



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN PELANGGAN TERHADAP PELAKSANAAN *AR-RAHNU* DI KOTA LANGSA, ACEH

EVI KHAIRUNNISA



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS
2018**



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN
PELANGGAN TERHADAP PELAKSANAAN AR-RAHNU
DI KOTA LANGSA, ACEH**

EVI KHAIRUNNISA



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

**TESIS DIKEMUKAKAN BAGI MEMENUHI SYARAT UNTUK
MEMPEROLEH IJAZAH SARJANA EKONOMI (EKONOMI ISLAM)
(MOD PENYELIDIKAN)**

**FAKULTI PENGURUSAN DAN EKONOMI
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS**

2018



05-4506832



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi



UNIVERSITI
PENDIDIKAN
SULTAN IDRIS
اوپريسي قنديدين سلطان ايدريس
SULTAN IDRIS EDUCATION UNIVERSITY

Sila tanda (✓)

Kertas Projek

Sarjana Penyelidikan

Sarjana Penyelidikan dan Kerja Kursus

Doktor Falsafah

✓

INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH

PERAKUAN KEASLIAN PENULISAN

Perakuan ini telah dibuat pada 29 (hari bulan) 09 (bulan) 2019.

i. Perakuan pelajar :

Saya, EVI KHAIRUNNISA, M20151000915, FAKULTI PENGURUSAN & EKONOMI (SILA NYATAKAN NAMA PELAJAR, NO. MATRIK DAN FAKULTI) dengan ini mengaku bahawa disertasi/tesis yang bertajuk FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN PELANGGAN TERHADAP PELAKSANAAN AR-RAHNU DI KOTA LANGSA ACEH.

adalah hasil kerja saya sendiri. Saya tidak memplagiat dan apa-apa penggunaan mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dilakukan secara urusan yang wajar dan bagi maksud yang dibenarkan dan apa-apa petikan, ekstrak, rujukan atau pengeluaran semula daripada atau kepada mana-mana hasil kerja yang mengandungi hak cipta telah dinyatakan dengan sejalannya dan secukupnya

Tandatangan pelajar

ii. Perakuan Penyelia:

Saya, DR. FATIMAH SALWA BT ABD. HADI (NAMA PENYELIA) dengan ini mengesahkan bahawa hasil kerja pelajar yang bertajuk FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN PELANGGAN TERHADAP PELAKSANAAN AR-RAHNU DI KOTA LANGSA, ACEH

(TAJUK) dihasilkan oleh pelajar seperti nama di atas, dan telah diserahkan kepada Institut Pengajian Siswazah bagi memenuhi sebahagian/sepenuhnya syarat untuk memperoleh Ijazah IJAZAH SARJANA EKONOMI (EKONOMI ISLAM) (SILA NYATAKAN NAMA IJAZAH).

29-09-2019

Tarikh

Tandatangan Penyelia

DR. FATIMAH SALWA BINTI ABD. HADI
PENSYARAH KANAN
Jabatan Ekonomi
Fakulti Pengurusan dan Ekonomi
Universiti Pendidikan Sultan Idris
35900 Tanjong Malim, Perak





UNIVERSITI
PENDIDIKAN
SULTAN IDRIS
اوتوريتي قنديديقن سلطان ادريس

SULTAN IDRIS EDUCATION UNIVERSITY

INSTITUT PENGAJIAN SISWAZAH /
INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

BORANG PENGESAHAN PENYERAHAN TESIS/DISERTASI/LAPORAN KERTAS PROJEK
DECLARATION OF THESIS/DISSERTATION/PROJECT PAPER FORM

Tajuk / Title:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN
PELANGGAN TERHADAP PELAKSANAAN AR-BAHNU
DI KOTA LANGSA, ACEH

No. Matrik / Matric No.:

M2015000915

Saya / I:

EVI KHAIRUNNISA

(Nama pelajar / Student's Name)

mengaku membenarkan Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek (Kedoktoran/Sarjana)* ini disimpan di Universiti Pendidikan Sultan Idris (Perpustakaan Tuanku Bainun) dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:-

acknowledged that Universiti Pendidikan Sultan Idris (Tuanku Bainun Library) reserves the right as follows:-

1. Tesis/Disertasi/Laporan Kertas Projek ini adalah hak milik UPSI.
The thesis is the property of Universiti Pendidikan Sultan Idris
2. Perpustakaan Tuanku Bainun dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan dan penyelidikan.
Tuanku Bainun Library has the right to make copies for the purpose of reference and research.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan Tesis/Disertasi ini sebagai bahan pertukaran antara Institusi Pengajian Tinggi.
The Library has the right to make copies of the thesis for academic exchange.
4. Sila tandakan (✓) bagi pilihan kategori di bawah / Please tick (✓) from the categories below:-



SULIT/CONFIDENTIAL

Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub dalam Akta Rahsia Rasmi 1972. / Contains confidential information under the Official Secret Act 1972

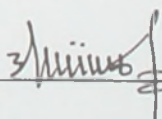


TERHAD/RESTRICTED

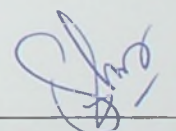
Mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan ini dijalankan. / Contains restricted information as specified by the organization where research was done.



TIDAK TERHAD / OPEN ACCESS



(Tandatangan Pelajar/ Signature)



(Tandatangan Penyelia / Signature of Supervisor)
& (Nama & Cap Rasmi / Name & Official Stamp)

Jabatan Ekonomi
Fakulti Pengurusan dan Ekonomi
Universiti Pendidikan Sultan Idris
35900 Tanjong Malim, Perak

Tarikh: 29 - 09 - 2019

Catatan: Jika Tesis/Disertasi ini SULIT @ TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh laporan ini perlu dikelaskan sebagai SULIT dan TERHAD.

Notes: If the thesis is CONFIDENTIAL or RESTRICTED, please attach with the letter from the related authority/organization mentioning the period of confidentiality and reasons for the said confidentiality or restriction.





PENGHARGAAN

Dengan nama Allah Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang

Alhamdulillah syukur ke hadrat Allah SWT kerana dengan limpah rahmat dan hidayahNya saya telah dapat melaksanakan penyelidikan ini dengan sempurna. Selain itu bantuan dan kerjasama yang diberikan oleh banyak pihak sepanjang penyelidikan ini juga telah membantu saya menyiapkan disertasi ini. Saya mengambil kesempatan untuk mengucapkan setinggi penghargaan dan jutaan terima kasih kepada semua yang berkenan.

Saya juga ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan jutaan terima kasih kepada Dr Fatimah Salwa Abd. Hadi, selaku penyelia disertasi ini yang sering memberi nasihat, bimbingan dan bantuan yang amat berguna. Ucapan jutaan terima kasih juga ditujukan kepada pihak syarikat *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh dan semua responden kajian. Tanpa kerjasama dan keikhlasan yang ditunjukkan sudah pasti penyelidikan ini tidak dapat disempurnakan.

Sekalung penghargaan juga diucapkan kepada insan teristimewa buat Buya Syamsir Siregar dan Ummi Nurhamijah kerana sentiasa mendidik, memberikan nasihat, doa dan dorongan dalam menuntut ilmu. Tidak dilupakan juga jutaan terima kasih kepada abang-abang, kakak-kakak, juga adik dan teman-teman yang senantiasa memberikan semangat, prangsang dan iringan doa agar segala urusan penyelidikan ini dipermudahkan.

Akhir sekali kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung mekipun tidak langsung dalam menyiapkan disertasi ini. Semoga Allah SWT membalas jasa baik dan keikhlasan kalian. Amin.



ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh. Kajian kuantitatif ini menggunakan boring soal selidik ini melibatkan 185 responden yang dipilih melalui pensampelan rawak. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi pelbagai. Dapatan kajian menunjukkan bahawa faktor tempat ($\beta = 0.301$, $p = 0.001$), produk ($\beta = 0.257$, $p = 0.004$), dan promosi ($\beta = 0.200$, $p = 0.020$), secara signifikan mempengaruhi penerimaan pelanggan. Namun faktor harga ($\beta = 0.143$, $p = 0.147$) tidak berpengaruh secara signifikan penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu*. Implikasi kajian mengetengahkan tentang kepentingan peranan institusi *ar-Rahnu* yang perlu diperkemas bagi membantu masyarakat memahami sistem pajak gadai Islam dengan lebih baik dan menjadikannya sebagai alternatif bagi pajak gadai konvensional yang telah lama digunakan. Kajian juga mencadangkan agar jumlah institusi *ar-Rahnu* terus diperluas di serata tempat agar mudah diakses oleh masyarakat sekeliling terutamanya golongan Muslim. Kesimpulan daripada kajian ini terdapat empat faktor penting yang mempengaruhi penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh. Ini termasuklah promosi, produk, harga dan tempat. Meskipun begitu, pengendali *ar-Rahnu* di kawasan tersebut perlu berusaha dengan lebih keras bagi memastikan masyarakat terus sedar terhadap kebaikan dan kelebihan menggunakan system pajak gadai yang ditawarkan.





ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing customer acceptance of ar-Rahnu's implementation in Langsa City, Aceh. This quantitative study using this questionnaire involves 185 respondents selected through random sampling. The data were analyzed using multiple regression analysis. The findings show that factor of place ($\beta = 0.301$, $p = 0.001$), product ($\beta = 0.257$, $p = 0.004$), and promotion ($\beta = 0.200$, $p = 0.020$), significantly affected customer acceptance. However, price factor ($\beta = 0.143$, $p = 0.147$) did not significantly affect customer acceptance of ar-Rahnu's implementation. The implications of the study highlight the importance of the role of the ar-Rahnu institution that needs to be streamlined to help the public better understand the Islamic pawnshops system and make it an alternative to conventional pawnshops that have long been used. Studies also suggest that the number of ar-Rahnu institutions continues to be expanded everywhere so that they can be easily accessed by the surrounding community, especially Muslims. The conclusion of this study is that there are four important factors that influence the acceptance of customers towards the implementation of ar-Rahnu in Kota Langsa, Aceh. This includes promotions, products, prices and places. However, ar-Rahnu operators in the region need to work harder to ensure that the community is aware of the advantages using the pawnbroking system offered.

KANDUNGAN

Muka Surat

PERANGKUAN KEASLIAN PENULISAN	ii
PENGESAHAN PENYERAHAN DISERTASI	iii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KANDUNGAN	xii
SENARAI JADUAL	xiv
SENARAI RAJAH	xv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1	Pengenalan	1
1.2	Latar Belakang Kajian	2
1.3	Pernyataan Masalah	6
1.4	Objektif Kajian	8
1.5	Soalan Kajian	9
1.6	Hipotesis Kajian	9
1.7	Justifikasi Kajian	10



1.7.1	Penduduk Kota Langsa, Aceh	10
1.7.2	Pemerintah/ Kerajaan	10
1.7.3	Institut <i>ar-Rahnu</i>	11
1.7.4	Pelajar	11
1.8	Limitasi Kajian	12
1.9	Kerangka Konseptual	13
1.10	Definisi Operasional	14
1.10.1	Penerimaan Pelanggan	14
1.10.2	Produk	15
1.10.3	Harga	16
1.10.4	Lokasi	16
1.10.5	Promosi	17
1.10.6	Umur	17
1.10.7	Tahap Pendidikan	17
1.11	Rumusan	18

BAB 2 TINJAUAN LITERATUR

2.1	Pengenalan	19
2.2	Pajak Gadai Konvensional	21
2.2.1	Definisi	21
2.2.2	Aktiviti Perniagaan	22
2.2.3	Proses Pinjaman Atas Dasar Hukum Gadai	26
2.3	Pajak Gadai Syariah	29
2.3.1	Definisi	29





2.3.2	Rukun Gadai	32
2.3.3	Syarat-syarat Gadai	36
2.3.4	Penyerahan dan Penerimaan Barang Gadaian	40
2.3.5	Status dan Jenis Barang Gadai	42
2.3.6	Jenis Akad dalam Pelaksanaan <i>ar-Rahnu</i>	44
2.3.6.1	Jenis Gadai Akad <i>Qard Al-Hasan</i>	45
2.3.6.2	Jenis Gadai Akad <i>Mudharabah</i>	48
2.3.6.3	Jenis Gadai Akad <i>Ba'I Muqayyadah</i>	54
2.3.6.4	Jenis Gadai Akad <i>Ijarah</i>	59
2.3.6.5	Jenis Gadai Akad <i>Musyarakah amwal al-'inan</i>	63
2.3.7	Lebihan Barang Gadaian	65
2.3.7.1	Mazhab <i>Hanafi</i>	65
2.3.7.2	Mazhab <i>Maliki</i>	66
2.3.7.3	Mazhab <i>Syafie</i>	66
2.3.7.4	Mazhab <i>Hanbali</i>	67
2.4	Perkembangan Pajak Gadai di Indonesia	67
2.4.1	Pajak Gadai Konvensional	67
2.4.2	Pajak Gadai Syariah	69
2.5	Teori Strategi Pemasaran <i>4P</i>	71
2.5.1	Strategi Produk (<i>Product</i>)	73
2.5.2	Strategi Harga (<i>Price</i>)	74
2.5.3	Strategi Tempat (<i>Place</i>)	76
2.5.4	Strategi Promosi (<i>Promotion</i>)	78
2.6	Rumusan	79





BAB 3 METODOLOGI

3.1	Pengenalan	80
3.2	Reka Bentuk Kajian	81
3.3	Populasi Sampel dan Prosedur Pensampelan	83
3.4	Kaedah Pengumpulan Data	85
3.5	Instrumen Kajian	86
3.6	Kaedah dan Kebolehpercayaan	94
3.7	Prosedur Kajian	97
3.8	Kajian Rintis	100
3.9	Prosedur Penganalisis Data	101
3.9.1	Analisis Data Bagi Soalan Pertama	102
3.9.2	Analisis Data Bagi Soalan Kedua	103
3.9.2.1	Syarat Ujian Kolerasi <i>Pearson</i>	103
3.9.2.2	Ujian Kolerasi <i>Pearson</i>	104
3.9.3	Analisis Data Bagi Soalan Ketiga	106
3.9.3.1	Syarat-syarat Ujian Regarasi Berganda	106
3.10	Rumusan	108

BAB 4 DAPATAN KAJIAN

4.1	Pengenalan	109
4.2	Profil Responden	110



4.3	Objektif Pertama: Tahap Penerimaan Pelanggan Terhadap Pelaksanaan <i>Ar-Rahnu</i>	112
4.4	Objektif Kedua: Hubungan Kolerasi di Antara Faktor Demografi Dengan Penerimaan Pelanggan Terhadap Pelaksanaan <i>ar-Rahnu</i>	118
4.5	Objektif Ketiga: Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pelanggan Terhadap Pelaksanaa <i>ar-Rahnu</i>	120
4.5.1	Analisis Tahap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pelanggan Terhadap Pelaksanaan <i>ar-Rahnu</i>	121
4.5.1.1	Faktor Tempat	122
4.5.1.2	Faktor Produk	124
4.5.1.3	Faktor Harga	126
4.5.1.4	Faktor Promosi	128
4.5.2	Analisis Regresi Berganda	130
4.6	Rumusan Pengujian Hipotesis	133
4.7	Rumusan	134

BAB V PERBINCANGAN, RUMUSAN DAN CADANGAN KAJIAN-KAJIAN LANJUTAN

5.1	Pengenalan	136
5.2	Perbincangan Kajian	137
5.2.1	Objktif Pertamana: Tahap Penerimaan Pelanggan Terhadap Pelaksanaan <i>ar-Rahnu</i>	137
5.2.2	Objektif Kedua: Hubungan di Antara Faktor Demografi dengan Penerimaan Pelanggan Terhadap Pelaksanaan <i>ar-Rahnu</i>	139
5.2.3	Objektif Ketiga: Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pelanggan Terhadap Pelaksanaan <i>ar-Rahnu</i>	141



5.3	Rumusan Kajian	143
5.4	Cadangan dan Penambahbaikan	144
5.5	Rumusan	148

RUJUKAN

LAMPIRAN





SENARAI JADUAL

No. Jadual	Muka Surat
3.1 Instrumen Soal Selidik	90
3.2 Taburan Skala Likert	93
3.3 Kekuatan Nilai Pekali Korelasi	105
4.1 Profil Responden	111
4.2 Penentuan Tahap Pemboleh Ubah Berdasarkan Petunjuk Skor Min	113
4.3 Tahap Penerimaan Pelanggan Terhadap Pelaksanaan <i>Ar-Rahnu</i> .	114
4.4 Hasil ujian korelasi <i>Pearson</i> diantara umur dengan penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan <i>ar-Rahnu</i> .	119
4.5 Hasil ujian kolerasi <i>Pearson</i> diantara tahap pendidikan dengan penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan <i>ar-Rahnu</i> .	119
4.6 Faktor Tempat	122
4.7 Faktor Produk	124
4.8 Faktor Harga	126
4.9 Faktor Promosi	128





4.10 Analisis Regresi Berganda Faktor Tempat, Produk, Harga, Promosi, dan Penerimaan Pelanggan Terhadap Pelaksanaan <i>ar-Rahnu</i> .	131
4.11 Rumusan Pengujian Hipotesis.	134





SENARAI RAJAH

No. Rajah	Muka Surat
1.1 Model Konseptual Kajian	14
3.1 Carta alir prosedur kajian	99





BAB 1

PENDAHULUAN



1.1 Pengenalan

Secara etimologi, kata *ar-Rahn* bererti tetap, kekal, dan jaminan. Akad *ar-Rahn* dalam istilah hukum positif disebut dengan barang jaminan, agama, agunan. Dalam Islam, *ar-Rahn* merupakan sarana tolong-menolong bagi umat Islam tanpa ada imbalan jasa. *Ar-Rahn* juga menjadi instrumen dalam kewangan Islam yang berkesan seperti mana produk-produk perbankan Islam lain. Manakala secara terminologi gadai dalam Islam, *Rahn* didefinisikan oleh para ulama adalah menjadikan barang yang berharga menurut tinjauan syariat sebagai jaminan hutang atau sebahagian boleh diambil daripada benda yang digadaikan tersebut. Walaupun sistemnya dibuat secara Islam tetapi pelanggan Muslim dan bukan Muslim boleh menikmati sistem *ar-Rahn* tersebut. Apabila seseorang





berhutang kepada orang lain, kemudian ia memberikan kepada pemberi hutang sebuah jaminan seperti bangunan atau binatang ternak, jaminan tersebut terus tertahan di tangan si pemberi hutang hingga hutangnya selesai dibayar. *Rahn* seperti ini adalah *Rahn* yang dibolehkan oleh Islam (Wan Noraini, 2011).

Sehubungan dengan itu, bahagian ini membincangkan tentang latar belakang kajian, pernyataan masalah, objektif kajian, soalan kajian dan hipotesis kajian yang membawa kepada kajian ini dijalankan. Selain itu, justifikasi kajian, limitasi kajian dan definisi operasional kajian turut diterangkan untuk memberi gambaran yang jelas terhadap kajian yang dijalankan.



1.2 Latar Belakang Kajian

Ratusan tahun yang lalu, ekonomi dunia didominasi oleh sistem kapitalis di mana hampir semua transaksi dalam bidang kewangan dikaitkan dengan sistem faedah yang dikira sebagai riba menurut perspektif Islam. Ini termasuklah sistem yang diguna pakai untuk mendapatkan pinjaman melalui bank-bank konvensional. Melalui sistem tersebut, seseorang individu bukan sahaja dibebani dengan komitmen pembayaran semula yang tinggi, bahkan turut membataskan mereka untuk menikmati pendapatan yang diperoleh. Melalui amalan sistem tersebut, kebanyakan negara turut tidak dapat mencapai kemakmuran ekonomi secara menyeluruh bahkan turut mewujudkan jurang ekonomi yang ketara di antara mereka yang kaya dengan miskin. Pengalaman di bawah dominasi sistem tersebut selama ratusan tahun ini telah membuktikan ketidakmampuannya untuk





mengatasi jurang ekonomi yang wujud. Dari masa ke masa, jurang tersebut menjadi semakin besar dan sukar diatasi. Golongan yang miskin tidak mampu menikmati penambahan pendapatan melalui pinjaman yang diperoleh. Untuk membantu masyarakat miskin dalam kewangannya, justeru, institusi pajak gadai diwujudkan oleh pemerintah sebagai alternatif atau pilihan kepada golongan yang memerlukan bagi mendapatkan pinjaman. Namun begitu, pelanggan perlu mencagarkan harta yang dimiliki bagi mendapatkan pinjaman (Nurul Huda dan Muhammad Heykal, 2010).

Definisi pajak gadai menurut ekonomi Islam disebut dengan istilah *Rahn*, iaitu suatu perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai jaminan atau tanggungan hutang. *ar-Rahn* adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya (Mardani, 2012). *Rahn* merupakan suatu akad hutang-piutang dengan menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan syarak sebagai jaminan hingga orang yang bersangkutan boleh mengambil hutang (Zainuddin Ali, 2008). Dasar hukum gadaian terdapat dalam surah *al-Baqarah* ayat 283:

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنْ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُونُوا الشُّهَدَاءَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ عَنِ قَلْبِهِ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ



“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 dicapai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi)





menyembunyikan kesaksian, dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.(al-Baqarah/02: 283).

Ayat ini merupakan petunjuk untuk menerapkan prinsip kewaspadaan bila seseorang hendak melakukan transaksi hutang yang memakai jangka waktu dengan orang lain, dengan cara meminjamkan sebuah barang kepada orang yang berpiutang. Pada dasarnya *ar-Rahnu* berperanan menyalurkan pembiayaan dalam bentuk wang pinjaman kepada masyarakat yang memerlukan berlandaskan hukum gadaian syariah. Jenis gadaian barang meliputi barang yang boleh dipindah milik seperti kenderaan, perhiasan, barangan elektronik, perabot rumah, dan lain-lainnya, serta barang yang tidak boleh alih seperti saham, geran tanah, dan surat piutang (Indah Purbasari & Sri Rahayu, 2017).



Tujuan utama *ar-Rahnu* adalah untuk melakukan usaha terutamanya dengan menyalurkan wang pinjaman atas dasar hukum gadaian serta menjalankan usaha lain seperti menawarkan pembiayaan berasaskan upah simpan sijil ketulenan emas, dan lain-lain selaras dengan aktivitinya. Pajak gadaian juga mempunyai matlamat untuk turut mencapai kesejahteraan masyarakat terutama golongan miskin atau bawahan dan menghindari masyarakat daripada pajak gadaian konvensional, amalan perhambaan hutang, riba dan pinjaman-pinjaman yang tidak wajar (Tri Wahyu Rudyanto, 2015).

Sistem gadaian Islam di Indonesia turut mengambil tempat dalam memberikan perkhidmatan pembiayaan kepada penduduk setempat. Salah satunya adalah *ar-Rahnu* yang beroperasi di Aceh, Indonesia (Anshori & Abdul Ghofur, 2005). Aceh mempunyai 23 bandar termasuk Kota Langsa yang berada lebih kurang 430 km dari kota Banda





Aceh. Kota Langsa memiliki 148,904 orang penduduk yang mendiami 52 buah kampung. Penduduk Kota Langsa terdiri daripada suku Aceh, suku Padang, suku Jawa, suku Tionghoa, dan suku Batak. Bahasa Aceh digunakan oleh majoriti masyarakat Kota Langsa, namun Bahasa Indonesia tetap menjadi bahasa utama dalam pertuturan. Sementara itu, agama Islam adalah agama rasmi bagi majoriti masyarakat di Kota Langsa dan rakyat Aceh umumnya. Hal tersebut menjadikan hukum syariat Islam sebagai panduan dan pedoman kehidupan (Aulia Rahman, 2015).

Dari sudut sejarah, Kota Langsa merupakan kota yang kaya dengan etnik yang pelbagai dan hidup dalam damai serta memiliki toleransi beragama yang kuat. Lokasi Kota Langsa adalah berhampiran dengan Kota Medan, Sumatera Utara sehingga menempatkan Kota Langsa sebagai bandar strategik yang mempunyai ramai pengunjung. Kota Langsa mempunyai dua buah pajak gadai iaitu pajak gadai konvensional dan *ar-Rahnu*. *Ar-Rahnu* di Kota Langsa bukan hal yang asing lagi dalam memberikan bantuan kepada masyarakat yang memerlukan dana untuk berbagai-bagai tujuan seperti untuk kegunaan diri sendiri, membayar wang sekolah atau bahkan sebagai tambahan menjalankan perusahaan (Basri Ibrahim, 2014).

Peranan pajak gadai sebagai institusi pembiayaan dalam era sekarang dan masa yang akan datang tetap penting untuk mewujudkan pembiayaan ekonomi rakyat di kota mahupun di desa. Masyarakat miskin umumnya masih ketinggalan dan keadaan tersebut menjadikan peranan pajak gadai sebagai jaring pengaman sosial bagi masyarakat kecil menjadi semakin penting untuk menyediakan kredit berskala kecil, cepat, bunga yang





rendah dan tidak rumit, hal ini dapat membantu masyarakat dalam mengatasi masalah ekonomi rumah tangga.

1.3 Pernyataan masalah

Sistem *ar-Rahnu* yang dijalankan di Kota Langsa sememangnya mempunyai banyak kelebihan dan manfaat. Bagi pengguna yang memerlukan dana segera, mereka tidak perlu menjual atau kehilangan harta yang dimiliki tetapi mereka mempunyai pilihan dengan membawa barangan mereka ke institusi pajak gadai yang berlandaskan syarak. Dengan itu, pengguna dapat memiliki barangan mereka kembali apabila penebusan dilakukan dan memperoleh dana yang diperlukan. Oleh itu, *ar-Rahnu* diiktiraf sebagai salah satu tempat penyelesaian terhadap masalah pengguna untuk memperoleh dana dalam jangka masa yang cepat (Isnani Ayunia, 2015).

Dengan adanya sistem tersebut, pengguna boleh langsung datang ke tempat *ar-Rahnu* sambil membawa barang yang ingin digadaikan. Proses tersebut hanya memakan masa satu hari sahaja untuk selesai dan pengguna akan mendapatkan dana yang diperlukan dengan harga barang yang dibawa pengguna tersebut. Selain itu, *ar-Rahnu* juga membolehkan pelanggan membayar balik pembiayaan dengan nilai yang rendah sesuai dengan kemampuan masing-masing. Selain itu, pelanggan juga tidak perlu khuatir dengan harta yang dicagarkan di *ar-Rahnu* kerana sistem keselamatan yang diamalkan adalah cekap dan terjamin (Kartika Chandra Priliana, 2015).





Walau bagaimanapun, berdasarkan kajian yang dijalankan Isnani Ayunia (2015) menyatakan bahawa sambutan terhadap institusi *Ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh masih di tahap kurang memberangsangkan berbanding tempat-tempat lain seperti Jakarta, Medan, Pekan Baru dan sebagainya. Oleh itu, persoalannya mengapakah keadaan tersebut boleh berlaku sedangkan majoriti penduduk Kota Langsa tersebut menganut agama Islam? Adakah mereka tidak menerima pelaksanaan *ar-Rahnu* di kawasan mereka meskipun modus operandi yang digunakan adalah selari dengan kehendak syariah? Selain daripada itu, adakah kaedah yang digunakan untuk mempromosikan *ar-Rahnu* tidak berjaya menarik minat pengguna untuk mendapatkan pembiayaan? Sekiranya promosi yang dijalankan adalah bersesuaian dan mesejnya sampai kepada masyarakat, mengapakah permintaan terhadap *ar-Rahnu* masih rendah.



Dari sudut yang lain, adakah lokasi premis *ar-Rahnu* itu sendiri mudah dicapai oleh pelanggan dan persekitarannya selesa? Lokasi yang sesuai bukan sahaja dapat mempengaruhi minat pelanggan untuk berurusan dengan institusi *ar-Rahnu*, bahkan turut menjimatkan masa pelanggan. Sekiranya premis *ar-Rahnu* berada di kawasan yang sesak, pelanggan sudah pasti menghadapi kesukaran untuk meletakkan kenderaan pada tempat parkir. Selain itu, lokasi yang jauh daripada kawasan rumah penduduk juga menyebabkan penerimaan terhadap *Ar-Rahnu* juga berada di tahap yang rendah. Dari sudut produk, adakah caj yang dikenakan kepada pelanggan adalah mahal berbanding pajak gadai konvensional atau proses di *ar-Rahnu* melibatkan proses yang rumit dan panjang serta mempunyai syarat-syarat yang ketat dan tidak dapat dipenuhi oleh masyarakat?





Oleh itu dalam kajian ini akan mengkaji berkenaan faktor- faktor yang mempengaruhi penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh. Berdasarkan kajian Kartika Chandra Priliana (2015), kurangnya kajian yang mengkaji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu*. Sebenarnya, pengaruh penerimaan pelanggan ini sangat penting, sebab akan sangat membantu dalam kewangan masyarakat, dan pengetahuan masyarakat terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* khususnya di Kota Langsa, Aceh.

1.4 Objektif kajian



05-4506832 Kajian ini mempunyai tiga objektif kajian iaitu:



pustaka.upsi.edu.my



Perpustakaan Tuanku Bainun
Kampus Sultan Abdul Jalil Shah



PustakaTBainun



ptbupsi

- (i) Mengenal pasti tahap penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh.
- (ii) Menentukan hubungan korelasi di antara faktor demografi dengan penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh.
- (iii) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh.





1.5 Soalan Kajian

Soalan kajian dalam kajian ini adalah:

- (i) Apakah tahap penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh?
- (ii) Adakah terdapat hubungan di antara faktor demografi dengan penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh?
- (iii) Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh?

1.6 Hipotesis Kajian



H₁₁ : Tiada hubungan yang signifikan di antara umur dengan penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh.

H₁₂: Tiada hubungan yang signifikan di antara pendidikan dengan penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh.

H₁₃: Tiada hubungan yang signifikan di antara prodak dengan penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh.

H₁₄: Tiada hubungan yang signifikan di antara harga dengan penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh.

H₁₅: Tiada hubungan yang signifikan di antara lokasi dengan penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh.

H₁₆: Tiada hubungan yang signifikan di antara promosi dengan penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan *ar-Rahnu* di Kota Langsa, Aceh.





1.7 Justifikasi Kajian

Kajian ini dapat memberikan manfaat kepada beberapa golongan seperti berikut:

1.7.1 Penduduk Kota Langsa, Aceh

Secara langsung mendapat manfaat dalam pelaksanaan gadaian Islam iaitu mengatasi masalah mendapatkan tunai dengan cepat, tidak perlu menjual barang berharga, membantu keperluan dana segera dalam jumlah yang cukup besar, yuran yang rendah dan menenangkan hati pelanggan. Selain itu, *Ar-Rahnu* juga mempunyai misi untuk kesejahteraan masyarakat terutama golongan bawahan dan menghindari masyarakat daripada riba dan pinjaman lain yang tidak wajar.

1.7.2 Pemerintah/ Kerajaan

Membantu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah dan bawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka mengoptimumkan sumber pengeluaran. Kajian ini juga secara akademik diharapkan dapat memberikan maklumat kepada pemerintah/kerajaan tentang pelaksanaan gadaian Islam secara langsung kepada masyarakat agar masyarakat lebih mengenali produk-produk dan menggunakan perkhidmatan gadaian Islam ini dalam mengatasi masalah perekonomian mereka. Juga membantu program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada





umumnya melalui penyaluran wang pembiayaan atau pinjaman atas dasar hukum gadaian, pencegahan praktik ah long, pinjaman lain yang tidak wajar. Pemanfaatan gadaian berasaskan syariah memiliki impak kesejahteraan sosial kerana membantu orang-orang yang memerlukan pembiayaan dengan syarat yang mudah.

1.7.3 Institusi *ar-Rahnu*

Melalui kajian ini, pelaksanaan *ar-Rahnu* khususnya Kota Langsa, Aceh dapat di fahami oleh masyarakat dan membuat masyarakat lebih banyak menggadaikan barangnya di *ar-Rahnu*. Dan kajian ini dapat membantu institusi pajak gadai untuk menambah baik sistem yang dilaksanakan di Kota Langsa dari segi promosi, produk, lokasi dan harga, lebih mendalam kepada masyarakat.



1.7.4 Pelajar

Data perolehan kajian ini dapat dijadikan sebagai maklumat dan sumber rujukan terutama kepada pelajar apabila hendak melakukan kajian berkaitan mengembangkan dan mewujudkan pajak gadai dalam konteks Islam. Selain itu, maklumat tersebut adalah penting kepada karyawan, orang-orang yang menggadaikan serta instuisi pajak gadai tersebut. Maklumat kajian ini diharapkan dapat dijadikan sumber literatur dalam bidang *ar-Rahnu*.





1.8 Limitasi Kajian

Kajian ini hanya melibatkan pengguna ar-Rahnu , kota Langsa, Aceh. Seramai 185 orang responden dipilih sebagai sampel kajian tanpa didasarkan kepada sebarang penentuan latar belakang sama ada jantina, umur, bangsa, pekerjaan, dan sebagainya. Kajian ini tidak melibatkan para pengguna ar-Rahnu pada cawangan yang lain di kota Aceh. Oleh yang demikian, kajian ini tidak boleh digeneralisasikan kepada pengguna semua cawangan ar-Rahnu di Aceh.



Selain itu, kajian ini hanya terbatas kepada semua item yang terkandung dalam borang selidik yang telah diedarkan. Menurut Choy (2014) bagi mengumpul data dalam soal sesebuah penyelidikan, penyelidik dapat menggunakan hanya satu kaedah pengumpulan data jika data yang diperlukan sudah dapat terpenuhi. Walau bagaimanapun menurut Robson (2011) dalam menjalankan kaedah soal selidik terdapat kemungkinan responden yang tidak mengembalikan borang soal selidik yang telah diedarkan. Oleh itu, bagi meminimalkan limitasi dalam kajian ini, maka pengkaji akan sedaya upaya berkomunikasi dengan responden bagi memudahkan responden mengisi item yang terkandung dan mengembalikan soal selidik.

Fokus kajian ini juga hanya membataskan pengkaji bagi meninjau empat faktor yang mempengaruhi penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan ar-Rahnu di kota





Langsa, Aceh. Empat faktor tersebut iaitu faktor promosi, faktor produk, faktor lokasi, dan faktor harga yang diadaptasi daripada teori pemasaran 4P. (Mc Charty, 1964). Manakala kemungkinan terdapat pengaruh faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan ar-Rahnu di kota Langsa tidak diambilkira dalam kajian ini.

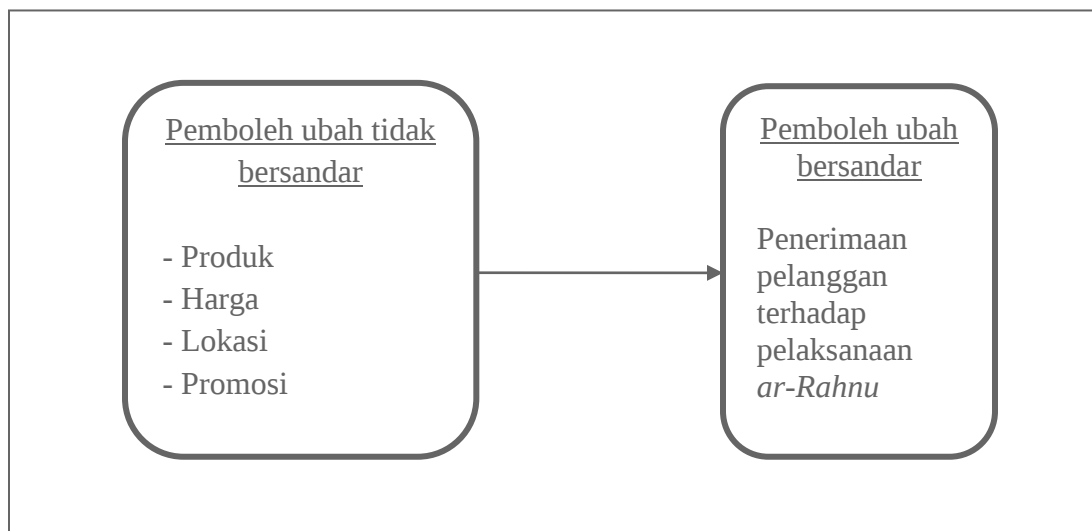
1.9 Kerangka Konseptual Kajian

Menurut Smith (2008), kerangka konseptual merupakan satu set cadangan perkaitan antara pemboleh ubah kajian yang merupakan input kepada proses dan hasil kajian yang spesifik. Bagi tujuan kajian ini, penyelidik telah membentuk satu kerangka konseptual yang berasaskan kepada perkaitan pemboleh ubah tidak bersandar dan pemboleh ubah bersandar.

Rajah 1.1 menerangkan kerangka konseptual kajian di man ape,boleh ubah tidak bersandar dalam kajian ini adalah terdapat empat faktor dalam teori pemasaran yang diadaptasi dari teori pemasaran 4P (Me Charty, 1964), empat faktor tersebut iaitu faktor produk (product), faktor harga (price), faktor tempat (place), dan faktor promosi (promotion) yang merupakan pemboleh ubah yang dapat mempengaruhi kepada penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan ar-Rahnu di kota Langsa, Aceh. Manakala penerimaan pelanggan terhadap pelaksanaan ar-Rahnu di kota Langsa, Aceh adalah



pemboleh ubah bersandar yang menerima kesan daripada teori pemasaran 4P (Me Charty, 1964).



1.10 Definisi Operasional

Berikut merupakan Istilah-istilah yang digunakan dalam kajian ini:

1.10.1 Penerimaan pelanggan

Tahap penerimaan pelanggan menurut Puspita Suci Arianto (2014) di definisikan tindakan individu yang melibatkan pembelian penggunaan barang dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut sebagai pengalaman dengan produk, pelayanan dari sumber lainnya. Tindakan



tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, keluarga, serta aturan dan status sosial pelanggan (Andi Muhammad Ismail dan Dhanang Eka Putera, 2016).

Dalam kajian ini, penerimaan pelanggan merujuk kepada tindakan pelanggan yang dapat menerima dan mengikuti pelaksanaan ar-Rahnu di kota Langsa, Aceh sama ada bagi membantu dalam kewangan masyarakat, mahupun bagi memenuhi semua keperluan pelanggan yang menginginkan transaksi selamat dan cepat tanpa berunsurkan riba.

1.10.2 Produk



Menurut Dharu Kusuma Wardani, Patricia Diana Paramita & Maria M Minarsih (2016)

produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar untuk dilihat, dipakai, dimiliki atau digunakan sehingga dapat memuaskan keinginan atau keperluan. Manakala Khilmi Novita Sari, Azis Fathoni dan Leonardo Budi Hasionaln (2016) menyatakan bahawa hampir semua yang dimaksudkan produk adalah benda nyata yang dapat dilihat dan dirasakan. Dalam pengeluaran produk dibeli dalam bentuk bahan mentah dan dijual sebagai barang akhir (Triastuti Ayuningtias & Handoyo Djoko, 2017).

Dalam kajian ini, produk merujuk kepada sesuatu yang dilaksanakan sebuah program, inovasi, mahupun kemudahan-kemudahan institusi ar-Rahnu di kota Langsa yang dapat ditawarkan kepada pelanggan dan calon pelanggan sehingga dapat memenuhi keinginan dan keperluan.





1.10.3 Harga

Menurut Andi Muhammad Ismail dan Dhanang Eka Putera (2016) harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan wang atau barangan lain untuk memanfaatkan yang diperoleh dari suatu barangan atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa (Arka Arviantama, Leonardo Budi Hasiholan, Edward Gagah Purwana dan Darsin, 2017).

1.10.4 Lokasi



Menurut Ernawati, Yusuf dan Sabri (2014) lokasi bermakna di mana suatu perusahaan atau aktiviti perusahaan dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Menurut Shobirin, Azis Fathoni dan Maria Minarsih (2016) faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis perusahaan yang berbeda. Dapat juga dikatakan suatu daerah pedalaman, kawasan desa atau kampung.

1.10.5 Promosi





Menurut Yuni Ratna Wulan (2016), promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau perhikhidmatan dengan tujuan menarik bakal pengguna untuk membeli atau menggunakannya. Yafie Miftah Imani, Eko Nugroho dan Wing Wahyu Winarno (2017) menambahkan dengan adanya promosi pengeluar atau pengedar mengharapkan kenaikan dari segi jualan.

1.10. 6 Umur

Menurut Yuni Ratna Wulan (2016) umur adalah usia suatu makhluk yang terhitung dari saat terlahirnya makhluk hidup, seperti manusia, binatang, tumbuh-tumbuhan, dan lain lain. Definisi lain, umur diukur dari tarikh ianya lahir sehingga tarikh semasa. Manakala usia pula diukur dari tarikh kejadian itu bermula sehinggalah tarikh semasa. Umur sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia, seperti tingkat kedewasaan, tingkah laku, sopan santun, seseorang dapat dinilai dari umur orang tersebut (Indah Lestari, 2015).

1.10.7 Tahap pendidikan

Tahap pendidikan ada dua golongan iaitu:

- Seseorang yang tidak berpendidikan atau pendidikannya rendah seperti setara SMA, mereka juga memiliki pekerjaan rendah yang bergaji rendah maka mereka menggadaikan harta bendanya untuk mendapatkan wang dan untuk sarah hidupnya (Yuni Ratna Wulan, 2016).





- Dan seseorang yang berpendidikan tinggi, walaupun memiliki pekerjaan n dengan gaji tinggi, namun keperluan masih tidak mencukupi yang memerlukan mereka menggadaikan harta bendanya untuk menampung kehidupannya (Yuni Ratna Wulan, 2016).

1.11 Rumusan

Bab ini telah menjelaskan semua aspek yang menjadi panduan asas dalam melakukan kajian ini. Latar belakang kajian dan pernyataan masalah telah dibincangkan untuk melihat yang boleh menyokong tujuan dan objektif kajian. Kedua-dua aspek tersebut menjadi rujukan utama dalam memastikan mendapat maklumat yang memenuhi keperluan kajian yang dijalankan. Soalan kajian dan kepentingan kajian memastikan arah utama dalam kajian mencapai tujuan dan objektif yang ingin dicapai.

