

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN KREDIT CEPAT AMAN (KCA)
PADA PERUM PEGADAIAN
CABANG KEPANJEN-MALANG**

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD SHODIQ
NIM: 04610031



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
2008**

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN KREDIT CEPAT AMAN (KCA)
PADA PERUM PEGADAIAN
CABANG KEPANJEN-MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN) Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh

MUHAMMAD SHODIQ
NIM : 04610031



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
2008**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN KREDIT CEPAT AMAN (KCA)
PADA PERUM PEGADAIAN
CABANG KEPANJEN-MALANG**

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD SHODIQ
NIM : 04610031

Telah Disetujui 16 Oktober 2008
Dosen Pembimbing,

H. Surjadi, SE., MM

Mengetahui
Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP. 150231828

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN KREDIT CEPAT AMAN (KCA)
PADA PERUM PEGADAIAN
CABANG KEPANJEN-MALANG

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD SHODIQ

NIM : 04610031

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 13 Oktober 2008

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua
Dr. Salim Al Idrus, MM., M.Ag : ()
NIP. 150284768
2. Sekretaris/Pembimbing
H. Surjadi, SE., MM : ()
3. Penguji Utama
Drs. HA. Muhtadi Ridwan, MA : ()
NIP. 150231828

Disahkan Oleh :
D e k a n,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP. 150231828

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya :

Nama : Muhammad Shodiq
NIM : 04610031
Alamat : Jl. Raya Camplong 15 Sampang-Madura

menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, dengan judul :

PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN KREDIT CEPAT AMAN (KCA) PADA PERUM PEGADAIAN CABANG KEPANJEN-MALANG

adalah hasil karya saya sendiri, bukan "duplikasi" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggungjawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggungjawab saya sendiri.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang,
Hormat saya,

Muhammad Shodiq
NIM : 04610031

LEMBAR PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI PENULIS PERSEMBAHKAN KEPADA

Ayahanda-Bundaku (M. Syahlan-Sulihah) tercinta yang dengan penuh kesabaran, ketulusan dan keikhlasan yang telah memberikan semua curahan kasih sayang kepadaku, mengasuh, merawat, membesarkan, menjaga, membimbing, menyayangiku, yang selalu mendo'akanku untuk kebahagiaan dan keselamatan putranya di dunia maupun di akhirat, yang selalu memberi motivasi, semangat, dukungan moril maupun materil, serta memberikan kesempatan kepadaku untuk menggali ilmu pengetahuan melalui tingkat pendidikan yang setinggi ini.

Adik-adikku tercinta Hermanto, Ismah Karimah dan Hafidz Syahlan yang selalu mendo'akan dan menghibur Kakaknya, yang selalu memberi motivasi, semangat dan perhatian buat Kakaknya.

MOTTO

مَنْ أَرَادَ الدُّنْيَا فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ وَمَنْ أَرَادَهُمَا فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ
(إمام الشافعي)

*“Barang siapa yang menginginkan dunia maka hendaknya dengan menggunakan ilmu, dan barang siapa yang menginginkan akhirat maka hendaknya dengan menggunakan ilmu, dan barang siapa yang menginginkan kedua-duanya maka hendaknya dengan menggunakan ilmu”
(Imam Syafi’i)*

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr.Wb

Tiada kegembiraan yang lebih besar selain mengucapkan puji syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa atas limpahan ridho dan rahmat-Nya, dalam bentuk kesehatan, kekuatan, ketabahan, kesabaran dan keikhlasan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (Skripsi) ini tepat pada waktunya. Juga tidak lupa kita sampaikan shalawat dan salam, semoga rahmat dan berkah tetap terlimpahkan selalu kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabatnya, para *tabi'in* yang telah membawa kita dari alam kegelapan dan kebodohan menuju alam jalan terang benderang, ilmiah yakni Dinul Islam seperti sekarang ini.

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) Pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang”**, merupakan salah satu persyaratan untuk meraih gelar kesarjanaan (SE) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.

Tentunya Tugas Akhir (Skripsi) ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu dengan

ketulusan hati penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ayah-Bundaku (M. Syahlan-Sulihah) tercinta yang dengan penuh kesabaran, ketulusan dan keikhlasan yang telah memberikan semua curahan kasih sayang kepadaku, mengasuh, merawat, membesarkan, menjaga, membimbing, menyayangiku, yang selalu mendo'akanku, yang selalu memberi motivasi, semangat, dukungan moril maupun materil, serta memberikan kesempatan kepadaku untuk menggali ilmu pengetahuan melalui tingkat pendidikan yang setinggi ini.
2. Bapak Prof. DR. H. Imam Suprayogo, Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.
3. Bapak Drs. HA. Muhtadi Ridwan, MA, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
4. Bapak H. Surjadi, SE., MM, Selaku Dosen Pembimbing, yang dengan kesabaran membimbing dan memberi arahan serta masukan yang amat berguna bagi penulis hingga terselesaikan skripsi ini.
5. Bapak Ima Dudin, SE Selaku Kepala PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang beserta seluruh pegawai lainnya yang telah mengizinkan dan membantu penulis dalam proses penelitian.
6. Adik-adikku tercinta Hermanto, Ismah Karimah dan Hafidz Syahlan yang selalu mendo'akan Kakaknya, yang selalu memberi motivasi, semangat sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

7. Seluruh jajaran Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya kepada kami (penulis) serta yang telah membantu proses terselesaikannya skripsi ini.
8. Teman-teman FE-2004 kelas A dan Teman-teman kontrakan yang selalu mengisi hari-hari penulis dalam canda tawa dan duka (Slamet Stiawan, Alvu Baiduri, Agung Kunchayadi, Khaizur Rahman, Amma Erisando, Hendi Irawan, Nurus Sobah, Fahmi Ilmiawan, Ardiansyah, Ach. Mukhotib, Badrul Muiz, Wasillatur Rahmah, Evi Pidartini, Nurina, Ainur Rohmah, Ana Zumrotul, Khusni Mubarak, Fikry Hidayat, Ridho' Zulfikar, Roni Ardiansyah, Ahmad Tabi'in, Khotibul Umam, Ali Fathur Rozi, Khulud, Roiz, Ahmad Berutu dan Sulaiman) yang telah membantu dalam proses terselesaikannya skripsi ini.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah membantu dalam proses terselesaikannya skripsi ini.
10. Tentunya hasil yang telah terselesaikan ini belum sampai pada kesempurnaan, sehingga sudah selayaknya untuk memperoleh kritik dan saran untuk perbaikan. Akhirnya semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Semoga Allah selalu memberikan petunjuk dan rahmat-Nya, Amiin.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Malang, 22 September 2008
Penulis
Muhammad Shodiq

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
ABSTRAK.....	xx
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Batasan Penelitian.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Kajian Teoritis.....	15
1. Jasa PERUM Pegadaian.....	15
2. Tinjauan Umum Gadai.....	16

a.	Pengaturan Gadai dalam KUH Perdata	16
b.	Definisi Gadai dan Unsur Gadai.....	16
c.	Gadai sebagai Hak Jaminan Kebendaan	18
d.	Obyek Gadai	19
e.	Tinjauan Gadai dalam Perspektif Islam	19
3.	Tinjauan Umum Kredit Cepat Aman (KCA)	28
a.	Pengertian Kredit Cepat Aman (KCA).....	28
b.	Syarat/Cara Permintaan Kredit Cepat Aman (KCA).....	28
c.	Keunggulan Kredit Cepat Aman (KCA)	29
d.	Golongan Uang Pinjaman Kredit Cepat Aman (KCA), Jangka Waktu, Sewa Modal dan Biaya Administrasi	30
e.	Mekanisme Pembiayaan Kredit Cepat Aman (KCA).....	30
f.	Barang-Barang Yang Diterima Sebagai Jaminan Kredit Cepat Aman (KCA)	31
g.	Pengendalian Kredit Cepat Aman (KCA).....	31
h.	Pemberian Pinjaman Kredit Cepat Aman (KCA)..	32
i.	Pelunasan Kredit Cepat Aman (KCA).....	33
j.	Pelelangan.....	35
4.	Perilaku Konsumen.....	35
a.	Teori Perilaku Konsumen	35
b.	Pengertian Perilaku Konsumen.....	36
c.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	37
d.	Tinjauan Perilaku Konsumen dalam Islam.....	51
5.	Keputusan Pembelian	56
a.	Proses Keputusan Pembelian	57

b. Struktur Keputusan Pembelian.....	60
C. Kerangka Analisis	63
D. Model Konsep dan Hipotesis.....	64
BAB III : METODE PENELITIAN	66
A. Lokasi Penelitian	66
B. Jenis Penelitian	66
C. Populasi dan Sampel	67
D. Data dan Sumber Data.....	68
E. Teknik Pengumpulan Data	69
F. Definisi Operasional Variabel	70
G. Identifikasi Variabel.....	73
H. Pengukuran Variabel.....	74
I. Teknik Analisis Data.....	75
BAB IV : PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL	
PENELITIAN.....	81
A. Paparan Data Hasil Penelitian	81
1. Latar Belakang PERUM Pegadaian	81
a. Sejarah Berdirinya PERUM Pegadaian.....	81
b. Status Hukum Pegadaian	86
c. Budaya Perusahaan.....	86
d. Logo Perusahaan	87
e. Lokasi PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen- Malang.....	88
2. Visi dan Misi Perum Pegadaian.....	88
3. Struktur Organisasi PERUM Pegadaian.....	89
a. Struktur Organisasi PERUM Pegadaian Cabang Kapanjen-Malang	89

b. Susunan Pengurus PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang	89
c. <i>Job Descriptions</i>	90
4. Ruang Lingkup Kegiatan PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang	101
a. Sifat, Tujuan dan Lapangan Usaha PERUM Pegadaian	101
b. Tugas Pokok dan Fungsi PERUM Pegadaian	102
c. Aktivitas PERUM Pegadaian	104
B. Gambaran Umum Responden	106
1. Jenis Kelamin Responden	106
2. Usia Responden	107
3. Tingkat Pendidikan Responden	107
4. Pekerjaan Responden	108
5. Pendapatan Responden	108
6. Status Perkawinan Responden	109
C. Gambaran Distribusi Item	110
1. Variabel Bebas (X)	110
a. Variabel Pengalaman Belajar (X_1)	110
b. Variabel Sikap (X_2)	113
c. Variabel Kebudayaan (X_3)	116
d. Variabel Kelompok Referensi (X_4)	119
2. Variabel Terikat (Y)	122
D. Pembahasan Data Hasil Penelitian	125
1. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	125
a. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengalaman Belajar (X_1)	126
b. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap (X_2)	127

c. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kebudayaan (X ₃)	128
d. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kelompok Referensi (X ₄).....	129
e. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah (Y).....	130
2. Uji Regresi Linier Berganda.....	131
3. Pengujian Hipotesis	134
a. Uji Parsial/Uji t (t-test).....	134
b. Uji Stimultan? Uji F (F-test)	135
4. Implikasi Hasil Penelitian.....	136
E. Implementasi dan Pembahasan Hasil Penelitian dalam Perspektif Islam.....	140
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	149
A. Kesimpulan	149
B. Saran	151
DAFTAR PUSTAKA	154
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Perkembangan Jumlah Pinjaman Kredit Cepat Aman (KCA) Selama Tahun 2003 sampai dengan Maret 2008	5
Tabel 2.1	: Tabel Penelitian-penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.2	: Golongan Uang Pinjaman Kredit Cepat Aman (KCA), Jangka Waktu, Sewa Modal dan Biaya Administrasi.....	30
Tabel 3.1	: Identifikasi Variabel	74
Tabel 4.1	: Pembagian Pekerjaan dan Status Pegawai PERUM Pegadaian Kapanjen Malang Periode 2006-2010.....	100
Tabel 4.2	: Daftar Pengurus PERUM Pegadaian Cabang Kapanjen- Malang.....	101
Tabel 4.3	: Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	106
Tabel 4.4	: Distribusi Usia Responden.....	107
Tabel 4.5	: Distribusi Tingkat Pendidikan Responden	107
Tabel 4.6	: Distribusi Pekerjaan Responden.....	108
Tabel 4.7	: Distribusi Pendapatan Responden.....	108
Tabel 4.8	: Distribusi Status Perkawinan Responden	109
Tabel 4.9	: Distribusi Frekuensi Item Variabel Pengalaman Belajar (X_1)	110
Tabel 4.10	: Distribusi Frekuensi Item Variabel Sikap (X_2).....	113
Tabel 4.11	: Distribusi Frekuensi Item Variabel Kebudayaan (X_3).....	116

Tabel 4.12 : Distribusi Frekuensi Item Variabel Kelompok	
Referensi (X_4).....	119
Tabel 4.13 : Distribusi Frekuensi Item Variabel Keputusan Nasabah	
Mengakses Kredit Cepat Aman "KCA" (Y)	122
Tabel 4.14 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengalaman	
Belajar (X_1)	126
Tabel 4.15 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap (X_2)	127
Tabel 4.16 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kebudayaan (X_3)	128
Tabel 4.17 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kelompok	
Referensi (X_4).....	129
Tabel 4.18 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan	
Nasabah (Y).....	130
Tabel 4.19 : Rekapitulasi Analisis Korelasi dan Regresi Linier Berganda ..	131
Tabel 4.20 : Perbandingan Signifikansi t Dengan Alpha ($\alpha=0,05$)	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Bagan Pengambilan Keputusan Pembelian.....	60
Gambar 2.2 : Kerangka Analisis.....	63
Gambar 2.3 : Model Konsep	64
Gambar 4.1 : Logo PERUM Pegadaian.....	87
Gambar 4.2 : Sruktur Organisasi PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen- Malang	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Validitas Statistics Instrument

Lampiran 3 : Reliability Statistics Instrument

Lampiran 4 : Regression Statistics

Lampiran5 : Data Kuesioner

ABSTRAK

Shodiq, Muhammad. (04610031). 2006. SKRIPSI. Judul: "Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) Pada PERUM Pegadaian Cabang Kepenjen-Malang".

Pembimbing : H. Surjadi, SE., MM

Kata Kunci : Faktor Internal dan Eksternal, Keputusan Nasabah.

Latar belakang penelitian ini adalah sebuah fenomena yang terjadi di bidang jasa kredit gadai tepatnya pada PERUM Pegadaian Cabang Kepenjen-Malang. PERUM Pegadaian Cabang Kepenjen-Malang menyediakan bentuk produk jasa kredit gadai bagi lapisan masyarakat Kepanjen dan sekitarnya, yaitu; Kredit Cepat Aman (KCA) yang merupakan produk dalam empat tahun terakhir ini terjadi trend perkembangan jumlah pinjamannya. Dari data PERUM Pegadaian Cabang Kepenjen-Malang, menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah pinjaman Kredit Cepat Aman (KCA) terhitung sejak tahun 2004 s/d 2007. Dari fenomena tersebut maka peneliti mencoba untuk meneliti perilaku konsumen dalam keputusan menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) dari segi internal dan eksternal konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara faktor internal, eksternal dan keputusan konsumen melalui pengujian hipotesis. Penelitian dilakukan di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 80 orang yang diperoleh menggunakan rumus Malhotra. Variabel bebasnya terdiri dari pengalaman belajar, sikap, kebudayaan dan kelompok referensi. Teknik analisis yang digunakan yaitu (1) Uji Validitas dan Reliabilitas dari item-item kuesioner, dan (2) Uji Regresi Linier Berganda. Kemudian model regresi tersebut dilakukan pengujian hipotesis; yakni secara Stimultan (uji F), secara Parsial (uji t) dan variabel yang dominan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengalaman belajar (X1), sikap (X2), kebudayaan (X3), dan kelompok referensi (X4) secara bersama-sama mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y) dengan koefisien regresi berganda (R) sebesar 0,777 (77,7%) dan tingkat signifikan 0,000 serta nilai F hitung sebesar 28,248. Selain itu Adjusted R Square yang diperoleh adalah sebesar 0,583 (58,3%). Dilihat dari koefisien regresi B maka dapat disimpulkan bahwa komponen variabel faktor internal dan eksternal yang mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan nasabah variabel sikap (X2) yakni sebesar (0,624) dan nilai t hitung sebesar 4,911.

المستخلص

محمد صديق (٢٠٠٣١٠٠٤٦١)، ٢٠٠٨. البحث العلمي الجامعي تحت الموضوع: أثر العوامل الداخلية والخارجية على قرار في أخذ (KCA) بـ PERUM الرهونات فرع كافانجين مالانج.

المشرف: الحاج سوريادي، الماجستير.

الكلمات الرئيسية : العوامل الداخلية والخارجية، تقرير الموفر.

أما خلفية البحث في هذا البحث فأحدى الظواهر التي صارت في قسم خدمة ائتمان الرهن بـ PERUM الرهونات الفرعية كافانجين مالانج. هذا يجهز نوع الإنتاج خدمة الائتمان لمجتمعات كافانجين وحولها وهو ائتمان السرعة والأمن (KCA) الذي كان انتاجا مرتفعا عدد الاقتراض في رابع السنوات الأواخر. كانت بينة PERUM الرهونات الفرعية كافانجين مالانج تدل على ارتفاع عدد الاقتراض KCA منذ سنة ٢٠٠٤ حتى ٢٠٠٧. ولذلك الباحث يبحث معاملة المستهلك في تقرير أخذ KCA من ناحية داخلية وخارجية.

كانت أهمية هذا البحث لتبيين العلاقة السببية بين العوامل الداخلية والخارجية وتقرير المستهلك من التجربة الفرضية. يستعمل البحث في PERUM الرهونات الفرعية كافانجين مالانج. وعدد العينة الذي يؤخذ عند الرمز مالهوترا Malhotra ثمانين شخصا. والمتغيرات الحرة من خيرة التعلم والمعاملة والثقافة وجمع المراجع. وأما طريقة تحليلها فهي (١) تجربة الصحة والصدق من بعض الاستبيان (٢) تجربة الارتداد المترتبة والتضاعفية. ثم يستعملها تجربة فرضية يعني جماعة (تجربة F) ومنفردا (تجربة t) ومتغيرة مسيطرة.

ونتيجة البحث تدل على أن متغيرات خبرة التعلم (X1) والمعاملة (X2) والثقافة (X3) وجمع المراجع (X4) لها علاقة وتأثير اتضاحي لتقرير الموفر في أخذ KCA بـ PERUM الرهونات الفرعية كافانجين مالانج (Y). بمعامل الارتداد التضاعفية (R) ٠,٧٧٧ (٧,٧٧%) ودرجة الاتضاعفية ٠,٠٠٠. مع قيمة F الحسائية ٢٨,٢٤٨. وحاصل Adjusted R Square ٠,٥٨٣ (٥٨,٣%). نظرا إلى معامل الارتداد B فيأخذ الباحث نتيجة على أن عنصر متغيرة العوامل الداخلية والخارجية لها تأثير شدة المسيطر لتقرير الموفر متغيرة المعاملة X2 بقدر ٠,٦٢٤ وقيمة t الحسائية ٤,٩١١.

ABSTRACT

Shodiq, Muhammad. (04610031). THESIS. Title : "The Internal and External Factor Effects on Customers' Decision in Accessing Safe-Quick-Credit (KCA) at Pawnshop Branch of Kepanjen-Malang".

Advisor : H. Surjadi, SE.,MM

Keywords : Internal and External Factors, Customers' Decision

Background of this research is a phenomenon occurred in pawn credit service field, precisely, Pawnshop Branch of Kepanjen-Malang. It provides pawn credit service product for people in Kepanjen and surround it: Safe-Quick-Credit (KCA) is a product that is being a trend on the amount of its loan in the last four years. Data from Pawnshop Branch of Kepanjen-Malang shows that there is increasing on the amount of Safe-Quick-Credit (KCA) loans since 2004-2007. From the phenomenon, the researcher tries to study about customers' behavior from their internal and external aspects in deciding to access Safe-Quick-Credit (KCA).

The purpose of this research is to explain the causal correlation between internal and external factors and customers' decision through hypothesis test. Data is taken in Pawnshop Branch of Kepanjen-Malang. The number of sample is 80 respondents that are obtained by Malhotra formula. Its independent variables include learning experience, attitude, culture, and group of reference. Analysis technique used is (1) validity and reliability tests of questioner items and (2) double linear regression test. Afterwards, it is conducted hypothesis test simultaneously (F-test), partially (T-test) and dominant variable.

The research result shows that learning experience (X1), attitude (X2), culture (X3), and group of reference (X4) variables collectively have significant correlation and effect on customers' decision in accessing Safe-Quick-Credit (KCA) at Pawnshop Branch of Kepanjen-Malang (Y) with double regression coefficient of 0.777 (77.7%) and significant level of 0.000 also F-count value is 28.248. Besides, the obtained Adjusted R Square is 0.583 (58.3%). If it is seen from B regression coefficient, hence it can be concluded that internal and external factor variable component having the most dominant effect on customers' decision is attitude (X2) variable as much as 0.624 with T-count is 4.911.

BABI

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam menjalankan kehidupannya, manusia memiliki berbagai macam kebutuhan, baik itu berupa kebutuhan material maupun non material. Dengan adanya kebutuhan tersebut, maka setiap manusia akan berusaha memperoleh dan menggunakan kebutuhan itu sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan. Pada dasarnya produk yang ditawarkan adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Jadi seseorang dalam melakukan sesuatu pembelian bukan hanya sekedar membeli barang atau jasa tersebut, melainkan mereka dapat menggunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Dengan kata lain konsumen membeli produk bukan hanya karena fisiknya tetapi juga karena kegunaannya.

Keputusan dalam melakukan pembelian merupakan hal yang sangat kompleks terjadi melalui proses yang sangat panjang. Pada dasarnya keputusan untuk melakukan selalu muncul dan diawali oleh adanya rasa ingin tahu akan kebutuhan terhadap suatu produk, baik berupa barang atau jasa. Jika dilihat dari kebutuhan konsumen, dapat timbul dengan sendirinya karena faktor psikologis, dan juga disebabkan karena adanya kebutuhan lain yang bersifat tersembunyi yang akan

muncul apabila didorong oleh faktor eksternal dalam melakukan suatu keputusan pembelian. Dengan kata lain keputusan pembelian suatu produk baik barang maupun jasa disebabkan karena pengaruh faktor-faktor internal dan eksternal. Swastha dan Handoko (2000:58).

Faktor internal sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Faktor ini merupakan faktor-faktor yang ada dalam diri individu (konsumen), dimana dapat berubah bila ada pengaruh dari faktor luar (eksternal). Faktor internal tersebut adalah; pengalaman belajar dan sikap, (Swastha dan Handoko, 2000:77). Selain dipengaruhi oleh faktor internal, individu masih dipengaruhi adanya faktor eksternal dalam melakukan suatu keputusan pembelian. Menurut Swastha dan Handoko (2000:58), faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu; kebudayaan dan kelompok referensi. Akhirnya tercipta suatu keputusan untuk mengadakan pembelian.

Di Indonesia perkembangan perekonomian khususnya dalam sektor jasa menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat, tidak terkecuali pada sektor jasa keuangan, salah satunya adalah PERUM Pegadaian. PERUM Pegadaian adalah suatu lembaga keuangan non perbankan yang memberikan jasa kredit kepada masyarakat, dimana jasa PERUM Pegadaian ini berorientasi pada jaminan. PERUM Pegadaian merupakan satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa

pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti dimaksud dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150. (Triandaru dan Budisantoso, 2006:212).

Dan juga PERUM Pegadaian disamping unit layanan konvensional juga melaksanakan Pegadaian Syari'ah yang merupakan salah satu unit layanan syari'ah. Berdirinya unit layanan syari'ah tersebut didasarkan atas perjanjian *musyarakah* dengan sistem bagi hasil antara PERUM Pegadaian dengan Bank Muamalat Indonesia (BMI) untuk tujuan melayani nasabah Bank Muamalat Indonesia (BMI) maupun nasabah PERUM Pegadaian yang ingin memanfaatkan jasa layanan gadai berdasarkan prinsip syari'ah. Dalam Perjanjian Musyarakah antara BMI dan PERUM Pegadaian Nomor 446/SP300.233/2002 dan Nomor 015/BMI/PKS/XII/2002 tanggal 20 Desember 2002, BMI yang memberrikan modal (pembiayaan) bagi pendirian Pegadaian-Pegadaian Syari'ah di seluruh Indonesia, sedangkan PERUM Pegadaian yang menjalankan secara operasional kegiatan usaha Pegadaian (asset value), mulai dari SDM/Pegawai, Manajemen, dan Operasional Pegadaian. Hasil pendapatan selama berlangsungnya operasi Pegadaian Syari'ah dibagi dua, 45,5% untuk BMI dan 54,5% untuk PERUM Pegadaian. (Anshori, 2006:5).

Dalam perkembangannya saat ini semakin banyak perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan di bidang industri jasa kredit.

Dengan semakin banyaknya pesaing dalam bisnis sejenis, konsumen mempunyai banyak pilihan dalam mengkonsumsi produk tersebut. Ditambah lagi adanya kecenderungan konsumen yang semakin selektif dalam pemilihan produk maupun jasa yang hendak dikonsumsi. Hal tersebut menciptakan iklim persaingan yang semakin ketat, sehingga membuat para pelaku bisnis perlu untuk memiliki keunggulan dalam bersaing. Oleh karena itu, mengharuskan perusahaan untuk dapat mengatasi iklim persaingan. Adapun salah satu caranya adalah dengan menjalankan konsep pemasaran yang tepat, yaitu perusahaan dituntut untuk dapat menentukan strategi pengambilan keputusan pemasaran mengenai kinerjanya dalam usaha mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya.

PERUM Pegadaian telah banyak menyediakan berbagai bentuk produk jasa kredit bagi semua lapisan masyarakat. Adapun produk-produknya tersebut adalah KCA (Kredit Cepat Aman), KREASI (Kredit Angsuran Sistem Fidusia), KRASIDA (Kredit Angsuran Sistem Gadai), Gadai Syari'ah, Jasa Taksiran/Sertifikasi, KRISTA (Kredit Usaha Rumah Tangga), dan Jasa Titipan. Berbagai fasilitas yang berhubungan dengan perkreditan telah disediakan bagi kemudahan nasabahnya.

Dalam penelitian ini sebagai obyek yang akan diteliti adalah PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang yang beralamat di jalan Panji No. 178 Kepanjen-Malang. PERUM Pegadaian tersebut hanya

menyediakan dua bentuk produk jasa kredit gadai bagi semua lapisan masyarakat Kepanjen dan sekitarnya. Adapun produk-produknya tersebut adalah KCA (Kredit Cepat Aman), dan KREASI (Kredit Angsuran Sistem Fidusia). Dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil produk KCA (Kredit Cepat Aman) yang ada pada PERUM Pegadaian tersebut. Hal ini dikarenakan dari hasil wawancara dengan Kepala PERUM Pegadaian tersebut bahwa untuk produk KREASI (Kredit Angsuran Sistem Fidusia) jumlah nasabahnya sangat sedikit sekali sehingga nantinya tidak dapat dijadikan responden untuk pengambilan sampel untuk diteliti dalam penelitian ini. Selain alasan tersebut dari hasil wawancara dengan Kepala PERUM Pegadaian tersebut bahwa PERUM Pegadaian tersebut menyediakan bentuk produk jasa kredit gadai yang lain bagi lapisan masyarakat Kepanjen dan sekitarnya, yaitu; Kredit Cepat Aman (KCA) yang merupakan produk dalam empat tahun terakhir ini, terhitung sejak tahun 2004 s/d 2007 terjadi trend perkembangan sejumlah pinjaman Kredit Cepat Aman (KCA). Perkembangan jumlah pinjaman kredit Cepat Aman ini bisa dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Pinjaman Kredit Cepat Aman (KCA) Selama Tahun 2004 sampai dengan 2007

Uraian	UP. GOL. A	UP. GOL. B	UP. GOL. C	UP. GOL. D	Jumlah
2004	1.429.662.300	3.082.920.000	7.282.595.000	-	11.795.177.300
2005	1.125.801.000	3.043.465.000	9.149.020.000	58.100.000	13.376.386.000
2006	976.774.500	3.311.135.000	12.844.461.000	135.250.000	17.267.620.500
2007	662.401.500	3.456.418.000	18.778.235.000	553.350.000	23.450.404.500

Sumber : PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen, data yang sudah diolah.

Dari tabel diatas dapat dilihat adanya kecenderungan yang meningkat dari perkembangan jumlah pinjaman Kredit Cepat Aman (KCA) selama tahun 2004 s/d 2007. Hal ini terjadi karena banyaknya masyarakat serta UKM yang paham betul dengan keberadaan PERUM Pegadaian yang mampu memberikan kontribusi yang baik lewat pemberian kreditnya, dengan prosedur (membawa barang jaminan) yang mudah dibandingkan dengan lembaga-lembaga keuangan lainnya. Dari sini dapat dipelajari bahwa faktor apa saja yang mendorong nasabah untuk menggunakan Jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian tersebut sehingga terjadi kecenderungan yang meningkat dari perkembangan jumlah pinjamannya. Selain alasan tersebut, hal ini dikarenakan selain alasan mengenai karakteristik serta keunikan permasalahan yang ada di PERUM Pegadaian tersebut, peneliti juga melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PERUM Pegadaian tersebut, sehingga sarana untuk melakukan penelitian baik dari segi izin untuk melakukan penelitian (untuk mengumpulkan data primer) maupun ketersediaan data sekunder dari lembaga pegadaian yang bersangkutan lebih memadai.

Bagi PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang yang kegiatan utamanya menyalurkan kredit gadai sangat dibutuhkan suatu kebijaksanaan operasional agar kredit gadai yang disalurkan tersebut tepat pada sasarannya, yaitu untuk memenuhi kepuasan nasabah. Dengan

hal tersebut maka nasabah akan memiliki persepsi sendiri dalam menentukan perusahaan jasa kredit mana yang akan dipilih sebagai tempat untuk menggunakan jasa kredit.

Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mendorong nasabah untuk menggunakan Jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Sehubungan dengan itu, maka perlu dianalisis faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pemakaian jasa kredit itu sendiri. Dengan pertimbangan hal tersebut, maka penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) Pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Guna mempertajam tujuan yang akan diungkapkan dalam penelitian ini nantinya maka sebagai penegas dari latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah faktor internal yang terdiri dari pengalaman belajar dan sikap, dan faktor eksternal yang terdiri dari kebudayaan dan kelompok referensi secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit

Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang?

2. Variabel faktor internal yang terdiri dari pengalaman belajar dan sikap, serta faktor eksternal yang terdiri dari kebudayaan dan kelompok referensi manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang?

C. TUJUAN PENELITIAN

Setiap kegiatan haruslah mempunyai tujuan yang ingin dicapai, tanpa adanya sebuah tujuan kegiatan tersebut akan kehilangan arah atau titik temu yang akan dicapai sehingga kegiatan tersebut menjadi kabur. Sesuai dengan pokok bahasan yang telah dikemukakan di atas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui faktor internal yang terdiri dari pengalaman belajar dan sikap, dan faktor eksternal yang terdiri dari kebudayaan dan kelompok referensi secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.
- b. Untuk mengetahui variabel faktor internal yang terdiri dari pengalaman belajar dan sikap, dan faktor eksternal yang terdiri

dari kebudayaan dan kelompok referensi manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat kepada :

1. Perusahaan : Sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi pihak PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang tentang besarnya faktor internal dan eksternal terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) dalam mempertahankan perusahaan pada masa sekarang dan masa yang akan datang dan juga diharapkan sebagai bahan masukan dalam membenahan serta pertimbangan dalam menentukan strategi pengambilan keputusan pemasaran mengenai kinerjanya dalam usaha meningkatkan jumlah nasabahnya.
2. Peneliti : Sebagai sumbangan pengalaman dan wawasan bagi khazanah keilmuan dalam bidang pemasaran, khususnya faktor internal dan eksternal terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM

Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang, serta dapat menerapkan konsistensi teori-teori yang telah dipelajari dalam perkuliahan yang dapat diterapkan dalam lingkungan perusahaan sesungguhnya.

3. Pihak Lain : Dapat dipergunakan sebagai bahan acuan/referensi dan bahan pendalaman ilmu pengetahuan tentang faktor pengambilan keputusan nasabah khususnya pada PERUM Pegadaian, serta dapat dipergunakan sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan bagi pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

E. BATASAN PENELITIAN

Mengingat luasnya bidang kajian dalam penelitian ini perlu kiranya ada batasan penelitian agar penelitian ini terfokus pada pengaruh faktor internal yang terdiri dari pengalaman belajar dan sikap, dan faktor eksternal yang terdiri dari kebudayaan dan kelompok referensi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Peneliti mengambil empat variabel tersebut merujuk dari penelitian terdahulu bahwa komponen variabel faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah pengalaman belajar, sikap, kebudayaan dan kelompok referensi.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

BAB I : Pendahuluan meliputi : Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Masalah dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : Kajian Pustaka meliputi : Penelitian Terdahulu, Jasa PERUM Pegadaian, Tinjauan Umum Gadai, Tinjauan Umum Kredit Cepat Aman (KCA), Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Kerangka Analisis dan Model Konsep dan Hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian meliputi : Lokasi Penelitian, Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Definisi Operasional Variabel, Identifikasi Variabel, Pengukuran Variabel dan Teknik Analisis Data.

BAB IV : Paparan dan Pembahasan Data Hasil Penelitian meliputi : (1) Paparan Data Hasil Penelitian, (2) Gambaran Umum Responden, (3) Gambaran Distribusi Item, (4) Pembahasan Data Hasil Penelitian, dan (5) Implementasi dan Pembahasan Hasil Penelitian Dalam Perspektif Islam.

BAB V : Kesimpulan dan Saran meliputi : Kesimpulan dan Saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode analisis data yang digunakan dan pengelolaan data yang dilakukan. Dan juga hasil penelitian terdahulu dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar untuk membantu mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pikir mengenai penelitian ini. Disamping itu juga untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian dan faktor-faktor lainnya, sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berfikir peneliti.

Dari sekian literatur/skripsi yang penulis temukan, terdapat beberapa skripsi yang topiknya sama namun terdapat persamaan dan perbedaan dari sisi pembahasannya. Dan hal ini dapat kita lihat dari penjelasan di bawah ini:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Dyah Retno Wijayanti (2007) mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Malang dengan judul "Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Warung Internet (Warnet). (Survei Pada Pengguna Jasa Warnet Raya Dinoyo Net Malang)". Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian tersebut adalah (1)

Kebudayaan, (2) Kelas Sosial, (3) Kelompok Referensi, (4) Keluarga, (5) Pengalaman Belajar, (6) Kepribadian, (7) Motivasi, (8) Sikap, (9) Persepsi. Penelitian tersebut bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara faktor eksternal, internal dan keputusan konsumen melalui pengujian hipotesis. Penelitian tersebut menggunakan metode tehnik alat analisis yaitu berupa Uji Validitas dan Reliabilitas dari item-item kuesioner, dan Uji Regresi Linier Berganda, kemudian model regresi tersebut dilakukan pengujian hipotesis; yakni secara Stimultan (uji F), secara Parsial (uji t) dan variabel yang dominan. Dan hasil penelitian yang dilakukan tersebut bahwa komponen variabel faktor eksternal dan internal yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen adalah variabel sikap yakni sebesar 1,158.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Shodiq (2008) mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Malang dengan judul "Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) Pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang". Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian tersebut adalah (1) Pengalaman Belajar, (2) Sikap, (3) Kebudayaan, (4) Kelompok Referensi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara faktor internal, eksternal dan keputusan konsumen melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini teknik analisisnya menggunakan tehnik alat analisis yaitu berupa Uji Validitas

dan Reliabilitas dari item-item kuesioner, dan Uji Regresi Linier Berganda, kemudian model regresi tersebut dilakukan pengujian hipotesis; yakni secara Simultan (uji F), secara Parsial (uji t) dan variabel yang dominan. Dan hasil penelitian yang dilakukan ini bahwa komponen variabel perilaku konsumen yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen adalah variabel sikap yakni sebesar 0,624.

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang dapat digambarkan pada tabel 2.1 di bawah ini, sebagai berikut:

Tabel 2.1
Tabel Penelitian-penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Judul	Jenis Penelitian dan Alat Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Analisis
1	Dyah Retno Wijayanti, 2007. "Pengaruh Faktor Eksternal dan internal Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Warung Internet (Warnet). (Survei Pada Pengguna Jasa Warnet Raya Dinoyo Net Malang)".	Explanatory (Uji Hipotesa) dengan Teknik Analisis Uji Validitas-Reliabilitas dan Regresi Linier Berganda	1. Kebudayaan 2. Kelas Sosial 3. Kelompok Referensi 4. Keluarga 5. Pengalaman Belajar 6. Kepribadian 7. Motivasi 8. Sikap 9. Persepsi	Bahwa komponen variabel faktor eksternal dan internal yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen adalah variabel sikap yakni sebesar 1,158.
2	Muhammad Shodiq, 2008. "Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) Pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang".	Explanatory (Uji Hipotesa) dengan Teknik Analisis Uji Validitas-Reliabilitas dan Regresi Linier Berganda	1. Pengalaman Belajar 2. Sikap 3. Kebudayaan 4. Kelompok Referensi	Bahwa komponen variabel faktor internal dan eksternal yang dominan mempengaruhi keputusan nasabah adalah variabel sikap yakni sebesar 0,624.

Data Diolah Oleh Peneliti

B. KAJIAN TEORITIS

1. Jasa Pegadaian

Menurut Tjiptono (2005:23), Jasa didefinisikan adalah “Merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual”.

Sedangkan menurut Philip Kotler dalam Rambat dan Hamdani (2006:6), Jasa dapat didefinisikan sebagai “Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya”.

Dari berbagai definisi di atas, tampak bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang, akan tetapi jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak berwujud.

Sedangkan Pegadaian merupakan lembaga perkreditan dengan sistem gadai. Pegadaian adalah merupakan suatu lembaga keuangan non perbankan dan salah satu lembaga pemerintah yang bergerak dibidang jasa gadai penyaluran kredit uang pinjaman yang memberikan jasa kredit kepada masyarakat, dimana jasa PERUM Pegadaian ini berorientasi pada jaminan dengan menggunakan barang bergerak. 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, (Siamat, 2001:501).

2. Tinjauan Umum Gadai

a. Pengaturan Gadai dalam KUH Perdata

Tentang Gadai diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perdata) dalam Buku II dari pasal 1150-1161. Lembaga gadai masih sering dipergunakan dalam praktek karena kedudukan pemegang gadai lebih kuat daripada pemegang fidusia, karena benda jaminan berada dalam penguasaan pemegang gadai (kreditur) atau pihak ke tiga yang disetujui oleh para pihak, oleh karenanya kreditur dapat terhindar dari itikad jahad (*takwader trouw*) pemberi gadai, (www.cfisel.com).

b. Definisi Gadai dan Unsur Gadai

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1150 dirumuskan bahwa Gadai adalah suatu hak yang diperoleh kreditur atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh kreditur, atau oleh kuasanya, sebagai jaminan atas utangnya, dan yang memberi wewenang kepada kreditur untuk mengambil pelunasan piutangnya dan barang itu dengan mendahului kreditur-kreditur lain; dengan pengecualian biaya penjualan sebagai pelaksanaan putusan atas tuntutan mengenai pemilikan atau penguasaan, dan biaya penyelamatan barang

itu, yang dikeluarkan setelah barang itu sebagai gadai dan yang harus didahulukan, (Siamat, 2001:501).

Dari definisi gadai tersebut, unsur-unsur gadai (secara umum) berdasarkan pasal tersebut di atas adalah sebagai berikut, (www.cfisel.com):

1. Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang berpiutang atas suatu barang bergerak. Pada dasarnya gadai itu merupakan suatu hak kebendaan bagi pihak yang berpiutang atau kreditur. Hak kebendaan hanya meliputi barang-barang yang bergerak dan tidak meliputi barang-barang yang tidak bergerak.
2. Barang bergerak tersebut diserahkan kepadanya oleh seseorang berutang atau seorang lain atas namanya. Perolehan dan penyerahan barang bergerak tersebut adalah dari pihak yang berutang atau debitur ataupun dari pihak ketiga. Penyerahan dapat dilakukan secara nyata ataupun melalui sebuah akta.
3. Memberikan kekuasaan kepada si berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang-orang berpiutang lainnya. Melalui hak kebendaan berupa gadai ini, pihak yang berpiutang atau kreditur menjadi kreditur konkuren terhadap kreditur-kreditur lainnya dalam hal pelunasan hutang-hutang pihak yang berutang atau debitur.
4. Dengan kekecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelematkannya setelah

barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan. Walaupun pihak yang berpiutang atau kreditur ini memiliki hak konkuren dibandingkan dengan kreditur yang lainnya, namun terdapat hak lain yang lebih tinggi yaitu hak yang dimiliki oleh balai lelang atas biaya-biaya pelelangan barang bergerak dan biaya pemeliharaan barang bergerak yang digadaikan. Pelunasan biaya-biaya tersebut harus didahulukan dari pelunasan atau hak-hak yang lain.

c. Gadai Sebagai Hak Jaminan Kebendaan

Dari definisi dan unsur-unsur di atas, gadai merupakan hak kebendaan dan timbul dari suatu perjanjian gadai. Dari rumusan tersebut, kata gadai menunjukkan pada dua hal yaitu kepada bendanya (benda gadai, vide pasal 1152) dan kepada haknya (hak gadai, vide pasal 1150).

Gadai disebut sebagai jaminan dalam bentuk kebendaan karena secara umum jaminan tersebut diberikan dalam bentuk penunjukkan atau pengalihan atas kebendaan tertentu, yang jika debitur gagal melaksanakan kewajibannya dalam jangka waktu yang ditentukan, memberikan hak kepada kreditur untuk menjual "lelang" kebendaan yang dijaminan tersebut, secara mendahului dari kreditur-kreditur lain.

Hak akan jaminan kebendaan adalah hak yang memberikan kepada seseorang kreditur kedudukan yang lebih baik karena :

1. Kreditur didahulukan dan dimudahkan dalam mengambil pelunasan tagihannya atas hasil penjualan benda tertentu atau sekelompok benda tertentu milik debitur dan/atau,
2. Ada benda tertentu milik debitur yang dipegang oleh kreditur yang berharga bagi debitur dan dapat memberikan suatu tekanan psikologis terhadap debitur untuk memenuhi kewajibannya dengan baik terhadap kreditur.

d. Obyek Gadai

Berdasarkan Pasal 1150 KUHPer, objek gadai atau barang-barang yang dapat digadaikan hanyalah barang-barang bergerak, dan tidak termasuk barang-barang tidak bergerak. Barang-barang bergerak yang dijadikan objek gadai terdiri dari barang bergerak bertubuh dan tidak bertubuh. Disamping barang bergerak, terdapat objek lain yang dapat dijadikan sebagai jaminan gadai yaitu piutang-piutang atas bawa. Piutang-piutang inipun sebenarnya bisa dikategorikan sebagai barang bergerak.

e. Tinjauan Gadai dalam Prespektif Islam

Gadai Syariah sering diidentikkan dengan *Rahn* yang secara bahasa diartikan *Al-Tsubut Wa Al-Dawam* (tetap dan kekal) sebagian *Ulama Luhgat* memberi arti *Al-Hab* (tertahan). Sedangkan definisi *al-rahn* menurut istilah yaitu menjadikan suatu benda yang mempunyai nilai harta dalam pandangan syara' untuk kepercayaan suatu utang, sehingga

memungkinkan mengambil seluruh atau sebagian utang dari benda itu, (<http://www.msi-iii.net>).

Ar-Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang di terimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *Rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai, (Syafi'i, 1999:195).

Istilah *Rahn* menurut Imam Ibnu Mandur diartikan apa-apa yang diberikan sebagai jaminan atas suatu manfaat barang yang diagunkan. Dari kalangan Ulama Mazhab Maliki mendefinisikan *Rahn* sebagai "Harta yang dijadikan pemiliknya sebagai jaminan hutang yang bersifat mengikat", Ulama Mazhab Hanafi mendefinisikannya dengan "Menjadikan suatu barang sebagai jaminan terhadap hak (piutang) yang mungkin dijadikan sebagai pembayar hak tersebut, baik seluruhnya maupun sebagiannya". Ulama Syafi'i dan Hambali dalam mengartikan *Rahn* dalam arti akad yakni menjadikan materi (barang) sebagai jaminan utang, yang dapat dijadikan pembayar utang apabila orang yang berhutang tidak bisa membayar hutangnya, (<http://www.msi-iii.net>).

Dasar hukum yang digunakan para ulama untuk membolehkannya *Rahn* yakni bersumber pada Al-Qur'an (2) ayat 283 yang menjelaskan tentang diizinkan bermuamalah tidak secara tunai.

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya : “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Q.S. Al-Baqarah (2):283).

Ayat tersebut secara eksplisit menyebutkan barang tanggungan yang dipegang oleh orang berpiutang. Dalam dunia *financial* barang tanggungan biasa dikenal sebagai jaminan atau objek Pegadaian.

Dan Hadits yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim dari Aisyah binti Abu Bakar, yang menjelaskan bahwa Rasulullah Saw pernah membeli makanan dari seorang Yahudi dengan menjadikan baju besinya sebagai jaminan, (Syafi’I, 1999:196).

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ. (رواه البخاري ومسلم)

Artinya : “Aisyah r.a. berkata bahwa Rasulullah membeli makanan dari seorang yahudi dan menjamin kepadanya baju besi”. (H.R. Bukhari, No. 1926, Kitab Al-Buyu’, dan Muslim).

Berdasarkan dua landasan hukum tersebut Ulama bersepakat bahwa *Rahn* merupakan transaksi yang diperbolehkan dan menurut sebagian besar (*Jumhur*) Ulama, ada beberapa rukun bagi akad *Rahn* yang

terdiri dari, orang yang menggadaikan (*Ar-Rahn*), barang-barang yang digadai (*Marhun*), orang yang menerima gadai (*Murtahin*) sesuatu yang karenanya diadakan gadai, yakni harga, dan sifat akad *Rahn*. Sedangkan untuk sahnya akad *Rahn*, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terlibat dalam akad ini yakni: berakal, baligh, barang yang dijadikan jaminan ada pada saat akad, serta barang jaminan dipegang oleh orang yang menerima gadai (*Marhun*) atau yang mewakilinya.

Dengan terpenuhinya syarat-syarat di atas maka akad *Rahn* dapat dilakukan karena kejelasan akan *Rahin*, *Murtahin* dan *Marhun* merupakan keharusan dalam akad *Rahn*. Sedangkan mengenai saat diperbolehkan untuk menggunakan akad *Rahn*, Al-Qur'an dan As-Sunnah serta Ijma Ulama tidak menetapkan secara jelas mengenai akad-akad atau transaksi jual beli yang diizinkan untuk menggunakan akad *Rahn*.

Sebagian kecil Ulama, sebagaimana yang dikemukakan Ibn Rudy bahwa Mazhab Maliki beranggapan bawa gadai itu dapat dilakukan pada segala macam harga dan pada semua macam jual beli, kecuali jual beli mata uang, dan pokok modal pada akad *Salam* yang berkaitan dengan tanggungan, hal ini disebabkan karena pada *Shaf* pada *Salam* disyaratkan tunai, begitu pula pada harta modal. Sedangkan kelompok *Fuqaha Zahiri* berpendapat bahwa akad gadai (*Rahn*) tidak boleh selain pada salam yakni pada salam dalam gadai, hal ini berdasar pada ayat yang berkenaan

dengan gadai yang terdapat dalam masalah hutang piutang barang jualan, yang diartikan mereka sebagai salam.

Dari beberapa pendapat di atas dapat diartikan bahwa sebagian ulama beranggapan bahwa *Rahn* dapat digunakan pada transaksi dan akad jual-beli yang bermacam-macam, walaupun ada perbedaan ulama mengenai waktu dan pemanfaatan dari barang yang dijadikan jaminan tersebut.

Sedangkan benda *Rahn* yang digadai, dalam konsep *Fiqh* merupakan *Amanat* yang ada pada *Murtahin* yang harus selalu dijaga dengan sebaik-baiknya, dan untuk menjaga serta merawat agar benda (barang) gadai tersebut tetap baik, kiranya diperlukan biaya, yang tentunya dibebankan kepada orang yang menggadai atau dengan cara memanfaatkan barang gadai tersebut. Dalam hal pemanfaatan barang gadai, beberapa Ulama berbeda pendapat karena masalah ini sangat berkaitan erat dengan hakikat barang gadai, yang hanya berfungsi sebagai jaminan utang pihak yang menggadai.

Agar lebih jelasnya perbedaan pendapat para Ulama mengenai pemanfaatan barang gadai akan dipaparkan sebagai berikut, (<http://www.msi-iii.net>) :

1. Pendapat Imam Syafi'i

Dalam kitab *Al-Um'*nya Imam Syafi'i menjelaskan tentang pemanfaatan barang jaminan sebagai berikut : "Manfaat dari

barang jaminan adalah bagi yang menggadaikan, tidak ada sesuatu pun dari barang jaminan itu bagi yang menerima gadai.”

Sedangkan pendapat senada diutarakan Ulama Safi’iyah bahwa orang yang menggadaikan adalah yang mempunyai hak atas manfaat barang yang digadaikan, meskipun barang yang digadai itu ada di bawah kekuasaan penerima gadai, Kekuasaannya atas barang yang digadai tidak hilang kecuali ketika mengambil manfaat atas barang gadai tersebut. Sedangkan penerima gadai tidak boleh mengambil manfaat barang gadai jika hal itu disyaratkan dalam akad, tetapi jika mengambil manfaatnya itu diizinkan oleh orang yang menggadai maka itu diperbolehkan.

Ulama Safi’iyah menyandarkan pendapat ini pada hadist yang diriwayatkan dari Abu Hurairah sebagai berikut: “Gadaian itu tidak menutup akan yang punya dari manfaat barang itu, faidahnya kepunyaan dia dan dia wajib mempertanggung jawabkan resikonya (kerusakan dan biaya)”. Sedangkan Imam Syafi’i menyebutkan hadits lain yang diriwayatkan Abu Hurairah yang menjelaskan bahwa, “Barang jaminan itu dapat ditunggangi dan diperah”. Secara tegas Imam Syafi’i memberi penjelasan mengenai hadis di atas yakni bahwa yang boleh menunggangi dan memeras barang gadai itu hanyalah pemiliknya dan bukan orang yang menerima gadai.

Dari penjelasan dan dasar syar'i yang digunakan Imam Syafi'i dan Ulama Syafi'iyah di atas dapat diartikan bahwa manfaat barang gadai hanyalah milik si pegadai dan bukan orang yang menerima barang gadai, sedangkan hak bagi penerima gadai hanyalah mengawasi barang jaminan sebagai kepercayaan hutang yang telah diberikannya kepada si pegadai dan dapat memanfaatkannya hanya jika seizin orang yang menggadai.

2. Pendapat Imam Malik (*Malikiyah*)

Ulama Malikiyah dalam hal pemanfaatan barang gadai berpendapat bahwa hasil dari barang gadaian dan segala sesuatu yang dihasilkan dari padanya adalah hak yang menggadaikan, dan hasil gadaian itu adalah bagi yang menggadaikan selama si penggadai tidak mensyaratkan (Rahmat Syafi'i, 1997). Dengan kata lain jika *Murtahin* mensyaratkan bahwa hasil barang gadai itu untuknya, maka hal itu dapat dilakukan dengan beberapa syarat :

- a. Utang terjadi karena jual beli dan bukan karena menguntungkan.
- b. Pihak penerima gadai mensyaratkan bahwa manfaat dari barang gadai adalah untuknya.
- c. Jangka waktu mengambil manfaat yang telah disyaratkan waktunya harus ditentukan, dan jika tidak ditentukan dan

tidak diketahui batas waktunya, maka menjadi tidak sah, (Sayyid Sabiq, hal. 188).

Jika syarat-syarat tersebut di atas telah jelas, maka menurut Ulama Malikiyah sah bagi penerima gadai untuk mengambil manfaat dari barang yang digadaikan.

Dari kedua pendapat Ulama tersebut dapat diambil persamaan keduanya yaitu bahwa manfaat barang jaminan gadai (*Rahn*) ialah bagi orang yang memilikinya (menggadainya). Sedangkan perbedaan yang nampak ialah pada bolehnya pemanfaatan barang gadai dengan adanya syarat oleh Imam Malik sedangkan Imam Syafi'i atau Ulama Syafi'iyah membolehkan hanya dengan adanya izin dari penggadai (orang yang mempunyai barang). Hadits yang dijadikan landasan oleh Ulama yang membolehkan pemanfaatannya ialah hadits yang diriwayatkan oleh Bukhari dari Abu Hurairah sebagai berikut, (Syafi'i, 1999:197):

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الرَّهْنُ يُرَكَبُ بِنَفَقَتِهِ إِذَا كَانَ مَرَهُونًا وَلَبْنُ الدَّرِّ يُشْرَبُ بِنَفَقَتِهِ إِذَا كَانَ مَرَهُونًا وَعَلَى الَّذِي يَرَكَبُ وَيَشْرَبُ النَّفَقَةَ. (رواه الجماعة إلا مسلم والنسائي والبخاري)

Artinya : "Abi Hurairah r.a. berkata bahwa Rasulullah saw. Bersabda: Apabila ada ternak digadaikan, punggungnya boleh dinaiki oleh orang yang menerima gadai karena ia telah mengeluarkan biaya (menjaga)nya. Apabila ternak itu digadaikan air susunya yang deras boleh diminum oleh orang yang menerima gadai karena ia telah mengeluarkan biaya (menjaga)nya. Kepada orang yang naik dan minum ia harus mengeluarkan biaya (perawatan)nya". (H.R. Bukhari, No. 2329, Kitab Ar-Rahn).

Sabda Rasulullah : *“Gadaian ditunggangi dengan nafkahnya, jika dia dijadikan jaminan utang dan air susu diminum dengan nafkahnya jika dijadikan jaminan utang dan kepada yang menunggangi dan meminum harus memberi nafkah”*. (H.R. Bukhari).

3. Pendapat Imam Ahmad Ibn Hambal (Hambaliyah)

Dalam hal pemanfaatan barang gadai Ulama Hambaliyah lebih menekankan pada jenis barang yang digadaikan, yakni pada apakah barang yang digadai tersebut hewan atau bukan, dan bisa ditunggangi serta diperah susunya atau tidak. Jika barang yang digadai tidak dapat ditunggangi dan diperah, maka boleh bagi penerima gadai mengambil manfaat atas barang gadai. Sedangkan jika barang gadai tersebut tidak dapat ditunggangi dan diperah maka barang tersebut dapat diambil manfaatnya dengan seizin yang menggadaikan secara suka rela dan selama sebab gadai itu bukan dari sebab hutang.

Secara jelas dapat dikatakan bahwa adanya perbedaan pendapat dikalangan Ulama Madzhab dalam membahas pemanfaatan barang gadai di atas merupakan referensi bagi para pihak dalam transaksi gadai (*Rahn*) untuk dapat memilih atau mencari jalan tengah dalam hal pemanfaatan barang gadai sesuai dengan kebutuhan dan kondisi yang ada, sehingga tujuan utama gadai sebagai pengikat pada transaksi yang tidak tunai tidak terabaikan.

3. Tinjauan Umum Kredit Cepat Aman (KCA)

Tinjauan Kredit Cepat Aman (KCA) dapat dijelaskan sebagai berikut (TIM OPP Kanwil Malang, 2006) :

a. Pengertian Kredit Cepat Aman (KCA)

Adalah kredit yang diberikan kepada masyarakat dengan sistem hukum gadai (jaminan barang yang bergerak).

b. Syarat/Cara Permintaan Kredit Cepat Aman (KCA)

Kredit gadai diperoleh dengan syarat/cara sebagai berikut (TIM OPP Kanwil Malang, 2006) :

1. Nasabah datang langsung ke Kantor Cabang Pegadaian dan langsung menghubungi Pegawai PERUM Pegadaian, tidak dibenarkan melalui Makelar.
2. Nasabah membawa agunan (fisik barang) berupa perhiasan emas, berlian, elektronika, mobil, motor, traktor alat pertanian dan lainnya sesuai ketentuan Pegadaian.
3. Membawa KTP asli atau kartu pengenal lain (SIM, Paspor) dan menyerahkan foto copynya.
4. Membawa foto copy bukti hak kepemilikan untuk jenis barang yang memeng diharuskan dilengkapi Surat Kepemilikan, misalnya Kendaraan Bermotor: harus dilengkapi Asli BPKB dan STNK.
5. Mengisi formulir permintaan kredit (FPK) dan MENANDATANGANI perjanjian kredit (SBK).

c. Keunggulan Kredit Cepat Aman (KCA)

1. Proses Mudah-cepat. Proses tidak berbelit-belit, tanpa persyaratan administrasi yang menyita waktu. Cukup menyetorkan agunan/barang jaminan dan foto copy KTP/identitas lain, tidak perlu buka rekening dan cara-cara lain yang memberatkan, 15 menit cair.
2. Murah. Sewa modal dihitung setiap 15 hari, mulai dari 1%.
3. Dapat dilunasi sewaktu-waktu, Sewa modal dihitung sesuai dengan lama/hari pinjaman yaitu mulai tgl pinjaman sampai pelunasan TANPA DENDA.
4. Perpanjangan Kredit. Apabila telah jatuh tempo sedangkan dana masih dibutuhkan, maka pelunasan dapat ditunda dan cukup membayar sewa modal+biaya administrasinya saja. Apabila ada penurunan harga barang, maka nasabah/pelanggan harus mengangsur sesuai selisih nilai taksiran lama dan taksiran baru.
5. Minta Tambahan kredit. Apabila harga emas naik, maka nasabah/pelanggan dapat minta tambah kredit tanpa menambah BJ. Besarnya tambahan kredit sebesar selisih nilai tukar taksiran baru dan taksiran lama.
6. Keleluasan permohonan kredit nasabah/pelanggan dapat mengajukan kredit baru tanpa harus menunggu kredit lama lunas. Besarnya kredit sesuai dengan nilai agunan baru.

7. Hari sabtu tetap buka:jam pelayanan pukul 7.30 – 11.30.
8. Aman, barang jaminan disimpan ditempat aman, terawat dan diasuransikan. Pegadaian milik Negara.

d. Golongan Uang Pinjaman Kredit Cepat Aman (KCA), Jangka Waktu, Sewa Modal dan Biaya Administrasi

Tabel 2.2
Golongan Uang Pinjaman Kredit Cepat Aman (KCA), Jangka Waktu, Sewa Modal dan Biaya Administrasi

Golongan	Uang Pinjaman	Jangka Waktu Hari	Sewa Modal 15 hari	Biaya Administrasi
A	20.000-150.000	120	0.75%	1% xUP
B	151.000-500.000	120	1.2%	1% xUP
C	505.000-20.000.000	120	1.3%	1% xUP
D	20.050.000-ke atas	120	1%	1% xUP

Sumber : PERUM Pegadaian Kanwil Malang, Tahun 2008

Catatan :

1. BJ. Mobil minimal biaya administrasi Rp. 50.000, 00.
2. Ketentuan ini sewaktu-waktu berubah sesuai dengan surat edaran direksi perum pegadaian.
3. Sumber SE 72/2006. Jo SE 48/2004.

e. Mekanisme Pembiayaan Kredit Cepat Aman (KCA)

Mekanisme jasa pembiayaan yang dilakukan oleh Perum Pegadaian adalah sebagai berikut (TIM OPP Kanwil Malang, 2006):

1. Nasabah mencari informasi kepetugas pelayanan pelanggan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan.
2. Nasabah menemui petugas penaksir nilai barang untuk mengetahui nilai taksiran atas barang yang akan digadaikan dan jumlah pinjaman yang akan diperoleh.

3. Nasabah mendapatkan uang dikasir setelah melakukan Perjanjian kredit kemudian nasabah mendatangi kasir untuk mendapatkan sejumlah uang yang telah disepakati. Pelunasan barang juga dilakukan di kasir
4. Nasabah melunasi barang dan mengambil kembali barang miliknya.

f. Barang-Barang Yang Diterima Sebagai Jaminan Kredit Cepat Aman (KCA)

Barang Yang Diterima Sebagai Jaminan di Perum Pegadaian adalah sebagai berikut (TIM OPP Kanwil Malang, 1998):

1. Kain, seperti: Bahan pakaian, Kain, sarung, seprei, ambal atau permadani.
2. Barang Perhiasan (logam dan permata), seperti: Emas atau perak atau platina, Berlian, dan batu mulia.
3. Kendaraan, seperti: Mobil, Sepeda motor, dan sepeda.
4. Barang rumah tangga, seperti: Perabotan rumah tangga, Elektronik, dan gerabah.

g. Pengendalian Kredit Cepat Aman (KCA)

Pengendalian kredit gadai ini dilakukan dengan berbagai cara diantaranya sebagai berikut ini (TIM OPP Kanwil Malang, 1998):

1. Pemeriksaan Taksiran Kemudian. Adalah dari pemeriksaan kemudian adalah pelaksanaan pelaksanaan pengawasan melekat

kepala cabang atas taksiran barang jaminan sekaligus sebagai sarana pendidikan bagi para penaksir, pemeriksaan kemudian harus dilakukan oleh kepala cabang.

2. Pemeriksaan Taksiran. Adalah dari pemeriksaan ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat barang yang tertukar atau ada yang isinya tidak cocok dengan keterangan pada SBK atau terdapat taksiran yang menyimpang dari peraturan

3. Pemeriksaan Prosentase Uang Pinjaman terhadap Taksiran

h. Pemberian Pinjaman Kredit Cepat Aman (KCA)

Nilai taksiran atas barang yang akan digadai tidak sama dengan besarnya pinjaman yang diberikan. Setelah nilai taksiran ditentukan, maka petugas menentukan jumlah uang pinjaman ini juga berdasarkan presentase tertentu terhadap nilai taksiran dan presentase ini juga telah ditentukan oleh perum pegadaian berdasarkan golongan yang besarnya berkisar antara 80-90%.

Pinjaman kemudian digolongkan atas dasar jumlahnya untuk menentukan syarat-syarat pinjaman seperti besarnya sewa modal, jangka waktu pelunasan, jadwal atau waktu pelelengan, sebagai contoh pinjaman senilai Rp. 88.000 termasuk dalam kelompok pinjaman Rp. 40.500, atau termasuk golongan C. pinjaman yang masuk golongan C ditetapkan sewa modalnya adalah sebesar 1.45% per 15 hari jangka waktunya 4 bulan dan pelelengan pada bulan kelima barang yang digadaikan diasuransikan oleh

perum pegadaian yang dana pembayaran preminya diperoleh dari pinjaman dana. Pemberian uang pinjaman kepada nasabah dilakukan oleh kasir tanpa ada potongan biaya selain untuk premi asuransi (Sigit dan Totok, 2006:215).

Berdasarkan penjelasan di atas, nilai uang pinjaman yang diberikan lebih kecil daripada nilai pasar dari barang yang digadaikan. Perum pegadaian secara sengaja mengambil kebijakan ini untuk mencegah munculnya kerugian. Apabila ternyata nasabah pada saat jatuh tempo tidak mampu atau tidak bersedia menebus yang digadaikan. Maka perum pegadaian menjual barang tersebut melalui pelelangan. Harga penjualan barang yang digadaikan ini bisa lebih tinggi, sama, atau lebih rendah daripada nilai taksiran yang telah ditetapkan oleh petugas penaksir pada awal pemberian pinjaman. Jika nilai taksiran ditetapkan sebesar nilai pasar dan ternyata pada waktu pelelangan tidak dapat di gunakan untuk menutup pinjaman yang telah diberikan kepada debitor. Kerugian ini akan menjadi dasar penetapan jumlah uang pinjaman yang lebih kecil daripada nilai taksiran atas barang yang digadaikan.

i. Pelunasan Kredit Cepat Aman (KCA)

Sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan pada waktu pemberian pinjaman, nasabah mempunyai kewajiban melakukan pelunasan pinjaman yang telah diterima (Sigit dan Totok, 2006:221).

Nasabah dapat menyelesaikan kreditnya melalui:

1. Melunasi dengan membayar pokok pinjaman ditambah dengan sewa modal pada saat jatuh tempo atau pelunasan.
2. Hasil penjualan lelang barang jaminannya. Sisa hasil penjualan lelang barang jaminan (harga lelang dikurangi pokok pinjaman dan sewa modal) dikembalikan pada nasabah. Apabila hasil penjualan lelang tidak mencukupi pokok pinjaman dan sewa modal, maka kekurangannya tetap menjadi kewajibannya nasabah.

Pelunasan ulang gadai meliputi transaksi pelunasan sebagai berikut (TIM OPP Kanwil Malang, 1998):

1. Ulang Gadai (UG). Nasabah hendak memperbaharui kredit dengan hanya membayar bunganya saja, untuk mengenal bahwa nasabah hanya membayar bunga/sewa modal maka pada badan SBK, kitir dalam dan kitir luar, diberi tanda "UG" artinya Ulang Gadai
2. Minta Tambah (MT). Nasabah hendak minta tambah uang pinjaman, apabila besarnya uang pinjaman semula lebih kecil daripada besarnya uang pinjaman yang seharusnya, diusahakan diberikan tambahan. Untuk mengenal bahwa nasabah minta tambahan uang pinjaman. Maka pada badan SBK, kitir dalam dan kitir luar diberi tanda "MT" yang artinya minta tambahan.
3. Nyicil (N). Nasabah hendak memperbaharui kredit lama dengan membayar bunga sewa modal dan mengurangi/mencicil sebagian uang pinjaman.

4. Tebus Sebagian. Nasabah hendak menebus barang jaminan rangkap dengan cara membayar bunga/sewa modal seluruhnya dan membayar uang pinjaman barang jaminan yang ingin ditebus.

j. Pelelangan

Penjualan barang yang digadaikan melalui suatu pelelangan akan dilakukan oleh Perum Pegadaian pada saat yang telah ditentukan dimuka apabila hal-hal tersebut sudah menjadi pinjaman jatuh tempo (Sigit dan Totok, 2006:222).

4. Perilaku Konsumen

a. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen ditimbulkan oleh adanya interaksi antara faktor-faktor lingkungan dan individu. Dalam interaksi tersebut, sosialisasi antara individu mengakibatkan terjadinya transfer dan interaksi perilaku, (Swastha dan Handoko, 2000:27).

Teori perilaku konsumen menurut Swastha dan Handoko (2000:28), adalah sebagai berikut :

1. Teori Ekonomi Mikro

Dalam teori ini menjelaskan bahwa keputusan untuk membeli merupakan hasil perhitungan ekonomis rasional yang sadar. Pembeli individual berusaha menggunakan barang-barang

yang akan memberikan kegunaan (kepuasan) paling banyak, sesuai dengan selera dan harga-harga relatif.

2. Teori Psikologis

Teori psikologis ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang selalu dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan yang merupakan penerapan dari teori-teori bidang psikologis dalam menganalisa perilaku konsumen.

3. Teori Sosiologis

Teori ini lebih menitik beratkan pada hubungan dan pengaruh antara individu-individu yang dikaitkan dengan perilaku mereka jadi lebih mengutamakan perilaku kelompok dari pada perilaku individu.

4. Teori Anthopologis

Teori sama dengan teori sosiologis, teori ini juga menekankan pada tingkah laku pembelian dari suatu kelompok tetapi kelompok yang diteliti adalah kelompok masyarakat luas antara lain: kebudayaan (kelompok paling besar), sub kultur (kebudayaan daerah), dan kelas-kelas sosial.

b. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Amirullah (2002:3) perilaku konsumen adalah sejumlah tindakan-tindakan nyata individu (konsumen) yang dipengaruhi factor-faktor kejiwaan (psikologis) dan faktor-faktor luar lainnya (eksternal)

yang mengarahkan mereka untuk memilih dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkannya.

Menurut Angel dan Black Weel (1994:3) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Dengan demikian berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan nyata individu (konsumen) yang dipengaruhi faktor-faktor kejiwaan (psikologis) dan faktor-faktor luar lainnya (eksternal) dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan ini.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Dalam sebuah proses yang menciptakan pola perilaku konsumen terdapat hal-hal yang pasti akan memberikan pengaruh baik secara signifikan ataupun tidak setiap individu. Dalam proses pembelian akan dipengaruhi banyak faktor sehingga membentuk pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pengaruh tersebut akan membentuk pola perilaku individu dengan kata lain bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, yang kemudian akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1) Faktor Internal

Faktor Internal sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Faktor ini merupakan faktor-faktor yang ada dalam diri individu (konsumen), dimana akan dapat berubah bila ada pengaruh bila ada pengaruh dari faktor luar (eksternal).

Adapun faktor-faktor internal menurut Swastha dan Handoko (2000:77) diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Motivasi

Menurut Amirullah (2002:39), motivasi dapat digambarkan sebagai suatu kekuatan yang mana individu didorong untuk melakukan suatu tindakan. Dorongan kekuatan itu dihasilkan melalui proses ransangan yang kuat dari kebutuhan yang tidak terpenuhi.

Sedangkan menurut Swastha dan Handoko (2000:77) motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai sesuatu tujuan.

Dari beberapa pengertian tentang motivasi yang telah dijelaskan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Oleh sebab itu kita dapat mengetahui bahwa sebenarnya perilaku konsumen itu tiap

kegiatan yang dilakukan oleh seseorang itu didorong oleh sesuatu kekuatan atau dimulai dengan adanya suatu motivasi dari dalam diri orang tersebut.

Motivasi dapat dikelompokkan ke dalam dua kelompok (Swastha dan Handoko, 2000:78) yaitu :

1. Motivasi Fisiologis; yang merupakan motif alamiah (biologis), seperti lapar, haus, dan seks.
2. Motivasi Psikologi; yang dapat dikelompokkan dalam tiga kategori dasar, yaitu :
 - a) Motivasi Kasih Sayang (*affectional motive*); motivasi untuk menciptakan dan memelihara kehangatan, keharmonisan dan kepuasan batiniah (emosional) dalam berhubungan dengan orang lain.
 - b) Motivasi Mempertahankan Diri (*ego-defensive motive*); motivasi untuk melindungi kepribadian, menghindari luka fisik atau psikologis, menghindari untuk tidak ditertawakan dan kehilangan muka, mempertahankan prestise, mendapatkan kebanggaan diri.
 - c) Motivasi Memperkuat Diri (*ego-bolstering motive*); motivasi untuk mengembangkan kepribadian, berprestasi, menaikkan prestise dan pengakuan orang orang lain, memuaskan diri dengan penguasaannya terhadap orang lain.

2. Persepsi

Menurut Amirullah (2002:42) persepsi dapat diartikan sebagai proses dimana individu memilih, mengelola, dan menginterpretasikan stimulus ke dalam bentuk arti dan gambar. Atau dapat juga dikatakan bahwa persepsi adalah bagaimana orang memandang lingkungan sekelilingnya.

Sedangkan menurut Swastha dan Handoko (2000:84) persepsi adalah suatu proses dengan mana konsumen (manusia) menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya.

Dari beberapa pengertian tentang persepsi yang telah dijelaskan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi adalah proses penerimaan dan adanya ransangan (stimuli) di dalam lingkungan intern dan ekstern, sehingga pengamatan bersifat aktif. Jadi, persepsi adalah reaksi orientatif terhadap ransangan-ransangan, walaupun ransangan tersebut berupa benda asing, justru asing karena belum pernah dialami.

3. Pengalaman Belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan pembeli, (Mangkunegara, 2002:45).

Hal tersebut dapat dipelajari pada teori belajar yang dikemukakan dibawah ini, (Mangkunegara, 2005:45) :

a) Teori Stimulus-Respons

Teori ini menjelaskan bahwa belajar merupakan respons atau reaksi terhadap beberapa stimulus. Konsumen akan merasa puas jika mendapatkan respons yang menyenangkan, dan sebaliknya jika tidak menyenangkan akan menjadi hukuman. Respons yang sama jika diulang-ulang akan membentuk kebiasaan, begitu pula jika stimulus diulang-ulang akan menjadi respon yang kuat.

b) Teori Kognitif

Teori ini menjelaskan bahwa, perilaku kebiasaan merupakan akibat dari proses berpikir dan orientasi dalam mencapai suatu tujuan. Berdasarkan teori ini dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh memorinya terhadap situasi yang terjadi pada masa lampau, masa sekarang dan masa yang akan datang.

c) Teori Gestalt dan Lapangan

Teori ini menjelaskan bahwa, faktor lingkungan merupakan kekuatan yang sangat berpengaruh pada perilaku konsumen. Penggunaan objek secara keseluruhan akan lebih baik daripada hanya bagian-bagian.

4. Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian sangat ditentukan oleh factor internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berfikir, dan persepsi), (Mangkunegara, 2002:46).

Sedangkan menurut Swastha dan Handoko (2000:88) kepribadian didefinisikan sebagai organisasi dari factor-faktor biologis, psikologis dan sosiologis yang mendasari perilaku individu.

Dari beberapa pengertian tentang kepribadian yang telah dijelaskan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepribadian mencakup kebiasaan-kebiasaan, sikap dan lain-lain ciri-ciri sifat atau watak yang khas yang menentukan perbedaan perilaku dari tiap-tiap individu, dan yang berkembang apabila orang tadi berhubungan dengan orang lain.

Ada 3 unsur pokok dalam kepribadian individu, (Swastha dan Handoko, 2000:88) yaitu :

1. Pengetahuan, yaitu unsur-unsur yang mengisi akal dan alam jiwa seorang manusia yang sadar, secara nyata terkandung dalam otaknya.

2. Perasaan, yaitu suatu keadaan dalam kesadaran manusia yang karena pengaruh pengetahuannya dinilainya sebagai keadaan positif dan negatif.
 3. Dorongan Naluri, yaitu kemajuan yang sudah merupakan naluri pada tiap manusia, yang sering disebut "*drive*".
5. Sikap

Sikap dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakannya cenderung kearah berbagai obyek atau ide. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya, keyakinan menentukan sikap, (Mangkunegara, 2005:47).

Sedangkan menurut Swastha dan Handoko (2000:94) sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsekuen.

Dari beberapa pengertian tentang sikap yang telah dijelaskan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa sikap adalah suatu keadaan jiwa (mental) dan keadaan piker (neural) yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu obyek, yang diorganisir melalui pengalaman serta mempengaruhi secara langsung dan atau secara dinamis pada perilaku.

2) Faktor Eksternal

Selain dipengaruhi oleh faktor internal, individu masih dipengaruhi adanya faktor eksternal dalam melakukan suatu keputusan pembelian. Menurut Swastha dan Handoko (2000:58), faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu; (1) Kebudayaan dan Sub Kebudayaan, (2) Kelompok Referensi.

1. Kebudayaan dan Sub Kebudayaan

Menurut Swastha dan Handoko (2000:59), budaya adalah simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada.

Sedangkan menurut (Mangkunegara, 2005:39), budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku manusia ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya, dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan atau perkembangan zaman dari sebuah masyarakat.

Setiap kebudayaan terdiri dari sub budaya atau kebudayaan khusus yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan

sosialisasi anggotanya yang lebih kecil. Sub budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Kebudayaan-kebudayaan khusus ini memainkan peran penting dalam pembentukan sikap konsumen dan merupakan petunjuk penting mengenai nilai-nilai yang akan dianut oleh seorang konsumen. Kebudayaan khusus yang berbeda dengan kebudayaan khusus lain akan menyebabkan berbedanya pula perilaku konsumennya, (Swastha dan Handoko, 2000:62).

2. Kelas Sosial

Menurut Angel, et al (1994:47) kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagai nilai, minat, dan perilaku yang sama.

Sedangkan menurut Mangkunegara (2002:41) memberi pengertian terhadap kelas sosial sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat.

Dari pendapat-pendapat di atas, kelas sosial dapat didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat. Kelas social tidak ditentukan oleh factor tunggal seperti pendapatan tetapi diukur sebagai suatu kombinasi suatu pekerjaan, pendidikan, kekayaan, dan variable lainnya.

Masyarakat kita, pada pokoknya dapat dikelompokkan ke dalam tiga golongan, (Swastha dan Handoko, 2000:64) yaitu :

1. Golongan Atas : Yang termasuk dalam kelas ini antara lain adalah; pengusaha-pengusaha kaya, pejabat-pejabat tinggi.
2. Golongan Menengah : Yang termasuk dalam kelas ini antara lain; karyawan instansi pemerintah, pengusaha menengah.
3. Golongan Rendah : Yang termasuk dalam kelas ini antara lain; buruh-buruh pabrik, pegawai rendah, tukang becak, dan pedagang kecil.

Dalam masyarakat yang hidup teratur adanya sistem lapisan-lapisan social itu merupakan ciri yang tetap dan teratur. Pengertian kelas social dalam hal ini adalah sama dengan istilah lapisan sosial, tanpa membedakan pembagian kelas. Sedangkan ukuran atau kriteria yang biasanya dipakai untuk menggolong-golongkan anggota masyarakat kedalam kelas tertentu adalah: kekayaan, kekuasaan, kehormatan, dan ilmu pengetahuan. (Swastha dan Handoko, 2000:63).

3. Kelompok Referensi

Kelompok dapat didefinisikan sebagai dua atau lebih orang yang berinteraksi untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan. Sedangkan kelompok referensi (*reference group*) dapat diartikan sebagai sejumlah orang atau kelompok yang bertindak sebagai

pembandingan (*or reference*) terhadap individu dalam setiap bentuk nilai, sikap atau penuntun ke arah perilaku. Konsep dasar ini memberikan manfaat terhadap pemahaman mengenai pengaruh orang terhadap sikap, perilaku dan kepercayaan konsumsi individu, (Amirullah, 2002:50).

Kelompok referensi ini terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau pengaruh tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang. Semua ini adalah kelompok dimana orang tersebut berada atau berinteraksi. Kelompok referensi sangat penting bagi pemasar sebagai sumber informasi dan pengaruh. Keefektifan pengaruh perilaku konsumen dari kelompok referensi sangat bergantung pada kualitas produk dan informasi yang tersedia pada konsumen.

Adapun jenis-jenis kelompok referensi menurut Angel, et al (1994:167) adalah sebagai berikut :

1) Kelompok Primer dan Kelompok Sekunder

Kelompok primer merupakan kelompok dengan interaksi yang terbatas, sesama anggotanya sudah saling mengenal dan memperhatikan kesamaan yang mencolok dalam kepercayaan dan perilaku. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang interaksinya bersifat lebih sporadik, kurang komprehensif dan kurang berpengaruh dalam membentuk gagasan dan perilaku.

2) Kelompok Aspirasi dan Kelompok Disosiatif

Kelompok aspirasi merupakan kelompok yang didalamnya terdapat keinginan untuk menggunakan norma, nilai, serta perilaku orang lain. Sedangkan kelompok disosiatif adalah kelompok yang nilai-nilainya atau normanya berusaha dihindari orang lain.

3) Kelompok Formal dan Kelompok Informal

Kelompok formal merupakan kelompok yang memiliki peraturan-peraturan yang tegas, organisasi dan strukturnya dimodifikasi secara tertulis dan hubungan antara anggotanya didasarkan pada aturan yang telah ditetapkan. Sedangkan kelompok informal adalah merupakan kelompok dengan lebih sedikit struktur dan mungkin didasarkan pada persahabatan atau persamaan-persamaan yang dimiliki anggotanya.

4. Keluarga

Anggota di dalam keluarga merupakan kelompok yang berpengaruh dalam perilaku pembelian konsumen. Masing-masing individu akan mempunyai hubungan dengan keluarganya, baik itu keluarga yang terbentuk karena ikatan perkawinan, hubungan darah maupun proses adopsi. Oleh karena itu keputusan membeli seorang individu seringkali dipengaruhi oleh individu lain dalam keluarganya.

Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan, atau adopsi dan tinggal bersama, (Angel, 1994:194). Sedangkan menurut Mangkunegara (2002:44), keluarga adalah suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam mengambil keputusan pembelian.

Sedangkan menurut Mangkunegara (2002:44) keluarga didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.

Jadi keluarga adalah suatu kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih yang terbentuk oleh ikatan perkawinan, hubungan darah maupun proses adopsi. Istilah keluarga dipergunakan untuk menggambarkan berbagai macam bentuk rumah tangga.

Macam-macam bentuk keluarga menurut Swatha dan Handoko (2000:70), adalah sebagai berikut :

- 1) Keluarga Inti (*nuclear family*), menunjukkan lingkup keluarga yang meliputi ayah, ibu dan anak yang hidup secara bersama.
- 2) keluarga Besar (*extended family*), yaitu keluarga inti ditambah dengan orang-orang yang mempunyai ikatan saudara dengan keluarga tersebut, seperti kakek, nenek, paman dan menantu.

Dalam menganalisa perilaku konsumen, faktor keluarga dapat berperan sebagai berikut, (Mangkunegara, 2002:44) :

- 1) Siapa pengambil inisiatif, yaitu siapa yang mempunyai inisiatif membeli, tetapi tidak melakukan proses pembelian.
- 2) Siapa pemberi pengaruh, yaitu siapa yang mempengaruhi keputusan membeli.
- 3) Siapa pengambil keputusan, yaitu siapa yang menentukan keputusan apa yang dibeli, bagaimana cara memebelinya, kapan dan dimana tempat membelinya.
- 4) Siapa yang melakukan pembelian, yaitu siapa diantara keluarga yang akan melakukan proses pembelian.
- 5) Pemakai, yaitu siapa yang akan menggunakan produk yang akan dibeli.

Dari penjelasan akan faktor internal dan eksternal di atas peneliti hanya mengambil masing-masing dua variable dari faktor internal dan eksternal tersebut, yaitu faktor internal yang terdiri dari pengalaman belajar dan sikap, dan faktor eksternal yang terdiri dari kebudayaan dan kelompok referensi. Mengingat luasnya bidang kajian dalam penelitian ini perlu kiranya ada batasan penelitian agar penelitian ini terfokus pada pengaruh faktor internal yang terdiri dari pengalaman belajar dan sikap, dan faktor eksternal yang terdiri dari kebudayaan dan kelompok referensi terhadap keputusan nasabah dalam mengakses Kredit Cepat Aman (KCA)

di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Peneliti mengambil empat variabel tersebut merujuk dari penelitian terdahulu bahwa komponen variabel faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah pengalaman belajar, sikap, kebudayaan dan kelompok referensi.

d. Tinjauan Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam

Pada prinsipnya setiap individu dalam syari'at Islam bebas untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dengan cara mengkonsumsi rezeki yang baik dan diharamkan oleh Allah SWT, tetapi dengan syarat tidak membahayakan kepentingan umum. Seperti dalam firman Allah SWT surat Al-A'raf (7), ayat 32 yang berbunyi:

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ ۖ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ ۗ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ كَذَٰلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴿٣٢﴾

Artinya : "Katakanlah: "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang Telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezki yang baik?" Katakanlah: "Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat". Demikianlah kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang Mengetahui". (Q.S. Al-A'raf (7):32).

Maksudnya dari ayat di atas adalah perhiasan-perhiasan dari Allah SWT dan makanan yang baik itu dapat dinikmati di dunia ini oleh orang-orang yang beriman dan orang-orang yang tidak beriman, sedang di akhirat nanti adalah semata-mata untuk orang-orang yang beriman saja.

Akan tetapi Islam membatasi pembolehan didalam melakukan konsumsi, yaitu dengan tidak melampui batas kewajaran, (www.tazkiaonline.com) dengan cara :

1. Menggunakan Harta Secukupnya

Belanja dan konsumsi adalah tindakan yang mendorong masyarakat berproduksi hingga terpenuhisegala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang menjadi konsumen, dan jika daya beli masyarakat berkurang karena sifat kikir yang melampui batas, maka cepat atau lambat roda produksi niscaya akan terhenti dan selanjutnya perkembangan bangsa-pun akan terhambat.

Memiliki harta untuk disimpan, diperbanyak, lalu dihitung-hitung adalah tindakan yang dilarang. Ia merupakan penyimpangan petunjuk Tuhan dan memungkiri keberadaan *Istikhlaf*, (Qardhawi, 1997:138). Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Hadid (57), ayat 7 yang berbunyi :

ءَامِنُوا بِاللّٰهِ وَرَسُوْلِهِۦ وَاَنْفِقُوْا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُّسْتَخْلَفِيْنَ فِيْهِۦۗ فَالَّذِيْنَ ءَامَنُوْا مِنْكُمْ وَاَنْفَقُوْا لَهُمْ
 اَجْرٌ كَبِيْرٌ ﴿٧﴾

Artinya : “Berimanlah kamu kepada Allah dan rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah Telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar”. (Q.S. Al-Hadiid (57):7).

Serta sabda Rasulullah SAW yang berbunyi :

عَنْ أَبِي أُمَامَةَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَا ابْنَ آدَمَ: إِنَّكَ أَنْ تُبَدَلَ الْفَضْلَ خَيْرٌ لَكَ وَأَنْ تُمَسِكَ شَرٌّ لَكَ، وَلَا تُلَامُ عَلَى كِفَافٍ، وَأَبْدَأُ بِمَنْ تَعُولُ. (رواه مسلم، ١٧١٨)

Artinya : *“Dari Abu Amamah, Rasulullah SAW bersabda, Wahai Anak Adam: Sesungguhnya kamu menafkahkan kelebihan (dari kebutuhan pokok) itu adalah lebih baik bagimu sedangkan menahannya (tidak menafkahnannya) adalah buruk bagimu, dan kamu tidak akan dicela karena berkecukupan (dapat menahan diri dari meminta kepada orang lain), mulailah dengan orang yang menjadi tanggunganmu”.* (H.R. Muslim, No. 1718).

عَنْ أَبِي أُسْمَاءَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَفْضَلُ دِينَارٌ يُنْفِقُهُ الرَّجُلُ: دِينَارٌ يُنْفِقُهُ عَلَى عِيَالِهِ، وَدِينَارٌ يُنْفِقُهُ عَلَى دَابَّتِهِ فِي سَبِيلِ اللَّهِ، وَدِينَارٌ يُنْفِقُهُ عَلَى أَصْحَابِهِ فِي سَبِيلِ اللَّهِ. (رواه مسلم، ١٦٦)

Artinya : *“Dinar yang paling utama yang dinafkahkan oleh seorang lelaki adalah dinar yang dinafkahkan kepada keluarganya, yang dinafkahnannya untuk kepentingan binatang-binatangnya dalam jihad fi sabilillah dan dinar yang dinafkahkan untuk teman-temannya di jalan Allah”.* (H.R. Muslim, No. 166).

2. Tidak Hidup Boros dan Mubadzir

Islam sangat memerangi sikap hidup boros dan mubadzir, karena Al-Qur'an melarang kita membelanjakan harta dan menikmati kehidupan ini dengan boros. Lebih dari itu, Allah SWT sendiri tidak menyukai para pemboros. Boros hampir sama dengan mubadzir. Arti mubadzir adalah menghambur-hamburkan uang tanpa ada kemaslahatan atau tanpa mendapatkan ganjaran (pahala), (Qardhawi, 1997:155). Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Israa' (17), ayat 26-27 yang berbunyi :

وَأَتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ تَبَذِيرًا ۗ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا
إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۖ

Artinya : “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah Saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”. (Q.S. Al-Israa’ (17):26-27).

Dan sabda Rasulullah SAW yang mengatakan :

عن أبي الدرداء عن النبي ص.م. من فقه الرجل فصدته في معيشته. (رواه أحمد، ٢٠٧٠٦)

Artinya : “Dari Abu Darda berkata Nabi SAW: “Termasuk dari kefakihan seseorang adalah berhematnya dalam penghidupannya”. (H.R. Ahmad, No. 20706).

عن عبد الله ابن عمرو أن رسول الله صلعم قال: كُلُوا وَاشْرَبُوا وَالْبِسُوا وَتَصَدَّقُوا مِنْ غَيْرِ مَخِيلَةٍ وَلَا سَرَافٍ، إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ أَنْ يَرَى نِعْمَتَهُ عَلَى عَبْدِهِ. (رواه أحمد، ٦٤٢١)

Artinya : “Dari Abdullah bin Umar berkata Rasulullah SAW: “Makanlah, minumlah, berpakaianlah dan bershadaqahlah tanpa kecongkakan dan berlebih-lebihan. Karena sesungguhnya Allah suka melihat ni'mat-Nya atas hamba-Nya”. (H.R. Ahmad, No. 6421).

3. Tidak Hidup Mewah

Sebagaimana Islam menyerang sikap boros dan tindakan mubadzir, Islam juga memerangi sikap mewah dan kemewahan. Kemewahan yang dimaksud adalah tenggelam dalam kenikmatan dan hidup berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang serba menyenangkan, (Qardhawi, 1997:244).

Kemewahan adalah sikap utama penduduk neraka. Dan hal ini telah tercantum dalam surat Al-Waqi'ah (56), ayat 41-46 yang berbunyi :

وَأَصْحَابُ الشَّمَالِ مَا أَصْحَابُ الشَّمَالِ ﴿٤١﴾ فِي سُمُومٍ وَحَمِيمٍ ﴿٤٢﴾ وَظِلٍّ مِّنْ تَحْمُومٍ ﴿٤٣﴾ لَا بَارِدٍ وَلَا كَرِيمٍ ﴿٤٤﴾ إِنَّهُمْ كَانُوا قَبْلَ ذَلِكَ مُتْرَفِينَ ﴿٤٥﴾ وَكَانُوا يُصِرُّونَ عَلَى الْحِنثِ الْعَظِيمِ ﴿٤٦﴾

Artinya : *"Dan golongan kiri, siapakah golongan kiri itu? Dalam (siksaan) angin yang amat panas, dan air panas yang mendidih, Dan dalam naungan asap yang hitam. Tidak sejuk dan tidak menyenangkan. Sesungguhnya mereka sebelum itu hidup bermewahan. Dan mereka terus-menerus mengerjakan dosa besar". (Q.S. Al-Waqi'ah (56):41-46).*

Sedangkan dalam hadits Nabi SAW dinyatakan :

عن أبي شبيبَةَ الجَوْهَرِيِّ عن النبي ص.م. شَرَّارُ أُمَّتِي الَّذِينَ غَدُوا بِالنَّعِيمِ، الَّذِينَ يَأْكُلُونَ أَلْوَانَ الطَّعَامِ، وَيَلْبَسُونَ أَلْوَانَ الشِّيَابِ، وَيَتَشَدَّقُونَ فِي الْكَلَامِ. (رواه الطبراني، ١٠٥)

Artinya : *"Dari Abu Syaibah Al-Juhury berkata Nabi SAW: "Orang-orang yang paling buruk dari umatku adalah orang-orang yang dijejali kenikmatan, mereka yang makan dengan bermacam-macam makanan, berpakaian dengan bermacam-macam busana dan banyak omong kosong". (H.R. At-Thabrani, No. 104).*

Dari penjelasan di atas maka dapatlah kita simpulkan bahwa Islam telah mewajibkan kepada pemilik harta untuk senantiasa menggunakan/menafkahkan harta dengan secukupnya untuk memenuhi kebutuhan dirinya, keluarganya maupun digunakan untuk menafkahkannya di jalan Allah SWT dan selama dalam membelanjakan/menafkahkan harta itu tidak merusak kemaslahatan orang banyak.

Disisi lain Islam juga membolehkan seorang individu untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia, akan tetapi ia membatasi pembolehan ini dengan tidak melampaui batas kewajaran yang menjurus kepada pemborosan dan kemewahan. Dengan kata lain, Islam sangat menganjurkan kepada setiap individu untuk selalu hidup sederhana serta hidup hemat dalam kehidupan sehari-hari.

5. Keputusan Pembelian

Dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor. Pihak produsen maupun pemasar sebaiknya lebih jeli dalam mengidentifikasi siapa yang membuat keputusan pembelian, jenis-jenis keputusan yang terlibat dan langkah-langkah dalam proses pembelian.

Keputusan pembelian merupakan suatu bagian pokok dalam perilaku konsumen yang mengarah kepada pembelian produk atau jasa. Dalam membuat sebuah keputusan pembelian, konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi dan memotivasi konsumen untuk mengadakan pembelian. Dari faktor-faktor inilah, maka konsumen akan melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

a. Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2005:223), proses keputusan pembelian yang dilakukan konsumen pada umumnya melalui lima tahap, yaitu :

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan eksternal. Pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu. Dari pengenalan masalah, pemasar dapat mengembangkan strategi pemasaran yang dapat merangsang minat konsumen.

2. Pencarian Informasi

Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber informasi yang diperoleh sangat bervariasi sesuai dengan kategori produk dan karakteristik pembeli.

Sumber-sumber informasi konsumen menurut Kotler (2005:205) dapat dibedakan menjadi:

- 1) Sumber Pribadi : Keluarga, kawan-kawan, tetangga dan kenalan.
- 2) Sumber Komersil : Iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, dan pajangan di toko.
- 3) Sumber Publik : Mass media dan lembaga konsumen.

4) Sumber Pengalaman : Penanganan, pengamatan, dan penggunaan produk.

3. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif dalam proses pengambilan keputusan pembelian merupakan tahapan pengevaluasian produk-produk dan merek-merek. Konsumen membedakan ciri-ciri produk mana yang dilihat paling relevan atau menonjol dan akan memberikan perhatian besar pada produk-produk yang akan memberikan manfaat yang dicari. Konsumen sering mengembangkan kepercayaan merek yang menimbulkan citra merek dalam memilih produk. Kepercayaan merek konsumen akan beragam sesuai dengan persepsinya.

4. Keputusan Pembelian

Konsumen akan membentuk suatu maksud pembelian untuk membeli merek yang paling disukai. Beberapa faktor dapat mempengaruhi maksud pembelian, dan keputusan pembelian menurut Kotler (2005:227) adalah sikap atau pendirian orang lain atau faktor situasi yang tidak diantisipasi yang uraiannya sebagai berikut :

1) Sikap atau Pendirian Orang Lain

Keberadaan orang lain dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin kuat sikap orang lain untuk

mempengaruhi, dan semakin dekat orang lain tersebut dengan konsumen, konsumen akan semakin menyesuaikan maksud pembelinya. Pengaruh orang lain menjadi kompleks bila beberapa orang yang dekat dengan pembeli mempunyai pendapat yang berlawanan dan konsumen ingin menyenangkan mereka semua.

2) Faktor Situasi yang Tidak Diantisipasi

Konsumen membentuk suatu maksud pembelian atas dasar faktor-faktor seperti pendapatan keuangan yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan. Ketika konsumen akan bertindak, faktor situasi yang tidak diantisipasi mungkin terjadi untuk mengubah maksud pembelian tersebut, misalnya harga yang dibayarkan diluar kemampuan konsumen, sering teman memberitahukan bahwa produk yang dipilih tidak memuaskan.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah pembelian produk, konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dari suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen merasa puas, dia akan menunjukkan keinginan untuk melakukan pembelian

ulang atau membeli produk lain dari perusahaan yang sama dimasa yang akan datang.

Sedangkan bagi konsumen yang merasa tidak puas akan bertindak sebaliknya, akan berusaha untuk mengurangi ketidaksesuaian, misalnya dengan mengabaikan produk tersebut.

Tahap-tahap proses pembelian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber : Kotler (2005:224)

b. Struktur Keputusan Pembelian

Swastha dan Handoko (2000:102) keputusan pembelian suatu produk mempunyai struktur sebanyak tujuh komponen, yaitu :

1. Keputusan tentang Jenis Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain, dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli jenis produk serta alternatif lain yang mereka pertimbangkan.

2. Keputusan tentang Bentuk Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk dengan bentuk tertentu, seperti tentang ukuran, mutu, corak, dan lain sebagainya. Dalam hal ini perusahaan harus melakukan riset pemasaran untuk mengetahui kesukaan konsumen tentang produk bersangkutan agar dapat memaksimalkan daya tarik mereknya.

3. Keputusan tentang Merek

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

4. Keputusan tentang Penjualannya

Konsumen harus mengambil keputusan dimana produk tersebut akan dibeli, apakah di toko khusus atau di pengecer. Oleh karenanya pemasar harus mengetahui bagaimana konsumen memilih penjual tertentu.

5. Keputusan tentang Jumlah Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan sesuai dengan keinginannya dan kebutuhan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu pasar.

6. Keputusan tentang Waktu Pembelian

Konsumen membuat keputusan tentang kapan ia harus melakukan pembelian. Keputusan tersebut menyangkut tentang tersedianya dana untuk membeli produk yang dipilihnya. Oleh karena keputusan tentang waktu pembelian ini berkaitan dengan tersedianya dana, maka keputusan tersebut berkaitan juga dengan masalah-masalah tingkat harga dari produk tersebut.

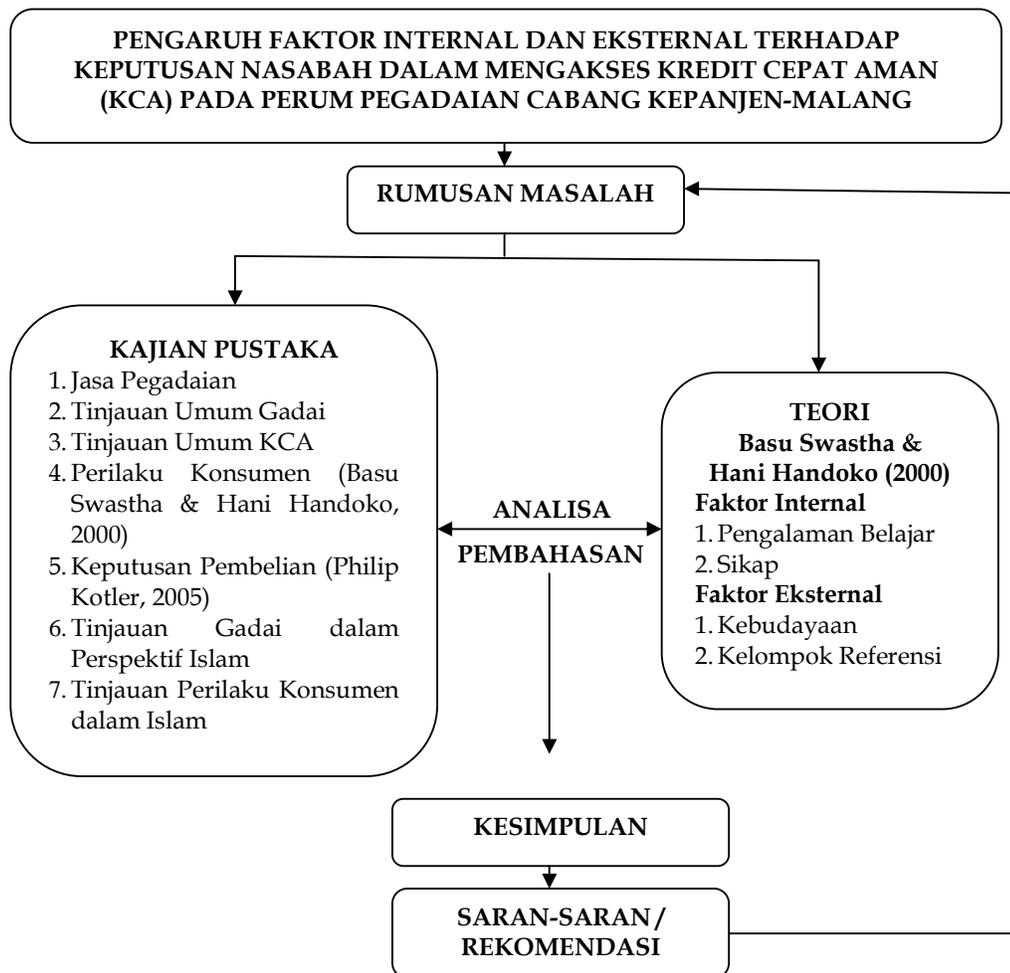
7. Keputusan tentang Cara Pembayaran

Konsumen harus mengambil keputusan tentang metode atau cara membayar produk yang dibeli. Konsumen tersebut dipengaruhi oleh penjualan dan jumlah pembeliannya.

C. KERANGKA ANALISIS

Model kerangka analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

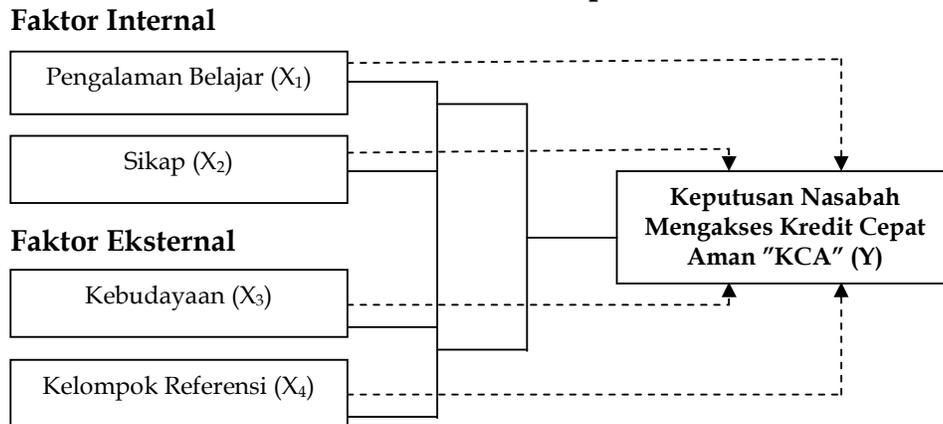
Gambar 2.2
Kerangka Analisis



D. Model Konsep dan Hipotesis

1. Model Konsep

Gambar 2.3
Model Konsep



Sumber : Swastha dan Handoko (2000:58)

Keterangan:

----- : Garis Parsial

_____ : Garis Stimultan

2. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori yang ada, maka dapat dikemukakan suatu hipotesa. Hipotesa ini merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang sebenarnya harus diuji secara empiris, (Indriantoro, 2002:73).

Dari model hipotesis di atas dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Bahwa faktor internal yang terdiri dari pengalaman belajar dan sikap, dan faktor eksternal yang terdiri dari kebudayaan dan

kelompok referensi berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

- 2) Bahwa ada salah satu variabel dari faktor internal yang terdiri dari pengalaman belajar dan sikap, dan faktor eksternal yang terdiri dari kebudayaan dan kelompok referensi yang berpengaruh dominan terhadap keputusan dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang, yaitu variabel sikap.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang yang beralamat di jalan Panji No. 178 Kepanjen-Malang.

B. JENIS PENELITIAN

Dengan berpedoman pada latar belakang dan rumusan masalah penelitian serta berlandaskan pada teori-teori yang telah diuraikan sebelumnya maka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory* atau penelitian uji hipotesa. Menurut Singarimbun dan Efendi (1995:5), penelitian *explanatory* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variable-variabel penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Dalam penelitian jenis ini hipotesis yang telah dirumuskan diuji untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel-variabel dalam penelitian mengenai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen dengan keputusan menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA).

C. POPULASI dan SAMPEL

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 1993:53). Berdasarkan dari arti populasi tersebut, maka dalam penelitian ini populasinya adalah masyarakat atau konsumen yang menggunakan jasa PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, (Sugiyono, 1993:53). Maka dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu pelanggan atau nasabah pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

Karena keterbatasan waktu dan dana yang digunakan dalam penelitian ini, maka responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang jumlahnya terbatas. Maka pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendapat Malhotra (2004:291 jilid-2), yang menyatakan bahwa jumlah sampel atau responden dengan jumlah populasi yang tidak terbatas setidaknya paling sedikit 4 atau kali 5 jumlah item variabel yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini jumlah sub variabel/indikator (item) yang digunakan adalah sebanyak 16 item, maka jumlah sampel yang diperlukan adalah 5 dikalikan 16 yaitu 80 responden.

D. DATA dan SUMBER DATA

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data Primer adalah merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). (Indriantoro, 2002:146). Pada penelitian ini penggalian data menekankan pada kuesioner yang diberikan kepada responden. Data primer yang dibutuhkan adalah data mengenai keputusan pembelian konsumen, dan rata-rata pengunjung dalam harian dan data kondisi serta fasilitas-fasilitas yang ada pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain), umumnya berupa bukti dan catatan, (Indriantoro,

2002:147). Berupa buku-buku literatur sebagai sumber referensi dan dokumen-dokumen lain yang menunjang.

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Berdasarkan jenis data dan sumber-sumber pengambilannya sebagaimana tersebut di atas, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Sebuah kuesioner, baik itu disebut formulir atau skedul, bentuk wawancara, atau instrumen pengukuran, merupakan serangkaian pertanyaan yang diformulasikan untuk mendapatkan informasi dari responden, (Maholtra, 2005:325). Kuesioner dalam penelitian ini digunakan sebagai instrumen utama untuk memperoleh data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan menggunakan jasa, dengan cara membagikan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan judul penelitian ini dengan maksud menggali data selengkap mungkin.

2. Interview/Wawancara

Wawancara dapat dipandang sebagai teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam. (Hasan, 2002:85). Peneliti menggunakan teknik ini dengan bertanya

kepada responden yang tidak bisa membaca, menulis, dan yang tidak paham akan pertanyaan yang peneliti ajukan.

3. Dokumentasi

Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya, (Arikunto, 2002:206). Teknik ini digunakan untuk mengambil data internal perusahaan, seperti sejarah perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi, dan sebagainya.

F. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Definisi operasional adalah merupakan penentuan *construct* sehingga dapat diukur, (Indriantoro, 2002:69). Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Pengalaman Belajar adalah Belajar dapat didefinisikan suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya, (Mangkunegara, 2005:45).

Seorang konsumen menganggap pengetahuan dan informasi yang ia dapat akan suatu produk akan membantu konsumen di dalam mengambil keputusan menggunakan akan produk tersebut. Hal ini akan terjadi bila dengan banyaknya pengetahuan akan suatu produk yang didapat seorang konsumen dapat dijadikan

alasan konsumen di dalam menggunakan akan produk tersebut. Dan disamping juga konsumen dalam menggukan suatu produk akan belajar dari pengalaman masa lalunya yang kurang memuaskan yang telah ia dapat sehingga dapat dijadikan alasan konsumen di dalam menggunakan suatu produk lain yang sejenis.

- 2) Sikap adalah Suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakannya cenderung kearah berbagai obyek atau ide. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya, keyakinan menentukan sikap, (Mangkunegara, 2005:47).

Pelayanan yang baik terhadap konsumen dengan apa yang diharapkan akan pelayanannya tersebut yang diberikan sebuah perusahaan dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan menggunakan akan suatu produk karena puas tidaknya konsumen bisa saja tergantung dari pelayanan yang diberikan sehingga nantinya akan dapat menciptakan kelayaitasan dalam menggunakan akan produk tersebut. Dan disamping itu juga tarif atau harga yang diberikan sebuah perusahaan akan suatu produk yang ia tawarkan akan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan menggunakan akan suatu produk tersebut jika tarif atau harga yang diberikan sesuai dengan barang yang ditawarkan. Maka nantinya hal tersebut dapat dijadikan alasan

bagi konsumen untuk memutuskan menggunakan akan produk tersebut.

- 3) Kebudayaan adalah Hasil kreativitas manusia dari generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat, (Mangkunegara, 2005:39).

Sebuah produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan yang sudah tertanam dalam benak konsumen dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat akan membantu konsumen di dalam mengambil keputusan menggunakan akan produk tersebut. Sehingga konsumen menganggap bahwa menggunakan akan suatu produk tersebut sudah kebiasaan dari generasi ke generasi berikutnya, sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkannya.

- 4) Kelompok Referensi adalah Dua atau lebih orang yang berinteraksi untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan, (Amirullah, 2002:50).

Dalam hal ini orang lain seperti halnya keluarga, teman, dan tokoh panutan dalam bermasyarakat berinteraksi dengan konsumen dapat membantu konsumen di dalam mengambil keputusan menggunakan akan suatu produk tertentu, karena seorang individu selain adanya faktor dari dalam dirinya sendiri dalam

mengambil keputusan pembelian dapat di pengaruhi oleh faktor lain yang ada di luar dirinya dan orang lain yang ada di lingkungan sekitarnya.

G. IDENTIFIKASI VARIABEL

Variabel adalah merupakan *construct* yang diukur dengan berbagai macam nilai untuk memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai fenomena-fenomena, (Indriantoro, 2002:69). Adapun variabel yang akan dianalisa dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent*) (X)

Variabel Bebas (*Independent*) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain, (Indriantoro, 2002:63). Adapun yang merupakan variabel bebas (X) adalah internal dan eksternal yang meliputi:

X_1 = Pengalaman Belajar

X_2 = Sikap

X_3 = Kebudayaan

X_4 = Kelompok Referensi

2. Variabel Terikat (*Dependent*) (Y)

Variabel Terikat (*Dependent*) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *independent*, (Indriantoro, 2002:63). Dan

yang menjadi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah nasabah.

Adapun penjelasan lebih detailnya sebagaimana berikut:

Tabel 3.1
Identifikasi Variabel

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM
Faktor Internal	a. Pengalaman Belajar (X_1)	1. Pengetahuan tentang produk KCA 2. Pengalaman masa lalu 3. Informasi yang diperoleh dari PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang
	b. Sikap (X_2)	1. Penilaian terhadap pelayanan pada nasabah 2. Penilaian terhadap kepuasan pemakaian 3. Penilaian terhadap kesesuaian tarif taksiran KCA
Faktor Eksternal	a. Kebudayaan (X_3)	1. Produk KCA sebagai salah satu hasil budaya 2. Kebutuhan untuk memperoleh dana (uang) dengan cepat 3. Kebiasaan menggunakan produk KCA
	b. Kelompok Referensi (X_4)	1. Pengaruh keluarga 2. Pengaruh teman 3. Pengaruh tokoh panutan
Keputusan Pembelian	Keputusan Dalam Mengakses Jasa Kredit Cepat Aman (KCA) (Y)	1. Lokasi yang strategis 2. Fasilitas lengkap 3. Tarif yang sesuai 4. Pelayanan yang memuaskan

Sumber: Swastha dan Handoko (2000:58)

H. PENGUKURAN VARIABEL

Adapun pengukuran yang digunakan untuk mengukur pendapat dari beberapa sampel, peneliti menggunakan Skala Likert. Menurut Maholtra (2005:298), Skala Likert adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pertanyaan mengenai obyek stimulus. Umumnya, masing-masing item *scale* mempunyai kategori yang berkisar antara “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju”.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur keputusan nasabah dalam mengakses Kredit Cepat Aman (KCA) digunakan Skala Likert, dimana masing-masing pertanyaan diberi skor 1 sampai dengan 5 dengan bobot nilai dari masing-masing jawaban, (Sugiyono, 1993:69) adalah sebagai berikut:

- Apabila jawaban “Sangat Setuju” diberi skor 5
- Apabila jawaban “Setuju” diberi skor 4
- Apabila jawaban “Ragu-ragu” diberi skor 3
- Apabila jawaban “Tidak Setuju” diberi skor 2
- Apabila jawaban “Sangat Tidak Setuju” diberi skor 1

I. TEKNIK ANALISIS DATA

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan tingkat atau derajat untuk mana bukti mendukung kesimpulan yang ditarik dari skor yang diturunkan dari ukuran atau tingkat mana skala mengukur apa yang seharusnya diukur.

Menurut Arikunto (2002:144) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Sehingga semakin tinggi nilai validitasnya, maka semakin bisa diandalkan instrument yang digunakan dalam suatu penelitian. Dan selanjutnya menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan

dengan skor total dengan menggunakan tehnik korelasi yang dikemukakan oleh Pearson dalam Arikunto (2002:146) yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} = Korelasi *product moment*

X = Skor dalam distribusi variabel X (variabel bebas)

Y = Skor dalam distribusi variabel Y (variabel terikat)

N = Banyaknya pasangan skor X dan Y (banyaknya sampel)

Jika nilai signifikansi (sig) hasil korelasi $\leq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid dan sebaliknya apabila nilai signifikansi (sig) hasil korelasi $\geq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid. (Singarimbun dan Effendi,1989 :137)

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Singarimbun dan Effendi (1989:140) adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Instrumen yang reliabel mengandung arti bahwa instrument tersebut cukup baik sehingga mengungkap data yang bisa dipercaya. (Arikunto, 1998:154).

Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor antar item-item variabel dalam instrument penelitian tersebut. Dengan rumus yang sama dengan Pengujian Validitas yaitu dengan Rumus Korelasi *Product Moment* (R Hitung).

Menurut Singarimbun Instrument (alat ukur) dikatakan valid atau reliabel, jika hasil perhitungan memiliki koefisien keandalan (*reabilitas*) sebesar $\alpha = 0,05$ atau lebih. Sedangkan teknik perhitungannya untuk pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach* (Arikunto 2002:171), yaitu:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Ghozali (2005:42), menyatakan bahwa sebuah instrumen dapat dikatakan andal (*reliable*) bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar $\geq 0,6$.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independent, (Santosa dan Ashari, 2005:144). Bentuk umum persamaan regresi linier berganda ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y = Variabel *independent*, yaitu keputusan konsumen

b = Konstanta perubahan variabel X terhadap Y

a = Koefisien konstanta

X = Variabel bebas, meliputi:

X₁ = Pengalaman Belajar

X₂ = Sikap

X₃ = Kebudayaan

X₄ = Kelompok Referensi

e = Error

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial/Uji t (t-test)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai

pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat, untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat signifikan 5%. (Sugiyono, 1989:147).

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

r = Korelasi *product moment*

n = Jumlah responden

t = Uji hipotesis

Uji ini berfungsi untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan signifikansi 5% (0,05). Pengujian ini dilakukan dengan cara lihat tingkat signifikansi t. Jika signifikansi $t < 0,05$ (5%), maka secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya.

b. Uji Simultan/ Uji F (F-test)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. (Hasan, 2002:125).

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Dimana:

F = Pendekatan distribusi probabilitas fischer

R = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Banyaknya sampel

Jika tingkat signifikansi F lebih kecil dari 5% maka secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dan sebaliknya jika lebih besar dari 5% maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

BAB IV

PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

A. PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN

1. Latar Belakang PERUM Pegadaian

a. Sejarah Berdirinya PERUM Pegadaian

Sejarah berdirinya Pegadaian berawal dari Bank Van Leening yang didirikan VOC pada tanggal 20 Agustus 1746 di Batavia. VOC dibubarkan bersama Bank Van Leening, kemudian dibentuk Pegadaian yang dikelola swasta. Akan tetapi keberadaannya justru menyusahakan rakyat. Oleh karena itu, pegadaian kembali diambil alih oleh pemerintah untuk membantu kehidupan buruh tani dan nelayan kecil. Keputusan ini tertuang dalam Staatbald No. 131 tanggal 12 Maret 1901. Pada tahun yang sama, didirikanlah Pegadaian pertama milik Pemerintah, tepatnya pada tanggal 1 April 1901 yang berlokasi di Sukabumi (Jawa Barat), selanjutnya setiap tanggal 1 April diperingati sebagai hari ulang tahun Pegadaian.

Dalam perjalanannya, pegadaian beberapa kali mengalami perubahan bentuk. Dengan Staatbald 1930 No.266, lembaga ini berubah menjadi Jawatan Pegadaian berstatus Lembaga Resmi Pemerintah. Kemudian, berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 178 tahun 1961, bentuk lembaga diubah menjadi Perusahaan Negara Pegadaian. Dan diubah lagi menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN) Pegadaian, melalui

Peraturan Pemerintah No. 7 tanggal 11 Maret 1969. Selanjutnya, berdasarkan PP No. 10 tahun 1990, lembaga ini kembali diubah menjadi Perusahaan Umum (PERUM).

Tujuan PERUM Pegadaian kembali dipertegas dalam peraturan Pemerintah RI No. 103 tahun 2000 yakni, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama golongan menengah ke bawah, melalui penyediaan dana atas dasar hukum gadai. Juga menjadi penyedia jasa di bidang keuangan lainnya, berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, serta menghindarkan masyarakat dari perundang-undangan yang berlaku, serta menghindarkan masyarakat dari gadai gelap, praktek riba, dan pinjaman tidak wajar lainnya.

Kini, usia PERUM Pegadaian telah seratus tahun. Manfaatnya makin dirasakan oleh masyarakat menengah dan bawah. Meskipun perusahaan membawa misi *public service obligation*, ternyata masih mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam bentuk pajak dan bagian Keuangan Kepada Pemerintah, disaat mayoritas lembaga keuangan lain berada dalam situasi tidak menguntungkan.

Tujuan PERUM Pegadaian: Mencegah: praktek ijon, pegadaian gelap, riba, dan pinjaman tidak wajar.

PERUM Pegadaian sebagai Lembaga Pengkreditan yang memberikan pinjaman uang dengan jaminan barang bergerak dan telah lama dikenal di Indonesia, yaitu sejak zaman Pemerintah Hindia (VOC)

pada tahun 1764 sampai sekarang, sehingga Pegadaian mengalami lima periode Pemerintahan, yaitu:

1) PEGADAIAN Pada Zaman VOC (1764-1811)

Pada masa permulaan penjajahan Belanda di Indonesia atau pada Zaman Verinide Off Compacnie (VOC) atas prakasa Gubernur Jendral: Van Imhoff, tahun 1764 di Jakarta didirikan sebuah; Bank Van Leening yang selain mendirikan kredit gadai juga bertindak sebagai Wesel Bank. Pada awalnya lembaga ini merupakan perusahaan campuran antara Pemerintah (VOC) dan Swasta, dengan perbandingan modal 2/3 milik Pemerintah dan 1/3 modal milik Swasta. Kemudian tahun 1794 Bank Van Leening dibubarkan dan diganti dengan lembaga kredit yang sam tugasnya dan modal seluruhnya berasal dari Pamarintah (VOC).

2) PEGADAIAN Pada Masa Penjajahan Inggris (1811-1816)

Gubernur Jendral Raffles sebagai pimpinan tertinggi pada masa itu dan tidak setuju adanya lembaga tersebut dan ditutup. Sebagai penggantinya diadakan: "Licentie Stelsel" yang menetapkan bahwa: Swasta atau setiap orang diperbolehkan menerima gadai asalkan memiliki izin dari Licentie Stelsel. Pada tahun 1814 dibubarkan dan diganti Stelsel, tarif bunga pinjaman atau sewa modal ditetapkan oleh Pemerintah.

3) PEGADAIAN Pada Zaman Penjajahan Belanda (1816-1942)

Pada tahun 1856 Pemerintah Belanda mengadakan survey terhadap pelaksanaan Pacht Stelsel, sehingga melakukan pengawasan yang ketat, dengan maksud melindungi rakyat. Dari hasil survey terbukti adanya penyimpanan yang merugikan rakyat, yaitu; menaikkan suku bunga, barang jaminan tidak dapat ditebus pada waktu jatuh temponya, dan administrasi tidak teratur. Untuk mencegah kecurangan-kecurangan tersebut maka Pemerintah mengadakan pengawasan dan tumbuh niat untuk menangani sendiri. Pada tahun 1900 menugaskan; De Wolf Van Weasterrode mengadakan survey perbaikan cara pemberian kredit pinjaman uang kepada rakyat. Berdasarkan hasil survey tersebut, didirikan; PEGADAIAN Negara, tepatnya di Sukabumi secara resmi dan di buka tanggal, 01 April 1901. Sejak tahun 1921 berlaku seluruh Pegadaian di Indonesia diadakan dengan monopoli Pemerintah hingga akhir pemerintahannya Indonesia.

4) PEGADAIAN Pada Masa Penjajahan Jepang (1942-1945)

Pada masa penjajahan Jepang, bahwa PEGADAIAN tetap merupakan Jawatan dan berada dibawah pimpinan dan pengawasan Kantor Besar Keuangan. Dengan alasan untuk kepentingan perang, maka lelang terhadap barang jaminan tersebut bila akan diambil tidak diperbolehkan dan menjadi milik

Pemerintah Jepang. Masyarakat yang memiliki permata atau barang perhiasan emas maupun logam emas harus dijual kepada Jepang dan barang logam mulai tidak di lelang.

5) PEGADAIAN Pada Masa Kemerdekaan (1945 sampai sekarang)

Setelah terjadi perubahan kekuasaan di Indonesia maka pihak Jepang menyerahkan pimpinan Pegadaian kepada pihak Indonesia yang diwakili oleh Prayitno dan Suwodo. Berhubung dengan adanya penetapan atas dari Mr. Ochari sebagai sekretaris Jendral, mulai tanggal 15 Oktober 1945, maka pada hari itu juga pimpinan PEGADAIAN diserahkan kepada Tn. R-Hendrasih Tjokro Sudirjdo, sedangkan Tn. Achmadi ditetapkan sebagai Wakil Kepala PEGADAIAN.

Sehubungan dengan seringnya terjadi pertempuran disana-sini maka hubungan Kantor Pusat PEGADAIAN dan Kantor Daerah terputus. Pada tanggal, 13 Januari 1946 Kantor Pusat PEGADAIAN pindah ke Kebumen, sebagai pimpinannya R. Hendarsih dan tanggal, 27 April 1947 Kantor Pusat PEGADAIAN pindah ke Magelang. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 178 tahun 1961, Perusahaan Negeri Pegadaian diintegrasikan ke dalam urusan Bank Sentral.

Peraturan Pemerintah No. 7 tahun 1969 PEGADAIAN berubah menjadi status Perusahaan Jawatan (PERJAN) Pegadaian, dibawah

naungan Departemen Keuangan Republik Indonesia, dibawah pimpinan Direktorat Jendral Moneter Dalam Negeri. PP (Peraturan Pemerintah) No. 10 tahun 1990 perubahan status PERJAN Pegadaian menjadi PERUM Pegadaian sampai sekarang.

b. Status Hukum Pegadaian

Pegadaian yang semula berstatus sebagai Jawatan, pada tahun 1961 berubah menjadi Perusahaan Negara (PN) Pegadaian. Pada tahun 1969 di rubah menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN) sampai tahun 1990. Untuk meningkatkan efisiensi dan produksitivitasnya, maka Perusahaan Jawatan Pegadaian di rubah bentuknya menjadi Perusahaan Umum Pegadaian melalui PP. NO. 10 tahun 1990 tanggal 10 April 1990 dan mulai berlaku tanggal 1 April 1992.

c. Budaya Perusahaan

Budaya yang dikembangkan di kalangan PERUM Pegadaian adalah INTAN. Artinya adalah:

- 1) Inovatif, artinya penuh gagasan, kreatif, aktif, menyukai tantangan.
- 2) Nilai Moral Tinggi, artinya taqwa, jujur, berbudi luhur, loyal.
- 3) Terampil, artinya menguasai bidang pekerjaan, tanggap, cepat dan akurat.
- 4) Adi Layanan, artinya sopan, ramah, berkepribadian simpatik.
- 5) Nuansa Citra, artinya orientasi bisnis mengutamakan kepuasan pelanggan, selalu berusaha mengembangkan diri.

d. Logo Perusahaan

Gambar 4.1
Logo Perum Pegadaian



Secara rinci masing-masing unsur yang membentuk logo tersebut mengandung makna sebagai berikut:

- 1) Pohon Rindang Berwarna Hijau
 - a. Melindungi dan membantu masyarakat
 - b. Senantiasa tumbuh dan berkembang
 - c. Mencerminkan keteduhan
 - d. Warna hijau merupakan warna agraris yang akrab dengan masyarakat kecil
- 2) Timbangan Berwarna Hitam
 - a. Keseimbangan dan keterbukaan dalam pelayanan
 - b. Kejujuran
- 3) Tulisan "Pegadaian" Dengan Huruf Miring
 - a. Sederhana, kepraktisan, dan kemudahan.
 - b. Dinamis, terus bergerak maju.
 - c. Huruf balok melambangkan keteguhan dan kekokohan.
- 4) Slogan atau Semboyan Pegadaian

Slogan atau semboyan ini menatcerminkan ciri utama pelayanan Pegadaian, yaitu:

- a. Mengatasi masalah keuangan atau kebutuhan dana dengan pelayanan dalam waktu yang relatif singkat.
- b. Tidak menuntut persyaratan-persyaratan administrasi yang menyulitkan.

e. Lokasi PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang

Kantor Cabang PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen berlokasi di jalan Panji No. 178 Kepanjen-Malang.

2. Visi dan Misi Perum Pegadaian

a. Visi

Visi PERUM Pegadaian adalah “PERUM Pegadaian pada tahun 2010 menjadi perusahaan yang modern, dinamis dan inovatif dengan usaha utama gadai”.

b. Misi

Misi PERUM Pegadaian adalah “Ikut membangun program Pemerintah dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah melalui kegiatan utama berupa penyaluran kredit gadai dan melakukan usaha lain yang menguntungkan”.

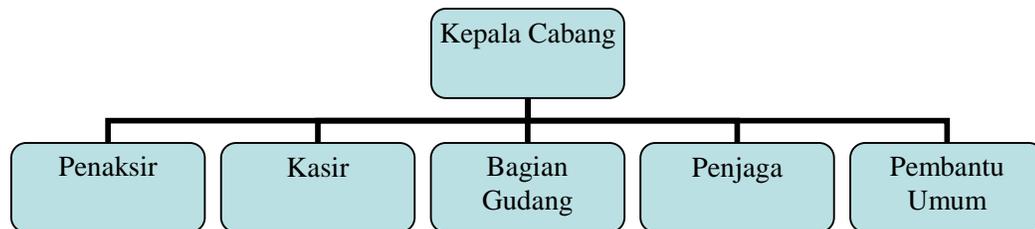
3. Struktur Organisasi PERUM Pegadaian

a. Struktur Organisasi PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang

Untuk merealisasikan perencanaan dalam rangka mencapai tujuan diperlukan suatu organisasi sebagai wadah untuk menampung kegiatan-kegiatan perusahaan. Oleh karena itu perlu diketahui struktur organisasi di dalam perusahaan.

PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang, memiliki Struktur Organisasi sebagai berikut:

Gambar 4.2
Struktur Organisasi PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang



Sumber: PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang

b. Susunan Pengurus PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang

Susunan Pengurus/Pegawai PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang Periode 2006-2010 adalah sebagai berikut:

Kepala Cabang : Imam Dudin., SE

Penaksir : 1. Sujono
2. Sucipto
3. Novia Hermiwati., SE

Kasir : Imam Muttaqin

Pemegang Gudang : Tri Dini Prastya

Penjaga : 1. Tri Darmawan
2. Dicky Kartika Candra

Pembantu Umum : Joko Suryono

c. Job Descriptions

1) Kepala Cabang

Tugas Pokok: Mengelola operasional cabang dengan menyalurkan uang pinjaman secara hukum gadai dan melaksanakan usaha-usaha lainnya serta mewakili kepentingan perusahaan dalam hubungan dengan pihak lain/masyarakat sesuai ketentuan yang berlaku dalam rangka melaksanakan misi perusahaan.

Rincian Tugas:

1. Menyusun program kerja operasional agar berjalan lancar sesuai dengan misi perusahaan.
2. Menetapkan taksiran dan mengkoordinasikan kegiatan penaksir barang jaminan berdasarkan peraturan yang berlaku agar uang pinjaman gadai yang diberikan sesuai peraturan yang berlaku.
3. Mengkoordinasikan penyaluran uang pinjaman berdasarkan taksiran barang jaminan agar besarnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

4. Mengkoordinasikan pengembalian uang pinjaman, pendapatan sewa modal dan usaha lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam usaha pengembalian uang perusahaan.
5. Mengkoordinasikan pengelolaan barang jaminan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka menjaga kualitas dan kuantitas barang jaminan.
6. Mengkoordinasikan pelaksanaan lelang barang jaminan dan penjualan Barang Sisa Lelang (BSL) serta pembayaran uang kelebihan sesuai ketentuan yang berlaku dalam rangka pengembalian uang perusahaan dan uang nasabah
7. Mengkoordinasikan penyelenggaraan pembukuan transaksi keuangan dan barang jaminan serta memelihara dan merawat kekayaan perusahaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mengamankan harta perusahaan.
8. Mengkoordinasikan pengelolaan kas dan giro serta modal kerja sesuai dengan yang berlaku agar modal perusahaan dapat dimanfaatkan secara berdaya guna dan berhasil guna.
9. Mengkoordinasikan penyelenggaraan tata usaha dan pelaporan kegiatan operasional cabang sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar tercipta tertib administrasi cabang.
10. Melakukan kegiatan promosi sesuai ketentuan yang berlaku dalam rangka meningkatkan pangsa pasar dan citra baik perusahaan.

11. Mewakili kepentingan perusahaan dalam rangka memelihara dan membina hubungan baik dengan pihak luar/masyarakat.
12. Membina bawahan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk menunjang kelancaran tugas operasional serta pelayanan yang baik kepada nasabah.
13. Mengkoordinasikan dan mendelegasikan wewenang operasional kepada bawahan agar pelaksanaan tugas operasional berjalan terpadu.
14. Mengawasi pelaksanaan tugas pekerjaan operasional, keuangan dan sumber daya manusia sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar pelaksanaan tugas berjalan sesuai dengan rencana perusahaan.
15. Membuat laporan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas dan pendelegasian wewenang operasional sebagai bahan pertimbangan pimpinan dalam program kerja tahun berikutnya.
16. Mengelola Galeri 24 sesuai dengan Buku Pedoman Operasional Unit Toko Emas Galeri 24 (SK Direksi No. LB. 2/3/28 tanggal 26 Oktober 1995).
17. Membangun dan membina budaya pelayanan unggul yang berpedoman pada **Si Intan**.

2) Penaksir Barang Jaminan

Tugas Pokok: 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.

Rincian Tugas:

1. Menyiapkan sarana kerja sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar pemberian kredit dapat berjalan dengan lancar.
2. Memberikan pelayanan kepada nasabah dengan cepat, mudah dan aman dalam rangka mewujudkan citra perusahaan.
3. Menaksir barang jaminan berdasarkan peraturan yang berlaku untuk mengetahui mutu dan nilai barang dalam rangka menentukan dan menetapkan uang kredit gadai.
4. Menaksir barang jaminan yang akan di lelang berdasarkan peraturan yang berlaku untuk mengetahui mutu dan nilai dalam rangka menentukan harga dasar barang yang akan dilelang.
5. Menyiapkan barang jaminan yang akan di simpan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka keamanan barang jaminan.

3) Kasir

Tugas Pokok: Melakukan tugas penerimaan dan pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional Kantor Cabang.

Rincian Tugas:

1. Menyiapkan peralatan dan perlengkapan kerja:
 - a. Menyiapkan bahan dan perlengkapan kerja.
 - b. Menandatangani buku penyerahan alat-alat kerja.
2. Menerima modal kerja harian dari atasan sesuai dengan ketentuan yang berlaku:
 - a. Menerima dan menghitung modal kerja.
 - b. Mencocokkan dan menandatangani **Buku Serah Terima Uang**.
3. Menyiapkan uang kecil untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
4. Melaksanakan penerimaan pelunasan uang pinjaman dari nasabah, dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Menerima SBK dari nasabah.
 - b. Memeriksa keabsahan SBK mulai dari:
 - c. Menghitung sewa modal dan menuliskanya pada SBK.
 - d. Memberitahukan kepada nasabah tentang biaya yang harus dibayarnya dan menerima uang dari nasabah serta menghitungnya.
 - e. Membubuhkan cap luas dan memberi paraf pada badan SBK dan kitir-kitirnya.
 - f. Menulis bukti pembayaran rangkap 2, atau strook pembayaran dari komputer/ mesin kas dan menyobek SBK menjadi dua bagian yaitu badan SBK dan kitir.

- g. Mendistribusikan SBK dari bukti pembayaran.
 - h. Membuat Laporan Harian Kas (LHK)
5. Penerimaan dari transfer, dengan langkah-langkah sebagai berikut:
- a. Mengisi Formulir Permintaan Transfer (FPT).
 - b. Megajukan FPT kepada Kepala Cabang.
 - c. Menandatangani Formulir Pemberitahuan Transfer (FBT).
 - d. Menyerahkan FPT kepada bagian administrasi.
6. Penerimaan dari hasil penjualan lelang. Kegiatan ini meliputi:
- a. Menerima Berita Acara Lelang (BAL) serta sejumlah uang dari pelaksanaan lelang.
 - b. Mencocokkan BAL dengan uang yang diserahkan pelaksana lelang.
 - c. Menyiapkan uang dari hasil lelang tersebut.
 - d. Mengadministrasikannya ke dalam LHK.
7. Penerimaan lain-lain, meliputi:
- a. Menerima bukti pendukung dari penyeter atau pihak luar untuk setiap penerimaan lain-lain.
 - b. Mencatat penerimaan tersebut kedalam LHK.
 - c. Semua penerimaan harus berupa uang tunai dan disimpan dalam brandkas kasir.
 - d. Menyerahkan bukti pendukung kepada bagian Administrasi.

8. Melaksanakan pembayaran untuk pinjaman kredit. Langkah-langkahnya sebagai berikut:
 - a. Menerima SBK lembar 1 (asli), badan dan kitir dalam SBK dwilipat dari penaksir.
 - b. Memanggil nasabah dengan menyebut namanya, meminta lembar 2 Form Permintaan Kredit (FPK) dan meminta nasabah menandatangani SBK.
 - c. Menyiapkan pembayaran, membubuhkan paraf dan tanda bayar pada SBK asli dan SBK asli beserta uangnya diserahkan kepada nasabah.
 - d. Badan SBK dwilipat diserahkan kepada bagian administrasi atau pegawai pengisi Buku Kredit.
 - e. Melakukan pencatatan ke dalam Laporan Harian Kas (LHK)
9. Pembayaran pengeluaran lain-lain dengan langkah-langkah pembayaran sebagai berikut:
 - a. Menerima bukti-bukti pembayaran berupa kwintansi bon dan bukti-bukti lainnya yang sah yang telah disetujui kepala kantor cabang.
 - b. Menyiapkan pembayaran berdasarkan bukti-bukti yang telah disetujui kepala kantor cabang.
 - c. Mencatat kedalam LHK.
10. Pembayaran Uang Kelebihan, dengan langkah-langkah:

- a. Menerima SBK asli dari nasabah dan rincian perhitungan uang kelebihan yang sudah ditandatangani oleh Kepala Cabang atau Petugas yang ditunjuk.
- b. Meneliti SBK tersebut kemudian memberi tanda lunas pada SBK dan membayar ke nasabah dilampiri dengan rincian-rincian uang kelebihan.

11. Pembayaran pinjaman pegawai:

- a. Menerima Formulir Pinjaman Pegawai (FP) yang telah ditandatangani oleh Kacab atau pejabat yang berwenang.
- b. Menyiapkan pembayaran dan memberi cap lunas pada FP.

4) Bagian Gudang

Tugas Pokok: Melakukan pemeriksaan, penyimpanan dan pengeluaran barang jaminan selain barang kantong sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam rangka ketertiban dan keamanan serta keutuhan barang jaminan.

Rincian Tugas:

1. Secara berkala memeriksa keadaan gudang penyimpanan barang jaminan selain barang kantong sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk menjamin keamanan dan keutuhan barang jaminan.
2. Menerima barang jaminan selain barang kantong dari Kepala Subseksi Operasi atau Wakil Kepala Cabang atau Kepala Cabang

sesuai ketentuan yang berlaku untuk disimpan dalam gudang penyimpanan barang jaminan.

3. Mengelompokkan barang jaminan sesuai dengan rubrik dan bulan kreditnya, menyusunnya sesuai dengan urutan SBK, mengatur penyimpanannya agar terlihat rapi dan memudahkan dalam menghitung atau memindahkannya.
4. Merawat, memelihara, membersihkan barang jaminan dari debu, air dan kotoran lainnya agar barang jaminan tetap dalam keadaan baik dan aman.
5. Mengeluarkan barang jaminan dari gudang penyimpanan untuk keperluan penebusan, pemeriksaan oleh atasan atau keperluan lain.
6. Melaporkan pertanggung jawaban pelaksanaan tugas pekerjaan dalam rangka serah terima jabatan.
7. Mencatat dan mengadministrasikan mutasi (penambahan/pengurangan) barang jaminan yang menjadi tanggung jawabnya.

5) Penjaga

Tugas Pokok: Mengamankan harta perusahaan dan nasabah dalam lingkungan kantor dan sekitarnya.

Rincian Tugas:

1. Pelaksanaan Tugas
 - a. Menjaga keamanan Kantor Cabang.

- b. Memberikan informasi kepada nasabah bila diperlukan.
 - c. Mengantar Kepala Cabang atau pegawai bila keluar dinas terutama bila mengambil atau menyetor uang ke bank.
 - d. Membantu mengisi dan membagi.
2. Hasil Pelaksanaan Tugas
- a. Terjaminnya keamanan harta perusahaan, karyawan dan nasabah di Kantor Cabang dan sekitarnya.
 - b. Lengkapnya informasi yang diberikan kepada nasabah.
 - c. Terisinya slip yang diisi nasabah dengan benar.

6) Pembantu Umum

Tugas Pokok: Memelihara kebersihan, keindahan, dan kenyamanan gedung dan ruang kerja, mengirim dan mengambil surat atau dokumen untuk menunjang kelancaran tugas administrasi dan tugas operasional kantor cabang.

Rincian Tugas:

1. Membersihkan ruangan dan halaman kantor untuk memelihara keindahan dan kenyamanan kantor.
2. Menyajikan makanan dan minuman untuk pegawai dan tamu kantor cabang.
3. Mengirim dan mengambil surat dokumen kantor cabang dari kantor pos dan instansi lain dalam rangka menunjang kelancaran administrasi cabang.

4. Membantu membungkus dan atau mengikat barang jaminan.
5. Membantu mengangkat barang jaminan kedalam gudang dan mengeluarkan barang jaminan dari gudang.
6. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diperintahkan oleh atasan.

Struktur organisasi berbeda-beda menurut jenis, besar kecil aktivitas dan luas operasi yang dijangkau. Pada PERUM Pegadaian struktur organisasi kantor cabang di tetapkan oleh kantor pusat sesuai dengan klasifikasinya. Klasifikasi kantor cabang terdiri dari:

- a. Kantor cabang kelas I
- b. Kantor cabang kelas II
- c. Kantor cabang kelas III

Klasifikasi kantor cabang ditentukan oleh jumlah barang jaminan yang ditangani, omzet yang dicapai, surplus dan formasi pegawai kantor cabang yang bersangkutan. Jumlah formasi jabatan kantor cabang ditentukan berdasarkan beban kerja yang tercermin pada jumlah barang yang ditangani kantor cabang yang bersangkutan.

Pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang sebagai kantor cabang kelas tiga, memiliki 9 (Sembilan) orang pegawai. Pembagian pekerjaan dan status pegawai dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Pembagian Pekerjaan dan Status Pegawai
PERUM Pegadaian Kepanjen Malang Periode 2006-2010

No	Pekerjaan	Jumlah	Status
1.	Kepala Cabang	Satu orang	Tetap

2.	Penaksir	Tiga orang	Tetap
3.	Kasir	Satu orang	Tetap
4.	Bagian Gudang	Satu orang	Tetap
5.	Penjaga	Dua orang	Tetap
6.	Pembantu Umum	Satu orang	Kontrak

Sumber: PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang

Daftar Pengurus/Pegawai PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang Periode 2006-2010 menurut tingkat pendidikan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Daftar Pengurus PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang

No	Pendidikan	Jumlah
1.	SMA	7
2.	S1	2
Jumlah		9

Sumber: PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang

4. Ruang Lingkup Kegiatan PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang

a. Sifat, Tujuan dan Lapangan Usaha PERUM Pegadaian

Sifat, tujuan dan lapangan usaha dari PERUM Pegadaian tertuang dalam Peraturan Pemerintah RI No.10 Tahun 1990 pasal 5 dan 6 yang mengatur tentang peralihan bentuk Perusahaan Jawatan (Perjan) Pegadaian menjadi Perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian, yaitu:

1. Sifat usaha dari perusahaan adalah menyediakan pelayanan bagi kemanfaatan umum dan sekaligus memperbanyak keuntungan berdasarkan pengelolaan perusahaan.

2. Tujuan perusahaan

- a. Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijakan dan program pemerintah pada bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui pengeluaran uang pinjaman atas dasar hukum gadai.
- b. Pengeluaran praktek ijon, pegadaian gelap, riba dan pinjaman tidak wajar lainnya.

3. Lapangan Usaha

Dengan mengindahkan prinsip-prinsip ekonomi serta terjaminnya keselamatan kekayaan Negara, perusahaan mengadakan usaha-usaha sebagai berikut:

- a. Pegadaian mengeluarkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai dengan mudah, cepat, aman dan hemat.
- b. Usaha-usaha lain yang berhubungan dengan tujuan perusahaan sebagaimana dimaksud dalam pasal 5 dengan persetujuan Menteri Keuangan.

b. Tugas Pokok dan Fungsi PERUM Pegadaian

Sesuai dengan surat keputusan direksi PERUM Pegadaian No. 10 Sm 2/1/29 tanggal 27 Oktober 1990 tentang organisasi dan tata kerja PERUM Pegadaian disebutkan bahwa tugas pokok dan fungsi PERUM Pegadaian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan mempunyai tugas pokok mengeluarkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai dan usaha lain yang berhubungan dengan tujuan perusahaan atas persetujuan menteri.
2. Untuk menyelenggarakan tugas pokok tersebut perusahaan mempunyai beberapa fungsi:
 - a. Mengelola pengeluaran uang pinjaman atas dasar hukum gadai dengan cara mudah, cepat, aman dan hemat.
 - b. Menciptakan dan mengembangkan usaha-usaha lain yang menguntungkan bagi perusahaan maupun masyarakat.
 - c. Mengelola keuangan.
 - d. Mengelola perlengkapan.
 - e. Mengelola kepegawaian, pendidikan dan pelatihan.
 - f. Mengelola organisasi, tata kerja dan tata laksana.
 - g. Melakukan penelitian dan pengembangan.
 - h. Mengawasi pengelolaan perusahaan.

Kantor wilayah secara khusus memiliki tugas yang juga diatur dengan surat keputusan direksi PERUM Pegadaian Sm. 2/2/29 tanggal 27 Oktober 1990 tentang organisasi dan tata kerja PERUM Pegadaian. Tugas kantor wilayah adalah sebagai berikut:

1. Kantor wilayah mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan kegiatan usaha di daerah serta membantu tugas-tugas kantor pusat sesuai dengan kewenangan yang dilimpahkan direksi.

2. Kantor wilayah mempunyai beberapa fungsi dalam upaya menjalankan tugas tersebut antara lain:
 - a. Mengurus, mengelola dan mengawasi kegiatan perusahaan di cabang.
 - b. Mengurus dan mengelola kekayaan perusahaan yang ada di daerah dan cabang.
 - c. Memiliki kepentingan perusahaan di daerah dan cabang, baik dalam maupun luar negeri berdasarkan kewenangan yang dilimpahkan direksi.
 - d. Menyelenggarakan pembukuan, penyusunan anggaran, pembinaan kepegawaian serta pelaporan kegiatan perusahaan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan direksi.

c. Aktivitas PERUM Pegadaian

1. Penyaluran Uang Pinjaman Kepada Masyarakat Berdasarkan Hukum Gadai

Atas dasar hukum gadai, PERUM Pegadaian mewajibkan nasabah/pelanggan untuk menyerahkan barang sebagai agunan seperti barang perhiasan Emas atau emas lantakan, barang perhiasan berlian, batang elektronik, kendaraan bermotor dan lainnya. Barang tersebut akan ditaksir oleh seorang petugas penaksir, sebelum ditetapkan seberapa pinjaman yang dapat diberikan. Bahwa penaksiran barang agunan tersebut mengacu

pada: HPS (harga pasar setempat). Untuk menghindari kerugian perusahaan yang mungkin terjadi, maka PERUM Pegadaian selalu mengasuransikan seluruh barang jaminan kepada PT. Asuransi Jasa Indonesia.

2. Jasa Taksiran Dan Jasa Titipan

Tahun 1994 PERUM Pegadaian memperkenalkan jasa taksiran dan jasa titipan. Pengertian jasa taksiran adalah pemberian layanan kepada masyarakat yang ingin mengetahui berapa besar nilai sesungguhnya dari barang yang dimilikinya seperti , emas, berlian, permata. Maksud dari nilai yaitu kadar emas yang asli dan berat emas sesungguhnya. Sedangkan jasa titipan adalah layanan kepada masyarakat yang ingin menitipkan barang atau surat berharga yang dimilikinya agar tetap aman dan terjaga baik. Pelanggan jasa titipan ini adalah orang-orang yang ingin memperoleh rasa aman terhadap harta miliknya dari ancaman pencurian atau perampok. Jasa ini bermanfaat bagi seorang yang akan pergi keluar kota atau keluar negeri dan mahasiswa yang sedang berlibur.

Pemanfaatan jasa titipan ini relatif kecil, dikarenakan:

- a. Masyarakat lebih memilih untuk menggadaikan barang fungsinya menitipkan barang dan sekaligus mendapat jaminan uang.

- b. Masyarakat masih banyak yang kurang peduli terhadap kualitas barang (emas/berlian) yang dimiliki.

B. GAMBARAN UMUM RESPONDEN

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah PERUM Pegadaian Cabang Kapanjen-Malang yang berjumlah 80 orang responden. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 80 (delapan puluh) orang nasabah (responden) melalui kuesioner yang disebar, maka dapat diperoleh gambaran umum tentang karakteristik responden yang telah diteliti sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3
Distribusi Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin Responden	Jumlah Responden	Prosentase
1.	Laki-laki	37 orang	46,25%
2.	Perempuan	43 orang	53,75%
Jumlah		80 orang	100%

Sumber: Data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.3 tersebut di atas data responden yang berjumlah 80 orang dapat diklasifikasikan karakteristik individu responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 37 orang (46,25%) dan Perempuan sebanyak 43 orang (53,75%).

2. Usia Responden

Tabel 4.4
Distribusi Usia Responden

No	Tingkat Usia Responden	Jumlah Responden	Prosentase
1.	≤ 25 tahun	12 orang	15%
2.	26-35 tahun	31 orang	38,75%
3.	36-45 tahun	23 orang	28,75%
4.	≥ 45 tahun	14 orang	17,5%
Jumlah		80 orang	100%

Sumber: Data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.4 tersebut di atas data responden yang berjumlah 80 orang dapat diklasifikasikan karakteristik individu responden berdasarkan usia dapat dilihat bahwa responden yang berusia dibawah 25 tahun sebanyak 12 orang (15%), usia 26-35 tahun sebanyak 31 orang (38,75%), usia 36-45 tahun sebanyak 23 orang (28,75%) dan usia 45 tahun ke atas sebanyak 14 orang (17,5%).

3. Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 4.5
Distribusi Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan Responden	Jumlah Responden	Prosentase
1.	SD	17 orang	21,25%
2.	SLTP	19 orang	23,75%
3.	SMU	36 orang	45%
4.	Sarjana	8 orang	10%
Jumlah		80 orang	100%

Sumber: Data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.5 tersebut di atas data responden yang berjumlah 80 orang dapat diklasifikasikan karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat bahwa responden yang tingkat pendidikannya

SD sebanyak 17 orang (21,25%), SLTP sebanyak 19 orang (23,75%), SMU sebanyak 36 orang (45%) dan Sarjana sebanyak 8 orang (10%).

4. Pekerjaan Responden

Tabel 4.6
Distribusi Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	Prosentase
1.	Petani	30 orang	37,5%
2.	Pegawai Negeri	11 orang	13,75%
3.	Pegawai Swasta	12 orang	15%
4.	Wiraswasta	21 orang	26,25%
5.	Pelajar/Mahasiswa	6 orang	7,5%
Jumlah		80 orang	100%

Sumber: Data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.6 tersebut di atas data responden yang berjumlah 80 orang dapat diklasifikasikan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat bahwa responden yang pekerjaannya Petani sebanyak 30 (37,5%), Pegawai Negeri sebanyak 11 orang (13,75%), Pegawai Swasta sebanyak 12 orang (15%), Wiraswasta sebanyak 21 orang (26,25%) dan Pelajar/Mahasiswa sebanyak 6 orang (7,5%).

5. Pendapatan Responden

Tabel 4.7
Distribusi Pendapatan Responden

No	Pendapatan Responden	Jumlah Responden	Prosentase
1.	≤ Rp. 500.000,00	16	20%
2.	Rp. 500.000,00-Rp.1.000.000,00	32	40%
3.	Rp. 1.000.000,00-Rp.2.000.000,00	28	35%
4.	≥ Rp. 2.000.000,00	4	5%
Jumlah		80 orang	100%

Sumber: Data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.7 tersebut di atas data responden yang berjumlah 80 orang dapat diklasifikasikan karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat bahwa responden yang memiliki penghasilan dibawah Rp. 500.000,00 per bulan sebanyak 16 orang (20%), memiliki penghasilan antara Rp. 500.000,00 - Rp. 1.000.000,00 per bulan sebanyak 32 orang (40%), memiliki penghasilan rata-rata antara Rp. 1.000.000,00 - Rp. 2.000.000,00 per bulan sebanyak 28 orang (35%) dan memiliki penghasilan di atas Rp. 2.000.000,00 per bulan sebanyak 4 orang (5%)

6. Status Perkawinan Responden

Tabel 4.8
Distribusi Status Perkawinan Responden

No	Status Perkawinan Responden	Jumlah Responden	Prosentase
1.	Belum Menikah	21	26,25%
2.	Menikah	59	73,75%
3.	Duda	0	0%
4.	Janda	0	0%
Jumlah		80 orang	100%

Sumber: Data primer diolah, 2008

Dari tabel 4.8 tersebut di atas data responden yang berjumlah 80 orang dapat diklasifikasikan karakteristik responden berdasarkan status perkawinan dapat dilihat bahwa responden yang Belum Menikah sebanyak 21 orang (26,25%), yang Sudah Menikah sebanyak 59 orang (73,75%), Duda dan Janda 0 orang.

C. GAMBARAN DISTRIBUSI ITEM

Gambaran distribusi item ini akan menyajikan gambaran mengenai item atas kuesioner yang telah disebarakan kepada nasabah PERUM Pegadaian Cabang Kapanjen-Malang, adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (X)

a. Variabel Pengalaman Belajar (X_1)

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Item Variabel Pengalaman Belajar (X_1)

Item	Keterangan	Jumlah	
		Nasabah	Prosentase
1.	Anda menggunakan produk KCA karena Anda telah mempunyai pengetahuan tentang produk tersebut.		
	A. Sangat Setuju	28	35%
	B. Setuju	50	62,5%
	C. Ragu-ragu	2	2,5%
	D. Tidak Setuju	0	0%
	E. Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		80	100%
2.	Anda menggunakan produk KCA karena pengalaman diri sendiri pada masa lalu.		
	A. Sangat Setuju	30	37,5%
	B. Setuju	38	47,5%
	C. Ragu-ragu	10	12,5%
	D. Tidak Setuju	1	1,25%
	E. Sangat Tidak Setuju	1	1,25%
Jumlah		80	100%
3.	Anda menggunakan produk KCA berdasarkan informasi yang diperoleh dari PERUM Pegadaian Cabang Kapanjen-Malang.		
	A. Sangat Setuju	18	22,5%
	B. Setuju	19	23,75%
	C. Ragu-ragu	19	23,75%
	D. Tidak Setuju	24	30%
	E. Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data primer diolah, 2008

Dari Tabel 4.9, dapat diketahui bahwa untuk item alasan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena telah mempunyai pengetahuan tentang produk tersebut (X1.1), sebagian besar responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 50 responden (62,5%), 28 responden (35%) menyatakan sangat setuju, 2 responden (2,5%) menyatakan ragu-ragu, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap pengetahuan akan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) tersebut cukup membantu responden di dalam mengambil keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Hal ini dapat diketahui dengan banyaknya pengetahuan akan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) yang didapat seorang nasabah bisa dijadikan alasan responden di dalam menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang tersebut.

Pada item alasan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena pengalaman masa lalu akan layanan jasa gadai lain yang kurang memuaskan (X1.2), sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 38 responden (47,5%), 30 responden (37,5%) menyatakan sangat setuju, 10 responden (12,5%) menyatakan ragu-ragu, 1 responden (1,25%)

yang menyatakan tidak setuju dan hanya 1 responden (1,25%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan sebagian besar responden menganggap pengalaman masa lalu dianggap cukup mempengaruhi responden dalam mengambil keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Hal ini dapat dikatakan bahwa dengan adanya pengalaman masa lalu pada nasabah dalam menggunakan jasa gadai lainnya yang kurang memuaskan yang telah ia dapat bisa dijadikan alasan responden di dalam menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang tersebut.

Pada item alasan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena banyaknya informasi yang diperoleh dari PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (X1.3), sebagian besar responden menyatakan tidak setuju, yaitu sebanyak 24 responden (30%), 19 responden (23,75%) menyatakan setuju, 19 responden (23,75%) menyatakan ragu-ragu, 18 responden (22,5%) menyatakan sangat setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa pihak PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang kurang cukup memberikan informasi mengenai produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) tersebut. Hal ini dapat diketahui dengan kurangnya informasi yang didapat seorang nasabah bisa

dijadikan alasan responden untuk menjawab tidak setuju di dalam menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang tersebut dengan alasan karena telah mendapat informasi perusahaan tersebut.

b. Variabel Sikap (X₂)

Tabel 4.10
Distribusi Frekuensi Item Variabel Sikap (X₂)

Item	Keterangan	Jumlah	
		Nasabah	Prosentase
1.	Anda menggunakan produk KCA pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena pelayanannya yang baik terhadap nasabah.		
	A. Sangat Setuju	7	8,75%
	B. Setuju	38	47,5%
	C. Ragu-ragu	26	32,5%
	D. Tidak Setuju	8	10%
	E. Sangat Tidak Setuju	1	1,25%
Jumlah		80	100%
2.	Anda menggunakan produk KCA karena memuaskan dalam menggunakannya.		
	A. Sangat Setuju	5	6,25%
	B. Setuju	31	38,75%
	C. Ragu-ragu	30	37,5%
	D. Tidak Setuju	10	12,5%
	E. Sangat Tidak Setuju	3	3,75%
Jumlah		80	100%
3.	Anda menggunakan produk KCA karena tarif taksirannya sesuai dengan barang yang Anda miliki.		
	A. Sangat Setuju	12	15%
	B. Setuju	30	37,5%
	C. Ragu-ragu	26	32,5%
	D. Tidak Setuju	10	12,5%
	E. Sangat Tidak Setuju	2	2,5%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data primer diolah, 2008

Berdasarkan Tabel 4.10, dapat diketahui bahwa untuk item alasan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena pelayanannya yang baik terhadap nasabah (X2.1), sebagian besar responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 38 responden (47,55%), 26 responden (32,5%) menyatakan ragu-ragu, 8 responden (10%) menyatakan tidak setuju, 7 responden (8,75%) menyatakan tidak setuju dan kemudian hanya 1 responden (1,25) yang menyatakan sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik terhadap nasabah yang diberikan PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang cukup sesuai dengan apa yang diharapkan akan pelayanannya tersebut. Hal ini dapat dikatakan bahwa dalam melakukan keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang ternyata faktor pelayanan yang baik terhadap nasabah dapat mempengaruhi responden dalam mengambil keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena puas tidaknya konsumen bisa saja tergantung dari pelayanan yang diberikan.

Pada item alasan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena memuaskan dalam menggunakannya (X2.2), sebagian besar responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 31 responden (38,75%), 30 responden

(37,5%) menyatakan ragu-ragu, 10 responden (12,5%) menyatakan tidak setuju, 5 responde (6,25) menyatakan sangat setuju, kemudian 3 responden (3,75) menyatakan sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa nasabah setelah menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang merasa cukup puas dalam menggunakannya. Hal ini dapat dijadikan alasan bagi sebagian besar responden untuk memutuskan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang sehingga nantinya akan dapat menciptakan kelayalitan dalam menggadaikan.

Pada item alasan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena tarif taksirannya sesuai dengan barang yang nasabah miliki (X2.3), sebagian besar responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 30 responden (37,5%), 26 respoden (32,5%) menyatakan ragu-ragu, 12 responden (15%) menyatakan sangat setuju, 10 responden (12,5%) menyatakan tidak setuju dan sebanyak 2 responden (2,5%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa tarif taksiran yang diberikan PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang cukup sesuai dengan barang yang nasabah gadaikan. Hal ini dapat dijadikan alasan bagi sebagian besar responden untuk memutuskan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

c. Variabel Kebudayaan (X_3)

Tabel 4.11
Distribusi Frekuensi Item Variabel Kebudayaan (X_3)

Item	Keterangan	Jumlah	
		Nasabah	Prosentase
1.	Menurut Anda produk KCA merupakan salah satu hasil budaya.		
	A. Sangat Setuju	7	8,75%
	B. Setuju	44	55%
	C. Ragu-ragu	21	26,25%
	D. Tidak Setuju	8	10%
	E. Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		80	100%
2.	Anda menggunakan produk KCA karena membutuhkan dana (uang) dengan cepat.		
	A. Sangat Setuju	13	16,25%
	B. Setuju	36	45%
	C. Ragu-ragu	22	27,5%
	D. Tidak Setuju	8	10%
	E. Sangat Tidak Setuju	1	1,25%
Jumlah		80	100%
3.	Anda menggunakan produk KCA karena merupakan gaya hidup atau kebiasaan Anda menggunakan produk tersebut.		
	A. Sangat Setuju	13	16,25%
	B. Setuju	44	55%
	C. Ragu-ragu	11	13,75%
	D. Tidak Setuju	21	26,25%
	E. Sangat Tidak Setuju	4	5%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data primer diolah, 2008

Berdasarkan Tabel 4.11, dapat diketahui bahwa untuk item produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang merupakan salah satu hasil budaya ($X_{3.1}$), sebagian besar responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 44 responden (55%), 21 responden (26,25%) menyatakan ragu-ragu, 8 responden (10%)

menyatakan tidak setuju, kemudian 7 responden (8,75%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap akan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang tersebut merupakan salah satu hasil kebudayaan yang oleh karenanya cukup membantu responden di dalam mengambil keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

Pada item alasan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena membutuhkan dana (uang) dengan cepat (X3.2), sebagian besar responden menyatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 36 responden (45%), 22 responden (27,5%) menyatakan ragu-ragu, 13 responden (16,25%) menyatakan sangat setuju, 8 responden (10%) menyatakan tidak setuju, kemudian hanya 1 responden (1,25%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang memberikan pelayanan yang cukup cepat dalam prosedur (transaksi) peminjaman uang (dana) kepada nasabah. Hal ini dapat dijadikan alasan bagi sebagian besar responden bahwa membutuhkan dana (uang) dengan cepat merupakan salah satu faktor bagi sebagian besar responden dalam

melakukan keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

Pada item alasan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena merupakan gaya hidup atau kebiasaan menggunakan produk tersebut (X3.3), sebagian besar responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 44 responden (55%), 21 responden (26,25%) menyatakan tidak setuju, 13 responden (16,25%) menyatakan sangat setuju, kemudian responden yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 9 responden (11,25%) dan sebanyak 4 responden (5%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang sudah biasa, sebagai sarana pembiayaan dalam bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai yang berorientasi pada jaminan (dengan menggunakan barang tanggungan). Hal ini dapat diketahui bahwa kebiasaan nasabah menggunakan jasa pembiayaan dalam bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai yang berorientasi pada jaminan merupakan salah satu faktor bagi sebagian besar responden dalam melakukan keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

d. Variabel Kelompok Referensi (X₄)

Tabel 4.12
Distribusi Frekuensi Item Variabel Kelompok Referensi (X₄)

Item	Keterangan	Jumlah	
		Nasabah	Prosentase
1.	Anda menggunakan produk KCA karena mendapat pengaruh keluarga Anda.		
	A. Sangat Setuju	5	6,25%
	B. Setuju	27	33,75%
	C. Ragu-ragu	27	33,75%
	D. Tidak Setuju	18	22,5%
	E. Sangat Tidak Setuju	3	3,75%
Jumlah		80	100%
2	Teman-teman Anda mempengaruhi Anda dalam menggunakan produk KCA.		
	A. Sangat Setuju	3	3,75%
	B. Setuju	36	45%
	C. Ragu-ragu	27	33,75%
	D. Tidak Setuju	11	13,75%
	E. Sangat Tidak Setuju	3	3,75%
Jumlah		80	100%
3	Tokoh panutan Anda mempengaruhi Anda dalam menggunakan produk KCA.		
	A. Sangat Setuju	3	3,75%
	B. Setuju	40	50%
	C. Ragu-ragu	21	26,25%
	D. Tidak Setuju	12	15%
	E. Sangat Tidak Setuju	4	5%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data primer diolah, 2008

Berdasarkan Tabel 4.12, dapat diketahui bahwa untuk item alasan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena mendapat pengaruh keluarga (X_{4.1}), sebanyak 27 responden (33,75%) menyatakan setuju, 27 responden (33,75%) menyatakan ragu-ragu, 18 responden (22,5%) menyatakan tidak setuju, kemudian 5 responden (6,25%) menyatakan

sangat setuju dan sebanyak 3 responden (3,75%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa keluarga berpengaruh dalam mengambil keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Hal ini dapat diketahui bahwa keluarga cukup berpengaruh sebagai salah satu faktor bagi sebagian besar responden dalam melakukan keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

Pada item alasan teman-teman mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (X4.2), sebagian besar responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 36 responden (45%), 27 responden (33,75%) menyatakan ragu-ragu, 11 responden (13,75%) menyatakan tidak setuju, kemudian 3 responden (3,75%) menyatakan sangat tidak setuju dan sebanyak 3 responden (3,75%) yang menyatakan sangat setuju. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa teman berpengaruh seperti halnya keluarga dalam mengambil keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Hal ini dapat diketahui bahwa teman lebih berpengaruh dibandingkan keluarga sebagai salah satu faktor bagi sebagian besar responden dalam melakukan keputusan

menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

Pada item alasan tokoh panutan mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (X4.3), sebagian besar responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 40 responden (50%), 21 responden (26,25%) menyatakan ragu-ragu, 12 responden (15%) menyatakan tidak setuju, kemudian 4 responden (5%) menyatakan sangat tidak setuju dan sebanyak 3 responden (3,75%) yang menyatakan sangat setuju. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa tokoh panutan juga berpengaruh seperti halnya keluarga dan teman dalam mengambil keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Hal ini dapat diketahui bahwa tokoh panutan kemungkinan sangat besar sekali pengaruhnya dibandingkan keluarga dan teman sebagai salah satu faktor bagi sebagian besar responden dalam melakukan keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

2. Variabel Terikat (Y)

Tabel 4.13
Distribusi Frekuensi Item Variabel Keputusan Nasabah Mengakses
Kredit Cepat Aman "KCA" (Y)

Item	Keterangan	Jumlah	
		Nasabah	Prosentase
1	Alasan Anda menggunakan produk KCA di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena lokasinya yang strategis.		
	A. Sangat Setuju	5	6,25%
	B. Setuju	29	36,25%
	C. Ragu-ragu	28	35%
	D. Tidak Setuju	17	21,25%
	E. Sangat Tidak Setuju	1	1,25%
Jumlah		80	100%
2	Alasan Anda menggunakan produk KCA di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena fasilitasnya lengkap.		
	A. Sangat Setuju	5	6,25%
	B. Setuju	33	41,25%
	C. Ragu-ragu	32	40%
	D. Tidak Setuju	7	8,75%
	E. Sangat Tidak Setuju	3	3,75%
Jumlah		80	100%
3	Alasan Anda menggunakan produk KCA di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena tarif taksirannya sesuai dengan barang yang Anda miliki.		
	A. Sangat Setuju	21	26,25%
	B. Setuju	36	45%
	C. Ragu-ragu	11	13,75%
	D. Tidak Setuju	7	8,75%
	E. Sangat Tidak Setuju	5	6,25%
Jumlah		80	100%
4	Alasan Anda menggunakan produk KCA di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena pelayanannya baik.		
	A. Sangat Setuju	5	6,25%
	B. Setuju	31	38,75%
	C. Ragu-ragu	31	38,75%
	D. Tidak Setuju	10	12,5%
	E. Sangat Tidak Setuju	3	3,75%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data primer diolah, 2008

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa untuk item alasan memilih produk jasa Kredit Cepat Aman KCA pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena lokasinya yang strategis (Y1), sebagian besar responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 29 responden (36,25%), 28 responden (35%) menyatakan ragu-ragu, 17 responden (21,25%) menyatakan tidak setuju, 5 responden (6,25%) menyatakan sangat setuju dan hanya 1 responden (1,25%) menyatakan sangat tidak setuju. Pada item ini menunjukkan bahwa sebagian besar alasan responden memilih produk jasa Kredit Cepat Aman KCA pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena lokasi perusahaannya yang strategis, sehingga dirasa cukup baik oleh responden untuk suatu lokasi perusahaan di daerah Kepanjen dan sekitarnya.

Pada item alasan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman KCA pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena fasilitasnya lengkap (Y2), sebagian besar responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 33 responden (41,25%), 32 responden (40%) menyatakan ragu-ragu, kemudian 7 responden (8,75%) menyatakan tidak setuju, 5 responden (6,25%) menyatakan sangat setuju dan sebanyak 3 responden (3,75%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada item ini menunjukkan bahwa karena fasilitas yang disediakan membuat responden sangat berminat menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman KCA pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Hal ini tentunya

mempengaruhi responden dalam mengambil keputusan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman KCA pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

Pada item alasan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena tarif taksirannya sesuai dengan barang yang nasabah miliki (Y3), sebagian besar responden menyatakan setuju, yaitu sebanyak 36 responden (45%), 21 responden (26,25%) menyatakan sangat setuju, 11 responden (13,75%) menyatakan ragu-ragu, 7 responden (8,75%) menyatakan tidak setuju dan sebanyak 5 responden (6,25%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Data ini menunjukkan bahwa tarif taksiran akan barang yang di gadaikan oleh nasabah yang diberikan PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang cukup sesuai dengan barang yang nasabah gadaikan. Hal ini tentunya dapat dijadikan alasan bagi sebagian besar responden untuk memutuskan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

Pada item alasan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman KCA pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena pelayanannya baik (Y4), sebanyak 31 responden (38,75) menyatakan setuju, 31 responden (38,75) menyatakan ragu-ragu, 10 responden (12,5%) menyatakan tidak setuju, kemudian 5 responden (6,25%) menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 3 responden (3,75%) yang menyatakan sangat

tidak setuju. Pada item ini menunjukkan bahwa PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang memiliki mutu dan kualitas layanan yang baik dan memadai. Hal ini dapat dijadikan alasan bagi responden untuk memutuskan dalam menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman KCA pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

D. PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

1. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Ada syarat penting yang berlaku pada sebuah kuesioner, yaitu valid dan reliabel. Suatu kuesioner dikatakan valid jika item-item pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan kuesioner tersebut reliabel apabila jawaban responden terhadap variabel-variabel tersebut konsisten dari waktu ke waktu atau jawaban yang diberikan yang satu dengan yang lain akan sama. Jika item-item kuesioner tersebut bias dijadikan prediktor variabel yang diteliti.

Jika nilai signifikansi (sig) hasil korelasi $\leq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid dan sebaliknya apabila nilai signifikansi (sig) hasil korelasi $\geq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid. Untuk perhitungan validitas dan reliabilitas instrument item masing-masing variabel pada penelitian yang dilakukan menggunakan

bantuan computer program *SPSS 10.0 for Windows*. Keseluruhan hasil uji validitas dan reliabilitas adalah sebagai berikut :

a. Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengalaman Belajar (X_1)

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengalaman Belajar (X_1)

No	Korelasi	Nilai	Probabilitas	Keterangan
1	X1-X1.1	0,758	0,000	Valid
2	X1-X1.2	0,628	0,000	Valid
3	X1-X1.3	0,822	0,000	Valid
	Alpha Cronbach	0,7811		Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2008

Keterangan :

X_1 : Pengalaman Belajar

$X_{1.1}$ = Item 1 : Nasabah menggunakan produk KCA karena telah mempunyai pengetahuan tentang produk tersebut.

$X_{1.2}$ = Item 2 : Nasabah menggunakan produk KCA karena pengalaman diri sendiri pada masa lalu.

$X_{1.3}$ = Item 3 : Nasabah menggunakan produk KCA berdasarkan informasi yang diperoleh dari PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel belajar (X_1) dikatakan valid karena berada dibawah probabilitas 0,05 sebesar 0,000. Koefisien reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach dapat diketahui

alphanya sebesar 0,7811 yang berarti alphanya di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi tersebut dinyatakan reliabel.

b. Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap (X_2)

Tabel 4.15
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap (X_2)

No	Korelasi	Nilai	Probabilitas	Keterangan
1	X2-X2.1	0,756	0,000	Valid
2	X2-X2.2	0,827	0,000	Valid
3	X2-X2.3	0,732	0,000	Valid
	Alpha Cronbach	0,8125		Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2008

Keterangan :

X_2 : Sikap

$X_{2.1}$ = Item 1 : Anda menggunakan produk KCA pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena pelayanannya yang baik terhadap nasabah.

$X_{2.2}$ = Item 2 : Nasabah menggunakan produk KCA karena memuaskan dalam menggunakannya.

$X_{2.3}$ = Item 3 : Nasabah menggunakan produk KCA karena tarif taksirannya sesuai dengan barang yang Anda miliki.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel sikap (X_2) dikatakan valid karena berada dibawah probabilitas 0,05 sebesar 0,000. Koefisien reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach dapat diketahui alphanya sebesar

0,8125 yang berarti alpanya di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi tersebut dinyatakan reliabel.

c. Validitas dan Reliabilitas Variabel Kebudayaan (X_3)

Tabel 4.16
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kebudayaan (X_3)

No	Korelasi	Nilai	Probabilitas	Keterangan
1	X3-X3.1	0,704	0,000	Valid
2	X3-X3.2	0,697	0,000	Valid
3	X3-X3.3	0,859	0,000	Valid
	Alpha Cronbach	0,8044		Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2008

Keterangan :

X_3 : Kebudayaan

$X_{3.1}$ = Item 1 : Menurut Nasabah produk KCA merupakan salah satu hasil budaya.

$X_{3.2}$ = Item 2 : Nasabah menggunakan produk KCA karena membutuhkan dana (uang) dengan cepat.

$X_{3.3}$ = Item 3 : Nasabah menggunakan produk KCA karena merupakan gaya hidup atau kebiasaan Anda menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kebudayaan (X_3) dikatakan valid karena berada dibawah probabilitas 0,05 sebesar 0,000. Koefisien reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach dapat diketahui

alphanya sebesar 0,8044 yang berarti alphanya di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi tersebut dinyatakan reliabel.

d. Validitas dan Reliabilitas Variabel Kelompok Referensi (X_4)

Tabel 4.17
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kelompok Referensi (X_4)

No	Korelasi	Nilai	Probabilitas	Keterangan
1	X4-X4.1	0,726	0,000	Valid
2	X4-X4.2	0,821	0,000	Valid
3	X4-X4.3	0,839	0,000	Valid
	Alpha Cronbach	0,8238		Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2008

Keterangan :

X_4 : Kelompok Referensi

$X_{4.1}$ = Item 1 : Nasabah menggunakan produk KCA karena mendapat pengaruh keluarga.

$X_{4.2}$ = Item 2 : Teman-teman Nasabah mempengaruhi Nasabah dalam menggunakan produk KCA.

$X_{4.3}$ = Item 3 : Tokoh panutan Nasabah mempengaruhi Nasabah dalam menggunakan produk KCA.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel kelompok referensi (X_4) dikatakan valid karena berada dibawah probabilitas 0,05 sebesar 0,000. Koefisien reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach dapat diketahui alphanya sebesar 0,8238 yang berarti alphanya di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi tersebut dinyatakan reliabel.

e. Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 4.18
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)

No	Korelasi	Nilai	Probabilitas	Keterangan
1	Y1- Y1	0,689	0,000	Valid
2	Y1-Y2	0,791	0,000	Valid
3	Y1-Y3	0,747	0,000	Valid
4	Y1-Y4	0,707	0,000	Valid
	Alpha Cronbach	0,7907		Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2008

Keterangan :

Y : Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Kredit Cepat Aman (KCA)

Y_{1.1} = Item 1: Alasan Nasabah menggunakan produk KCA di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena lokasinya yang strategis.

Y_{1.2} = Item 2: Alasan Nasabah menggunakan produk KCA di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena fasilitasnya lengkap.

Y_{1.3} = Item 3: Alasan Nasabah menggunakan produk KCA di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena tarif taksirannya sesuai dengan barang yang Anda miliki.

Y_{1.4} = Item 4: Alasan Nasabah menggunakan produk KCA di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena pelayanannya baik.

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa hubungan antar item terhadap variabel keputusan nasabah (Y) dikatakan valid karena berada dibawah probabilitas 0,05 sebesar 0,000. Koefisien reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach dapat diketahui alphanya sebesar 0,7907 yang berarti alphanya di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi tersebut dinyatakan reliabel.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari variabel bebas yakni faktor internal dan faktor eksternal terhadap variabel terikat yakni keputusan nasabah menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA). Agar diperoleh hasil perhitungan koefisien regresi yang tepat dalam pengelolaan data digunakan bantuan komputer program *SPSS 10.0 for Windows*. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat sebagaimana berikut:

Tabel 4.19
Rekapitulasi Analisis Korelasi dan Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi B	Beta	T Hitung	Probabilitas (sig.t)	Keterangan
X1	0,186	0,122	1,430	0,157	Tidak Signifikan
X2	0,624	0,469	4,911	0,000	Signifikan
X3	-3,32	-0,026	-0,313	0,755	Tidak Signifikan
X4	0,450	0,359	3,919	0,000	Signifikan
konstanta	1,008		0,656	0,514	
N		= 80			
R		= 0,777			
R Square		= 0,604			
Adjusted R Square		= 0,583			

F Hitung	= 28,248
Sig. F	= 0,000

Sumber : Data primer diolah, 2008

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, maka dapat diformulasikan suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,008 + 0,186 X_1 + 0,624 X_2 + -3,32 X_3 + 0,450 X_4$$

Dari persamaan garis regresi linier berganda tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa :

a = 1,008; hal ini berarti jika variabel pengalaman belajar (X_1), sikap (X_2), kebudayaan (X_3), dan kelompok referensi (X_4) (Faktor Internal dan Eksternal) bernilai konstan, maka keputusan nasabah (Y) sebesar 1,008.

$b_1 = 0,186$; menyatakan bahwa setiap penambahan 1x variabel pengalaman belajar (X_1), maka keputusan nasabah (Y) akan naik sebesar 0,186 dengan asumsi variabel lain yang diteliti bernilai konstan.

$b_2 = 0,624$ menyatakan bahwa setiap penambahan 1x variabel sikap (X_2), maka keputusan nasabah (Y) akan naik sebesar 0,624 dengan asumsi variabel lain yang diteliti bernilai konstan.

$b_3 = -3,32$ menyatakan bahwa setiap penurunan 1x variabel kebudayaan (X_3), maka keputusan nasabah (Y) akan turun -3,32 dengan asumsi variabel lain yang diteliti bernilai konstan.

$b_4 = 0,450$ menyatakan bahwa setiap penambahan 1x variabel kelompok referensi (X_4), maka keputusan nasabah (Y) akan naik sebesar 0,450 dengan asumsi variabel lain yang diteliti bernilai konstan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan menunjukkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah cukup besar, hal tersebut dapat dilihat pada Adjusted R Square yaitu sebesar 0,583. Dengan demikian berarti bahwa Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) Pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang, dapat dijelaskan sebesar 58,3% variabel pengalaman belajar (X_1), sikap (X_2), kebudayaan (X_3), dan kelompok referensi (X_4) sedangkan sisanya sebesar 41,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Koefisien korelasi berganda R (*multiple correlation*) menggambarkan kuatnya hubungan antara variabel bebas yang meliputi variabel Pengalaman Belajar (X_1), Sikap (X_2), Kebudayaan (X_3), dan Kelompok Referensi (X_4), secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Nasabah (Y) adalah sebesar 0,777. Hal ini berarti hubungan antara keseluruhan variabel bebas adalah sangatlah erat karena nilai R mendekati 1.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis pertama yaitu variabel Pengalaman Belajar (X1), Sikap (X2), Kebudayaan (X3), dan Kelompok Referensi (X4) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan kredit cepat aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada kolom ANOVA menunjukkan bahwa variabel faktor internal dan eksternal yang terdiri dari pengalaman belajar (X1) dan sikap (X2), kebudayaan (X3) dan kelompok referensi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y), hal ini dapat dilihat dari F_{hitung} sebesar 28,248 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000, maka dapat dikatakan bahwa variabel-variabel faktor internal dan eksternal yang meliputi pengalaman belajar (X1) dan sikap (X2), kebudayaan (X3) dan kelompok referensi (X4) mempengaruhi keputusan nasabah (Y) secara signifikan. Untuk lebih jelasnya dapat lihat pada lampiran 4. Hal ini dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama diterima, artinya secara simultan variabel-variabel faktor internal dan eksternal yang meliputi pengalaman belajar (X1) dan sikap (X2), kebudayaan (X3) dan kelompok referensi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

b. Uji Parsial (Uji t)

Dilakukan untuk membuktikan hipotesis kedua yaitu variabel Pengalaman Belajar (X1), Sikap (X2), Kebudayaan (X3), dan Kelompok Referensi (X4) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan kredit cepat aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada kolom *Coefficients*, menunjukkan bahwa variabel faktor internal dan eksternal yang terdiri dari sikap (X2) dan kelompok referensi (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Sedangkan variabel pengalaman belajar (X1) dan kebudayaan (X3) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan nasabah (Y), untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.20 berikut :

Tabel 4.20
Perbandingan Signifikansi t Dengan Alpha ($\alpha=0,05$)

Variabel	Koefisien Regresi B	Alpha	Sig. t	Keterangan
X1	0,186	0,05	0,157	Tidak Signifikan
X2	0,624	0,05	0,000	Signifikan
X3	-3,32	0,05	0,755	Tidak Signifikan
X4	0,450	0,05	0,000	Signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2008

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa variabel sikap (X2) dan kelompok referensi (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y), hal ini dapat dilihat dari masing-masing tersebut memiliki nilai signifikan lebih kecil dari $\alpha=0,05$. Sedangkan variabel pengalaman belajar (X1) dan kebudayaan (X3) secara parsial berpengaruh

tidak signifikan terhadap keputusan nasabah (Y), hal ini dapat dilihat dari signifikannya lebih besar dari $\alpha=0,05$.

Sedangkan pengujian hipotesis kedua, yaitu bahwa variabel sikap (X2) adalah variabel yang dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y). Berdasarkan tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sikap (X2) sebesar 0,624 dengan tingkat signifikan 0,000; dengan ini maka dapat dikatakan bahwa variabel sikap (X2) memiliki pengaruh yang lebih dominan dari pada variabel yang lain, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien lebih besar dan tingkat signifikansi lebih kecil. Dengan ini dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua diterima.

4. Implikasi Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan 4 variabel, yang dapat menentukan keputusan nasabah dilihat dari banyak sisi, khususnya untuk jasa-jasa yang diberikan oleh PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang. Sebelum menjabarkan secara satu-persatu implikasi yang dapat disimpulkan dari hasil tiap-tiap variabel, kita melihat terlebih dahulu dari faktor yang berpengaruh secara dominan dari item perilaku konsumen, yaitu variabel sikap (X2).

Seperti yang telah diuraikan dalam latar belakang, bahwa keputusan dalam melakukan pembelian merupakan hal yang sangat

komplek terjadi melalui proses yang sangat panjang. Pada dasarnya keputusan untuk melakukan selalu muncul dan diawali oleh adanya rasa ingin tahu akan kebutuhan terhadap suatu produk, baik berupa barang atau jasa. Jika dilihat dari kebutuhan konsumen, dapat timbul dengan sendirinya karena faktor psikologis, dan juga disebabkan karena adanya kebutuhan lain yang bersifat tersembunyi yang akan muncul apabila didorong oleh faktor eksternal dalam melakukan suatu keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis, dapat dikatakan bahwa variabel faktor internal dan eksternal secara simultan berpengaruh signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah, hal ini dapat dilihat dari nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,583 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Pada dasarnya ada dua hubungan erat antara perilaku konsumen dengan keputusan pembelian. Dalam mengevaluasinya, konsumen akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Dengan demikian, harapan konsumenlah yang melatarbelakngi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh konsumennya.

Sedangkan pengaruh variabel faktor internal dan eksternal secara parsial ada 2 variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Adapun ketiga variabel tersebut adalah sikap (X2) dan kelompok referensi (X4), hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi masing-masing

variabel tersebut yang lebih kecil dari $\alpha=0,05$. Sedangkan untuk variabel pengalaman belajar (X1) dan kebudayaan (X3) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

Sedangkan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kapanjen-Malang (Y) adalah variabel sikap (X2). Berdasarkan tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sikap (X2) sebesar 0,624 dengan tingkat signifikan 0,000; dengan ini maka dapat dikatakan bahwa variabel sikap (X2) memiliki pengaruh yang lebih dominan dari pada variabel yang lain, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien lebih besar dan tingkat signifikansi lebih kecil. Yang berarti semakin tinggi (X2) maka Y akan semakin mengalami kenaikan. Dalam hal ini, semakin tinggi PERUM Pegadaian Cabang Kapanjen-Malang mempengaruhi sikap nasabah yang berupa pemenuhan pelayanan yang baik terhadap nasabah dan tarif taksirannya yang sesuai dengan barang yang nasabah miliki (gadaikan), sehingga terciptanya kepuasan bagi pihak nasabah, dan ini merupakan salah satu faktor penting yang telah dicapai oleh perusahaan dalam merebut posisi di benak konsumen dalam hal kinerja pegawai, maka akan semakin meningkatkan penggunaan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kapanjen-Malang.

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis regresi linear berganda antara variabel-variabel bebas yaitu pengalaman belajar (X1), sikap (X2) kebudayaan (X3) dan kelompok referensi (X4), dengan variabel terikat yaitu keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y) seperti yang telah diuraikan di atas dapat diketahui bahwa faktor-faktor perilaku internal dan eksternal yang berada dalam diri individu nasabah mempunyai hubungan yang signifikan dengan keputusan dalam mengakses Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y). Hal ini menunjukkan bahwa sebelum seseorang (nasabah) memutuskan menggunakan jasa kredit gadai suatu perusahaan jasa kredit gadai, maka ia akan mengevaluasi segala yang ada dalam dirinya pengalaman belajar, sikap, kebudayaan dan kelompok referensi terhadap sesuatu yang ia rasakan menyangkut obyek fisik dan sosial maupun ide. Dari hasil analisis dan pengujian tersebut juga dapat diketahui bahwa faktor-faktor internal dan eksternal secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y). Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang oleh nasabah tidak terlepas dari faktor-faktor internal dan eksternal yang ada dalam dirinya dan lingkungannya. Dalam hal ini sikap memegang

peranan utama dalam menggerakkan seorang nasabah terhadap kecenderungan tertentu.

Hasil dari penelitian kali ini ternyata mampu memantapkan teori tentang perilaku konsumen yang telah diungkapkan oleh Basu Swastha dan Hani Handoko (2000:10) perilaku konsumen sebagai “kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut”, dan Amirullah (2002:3) dimana perilaku konsumen merupakan sejumlah tindakan-tindakan nyata individu (konsumen) yang dipengaruhi oleh faktor psikologis (internal) dan faktor luar lainnya (eksternal) yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mempergunakan barang-barang yang diinginkannya.

Pendapat tersebut telah diterapkan langsung dalam penelitian kali ini dan ternyata mampu menjadi panduan dalam langkah-langkah pencarian informasi lebih lanjut untuk menghasilkan data yang ditampilkan di atas.

E. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku nasabah yang dijabarkan dalam empat variabel bebas (X), yaitu;

Pengalaman Belajar (X1), Sikap (X2), Kebudayaan (X3), dan Kelompok Referensi (X5) memiliki hubungan dan pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang, maka PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang harus memperhatikan langkah-langkah untuk mempengaruhi perilaku nasabah guna meningkatkan jumlah nasabah PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang, yaitu sebagai berikut :

1. Pada dasarnya perilaku konsumen itu dimulai dengan adanya motivasi. Setiap orang dimotivasi oleh kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan merupakan kekuatan mendasar yang memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu, dan keinginan merupakan kebutuhan yang dipelajari selama hidup seseorang.

Kemampuan seorang individu untuk belajar, akan dapat memberi perubahan dalam perilaku seseorang yang disebabkan oleh informasi yang didapat dan pengalaman masa lalu. Belajar merupakan respon atau reaksi terhadap beberapa stimulus. Jika respon menyenangkan akan menjadi kepuasan, dan jika respon tidak menyenangkan akan menjadi hukuman.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel pengalaman belajar (X1) memberi pengaruh secara tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman

(KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y) sebesar 0,186. Artinya jika PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang memberikan pengetahuan dan menginformasi berbagai produknya yang baik kepada nasabah, maka akan meningkatkan jumlah nasabah menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y) sebesar 18,6%.

Berkaitan dengan pengertian makna belajar, Allah SWT telah berfirman dalam Al-Qu'an pada surat Al-Baqarah (2) ayat 151 yang berbunyi :

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنكُمْ يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ
وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ تَكُونُوا تَعْلَمُونَ ﴿١٥١﴾

Artinya : *“Sebagaimana (Kami Telah menyempurnakan nikmat kami kepadamu) kami Telah mengutus kepadamu Rasul diantara kamu yang membacakan ayat-ayat kami kepada kamu dan mensucikan kamu dan mengajarkan kepadamu Al Kitab dan Al-Hikmah, serta mengajarkan kepada kamu apa yang belum kamu ketahui”*. (Q.S. Al-Baqarah (2):151).

Ayat tersebut menggambarkan bahwa kita harus terus memberikan pemahaman dan mengajarkan konsep ekonomi berdasarkan Al-Qur'an kepada setiap umat manusia. Oleh karena pengetahuan mempunyai kaitan erat dengan belajar, konsekuensi perilaku sangat berpengaruh terhadap proses belajar maka sebaliknya PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang

meningkatkan pemberian informasi dan pengetahuan akan produk-produk yang ada di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang untuk meningkatkan nasabah atau calon nasabah untuk menggunakan jasa kredit gadai di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

2. Pembentukan sikap ini tidak terjadi dengan sendirinya, senantiasa terjadi dan berlangsung dalam interaksi manusia yang berkenaan dengan obyek tertentu dan sikap ini biasanya merupakan sikap yang positif dan negative terhadap suatu obyek setelah melalui proses penilaian yang dipengaruhi keadaan diri pribadi orang itu sendiri maupun lingkungan.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel sikap (X2) memberi pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y) sebesar 0,624. Artinya jika PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang memberikan pelayanan lebih baik lagi kepada nasabah dan memberikan tarif taksirannya sesuai dengan barang yang nasabah miliki (gadaikan), maka akan meningkatkan jumlah nasabah menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y) sebesar 62,4%.

Dalam hubungannya dengan perilaku sikap dan keyakinan sangat berpengaruh dalam menentukan suatu pelayanan. Karena sikap sebagai ekspresi dari perasaan dalam diri yang mencerminkan apakah seseorang cenderung suka atau tidak terhadap beberapa obyek (jasa).

Ditinjau dalam perspektif Islam, sebagaimana hadist yang diriwayatkan dari Aisyah r.a istri Nabi Muhammad SAW bersabda yang berbunyi:

حَدَّثَنَا حَرَمَلَةُ بْنُ النُّجَيْبِيِّ أَخْبَرَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ وَهَبٍ أَخْبَرَنِي حَبِوَةُ حَدَّثَنِي ابْنُ الْهَادِ عَنْ أَبِي بَكْرِ بْنِ حَزْمٍ عَنْ عَمْرَةَ يَعْنِي بِنْتَ عَبْدِ الرَّحْمَنِ عَنْ عَائِشَةَ زَوْجِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ يَا عَائِشَةُ إِنَّ اللَّهَ رَفِيقٌ يُحِبُّ الرَّفْقَ وَيُعْطِي عَلَى الرَّفْقِ مَا لَا يُعْطِي عَلَى الْعُنْفِ وَمَا لَا يُعْطِي عَلَى مَا سِوَاهُ (رواه مسلم: ٤٦٩٧)

Artinya : *“Sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda : Wahai Aisyah! Sesungguhnya Allah SWT itu Maha Lembut, Dia suka akan kelembutan. Allah SWT akan memberikan balasan dari kelembutan yang tidak diberikan atas sikap keras dan kasar serta selainnya”*. (H.R. Muslim dalam Kitab Kebaikan Hubungan Kekeluargaan dan Etika, No. 4697).

Hadist di atas menggambarkan bagaimana Rasulullah SAW memerintahkan untuk bersikap lembut kepada siapapun. Sama halnya yang harus dilakukan PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang dalam memberikan pelayanan hendaknya para pegawainya bersikap ramah dan lemah lembut agar memberikan kesan yang baik kepada nasabah, sehingga nasabah mempunyai penilaian yang positif pada karyawan yang pada akhirnya akan

menarik minat nasabah dan calon nasabah untuk menggunakan jasa kredit gadai di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

3. Pada dasarnya perilaku manusia ditentukan oleh kebudayaan yang melingkupinya, dan pengaruhnya akan selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan atau perkembangan zaman dari sebuah masyarakat. Kebudayaan memainkan peran penting dalam pembentukan sikap konsumen, cara berfikir dan merupakan petunjuk penting mengenai nilai-nilai yang akan dianut oleh seorang konsumen, (Swastha dan Handoko, 2000:62).

Berdasarkan hasil penelitian, variabel kebudayaan (X3) memberi pengaruh secara tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y) sebesar -3,32. Artinya variabel kebudayaan juga berpengaruh seperti halnya variabel sikap dan kelompok referensi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang akan tetapi kemungkinannya sangat kecil.

Dalam Al-Qur'an diuraikan pentingnya berfikir dalam kehidupan manusia. Juga ditingkatkannya nilai manusia yang menggunakan akal budi dan pikirannya, dan direndahkannya

martabat manusia yang tidak menggunakan akal budi dan pemikirannya, dan menjadikannya lebih rendah dari pada hewan. Dalam Al-Qur'an disebutkan dalam surat Al-Anfal (18) ayat 22 yang berbunyi :

﴿ إِنَّ شَرَّ الدَّوَابِّ عِنْدَ اللَّهِ الضُّمُّ الْبُكْمُ الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ ﴾

Artinya : *"Sesungguhnya binatang (makhluk) yang seburuk-buruknya pada sisi Allah ialah; orang-orang yang pekak dan tuli[604] yang tidak mengerti apa-apapun"*. (Q.S. Al-Anfal (18):22).

Dengan seruan Allah SWT itu manusia sebagai khalifah di bumi, dengan akal budi dan ilmu pengetahuan yang diajarkan Allah SWT dan dari sesama manusia, manusia dituntut untuk mampu menciptakan piranti kehidupannya, yaitu kebutuhan jasmani atau fisik (sandang, pangan, papan), dan kebutuhan sosial (sarana ibadah, sarana pendidikan, sarana pembangunan manusia seutuhnya, angkutan umum). Dengan karunia Allah SWT dan akal budi serta cipta rasa dan karsa, manusia mampu menghasilkan kebudayaannya, (Notowidagdo, 1996:21).

4. Kelompok referensi merupakan salah satu faktor eksternal yang harus dipertimbangkan dalam membahas masalah keputusan konsumen. Hal ini terkait dengan sifat dasar manusia yang suka meniru kelompok yang lainnya dalam bersikap dan berperilaku. Terkait dengan masalah keputusan untuk memilih alternative ini maka kelompok referensi biasanya berhubungan dengan orang-

orang yang dianggap tokoh, dipercaya maupun orang-orang yang memiliki kedekatan dengan konsumen, baik itu kedekatan yang bersifat geografis maupun kedekatan yang bersifat emosional.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel kelompok referensi (X4) memberi pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y) sebesar 0,450. Artinya jika variabel kelompok referensi ini dipandang penting keberadaannya dalam turut mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusannya untuk memilih suatu alternatif, maka akan meningkatkan jumlah nasabah menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y) sebesar 45%.

Di dalam Islam juga dibahas mengenai sifat dasar manusia ini yang memiliki kecenderungan untuk meniru. Oleh sebab itulah Rasulullah menganjurkan seseorang untuk memberikan teladan atau contoh yang baik bagi orang lain. Hal ini dijelaskan di dalam hadits Rasulullah SAW yang berbunyi :

عن جرير بن عبد الله قال جاء ناس من الأعراب إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم عليهم الصوف فرأى سوء حالهم قد أصابتهم حاجة فحث الناس على الصدقة فأبطنوا عنه حتى رئي ذلك في وجهه قال ثم إن رجلاً من الأنصار جاء بصرة من ورق ثم جاء آخر ثم تتابعوا حتى عرف السرور في وجهه فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم من سن في الإسلام سنة حسنة فعمل بها

بعده كتب له مثل أجر من عمل بها ولا ينقص من أجورهم شيء ومن سئف في الإسلام سنة سيئة
فعمل بها بعده كتب عليه مثل وزر من عمل بها ولا ينقص من أوزارهم شيء (رواه مسلم،
٤٨٣٠)

Artinya : *“Barang siapa yang memberikan teladan yang baik baik bagi orang lain, maka baginya pahala seperti orang yang melakukan kebaikan tersebut tanpa mengurangi pahala orang yang mengerjakan kebaikan tersebut. Dan barang siapa yang memberikan teladan yang buruk (dosa), maka baginya dosa sebagaimana dosa yang diperoleh orang yang mengerjakan keburukan tersebut”*. (H.R. Muslim, No. 4830).

Dari hadits tersebut dapat diambil suatu i'tibar bahwa pada dasarnya manusia suka meniru perilaku orang lain baik itu bersifat baik atau buruk. Dalam hal ini kelompok yang menjadi referensi bagi konsumen hendaknya ditanamkan kesan-kesan yang baik terhadap perusahaan, karena hal tersebut secara tidak langsung juga akan berpengaruh terhadap pola pemikiran konsumen yang lainnya terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Oleh sebab itulah kelompok referensi ini dipandang penting keberadaannya dalam turut mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusannya untuk memilih suatu alternatif.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Capan Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, menunjukkan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y), hal tersebut dapat dilihat pada Adjusted R Square yaitu sebesar 0,583. Dengan demikian berarti bahwa pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Capan Aman (KCA) Pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang, dapat dijelaskan sebesar 58,3% variabel pengalaman belajar (X1), sikap (X2), kebudayaan (X3), dan kelompok referensi (X4) sedangkan sisanya sebesar 41,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.
2. Koefisien korelasi berganda R (*multiple correlation*) menggambarkan kuatnya hubungan antara variabel bebas yang meliputi variabel Pengalaman Belajar (X1), Sikap (X2), Kebudayaan (X3), dan

3. Kelompok Referensi (X4), secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Nasabah (Y) adalah sebesar 0,777. Hal ini berarti hubungan antara keseluruhan variabel bebas adalah sangatlah erat karena nilai R mendekati 1.
4. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada kolom ANOVA menunjukkan bahwa variabel faktor internal dan eksternal yang terdiri dari pengalaman belajar (X1) dan sikap (X2), kebudayaan (X3) dan kelompok referensi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y), hal ini dapat dilihat dari F_{hitung} sebesar 28,248 dengan tingkat signifikan sebesar $F < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), maka dapat dikatakan bahwa variabel-variabel faktor internal dan eksternal mempengaruhi keputusan nasabah (Y) secara signifikan. Hal ini dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama diterima, artinya secara simultan variabel-variabel faktor internal dan eksternal (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).
5. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi parsial menunjukkan bahwa variabel faktor internal dan eksternal yang terdiri dari sikap (X2) dan kelompok referensi (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y), hal ini dapat dilihat dari masing-masing tersebut memiliki nilai signifikan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sedangkan variabel pengalaman

belajar (X1) dan kebudayaan (X3) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan nasabah (Y), hal ini dapat dilihat dari signifikannya lebih besar dari $\alpha=0,05$.

6. Variabel sikap (X2) adalah variabel yang dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang (Y) karena memiliki koefisien regresi B yang paling besar yaitu sebesar 0,624 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan ini maka dapat dikatakan bahwa variabel sikap (X2) memiliki pengaruh yang lebih dominan dari pada variabel yang lain, maka dengan ini dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua diterima.

B. SARAN

1. Sehubungan dengan jasa/layanan Kredit Cepat Aman (KCA) yang dilakukan oleh PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang, maka penelitian yang berhubungan dengan perilaku konsumen (nasabah) khususnya faktor internal dan eksternal dalam mengambil keputusan, sekiranya dapat dijadikan acuan membuat kebijakan untuk mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih dan menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.

2. Hendaknya promosi yang dilakukan untuk memberikan tambahan informasi dan pengetahuan untuk menarik minat nasabah atau calon nasabah untuk menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang harus lebih gencar lagi tidak hanya sebatas melalui pihak internal saja (pegawai) tetapi peran media baik itu cetak maupun elektronik harus lebih ditingkatkan lagi. Seperti, penyebaran brosur-brosur disertai prosentase bunga melalui *door to door*, promosi lewat radio lokal, dan pemasangan spanduk-spanduk di lokasi strategi. Sehingga informasi yang disampaikan menyentuh pada semua elemen masyarakat seluruh daerah yang ada di Kepanjen dan sekitarnya.
3. Terdapat beberapa layanan akan pemenuhan kebutuhan nasabah akan layanan penaksiran kurang terpenuhi, dan tawaran yang diberikan masih terdapat dibawah harapan dan keinginan konsumen (nasabah), sehingga perlu diadakannya tabulasi kebutuhan dan keinginan nasabah sekaligus pencapaiannya agar nasabah atau calon nasabah merasa puas dan tidak kecewa.
4. Dengan diketahuinya faktor internal dan eksternal yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang adalah faktor sikap, maka faktor sikap

ini perlu mendapatkan perhatian yang lebih besar karena akan semakin meningkatkan minat, opini dan aktivitas nasabah yang berhubungan dengan meningkatnya keputusan mereka menggunakan produk jasa Kredit Cepat Aman (KCA) pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang itu sendiri nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Ruslan Ghafur, 2008. Konsep Gadai Syariah (Ar-Rahn) Dalam Fiqh. [http://www.msi-iii.net/MSI-III.Net/Katagori Artikel Ekonomi Islam](http://www.msi-iii.net/MSI-III.Net/Katagori_Artikel_Ekonomi_Islam). 1 Maret 2008.
- Amirullah, 2002. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Angel, James F. Roger D. Blackwell. Paul W. Miniard, 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke-6, Jilid 1, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V, Cet. Ke-12, Penerbit PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Basu Swastha dan Hani Handoko, 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama, Cet. Ke-3, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Faiz Aziz, Muhammad, 2007. Center for Finance Investment and Securities Law. [www.cfisel.com/Artkel Tentang Gadai Dan Gadai Saham.html](http://www.cfisel.com/Artkel_Tentang_Gadai_Dan_Gadai_Saham.html). Rabu, 15 Agustus 2007.
- Ghofur, Abdul Anshori, 2006. *Gadai Syari'ah Di Indonesia: Konsep, Implementasi dan Institusional*. Cet. Pertama, Penerbit Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Hasan, Iqbal, 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-11, Jilid-1, Penerbit PT. INDEKS Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kurniawan, Fanny. 2004. Mahasiswa Universitas Gadjah Mada Fakultas Hukum. [www.cfisel.com/Artkel Tentang Gadai Dan Gadai Saham.html](http://www.cfisel.com/Artkel_Tentang_Gadai_Dan_Gadai_Saham.html).
- Lupiyoadi, Rambat, Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ke-2, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Maholtra, Naresh, 2005. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Edisi Ke-4, Jilid-1, Penerbit Indeks, Jakarta.

- _____, 2005. *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. Edisi Ke-4, Jilid-2, Penerbit Indeks, Jakarta.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi, Penerbit PT. Rifika Aditama, Bandung.
- Masri Singarimbun, dan Sofian Efendi, 1989. *Metode Penelitian Survey*. Cetakan Pertama, Penerbit LP3ES, Jakarta.
- Najib, Muhammad, 2003. Dosen STEI Tazkia. [www.tazkiaonline.com/Ar-Royyan-1130/Perilaku Konsumsi Dalam Islam](http://www.tazkiaonline.com/Ar-Royyan-1130/Perilaku_Konsumsi_Dalam_Islam). Senin, 16 Maret 2003.
- Nutowidagdo, Rohiman, 1996. *Ilmu Budaya Dasar Berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Nur Indriantoro, dan Bambang Supomo, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akutansi dan Manajemen*. Edisi Pertama, Cet. Ke-2, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Santosa, Purabayu Budi dan Ashari, 2005. *Analisis Statistik dengan Excel dan SPSS*. Penerbit Andy Offset, Yogyakarta.
- Siamat, Dahlan, 2001. *Manajemen Lembaga Keuangan*. Edisi Ke-3. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Sigit Triandaru, Totok Budisantoso. 2006. *Bank dan Lembaga Lain*. Edisi-2. Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 1993. *Metode Penelitian Administrasi*. Edisi Ke-2, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Syafi'i, Muhammad Antonio, 1999. *Bank Syari'ah Bagi Banker&Praktisi Keuangan*. Penerbit TAZKIA Institute, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2004. *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*. Penerbit Andy Offset, Yogyakarta.
- TIM OPP, 2006. "Informasi Produk-produk Pegadaian dan Keunggulannya". PERUM Pegadaian, Kanwil Malang.

BUKTI KONSULTASI

Nama : Muhammad Shodiq
NIM : 04610031
Dosen Pembimbing : H. Surjadi, SE., MM
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Kredit Cepat Aman (KCA) Pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan
1	11 Juni 2008	Proposal	
2	23 Juni 2008	ACC Proposal	
3	25 Agustus 2008	ACC Revisi Proposal	
4	22 September 2008	Pengajuan BAB I, II, III, IV dan V	
5	23 September 2008	ACC BAB I, II, III, IV dan V	
6	16 Oktober 2008	ACC Revisi BAB I, II, III, IV dan V	

Mengetahui :

Dekan,

Drs. HA. MUHTADI RIDWAN, MA
NIP. 150231828

Lampiran 1

KUESIONER

Kepada. Yth Bapak / Ibu / Saudara / i
Pengunjung PERUM Pegadaian Cabang Kapanjen-Malang
Di Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang sedang Saya lakukan, maka Saya memohon kepada Anda untuk bersedia menjawab daftar kuesioner yang Saya ajukan dalam rangka penyusunan tugas akhir (Skripsi) yang berjudul "Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Kredit Cepat Aman "KCA" Pada PERUM Pegadaian Cabang Kapanjen-Malang". Karena itu, Saya mengharapkan bantuan Anda untuk berkenan memberikan jawaban yang sesungguhnya. Saya menjamin kerahasiaan jawaban yang Anda berikan, karena jawaban tersebut sebagai bahan dari Skripsi dan tidak untuk dipublikasikan. Atas perhatian, bantuan dan kesediaannya Saya ucapkan terimakasih sebelumnya.

Identitas Responden

1. Nama (Boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin a. Laki-laki b. Perempuan
3. Usia : th
4. Pendidikan terakhir :
a. SD c. SMU
b. SLTP d. Sarjana
5. Pekerjaan / Profesi Anda saat ini :
a. Pegawai Negeri d. Pelajar/Mahasiswa
b. Pegawai Swasta e. Petani
c. Wiraswasta
6. Pendapatan Anda setiap bulan :
a. \leq Rp. 500.000,00 c. Rp.1.000.000,00-Rp.2.000.000,00
b. Rp. 500.000,00-Rp. 1.000.000,00 d. \geq Rp. 2.000.000,00
7. Status perkawinan Anda :
a. Belum menikah c. Duda
b. Menikah d. Janda

Mohon diberi tanda silang (X) pada huruf yang berstatemen menurut pendapat Anda.

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- R : Ragu-ragu
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

FAKTOR INTERNAL						
I. Pengalaman Belajar (X₁)						
No.	Statemen	SS	S	RR	TS	STS
1.	Anda menggunakan produk KCA karena Anda telah mempunyai pengetahuan tentang produk tersebut.					
2.	Anda menggunakan produk KCA karena pengalaman diri sendiri pada masa lalu.					
3.	Anda menggunakan produk KCA berdasarkan informasi yang diperoleh dari PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang.					
II. Sikap (X₂)						
1.	Anda menggunakan produk KCA pada PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena pelayanannya yang baik terhadap nasabah.					
2.	Anda menggunakan produk KCA karena memuaskan dalam menggunakannya.					
3.	Anda menggunakan produk KCA karena tarif taksirannya sesuai dengan barang yang Anda miliki.					
FAKTOR EKSTERNAL						
III. Kebudayaan (X₃)						
1.	Menurut Anda produk KCA merupakan salah satu hasil budaya.					
2.	Anda menggunakan produk KCA karena membutuhkan dana (uang) dengan cepat.					
3.	Anda menggunakan produk KCA karena merupakan gaya hidup atau kebiasaan Anda menggunakan produk tersebut.					
IV. Kelompok Referensi (X₄)						
1.	Anda menggunakan produk KCA karena mendapat pengaruh keluarga Anda.					
2.	Teman-teman Anda mempengaruhi Anda dalam menggunakan produk KCA.					
3.	Tokoh panutan Anda mempengaruhi Anda dalam menggunakan produk KCA.					
PENGAMBILAN KEPUTUSAN (Y)						

1.	Alasan Anda menggunakan produk KCA di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena lokasinya yang strategis.					
2.	Alasan Anda menggunakan produk KCA di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena fasilitasnya lengkap.					
3.	Alasan Anda menggunakan produk KCA di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena tarif taksirannya sesuai dengan barang yang Anda miliki.					
4.	Alasan Anda menggunakan produk KCA di PERUM Pegadaian Cabang Kepanjen-Malang karena pelayanannya baik.					

Lampiran 2

Validitas Statistics Instrument

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_TOT
X1_1	Pearson Correlation	1.000	.394 **	.485 **	.758 **
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
X1_2	Pearson Correlation	.394 **	1.000	.137	.628 **
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.114	.000
	N	80	80	80	80
X1_3	Pearson Correlation	.485 **	.137	1.000	.822 **
	Sig. (1-tailed)	.000	.114	.	.000
	N	80	80	80	80
X1_TOT	Pearson Correlation	.758 **	.628 **	.822 **	1.000
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_TOT
X2_1	Pearson Correlation	1.000	.548 **	.258 *	.756 **
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.011	.000
	N	80	80	80	80
X2_2	Pearson Correlation	.548 **	1.000	.380 **	.827 **
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	80	80	80	80
X2_3	Pearson Correlation	.258 *	.380 **	1.000	.732 **
	Sig. (1-tailed)	.011	.000	.	.000
	N	80	80	80	80
X2_TOT	Pearson Correlation	.756 **	.827 **	.732 **	1.000
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_TOT
X3_1	Pearson Correlation	1.000	.232 *	.470 **	.704 **
	Sig. (1-tailed)	.	.020	.000	.000
	N	80	80	80	80
X3_2	Pearson Correlation	.232 *	1.000	.371 **	.697 **
	Sig. (1-tailed)	.020	.	.000	.000
	N	80	80	80	80
X3_3	Pearson Correlation	.470 **	.371 **	1.000	.858 **
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	80	80	80	80
X3_TOT	Pearson Correlation	.704 **	.697 **	.858 **	1.000
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	80	80	80	80

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Correlations

		X4_1	X4_2	X4_3	X4_TOT
X4_1	Pearson Correlation	1.000	.346 **	.364 **	.726 **
	Sig. (1-tailed)	.	.001	.000	.000
	N	80	80	80	80
X4_2	Pearson Correlation	.346 **	1.000	.637 **	.821 **
	Sig. (1-tailed)	.001	.	.000	.000
	N	80	80	80	80
X4_3	Pearson Correlation	.364 **	.637 **	1.000	.839 **
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	80	80	80	80
X4_TOT	Pearson Correlation	.726 **	.821 **	.839 **	1.000
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	80	80	80	80

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Correlations

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y_TOT
Y1_1	Pearson Correlation	1.000	.444 **	.341 **	.280 **	.689 **
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.001	.006	.000
	N	80	80	80	80	80
Y1_2	Pearson Correlation	.444 **	1.000	.413 **	.518 **	.791 **
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
Y1_3	Pearson Correlation	.341 **	.413 **	1.000	.322 **	.747 **
	Sig. (1-tailed)	.001	.000	.	.002	.000
	N	80	80	80	80	80
Y1_4	Pearson Correlation	.280 **	.518 **	.322 **	1.000	.707 **
	Sig. (1-tailed)	.006	.000	.002	.	.000
	N	80	80	80	80	80
Y_TOT	Pearson Correlation	.689 **	.791 **	.747 **	.707 **	1.000
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	80	80	80	80	80

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Reliability

*****Method 1 (space saver) will be used for this analysis*****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
H A(

1. X3_1
2. X3_2
3. X3_3
4. X3_TOT

Reliability Coefficients

N of Cases = 80.0 N of Items = 4

Alpha = .8044

Reliability

*****Method 1 (space saver) will be used for this analysis*****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
H A(

1. X4_1
2. X4_2
3. X4_3
4. X4_TOT

Reliability Coefficients

N of Cases = 80.0 N of Items = 4

Alpha = .8238

Reliability

*****Method 1 (space saver) will be used for this analysis*****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
H A(

1. Y1_1
2. Y1_2
3. Y1_3
4. Y1_4
5. Y_TOT

Reliability Coefficients

N of Cases = 80.0 N of Items = 5

Alpha = .7907

Lampiran 4

Regression Statistics

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4_TOT, X1_TOT, X3_TOT, X2_TOT ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y_TOT

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.604	.583	1.82

a. Predictors: (Constant), X4_TOT, X1_TOT, X3_TOT, X2_TOT

b. Dependent Variable: Y_TOT

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	373.081	4	93.270	28.248	.000 ^a
	Residual	244.337	74	3.302		
	Total	617.418	78			

a. Predictors: (Constant), X4_TOT, X1_TOT, X3_TOT, X2_TOT

b. Dependent Variable: Y_TOT

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.008	1.535		.656	.514
	X1_TOT	.186	.130	.122	1.430	.157
	X2_TOT	.624	.127	.469	4.911	.000
	X3_TOT	-3.32E-02	.106	-.026	-.313	.755
	X4_TOT	.450	.115	.359	3.919	.000

a. Dependent Variable: Y_TOT

Residuals Statistics^a

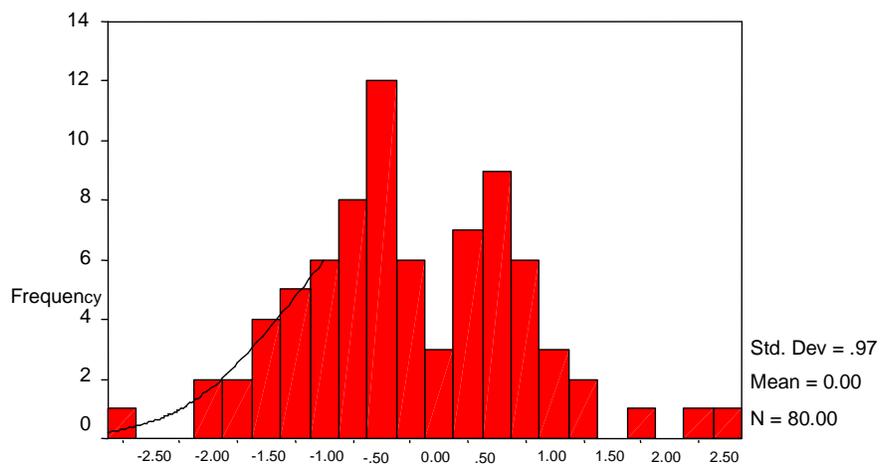
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8.80	18.40	13.73	2.19	80
Residual	-4.56	4.77	-8.54E-16	1.77	80
Std. Predicted Value	-2.256	2.132	.000	1.000	80
Std. Residual	-2.512	2.626	.000	.974	80

a. Dependent Variable: Y_TOT

Charts

Histogram

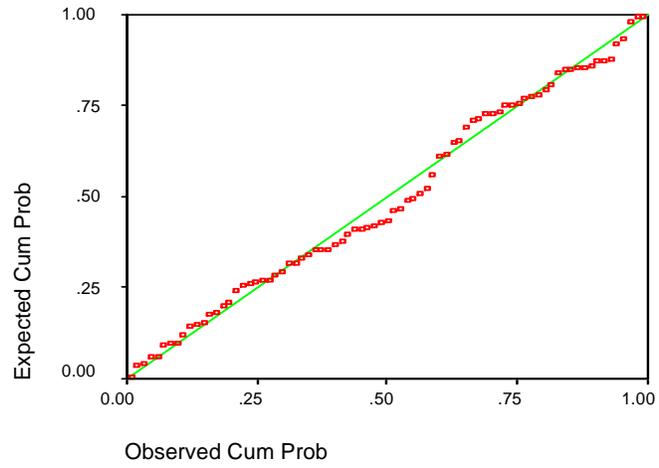
Dependent Variable: Y_TOT



Regression Standardized Residual

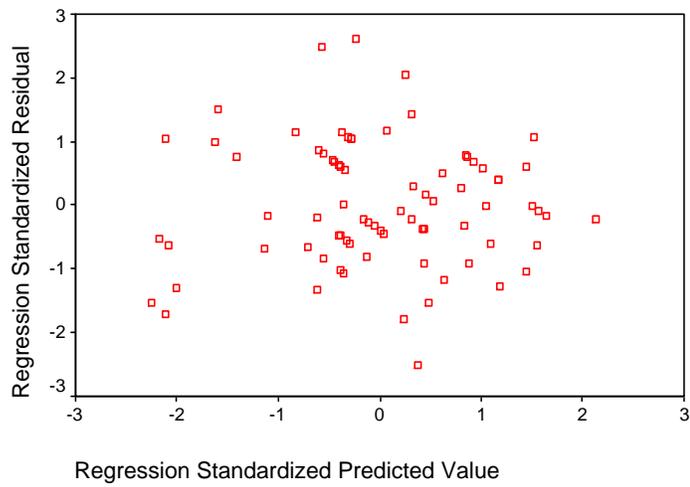
Normal P-P Plot of Regression Standardized Resid

Dependent Variable: Y_TOT



Scatterplot

Dependent Variable: Y_TOT



Lampiran 5

DATA KUESIONER

No	X1				X2				X3				X4				Y				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y
1	5	5	4	14	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	4	12	3	4	5	5	17
2	4	2	5	11	3	3	5	11	4	3	3	10	2	3	2	7	3	4	4	3	14
3	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	5	4	19
4	5	5	5	15	2	3	4	9	4	2	1	7	3	2	4	9	5	5	5	3	18
5	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	4	3	13
6	4	4	2	10	4	3	4	11	2	4	2	8	3	4	4	11	2	4	5	3	14
7	4	4	3	11	3	4	1	8	3	4	2	9	1	1	1	3	3	3	1	4	11
8	4	4	2	10	3	3	4	10	2	4	2	8	1	4	4	9	4	4	3	3	14
9	4	4	2	10	4	3	5	12	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	5	3	15
10	4	4	5	13	3	3	3	9	3	5	2	10	3	3	3	9	4	2	5	3	14
11	5	5	4	14	5	4	4	13	2	2	2	6	3	3	3	9	4	3	4	4	15
12	5	4	4	13	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	5	17
13	5	4	4	13	3	2	2	7	3	4	2	9	2	2	3	7	4	2	4	2	12
14	4	5	2	11	5	4	5	14	4	3	2	9	4	4	4	12	5	4	5	4	18
15	4	5	2	11	3	2	3	8	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	2	15
16	4	4	4	12	4	2	2	8	4	4	2	10	2	4	4	10	2	2	4	2	10
17	4	4	3	11	4	3	3	10	3	3	4	10	3	3	4	10	3	3	3	3	12
18	4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	5	13	4	3	3	10	4	4	4	5	17
19	4	3	2	9	3	4	3	10	3	3	2	8	4	3	4	11	2	3	4	4	13
20	4	4	3	11	4	4	2	10	4	2	2	8	4	4	4	12	4	4	5	4	17
21	4	5	4	13	5	4	4	13	4	3	4	11	3	4	4	11	3	4	4	4	15
22	4	5	4	13	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	5	4	17
23	5	5	4	14	3	4	4	11	3	3	2	8	3	2	1	6	4	2	5	4	15
24	5	5	3	13	4	4	2	10	4	4	4	12	4	4	4	12	2	4	4	4	14

25	4	3	4	11	3	4	2	9	4	1	2	7	2	4	3	9	3	5	5	4	17
26	4	4	2	10	4	3	3	10	4	2	4	10	3	3	2	8	4	3	2	3	12
27	5	4	3	12	3	4	4	11	3	3	2	8	3	2	2	7	2	4	4	4	14
28	4	5	5	14	4	5	3	12	4	4	5	13	4	4	3	11	4	5	3	5	17
29	4	4	2	10	4	4	4	12	4	2	2	8	4	4	4	12	4	4	4	4	16
30	5	5	3	13	4	4	4	12	4	5	4	13	4	5	4	13	3	3	4	4	14
31	5	5	5	15	3	4	5	12	4	3	5	12	5	4	3	12	4	4	5	4	17
32	4	1	5	10	2	1	1	4	2	3	4	9	1	4	4	9	1	1	3	1	6
33	5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	5	14	3	4	4	11	4	5	4	4	17
34	5	5	4	14	3	5	4	12	4	5	5	14	4	3	4	11	3	4	5	5	17
35	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	5	12	3	4	2	9	3	3	2	3	11
36	4	3	2	9	3	3	4	10	4	4	4	12	3	4	4	11	3	3	4	3	13
37	5	5	4	14	4	4	5	13	5	4	4	13	5	4	4	13	3	4	5	4	16
38	5	5	5	15	4	4	3	11	4	3	4	11	3	3	4	10	3	4	1	4	12
39	4	4	2	10	2	2	2	6	2	4	4	10	2	2	2	6	2	2	2	2	8
40	5	3	2	10	4	3	4	11	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	4	3	13
41	5	5	4	14	3	4	5	12	5	5	4	14	4	3	3	10	3	3	3	4	13
42	4	4	5	13	3	3	4	10	3	4	5	12	3	3	2	8	2	3	4	3	12
43	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	4	16
44	4	4	2	10	2	2	4	8	4	3	4	11	2	2	2	6	4	2	4	2	12
45	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	3	15
46	4	4	3	11	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13	4	4	5	4	17
47	4	5	3	12	2	1	3	6	4	4	5	13	2	2	1	5	3	1	1	1	6
48	4	4	3	11	4	3	2	9	3	2	4	9	3	4	3	10	2	3	3	3	11
49	4	4	2	10	2	2	4	8	4	4	1	9	2	1	1	4	2	1	2	2	7
50	4	4	3	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	3	14
51	3	3	3	9	3	3	5	11	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	4	3	13
52	4	5	2	11	4	3	4	11	3	4	2	9	4	5	2	11	2	3	2	3	10
53	4	5	2	11	1	1	3	5	4	4	5	13	2	4	4	10	4	4	4	1	13

54	5	5	5	15	3	3	3	9	5	5	5	15	4	2	2	8	4	3	4	3	14
55	4	4	2	10	4	3	3	10	3	4	2	9	3	3	3	9	4	3	4	3	14
56	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	3	4	4	14
57	4	3	2	9	4	3	2	9	2	4	2	8	4	2	4	10	3	3	2	3	11
58	5	4	5	14	4	3	4	11	3	4	2	9	2	4	4	10	3	4	3	3	13
59	5	5	5	15	5	4	5	14	4	5	4	13	5	4	5	14	5	4	5	4	18
60	4	4	3	11	2	2	2	6	3	4	3	10	2	2	2	6	2	2	2	2	8
61	4	4	2	10	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	4	11	5	4	5	4	18
62	4	5	4	13	2	3	3	8	3	4	1	8	4	1	2	7	4	3	1	3	11
63	4	5	3	12	3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	4	4	15
64	4	4	2	10	4	2	3	9	4	3	3	10	4	3	4	11	3	4	3	2	12
65	4	3	5	12	3	3	3	9	4	3	1	8	2	3	3	8	2	3	3	3	11
67	5	5	4	14	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	12	4	3	5	4	16
68	5	4	5	14	5	4	3	12	5	5	5	15	5	4	5	14	3	4	4	4	15
69	4	3	2	9	3	3	4	10	4	3	4	11	2	2	2	6	3	3	1	3	10
70	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	3	4	15
71	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	5	3	16
72	4	4	2	10	4	2	4	10	4	2	4	10	4	4	4	12	4	4	4	2	14
73	5	5	4	14	4	4	4	12	4	5	4	13	2	3	4	9	4	3	4	4	15
74	3	4	2	9	4	2	2	8	2	4	2	8	2	4	4	10	4	4	4	2	14
75	4	5	2	11	3	3	3	9	4	2	2	8	4	4	4	12	2	3	5	3	13
76	5	4	2	11	3	3	3	9	3	4	2	9	3	3	4	10	2	3	4	3	12
77	5	5	4	14	4	4	3	11	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	4	4	14
78	5	5	4	14	4	4	3	11	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	4	4	14
79	5	4	5	14	3	3	5	11	2	3	3	8	2	3	4	9	2	3	3	3	11
80	4	3	3	10	4	3	4	11	3	3	3	9	2	3	3	8	2	3	4	3	12