang diambil sebanyak 64 nasabah berdasarkan teknik *non probability sampling*.

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	39	60,9%
Perempuan	25	39,1%

Sumber: Data Penelitian, 2017 (Diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden laki-laki adalah sebanyak 39 orang (60,9%), dan responden perempuan sebanyak 25 orang (39,1%).

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
<25	3	4,7%
26-30	14	21,9%
31-35	23	35,9%
36-40	18	28,1%
>40	6	9,4%

Sumber: Data Penelitian, 2017 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang paling banyak diteliti adalah usia 26-40 tahun dengan nilai 21,9% atau sebanyak 23 orang, sedangkan 31-35 tahun dengan nilai 28,1% sebanyak 18 orang, sementara 26-30 tahun dengan nilai 21,9% atau sebanyak 14 orang, atau >40 tahun dengan nilai 9,4% sebanyak 6 orang, dan <25 tahun dengan nilai 4,7% atau sebanyak 3 orang.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
SMA/Sederajat	5	7,8%
D3/Sederajat	16	25%
S1	26	40,6%
S2	17	26,6%

Sumber: Data Penelitian, 2017 (Diolah)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan terbanyak yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah responden yang berada di tingkat pendidikan S1 sebesar 40,6% atau sebanyak 26 orang, sedangkan pada tingkat pendidikan S2 sebesar 26,6% atau sebanyak 17 orang, sementara pada tingkat pendidikan D3/Sederajat sebesar 25% atau sebanyak 16 orang dan SMA/Sederajat sebesar 7,8% atau sebanyak 5 orang.

4) Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Profesi	Jumlah Responden	Persentase
Karyawan Swasta	17	26,6%
Mahasiswa	2	3,1%
PNS	29	45,3%
Wiraswasta	16	25%

Sumber: Data Penelitian, 2017 (Diolah)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa nasabah yang paling banyak diteliti adalah PNS yaitu sebanyak 29 nasabah (45,3%), sedangkan pada nasabah yang berprofesi sebagai karyawan swasta sebesar 17 orang atau sebesar 26,6%, sementara pada profesi sebagai wiraswasta sebesar 25% sebanyak 16 orang, dan untuk mahasiswa sebesar 3,1% atau sebanyak 2 orang. Hal

tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang paling menggunakan jasa pembiayaan *Mulia* di Pegadaian Cabang Syariah AR. Hakim adalah PNS.

b. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Koesioner yang digunakan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert, untuk menanyakan nasabah tentang keputusan pembelian terhadap produk *Mulia*. Variabel faktor pendapatan nasabah (X1) terdiri dari satu pertanyaan yaitu pendapatan nasabah setiap bulannya, variabel faktor kualitas pelayanan (X2) terdiri dari sepuluh pertanyaan dan variabel penjualan *Mulia* terdiri dari sepuluh pertanyaan kuesioner disebarkan kepada 64 responden.

1) Distribusi jawaban responden terhadap variabel pendapatan nasabah

Tabel 4.5
Distribusi jawaban responden terhadap variabel pendapatan nasabah

No	Pendapatan Nasabah Perbulan	F	%
1	2.000.000	1	1,6
2	3.500.000	6	9,4
3	3.800.000	3	4,7
4	4.000.000	12	18,8
5	4.500.000	8	12,5
6	4.800.000	3	4,7
7	5.000.000	8	12,5
8	5.500.000	2	3,1
9	6.000.000	1	1,6
10	6.800.000	5	7,8
11	7.000.000	6	9,4
12	8.000.000	2	3,1
13	8.500.000	7	10,9
	Total	64	100

a Penelitian, 2017 (Diolah)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa Frekuensi dari pendapatan nasabah perbulan dan dianalisis, bahwa 12 nasabah (18,8%)

pendapatannya Rp. 4.000.000, ada 8 nasabah (12,5%) Rp.5.000.000, 7 nasabah (10,9%) Rp. 8.500.000, 6 nasabah (9,4%) Rp. 7.000.000, 5 nasabah (7,8%) Rp. 6.800.000, dan seterusnya.

2) Distribusi jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan karyawan

Tabel 4.6
Distribusi jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan
karyawan

Alternatif Jawaban													
N	SS		S		KS		TS		STS		JUMLAH		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	2	3	3	5	5	7	1	1	0	0	6	1	
2	1	1	3	5	9	1	5	7	0	0	6	1	
3	1	1	3	5	1	2	6	9	1	1	6	1	
4	9	1	2	4	1	2	7	1	2	3	6	1	

5	1	2	3	5	1	2	1	1	1	1	6	1
6	1	1	3	6	1	2	2	3	0	0	6	1
7	9	1	3	5	1	1	1	1	0	0	6	1
8	1	2	3	5	1	2	2	3	0	0	6	1
9	2	3	3	4	1	1	1	1	0	0	6	1
1	3	5	2	3	6	9	1	1	0	0	6	1

Sumber: Data Penelitian, 2017 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa:

- a. Frekuensi jawaban reponden tentang pertanyaan 1 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 23 nasabah 35,9% dinyatakan sangat setuju, 35 nasabah 54,7% dinyatakan setuju, 5 nasabah 7,8% dinyatakan kurang setuju, 1 nasabah 1,6% dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.

- b. Frekuensi jawaban responden tentang pertanyaan 2 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 12 nasabah 18,8% dinyatakan sangat setuju, 38 nasabah 59,4% dinyatakan setuju, 9 nasabah 14,1% dinyatakan kurang setuju, 5 nasabah 7,8% dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.
- c. Frekuensi jawaban responden tentang pertanyaan 3 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 10 nasabah 15,6% dinyatakan sangat setuju, 32 nasabah 50,0% dinyatakan setuju, 15 nasabah 23,4% dinyatakan kurang setuju, 6 nasabah 9,4% dinyatakan tidak setuju, dan 1 nasabah 1,6% yang dinyatakan sangat tidak setuju.
- d. Frekuensi jawaban responden tentang pertanyaan 4 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 9 nasabah 14,1% dinyatakan sangat setuju, 27 nasabah 42,2% dinyatakan setuju, 19 nasabah 29,7% dinyatakan kurang setuju, 7 nasabah 10,9% dinyatakan tidak setuju, dan 2 nasabah 3,1% dinyatakan sangat tidak setuju.
- e. Frekuensi jawaban responden tentang pertanyaan 5 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 13 nasabah 20,3% dinyatakan sangat setuju, 34 nasabah 53,1% dinyatakan setuju, 15 nasabah 23,4% dinyatakan kurang setuju, 1 nasabah 1,6% dinyatakan tidak setuju, dan 1 nasabah 1,6% dinyatakan sangat tidak setuju.
- f. Frekuensi jawaban responden tentang pertanyaan 6 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 10 nasabah 15,6% dinyatakan sangat setuju, 39 nasabah 60,9% dinyatakan setuju, 13 nasabah 20,3% dinyatakan kurang setuju, 2 nasabah 3,1% dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.
- g. Frekuensi jawaban responden tentang pertanyaan 7 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 9 nasabah 14,1% dinyatakan sangat setuju, 33 nasabah 51,6% dinyatakan setuju, 11 nasabah 17,2% dinyatakan kurang setuju, 11 nasabah 17,2% dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.
- h. Frekuensi jawaban responden tentang pertanyaan 8 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 14 nasabah 21,9% dinyatakan

sangat setuju, 35 nasabah 54,7% dinyatakan setuju, 13 nasabah 20,3% dinyatakan kurang setuju, 2 nasabah 3,1% dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada juga nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.

- i. Frekuensi jawaban responden tentang pertanyaan 9 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 20 nasabah 31,3% dinyatakan sangat setuju, 31 nasabah 48,4% dinyatakan setuju, 12 nasabah 18,8% dinyatakan kurang setuju, 1 nasabah 1,6% dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.
- j. Frekuensi jawaban responden tentang pertanyaan 10 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 32 nasabah 50,0% dinyatakan sangat setuju, 25 nasabah 39,1% dinyatakan setuju, 6 nasabah 9,4% dinyatakan kurang setuju, 1 nasabah 1,6% dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.

3) Distribusi jawaban responden terhadap variabel penjualan mulia

Tabel 4.7
Distribusi jawaban responden terhadap variabel penjualan mulia

Alternatif Jawaban										
No	SS		S		KS		TS		STS	
Per	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	31	48,4	29	45,3	4	6,3	0	0	0	0
2	32	50,0	27	42,2	4	6,3	1	1,6	0	0
3	28	43,8	27	42,2	9	14,1	0	0	0	0
4	10	15,6	25	39,1	18	28,1	9	14,1	2	3,1
5	22	34,4	32	50,0	9	14,1	0	0	1	1,6
6	28	43,8	27	42,2	4	6,3	4	6,3	1	1,6
7	32	50,0	24	37,5	7	10,9	1	1,6	0	0
8	24	37,5	35	54,7	5	7,8	0	0	0	0
9	17	26,6	24	37,5	16	25,0	7	10,9	0	0
10	42	65,6	21	32,8	1	1,6	0	0	0	0

Sumber: Data Penelitian, 2017 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa:

- a. Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 1 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 31 nasabah 48,4% dinyatakan sangat setuju, 29 nasabah 45,3% dinyatakan setuju, 4 nasabah 6,3% dinyatakan kurang setuju, tidak ada nasabah yang dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada juga nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.
- b. Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 2 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 32 nasabah 50,0% dinyatakan sangat setuju, 27 nasabah 42,2% dinyatakan setuju, 4 nasabah 6,3% dinyatakan kurang setuju, 1 nasabah 1,6% dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.
- c. Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 3 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 28 nasabah 43,8% dinyatakan sangat setuju, 27 nasabah 42,2% dinyatakan setuju, 9 nasabah 14,1% dinyatakan kurang setuju, tidak ada nasabah yang dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada juga nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.
- d. Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 4 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 10 nasabah 15,6% dinyatakan sangat setuju, 25 nasabah 39,1% dinyatakan setuju, 18 nasabah 28,1% dinyatakan kurang setuju, 9 nasabah 14,1% dinyatakan tidak setuju, dan 2 nasabah 3,1% dinyatakan sangat tidak setuju.
- e. Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 5 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 22 nasabah 34,4% dinyatakan sangat setuju, 32 nasabah 50,0% dinyatakan setuju, 9 nasabah 14,1% yang dinyatakan kurang setuju, tidak ada nasabah yang dinyatakan tidak setuju, dan 1 nasabah 1,6% dinyatakan sangat tidak setuju.
- f. Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 6 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 28 nasabah 43,8% dinyatakan sangat setuju, 27 nasabah 42,2% dinyatakan setuju, 4 nasabah 6,3% yang dinyatakan kurang setuju, 4 nasabah 6,3% dinyatakan tidak setuju, dan ada 1 nasabah 1,6% yang dinyatakan sangat tidak setuju.

- g. Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 7 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 32 nasabah 50,0% dinyatakan sangat setuju, 24 nasabah 37,5% dinyatakan setuju, 7 nasabah 10,9% yang dinyatakan kurang setuju, 1 nasabah 1,6% dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.
- h. Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 8 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 24 nasabah 37,5% dinyatakan sangat setuju, 35 nasabah 54,7% dinyatakan setuju, 5 nasabah 7,8% yang dinyatakan kurang setuju, tidak ada nasabah yang dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.
- i. Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 9 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 17 nasabah 26,6% dinyatakan sangat setuju, 24 nasabah 37,5% dinyatakan setuju, 16 nasabah 25,0% yang dinyatakan kurang setuju, 7 nasabah 10,9% dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.
- j. Frekuensi jawaban responden tentang item pertanyaan 10 dari kuesioner yang diisi responden dan di analisis, diketahui bahwa 42 nasabah 65,6% dinyatakan sangat setuju, 21 nasabah 32,8% dinyatakan setuju, 1 nasabah 1,6% yang dinyatakan kurang setuju, tidak ada nasabah yang dinyatakan tidak setuju, dan tidak ada juga nasabah yang dinyatakan sangat tidak setuju.

2. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Untuk mendapatkan kualitas hasil penelitian yang bermutu dan baik sudah semestinya jika rangkaian penelitian yang dilakukan harus baik juga. Perencanaan yang matang mutlak diperlukan alat-alat yang digunakan juga harus dalam kondisi baik. Oleh karena itu sebelum penelitian dilakukan, alat-alat yang digunakan harus diterapkan terlebih dahulu. Hal ini dilakukan agar data-data yang diperoleh menjadi valid dan reliable.

Validitas data berkenaan dengan tingkat kecermatan suatu instrument penelitian, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Ketepatan dalam pengujian pengaruh antar variabel sangat tergantung dari kualitas data yang digunakan. Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini maka angket yang dijadikan sebagai instrument pengumpulan data uji dengan validitas dan realibilitas.

Penyebaran daftar pertanyaan (angket) dalam uji validitas dan realibilitas diberikan kepada 64 orang responden dan r_{tabel} 0,2042, yaitu dari nasabah Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Instrumen Faktor Kualitas Pelayanan Pegawai

No. Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
1	0,560	0,204	Valid
2	0,755	0,204	Valid
3	0,602	0,204	Valid
4	0,808	0,204	Valid
5	0,724	0,204	Valid
6	0,708	0,204	Valid
7	0,716	0,204	Valid
8	0,774	0,204	Valid
9	0,675	0,204	Valid
10	0,659	0,204	Valid

Sumber: Data Penelitian, 2017 (Diolah)

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Instrumen Faktor Penjualan Mulia

No. Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
----------------	--------------	-------------	--------

n			
1	0,595	0,204	Valid
2	0,416	0,204	Valid
3	0,735	0,204	Valid
4	0,718	0,204	Valid
5	0,679	0,204	Valid
6	0,674	0,204	Valid
7	0,657	0,204	Valid
8	0,618	0,204	Valid
9	0,674	0,204	Valid
10	0,669	0,204	Valid

Sumber: Data Penelitian 2017 (Diolah)

Berdasarkan tabel 4.8 dan 4.9 dari semua pertanyaan untuk masing-masing faktor yang diuji memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,204), jadi semua pertanyaan pada faktor kualitas pelayanan dan penjualan mulia valid. Untuk itu semua item instrument harus diikutsertakan dalam pengujian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji Realiabilitas digunakan untuk mengetahui apakah butir-butir pertanyaan dalam angket penelitian konsisten atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. Uji reliabilitas terhadap masing-masing butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel pendapatan nasabah, kualitas pelayanan, dan penjualan mulia menggunakan bantuan program computer SPSS versi 22,00.

Adapun hasil perhitungan dapat digambarkan dalam table berikut ini.

Tabel 4.10
Koefisien Reliabilitas Penjualan *Mulia* (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,836	10

Tabel 4.11
Koefisien Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	10

Tabel 4.12
Nilai Reliabilitas Variabel

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Penjualan <i>Mulia</i> (Y)	0,836	Sangat Reliabel
Kualitas pelayanan pegawai (X2)	0,882	Sangat Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 22.00 (2017)

Tabel 4.12 tersebut menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha kedua variabel diatas berada antara 0,80 - 1,00. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan baik dari variabel independen maupun variabel dependen dinyatakan sangat reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

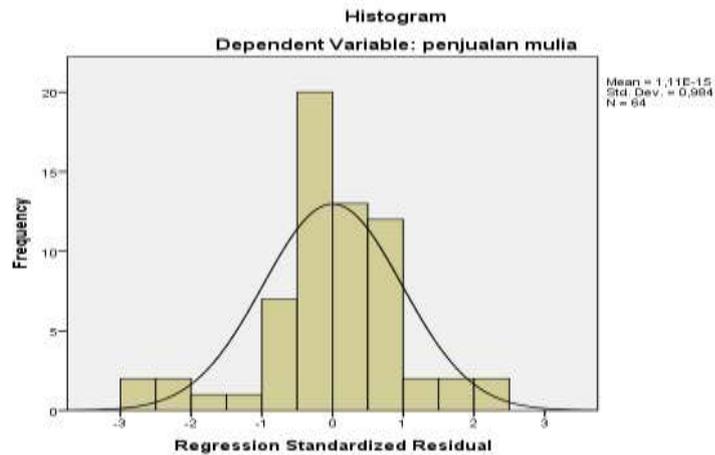
Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistic yang harus dimiliki oleh analisis linier berganda.

a. Uji Normalitas

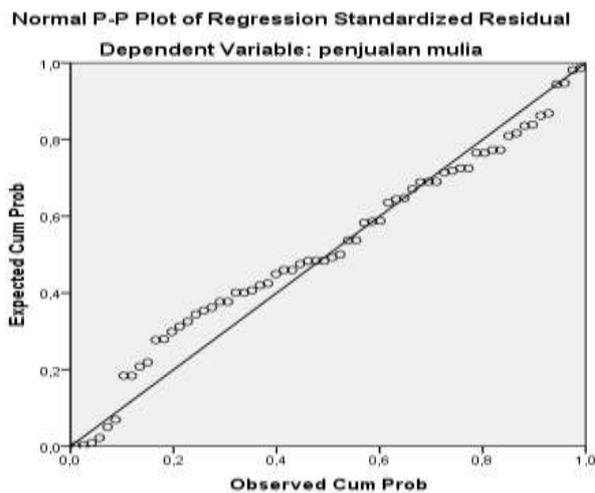
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah distribusi sebuah kata mengikuti atau mendekati distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residua berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk melihat apakah data berdistribusi normal, penulis menganalisis grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal dan juga menganalisis probabilitas plot yang membentuk plot antara nilai-nilai teoritis (sumbu X) melawan nilai-nilai yang didapat dari sampel (sumbu Y).

Pada grafik histogram, dikatakan variabel berdistribusi normal pada grafik histogram yang berbentuk lonceng apabila distribusi data tersebut tidak melenceng kekiri atau melenceng kekanan.

Apabila plot dari keduanya berbentuk linier (dapat didedekati oleh garis lurus), maka hal ini merupakan indikasi bahwa residual menyebar normal.



Gambar 4.2
Grafik Histogram



Gambar 4.3
Grafik Normal P-Plot

Sumber : Data diolah SPSS 22.00 (2017)

Dengan cara membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, dari grafik diatas dapat disimpulkan bahwa distribusi data normal karena grafik histogram menunjukkan distribusi data mengikuti garis histogram menunjukkan distribusi data mengikuti garis diagonal yang tidak melenceng (*skewness*) kekiri maupun kekanan atau normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas. Multikolinearitas ini berarti adanya hubungan yang sempurna atau pasti, diantara beberapa

atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Hasil pengolahan dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13
Uji Multikolinearitas dengan Nilai Tolerance dan VIF
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Constant)		
dapatan nasabah	,670	1,492
litas pelayanan	,670	1,492

Dependent Variable: penjualan mulia

Sumber : Data diolah SPSS 22.00 (2017)

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel bebas
2. Jika nilai $VIF > 10$ maka terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel bebas⁶³

Dari tabel Coefficients^a yang diperoleh, dapat diketahui bahwa nilai $VIF < 10$. Artinya, nilai VIF (ini) lebih kecil daripada 10 ($1,492 < 10$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk suatu tujuan yaitu mengetahui ada tidaknya korelasi antar anggota serangkaian data yang diobservasi dan dianalisis menurut ruang. Uji ini bertujuan untuk melihat ada tidaknya korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model.

Pengambilan keputusan autokorelasi:

1. Menentukan hipotesis
- Ho : tidak ada autokorelasi

⁶³ Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 74.

Ha : ada autokorelasi

2. Menentukan nilai dL dan dU dengan melihat Tabel Durbin-Watson, pada $\alpha = 5\%$ $k = 2$ diperoleh nilai $dL = 1,2837$ dan nilai $dU = 1,5666$. Nilai k menunjukkan jumlah variabel bebas (dalam kasus ini adalah variabel X_1 dan X_2), $n = 64$ (dimana n merupakan jumlah responden). (Lihat Tabel Durbin-Watson)
 3. Keputusan ada tidaknya autokorelasi
 - a. Bila nilai **DW** berada diantara **dU** sampai dengan **4-dU**, koefisien korelasi sama dengan nol. Artinya, tidak terjadi autokorelasi.
 - b. Bila nilai **DW** lebih kecil daripada dL , koefisien korelasi lebih besar daripada nol. Artinya, terjadi autokorelasi positif.
 - c. Bila nilai **DW** lebih besar daripada **4-dL**, koefisien korelasi lebih kecil daripada nol. Artinya, terjadi autokorelasi negatif.
 - d. Bila nilai **DW** terletak diantara **4-dU** dan **4-dL**, hasilnya tidak dapat disimpulkan.
 4. Hasil Interpretasi
- Dari tabel **Model Summary**^b diperoleh nilai $DW = 2,086$. Perhatikan tampilan berikut untuk lebih jelasnya.⁶⁴

Tabel 4.14
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b		
Model	R	Durbin-Watson
	,741 ^a	2,086

^a Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, pendapatan nasabah

^b Dependent Variable: penjualan mulia

Sumber : Data diolah SPSS 22.00 (2017)

Nilai **dL** = **1,2837**

⁶⁴ Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 84.

$$dU = 1,5666$$

$$DW = 2,086$$

$$4 - dU = 4 - 1,5666 = 2,4334$$

$$4 - dL = 4 - 1,2837 = 2,7163$$

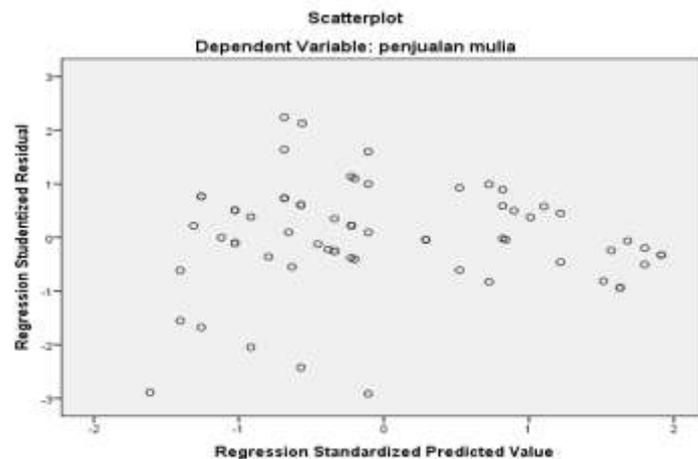
Dengan demikian, DW berada antara dU dan 4 - dU, yaitu $1,5666 < 2,086 < 2,4334$.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu ke pengamatan yang lain. Suatu model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk menguji ada tidaknya situasi heteroskedastisitas dalam *varians error terms* untuk model regresi. Dalam penelitian ini akan digunakan metode chart (Diagram Scatterplot), dengan dasar pemikiran bahwa:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang beraturan (bergelombang melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar keatas dan dibawah 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.4
Scatterplot

Sumber : Data diolah SPSS 22.00 (2017)

Dari gambar scatterplot diatas dapat dilihat bahwa titik menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0 (nol) pada sumbu Y, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, maka mengindikasikan tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk melihat penjualan *Mulia* pada Pegadaian Syariah cabang ar.hakim Medan, berdasarkan masukan variabel independen Pendapatan nasabah, dan Kualitas pelayanan.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (pendapatan nasabah, kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (penjualan mulia). Penulis menggunakan bantuan SPSS versi 22.00 agar hasil yang diperoleh lebih terarah. Model regresi linear berganda yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2x_2 + e$$

Tabel 4.15
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Standardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	24,944	3,013		8,279	,000
Pendapatan nasabah	1,690E-6	,000	,580	5,526	,000
Kualitas pelayanan	,207	,092	,236	2,253	,028

a. Dependent Variable: penjualan mulia

Sumber : Data diolah SPSS 22.00 (2017)

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan software SPSS 22.0 diatas akan didapat persamaan regresi berganda. Model regresi sebagai berikut:

$$Y = 24,944 + 1,690X_1 + 0,207X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dianalisis pengaruh Pendapatan nasabah, Kualitas pelayanan terhadap Penjualan Mulia yaitu:

- 1) Nilai Pendapatan nasabah (X_1) = 1,690 menunjukkan bahwa, jika pendapatan nasabah mengalami kenaikan sebesar Rp. 1, maka penjualan mulia akan naik pula sebesar Rp. 1,690
- 2) Nilai Kualitas pelayanan (X_2) = 0,207 menunjukkan bahwa, jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1%, maka penjualan mulia akan naik pula sebesar 0,207%.

Dalam analisis regresi ada tiga jenis kriteria ketetapan yaitu:

d. Uji Parsial (uji t-test statistik)

Uji t-test dapat dilihat pada tabel *coefficients(a)* adalah bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Uji t-test tersebut dibutuhkan untuk menguji seberapa besar variabel bebas pendapatan nasabah, dan kualitas pelayanan karyawan berpengaruh secara parsial terhadap penjualan mulia (*default risk*).

Bentuk pengujian :

H_0 : $b_1 = b_2 = 0$, artinya variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

H_0 : $b_1 \neq b_2 = 0$, artinya variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan :

H_0 diterima jika. $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$, $df = n-2$

H_0 diterima jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Jika hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima atau variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak sedangkan H_0 diterima atau variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.16
Coefficients Uji T
Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant)	24,944	3,013		8,279	,000
pendapatan nasabah	1,690E-6	,000	,580	5,526	,000
kualitas pelayanan	,207	,092	,236	2,253	,028

b. Dependent Variable: penjualan mulia

Sumber : Data diolah SPSS 22.00 (2017)

Hasil pengujian statistik t pada tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Pengaruh pendapatan nasabah terhadap penjualan *Mulia*

Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05$ dengan nilai t untuk $n = 64 - 2 = 62$, ($\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$) maka t_{tabel} 1,998 dan t_{hitung} 5,526. Maka pengujian secara parsial pengaruh pendapatan nasabah terhadap penjualan mulia diperoleh $5,526 > 1,998$, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya pendapatan nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan mulia.

2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap penjualan mulia

Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05$ dengan nilai t untuk $n = 64 - 2 = 62$, ($\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$) maka t_{tabel} 1,998 dan t_{hitung} 2,253. Maka pengujian secara parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap penjualan mulia diperoleh $2,253 > 1,998$, dengan nilai signifikan $0,028 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan mulia.

Kesimpulan hasil dari t-test adalah ternyata variabel pendapatan nasabah (X_1) berpengaruh signifikan terhadap penjualan mulia. Variabel

kualitas pelayanan (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penjualan mulia.

e. Uji Simultan (Uji F-Test Statistik)

Uji simultan F-test adalah bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Kriteria Pengujian :

1. Tolak H_0 apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$
2. Terima H_0 apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} > -F_{tabel}$

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 22.00 maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.17
Uji Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	836,930	2	418,465	37,228	,000 ^b
Residual	685,680	61	11,241		
Total	1522,609	63			

Dependent Variable: penjualan mulia

Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, pendapatan nasabah

Sumber : Data Diolah SPSS 22.00 (2017)

Bertujuan untuk menghitung hipotesis statistik diatas, maka dilakukan uji F pada tingkat $\alpha = 5\%$, nilai F_{tabel} untuk $n = 64$ adalah sebagai berikut:

$$F_{tabel} = n - k - 1 = 64 - 2 - 1 = 61$$

$$F_{hitung} = 37,228 \text{ dan } F_{tabel} = 3,15$$

Kriteria pengambilan keputusan :

1. H_0 diterima jika $= F_{hitung} \leq 3,15$ atau $-F_{hitung} \geq -3,15$
2. H_0 ditolak jika $= F_{hitung} > 3,15$ atau $-F_{hitung} < -3,15$

Dari uji ANOVA atau F-Test statistik menunjukkan F-hitung sebesar 37,228 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F-tabel sebesar 3,15 dengan signifikan 0,05. Berdasarkan hasil tersebut karena $F_{hitung} > F_{tabel}$

tabel ($37,228 > 3,15$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pendapatan nasabah dan kualitas pelayanan secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penjualan *Mulia* pada Pegadaian cabang Syariah AR.Hakim Medan.

f. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase variabel independen yang teliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen. Koefisien determinasi sekisar anatara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berarti $R^2 = 0$ menunjukkan tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, bila R^2 semangkin besar mendekati 1, menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila R^2 semangkin kecil mendekati nol maka dapat dikatakan semangkin kecilnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.18
Uji Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,741 ^a	,550	,535	3,35271

^aredictors: (Constant), kualitas pelayanan, pendapatan nasabah

^bependent Variable: penjualan mulia

Semakin tinggi nilai *R-square* maka akan semakin baik bagi model regresi, karena berarti kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikatnya juga semakin besar, nilai *R-square* 0,550 atau 55% menunjukkan bahwa Pendapatan nasabah dan Kualitas pelayanan sebesar 55% dapat menjelaskan variabel penjualan mulia (Y). Sisanya 45% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Dari hasil pengujian bahwa tidak semua variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Lebih rinci hasil analisis dari pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis dengan uji t adalah tingkat probabilitasnya sebesar $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $5,526 > 1,998$, menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti faktor pendapatan nasabah berpengaruh signifikan terhadap penjualan mulia dan pada faktor kualitas pelayanan $\text{sig } 0,028 < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu sebesar $2,253 > 1,998$, maka menunjukkan H_0 ditolak H_a diterima, berarti faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap penjualan mulia.

Hasil pengujian hipotesis dengan uji F adalah tingkat probabilitasnya sebesar $\text{sig } 0,000 > 0,05$ dan $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ yaitu $37,228 > 3,15$, menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya faktor pendapatan nasabah dan faktor kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penjualan mulia.

2. Berdasarkan uji determinasi dijelaskan bahwa Nilai R Square diatas diketahui 0,550 atau 55% menunjukkan bahwa pendapatan nasabah dan kualitas pelayanan 55% dapat menjelaskan variabel penjualan mulia (Y). Sisanya 45% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Deskripsi data: Pada penelitian ini, penulis menggunakan data dalam bentuk angket. Menggunakan 64 nasabah sebagai responden, dengan responden laki-laki adalah sebanyak 39 orang (60,9%), dan perempuan sebanyak 25 orang (39,1%). Usia responden usia mayoritas adalah berkisar 31-35 tahun sebesar 35,9%. Tingkat pendidikan responden mayoritas adalah S1 sebanyak 26 orang (40,6%). Profesi responden mayoritas PNS 29 orang atau 45,3%.
4. Dari analisis validitas, semua data yang diuji valid. Maka instrument pertanyaan yang digunakan untuk mengukur setiap variable adalah semua item instrument pertanyaan. Dan dari hasil uji reliabilitas

diketahui bahwa nilai koefisien dengan interpretasi reliable diatas berada antara 0,80 – 1,00, ini menunjukkan bahwa data tersebut memiliki reliabel yang sangat baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah hasil regresi yaitu sebagai berikut:

1. Pendapatan Nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Penjualan *Mulia* pada Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan, diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,526 > 1,998$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Penjualan *Mulia* pada Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan, diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,253 > 1,998$, dan nilai signifikan $0,028 < 0,05$.

2. Pendapatan nasabah dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan *Mulia* pada Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan, diperoleh dengan nilai F-hitung sebesar 37,228 dan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F-tabel sebesar 3,15 dengan signifikan 0,05, maka diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($37,228 > 3,15$).

B. Saran

Dari hasil penelitian analisis pembahasan dan kesimpulan, maka penulis member saran sebagai berikut:

1. Produk *Mulia* (Logam mulia) yang terdapat pada Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan, perlu di pelihara sehingga dapat meningkatkan citra Pegadaian syari'ah Cabang AR.Hakim Medan, dimata masyarakat dan diharapkan dapat menarik minat nasabah untuk bertransaksi.
2. Perusahaan perlu mempertahankan faktor pendapatan nasabah agar penjualan *Mulia* di Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim semakin meningkat, serta faktor kualitas pelayanan karyawan seperti kehandalan karyawan, ketanggapan, kepastian serta empati. Sehingga penjualan mulia dapat lebih meningkat sesuai yang diharapkan perusahaan.

3. Reputasi, kualitas pelayanan perlu dipertahankan dan ditingkatkan supaya nasabah semakin menumbuhkan minat untuk membeli produk *MULIA* pada Pegadaian Cabang Syariah AR.Hakim Medan.
4. Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan perusahaan dalam mengambil kebijakan untuk meningkatkan keputusan nasabah dalam memilih *MULIA* (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi) dan perusahaan mengetahui dengan jelas faktor pendapatan nasabah dan kualitas pelayanan yang diperlukan oleh nasabah agar lebih meningkat lagi nasabah yang memilih produk *MULIA*, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'aruf. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Akzufri, Muslim. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Suzuki Riau Jaya Cemerlang Bangkinang". Skripsi S1 Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, 2012.
- Apriliyani, Dinni. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Nasabah Terhadap Logam Mulia (Studi Kasus di BNI Syariah Cabang Semarang)". Skripsi S1 Fakultas Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2014.
- Arumdati, Dewi. *Cara Kaya dengan Investasi Emas*. Yogyakarta: Araska, 2011.
- Baridwan, Zaki. *Intermediate Accounting*. Yogyakarta: BPFE, 1997.
- Brosur Produk Pegadaian Syariah Pembiayaan Mulia.
- Budi, Agung Permana. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Buku Saku Pengenalan Produk Perum Pegadaian.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Surabaya: Surya Agung, 2006.
- Djojo, Adji. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media, 2012.
- Elinda, Fika. "Analisis Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Hotel Srikandi Bendungan, Kab Semarang)" <http://journal.usm.ac.id/jurnal/dinamika-manajemen>.
- Noor, Henry Faizal. *Investasi (Pengelolaan Keuangan Bisnis dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat)*. Jakarta: PT Indeks, 2009.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang 2005.
- Ihsan, Muhammad. dkk. *Kemilau Investasi Emas: Menjaga dan Melejitkan Kesehatan Finansial dengan Emas*. Cet. 1. Jakarta: Science Research Foundation, 2006.
- Iman, Nofie. *Investasi Emas*. Cet. 1. Jakarta: Daras Books, 2009.
- Jasfar, Farida. *Manajemen Jasa*. Bogor: Gahlia Indonesia, 2005.
- Karim, Adiwarmanto. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo, 2006.
- Kartajaya, Hermawan. *Service Operation*. Jakarta: Erlangga Group, 2009.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Lengkey, Lanny N.A dan dan Rita Taroreh, "Kualitas Pelayanan dan Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Pada PT.

- Pegadaian Cabang Manado Timur*". Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi Manado, 2014.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cet. 2. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Marom, Chairul. *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang*. Jakarta: Grafindo, 2002.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Edisi. 1. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Mulyadi. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Munandar, M. *Pokok-pokok Intermediate Accounting*. Yogyakarta: Liberty, 1981.
- Nadjib, Mochammad. *Investasi Syari'ah: Implementasi Konsep pada Kenyataan Empirik*. Jakarta: Kreasi Wacana, 2008.
- Nurhayati, Sri dan Wasilah. *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- P. Pratomo, Eko. *Berinvestasi ke Dunia Reksa Dana*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Perwataatmadja, Karnaen dan Muhammad Syafi'I Antonio, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf, 1992.
- Priyanto, Dwi. *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. Yogyakarta: MediKom, 2008.
- Rais, Sasli. *Pegadaian Syariah: Konsep dan Sistem Operasional (Suatu Kajian Kontemporer)*. Jakarta: UI Press, 2006.
- Rifqi Damarjati, Ahmad. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada BPD DIY Syariah Cabang CIK DI TIRO)". Skripsi S1 Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.
- Rodoni, Ahmad. *Investasi Syariah*. Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakarta, 2009.
- Saeed, Abdullah. *Menyoal Bank Syariah Kritik atas Interpretasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalis*. Jakarta: Paramadina, 2004.
- Salim, Joko. *Jangan Investasi Emas sebelum Baca Buku Ini*. Jakarta: Transmedia Pustaka, 2010.
- Sarjono Haryadi dan Winda Julianita. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat, 2011
- Simamora, Bilson. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Simorangkir, O.P. *Pengantar Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- _____ . *Metode Penelitian Bisnis*. Cet. Ke 15. Bandung: Alfabeta, 2008.

Wiroso. *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press, 2005.

Zulkifli. *Cerdas Memilih Emas Tampil Makin Cantik Plus Berinvestasi*.
Yogyakarta: Graha Pustaka, 2010.

[http://id.wikipedia.org/wiki/Logam mulia](http://id.wikipedia.org/wiki/Logam_mulia), tgl 26-12-2016