

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEUNTUNGAN  
PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT PENGUSAHA MIKRO  
MENGUNAKAN PRODUK RAHN BANK ACEH SYARIAH DI  
KABUPATEN BIREUEN**

**THE EFFECT PERCEPTION OF CONVENIENCE, PROFIT, SAFETY  
EFFECT ON THE INTEREST OF MICRO ENTREPRENEURS IN USING  
THE RAHN PRODUCTS OF BANK ACEH SYARIAH IN BIREUEN  
REGENCY**

**Haryani, Asrida, Iskandar Aziz, Chairul Bariah**

Universitas Almuslim

[haryani\\_68@yahoo.co.id](mailto:haryani_68@yahoo.co.id)

[asrida@gmail.com](mailto:asrida@gmail.com)

[iskandaraziz1@gmail.com](mailto:iskandaraziz1@gmail.com)

[chairulb06@gmail.com](mailto:chairulb06@gmail.com)

***Abstract***

*This study aims to analyze the effect of convenience, profit, safety simultaneously and partially on the public's interest in using the rahn product of Bank Aceh Syariah in Bireuen Regency. This research is a quantitative study using multiple linear regression analysis method with a total of 31 respondents. The results of this study indicate that the perception of convenience, the perception of profit and the perception of security simultaneously have a significant effect on the interest of micro entrepreneurs in using the rahn products of Bank Aceh Syariah in Bireuen Regency. The perception of convenience has a significant influence on the interest of micro entrepreneurs in using Bank Aceh Syariah rahn products in Bireuen Regency. Perceptions of profit have a significant influence on the interest of micro entrepreneurs in using Bank Aceh Syariah rahn products in Bireuen Regency. Perceptions of security have a significant influence on the interest of micro entrepreneurs in using Bank Aceh Syariah rahn products in Bireuen Regency.*

**Keywords:** *Perception, Interests, Rahn, Profits, Security, Ease*

***Abstrak***

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, keuntungan, keamanan secara serempak dan parsial terhadap minat masyarakat menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda dengan total responden sebanyak 31 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi keuntungan dan persepsi keamanan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah Di Kabupaten Bireuen. Persepsi kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat pengusaha mikro dalam*

*menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen. Persepsi keuntungan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen. Persepsi keamanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen.*

**Kata kunci:** *Persepsi, Minat, Rahn, Keuntungan, Keamanan, Kemudahan*

## **A. Pendahuluan**

Dunia yang serba cepat semakin ditandai dengan transaksi berbagai kebutuhan manusia. Uang ataupun modal menjadi factor produksi utama dalam menggerakkan roda usaha. Untuk memperoleh modal uang tersebut berbagai sumber menjadi tumpuan masyarakat. Rahn ataupun menahan barang sebagai jaminan atas hutang menjadi salah satu sumber untuk memperoleh modal usaha ataupun kebutuhan terdesak pengusaha. Pihak yang menyediakan dana akan memperoleh upah dari biaya penjaminan barang jaminan tersebut. Transaksi ini sangat mudah, aman dan menguntungkan secara hukum Islam.

Rahn menjadi produk yang diminati oleh pengusaha. Beragam alasan menjadi dasar pijakan mengapa rahn menjadi pilihan untuk memperoleh modal/uang. Poin utama yang menjadi perbedaan antara Gadai dan Rahn adalah pada penerapan biaya. Dalam gadai konvensional penerapan beban biaya berdasarkan persentase dari modal/uang yang diajukan. Berbeda dengan rahn, biaya tersebut berdasarkan bobot barang jaminan. Penerapan sanksi pada gadai sementara rahn tetap mengadopsi prinsip hukum Islam. Hal-hal inilah menjadi alasan utama sehingga rahn menjadi lebih mudah, aman dan menguntungkan.

Kehadiran skema rahn menjadi pilihan masyarakat di Aceh juga dikarenakan mayoritas masyarakat Aceh beragama Islam. Prinsip muslim adalah tunduk dan patuh pada syariat. Prinsip Islam dalam transaksi tidak dibenarkan adanya riba dan mendhalimi pihak yang lemah. Meskipun dilandasi transaksi dan saling ridha, namun dua syarat tersebut tidak boleh melanggar syariat Islam. Dimasa lalu umumnya muslim di seluruh negara dan khususnya di Aceh tidak memiliki alternatif untuk mengakses uang muka jangka pendek tanpa bunga dan

berbiaya rendah. Keadaan ini membaik dengan diperkenalkan skema ar-Rahnu dan lembaga yang menyediakan memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat.

Penelitian sebelumnya tentang ar-rahnu hanya menitik beratkan pada masalah tinjauan hukum dan persepsi pemuka agama Islam terhadap konsep ar-rahnu. Akibatnya peneliti memiliki gambaran tidak sempurna bagaimana ar-rahnu di mata pelaku usaha. Faktor apakah yang menjadi motivasi mereka menggunakan produk tersebut.

Dengan latar belakang yang telah disampaikan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat pengusaha mikro menggunakan produk rahn bank aceh syariah?
2. Bagaimana pengaruh persepsi keuntungan terhadap minat pengusaha mikro menggunakan produk rahn bank aceh syariah?
3. Bagaimana pengaruh persepsi keamanan terhadap minat pengusaha mikro menggunakan produk rahn bank aceh syariah?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan, keuntungan dan keamanan terhadap minat pengusaha mikro menggunakan produk rahn bank aceh syariah?

Kontribusi utama dari penelitian ini adalah bagi pihak Bank Aceh Syariah dalam menyempurnakan pelayanan, sehingga animo masyarakat secara umum menjadi meningkat terhadap penggunaan produk layanan keuangan ini.

## **B. Landasan Teori**

Alqur'an sebagai sumber hukum utama dalam Islam, dalam surah Al-Baqarah ayat 275 dijelaskan bahwa "mereka yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila, yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba"

Kutipan ayat Alqur'an menunjukkan bahwa aturan Islam berkaitan riba tidak boleh dilibatkan dalam semua jenis transaksi. Sehingga dalam proses pendirian pegadaian cara Islam membutuhkan pelibatan konsep *qardhul hasan*,

*wadhiah, ujarah* dan *ijarah*. Penerapan konsep tersebut untuk menghilangkan riba. Hal ini sebagaimana di jelaskan dalam penelitian Ismail dan Sanusi (2005)

### **1. Sistem Penetapan Harga**

Dalam penelitian yang di lakukan oleh Mohammed et al (2005) menjelaskan bahwa penting penetapan harga terkait dengan transaksi pegadaian. Hal senada juga disampaikan oleh Amin et al (2007) bahwa sistem penetapan harga merupakan masalah utama dalam memperkenalkan pegadaian berbasis Islam. Amin juga menjelaskan bahwa emas dan perhiasan merupakan barang berharga yang selalu diterima dagangannya oleh pegadaian. Itu juga menjadi syarat dalam pegadaian bahwa barang yang dijadikan jaminan atas pinjaman merupakan barang yang bernilai dan dapat di perjual belikan.

### **2. Layanan Pelanggan**

Layanan pelanggan merupakan salah satu factor yang akan melahirkan kepuasan dan minat pelanggan untuk menggunakan jasa yang di tawarkan. Layanan pelanggan memiliki peranan penting dalam mewujudkan kesuksesan suatu lembaga penyedia jasa. Pelanggan lebih memilih jasa Rahn (pegadaian berbasis syariat Islam) oleh karena ia tidak mengenakan bunga, aset yang terjamin keamanan dalam penguasaan pihak lembaga keuangan dan kemudahan administrasi. Namun disamping itu, layanan Rahn juga harus menjaga catatan pelanggan, kerahasiaan, perlakuan yang adil. Hal ini sebagaimana yang di sarankan oleh Muhammad et al (2005) bahwa penting untuk ditekankan pada layanan pelanggan, untuk memperkuat basis pelanggan, disamping perhatian pada pandangan syariah. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh ismail dan ahmad (1997) menjelaskan bahwa prosedur yang cepat dan biaya transaksi yang lebih rendah dibandingkan dengan lembaga keuangan tradisional, suku bunga, kelayakan kredit konsumen, durasi pinjaman, kerahasiaan dan jam operasional adalah beberapa factor yang dianggap perlu dipertimbangkan

### **3. Ijab dan Qabul**

Dalam literatur fiqh Islam, bahwa syarat dalam berbagai akad adalah adanya ijab dan qabul. Hal tersebut memiliki prasyarat tidak mengandung unsur paksa, atas kesadaran sendiri. Untuk memiliki qabul (penerimaan) pelanggan maka dibutuhkan citra yang baik dari sebuah lembaga dan jasa yang ditawarkan. Sam et.

Al., (2010) menjelaskan bahwa penerimaan individu pelanggan diyakini dipengaruhi oleh persepsi merek, seseorang dapat menjadi pengguna atau klien produk atau layanan tertentu, atau siapa saja yang memilih, mengatur, dan menafsirkan input informasi untuk membuat gambaran yang bermakna tentang produk atau layanan tertentu. Itu tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan dengan bidang sekitarnya dan pada kondisi dalam individu.

Dengan demikian hipotesis berikut ini dinyatakan:

- H1: Persepsi kemudahan berpengaruh kepada minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah
- H2: Persepsi keuntungan berpengaruh kepada minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah
- H3: Persepsi keamanan berpengaruh kepada minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah
- H4: Persepsi kemudahan, keuntungan dan keamanan berpengaruh kepada minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah

### **C. Metode Penelitian**

Jenis penelitian digunakan adalah deskriptif kausal. Jenis penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang minat nasabah dalam menggunakan produk Rahn pada Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen. Menurut Umar (2010) bahwa metode riset deskriptif bertujuan untuk menjawab pertanyaan menyangkut sesuatu pada waktu berlangsungnya riset. Sementara kausal menurut Malhotra (2006) bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel penelitian melalui pengujian hipotesis yang memakai perhitungan statistik.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengusaha mikro di Kota Bireuen sebesar 310 pengusaha. Sampel yang digunakan adalah 31 pengusaha hal ini sesuai dengan apa disampaikan oleh Arikunto (2012) apabila jumlah responden lebih dari 100, maka pengambilan sampel 10%-15% atau 20%-25% atau lebih.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan kuesioner. Pada observasi dilakukan pengamatan langsung dilapangan. Wawancara dilakukan dengan seluruh pengusaha sejumlah sampel yang

direncanakan dan dengan cara *purposive sampling*. Kuesioner terdiri dari 9 kuesioner pada variabel Persepsi kemudahan, 9 kuesioner variabel persepsi keuntungan, 11 kuesioner variabel persepsi keamanan dan 13 kuesioner pada variabel minat dalam menggunakan produk Rahn.

Untuk mengetahui keabsahan kuesioner dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas variabel. Analisis data menggunakan analisis regresi sederhana, regresi ganda dan uji hipotesis.

#### D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa pada variabel persepsi kemudahan 9 kuesioner semuanya valid, persepsi keuntungan dari 9 kuesioner tidak valid 1 dan 8 valid, persepsi keamanan 11 kuesioner valid dan mint 13 kuesioner dinyatakan valid. Hasil uji korelasi produk momen dinyatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0.3).

Adapun hasil uji reliabilitas variabel Persepsi kemudahan, Persepsi keuntungan, Persepsi Keamanan dan Minat sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Kesimpulan
1	Persepsi kemudahan	0,899	9	Reliable
2	Persepsi keuntungan	0,800	9	Reliable
3	Persepsi Keamanan	0,874	11	Reliable
4	Minat	0,922	13	Reliable

Sumber: Hasil penelitian (data diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh bahwa nilai cronbach's alpha > 0,6, ini berarti bahwa variable Persepsi kemudahan, Persepsi keuntungan, Persepsi Keamanan dan Minat dinyatakan reliable.

Hasil uji koefisien korelasi dan determinasi antara Persepsi kemudahan (X1), Persepsi keuntungan (X2), Persepsi Keamanan (X3) terhadap Minat (Y).

**Tabel 5**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.903 <sup>a</sup>	.815	.794	2.989	1.868

Sumber: Hasil penelitian (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa persepsi kemudahan, persepsi keuntungan, dan persepsi keamanan secara simultan memiliki hubungan yang sangat kuat dengan minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk Rahn Bank Aceh Syariah yang ditunjukkan dengan nilai *r* sebesar 0.903. Nilai *R Square* sebesar 0,815 menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi keuntungan, dan persepsi keamanan memberikan kontribusi sebesar 81,5% sedangkan sisanya sebesar 18.5% dipengaruhi variabel lain.

Hasil pengujian regresi sederhana variabel Persepsi kemudahan terhadap Minat adalah sebagai berikut:

**Tabel 6**  
**Uji Regresi Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.844	5.646		2.098	.045
	persepsi_kemudahan	.782	.096	.835	8.157	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil penelitian (data diolah)

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 11,844 + 0,782 X1 + e$$

Persamaan ini dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi kemudahan (X1) meningkat 1 poin maka variabel minat (Y) akan mengalami peningkatan 0,782 poin.

Hasil sig. (0.000 < 0.05), berarti Ho ditolak dan Ha diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Persepsi kemudahan terhadap minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen.

Hasil pengujian regresi sederhana variabel persepsi keuntungan terhadap Minat adalah sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Uji Regresi Pengaruh Persepsi Keuntungan Terhadap Minat**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.148	8.200		1.481	.149
	persepsi_keuntungan	1.001	.180	.719	5.570	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber Hasil penelitian (data diolah)

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 12,148 + 1,001 X_2 + e$$

Persamaan ini dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi keuntungan (X<sub>2</sub>) meningkat 1 poin maka variabel Minat (Y) akan mengalami peningkatan 1,001 poin.

Hasil sig. (0.000 < 0.05), berarti Ho ditolak dan Ha diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi keuntungan terhadap minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen.

Hasil pengujian regresi sederhana variabel persepsi keamanan terhadap Minat adalah sebagai berikut:

**Tabel 8**  
**Uji Regresi Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.587	8.775		4.170	.000
	persepsi_keamanan	.430	.178	.409	2.411	.022

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil penelitian (data diolah)

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 36,587 + 0,430 X_3 + e$$

Persamaan ini dapat diartikan bahwa apabila variabel persepsi keamanan (X3) meningkat 1 poin maka variabel Minat (Y) akan mengalami peningkatan 0,430 poin.

Hasil sig. (0.000 < 0.05), berarti Ho ditolak dan Ha diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi keamanan terhadap minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen.

**Tabel 9**  
**Persamaan Regresi Pengaruh Variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Keuntungan dan Persepsi Keamanan terhadap Minat**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,357	6,376		-0,997	0,328
	Persepsi_kemudahan	0,547	0,098	0,584	5,602	0,000
	Persepsi_keuntungan	0,471	0,143	0,338	3,293	0,003
	Persepsi_keamanan	0,216	0,090	0,205	2,398	0,024

- a. Dependen variabel: Minat
  - b. Predictors: (Constant), IPersepsi Keamanan, Persepsi keuntungan, Persepsi kemudahan
- Sumber: Hasil penelitian (data diolah)

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 6,357 + 0,547 X1 + 0,471 X2 + 0,216 X3 + e$$

Penjelasan dari persamaan di atas adalah sebagai berikut: Nilai konstanta (a) sebesar 6,357 menyatakan bahwa apabila tidak ada kenaikan nilai dari variabel Persepsi kemudahan, Persepsi keuntungan dan Persepsi Keamanan maka nilai minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen sebesar 6,357. Koefisien regresi ganda sebesar 0,547, 0,417 dan 0,216 menyatakan bahwa setiap penambahan satu skor Persepsi kemudahan, Persepsi keuntungan dan Persepsi keamanan akan memberikan kenaikan skor sebesar 0,547, 0,417 dan 0,216.

**Tabel 10**  
**Uji Regresi Pengaruh Variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Keuntungan dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat**

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1060.312	3	353.437	39.558	.000 <sup>b</sup>
	Residual	241.236	27	8.935		
	Total	1301.548	30			

- a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan
- b. Dependent variabel: Minat

Uji hipotesis menunjukkan bahwa sig. ( $0.000 < 0.05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Persepsi kemudahan, persepsi keuntungan dan persepsi keamanan terhadap minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen.

### E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Persepsi kemudahan terhadap minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Persepsi keuntungan terhadap minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Persepsi Keamanan terhadap minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Persepsi kemudahan, Persepsi keuntungan dan Persepsi Keamanan terhadap minat pengusaha mikro dalam menggunakan produk rahn Bank Aceh Syariah di Kabupaten Bireuen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, H. et al. (2007), An Ar-Rahnu Shop Acceptance Model (Arsam)", *Labuan E-Journal Of Muamalat And Society*, Vol. 1, pp. 82-94.
- Arikunto, S. (2012). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Pt. Rineka Cipta.
- Ismail, A.G. And Sanusi, N.A., (2005), A Framework For Regulating Pawnshops: Why Do, What Area And Shariah View, Paper Prepared To Be Presented At The Malaysian Finance Association (Mfa)'S 7<sup>th</sup> Annual Conference, 9<sup>th</sup> – 10<sup>th</sup> May 2005, Primula Beach Resort, Kuala Terengganu, Terengganu, [Http://Www.Kantakji.Com](http://www.kantakji.com) (28 November 2010).
- Malhotra, N.K., (2006). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan*. P.T. Indeks, Jakarta.
- Mohammed, N. Et Al. (2005), Analisis Skim Ar-Rahnu: Satu Kajian Perbandingan Dengan Pajak Gadai Konvensional. *Prosiding Seminar Kewangan Dan Ekonomi Islam: Pengukuhan Dan Transformasi Ekonomi Dan Kewangan Islam*, 29<sup>th</sup>-30<sup>th</sup> August, Esset-Bangi, Selangor Darul Ehsan, 211 – 220.
- Sanusi, N.A. And Johari, M.S. (2006), Prestasi Perkhidmatan Ar-Rahnu: Kajian Kes Mgit, *Proceedings Of National Seminar In Islamic Banking And Finance: Islamic Wealth Management, Prospects, Issues And Challenges*, 29-30 August, Serdang, Selangor Darul Ehsan.
- Umar, H. (2010). *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.