

**FAKTOR NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK RAHN
PADA PT.PEGADAIAN SYARI'AH CABANG SUBRANTAS PEKANBARU**

Deni Tri Mulyanto

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi
Jl. Gatot Subroto KM 7 Kenun Nenas Teluk Kuantan Kab. Kuantan Singingi
Email : denitrimulyanto@gmail.com, meriyuliani6@gmail.com

Abstract:

Limited Liability Company (PT) Pegadaian Syari'ah Pekanbaru Soebrantas Branch is one of the PT. Sharia-based pawn shops that serve customers pawning their goods, especially those with an interest in meeting their daily needs. Rahn products are one of the superior products offered by PT. Pegadaian Syari'ah Pekanbaru Subrantas Branch, this product can be used by customers for a place to borrow money with a time limit given for 15 days, the amount of which starts from Rp. 50,000 to Rp. 200 million with a maximum term of 4 months. The study used a sample of 44 people Gold Pawn Products (Ar-Rahn) Data Collection techniques conducted by Observation, interview and documentation and Data Analysis using the results of interviews with the aim of explaining the real situation. From the results of research procedures for financing Gold Pawn products, prospective customers come directly to PT. Pegadaian Syariah Branch of Subrantas Pekanbaru by carrying gold in the form of jewelry or bars by showing predetermined financing requirements. Then the pawn officer will calculate the financing the customer will receive. disbursement accompanied by payment of administrative costs in cash in accordance with specified, then the quality of the pawn officer is examined to determine the value of the financing to be provided Customer factors in choosing Rahn Products are as follows: because of the ease of collateral, because of the ease of getting information from the mass media, print and electronic media as well as because of the increasing needs of people's lives due to economic conditions that tend to change. Factors that make

customers prefer Rahn products when compared with other products at PT. Syari'ah Pegadaian Branch of Subrantas Pekanbaru, namely: Very low Ujroh Tariff Factor, Easy and simple and fast Process Factors and Requirements, Goods Safety Guarantee Factor guaranteed by the pawnshop, Obligatory Factors (Syari'ah) because in the transaction process without interest as in Conventional Banks and Location Factors of PT. Pegadaian Shari'ah Subrantas Branch that can be reached from all cities in Pekanbaru.

Keywords: Customer Factors, Rahn Products

Abstrak :

Perseroan Terbatas (PT) Pegadaian Syari'ah Cabang Soebrantas Pekanbaru merupakan salah satu PT. Pegadaian yang berbasis syari'ah yang melayani nasabah menggadaikan barangnya terutama yang berkepentingan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Produk *Rahn* adalah salah satu produk unggulan yang ditawarkan PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru, produk ini dapat dimanfaatkan oleh nasabah untuk tempat meminjam uang dengan batas waktu diberikan selama 15 hari yang besaran injamannya mulai dari Rp. 50.000 sampai dengan Rp. 200 juta dengan jangka waktu maksimal 4 bulan. Penelitian menggunakan sampel sebanyak 44 orang Nasabah Produk Gadai Emas (*Ar-Rahn*) teknik Pengumpulan Data dilakukan dengan Observasi, wawancara dan dokumentasi dan Analisis Data menggunakan hasil wawancara dengan tujuan menjelaskan keadaan yang sesungguhnya. Dari hasil penelitian prosedur pembiayaan produk Gadai Emas adalah Calon nasabah datang langsung ke PT. Pegadaian Syariah Cabang Subrantas Pekanbaru dengan membawa emas yang berupa perhiasan ataupun batangan dengan menunjukkan persyaratan pembiayaan yang telah ditentukan. Kemudian petugas gadai akan menghitung pembiayaan yang akan diterima nasabah. pencairan disertai dengan pembayaran biaya administrasi secara tunai sesuai dengan yang telah ditentukan, kemudian diteliti kualitasnya oleh petugas gadai untuk menetapkan nilai pembiayaan yang akan diberikan Faktor Nasabah dalam memilih Produk *Rahn* sebagai berikut : karena kemudahan Agunan, karena mudahnya mendapatkan Informasi dari media masa, media cetak dan elektronik serta karena kebutuhan hidup masyarakat yang semakin meningkat karena keadaan ekonomi yang cenderung berubah-ubah. Faktor yang membuat nasabah lebih memilih produk *Rahn* jika dibandingkan dengan produk yang lainnya di PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru yaitu : Faktor Tarif Ujroh yang sangat rendah, Faktor Proses dan Persyaratan yang mudah dan simpel serta cepat, Faktor Jaminan Keamanan Barang yang dijamin oleh pegadaian, Faktor Kehalalan (Syari'ah) karena didalam proses tranasaksi tanpa Bunga sebahaimana di Bank Konvensional dan Faktor Letak Lokasi PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas yang dapat diangkau dari seluruh kota pekanbaru.

Kata kunci: Faktor Nasabah, Produk Rahn

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pegadaian syariah di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat meskipun pegadaian konvensional masih mendominasi bisnis pegadaian. Pegadaian syariah hanya memperoleh keuntungan dari biaya jasa penyimpanan, perawatan barang serta biaya administrasi. Biaya penyimpanan dan perawatan tersebut ditentukan juga bukan berdasarkan dari jumlah uang yang dipinjamkan. Berbeda dengan pegadaian konvensional dimana keuntungan yang diperoleh berasal dari bunga/tambahan/sewa modal yang diperhitungkan dari jumlah uang yang dipinjamkan. Selain itu perbedaan antara pegadaian syariah dan pegadaian konvensional terletak pada sumber dana yang digunakan, pegadaian syariah menggunakan dana yang berasal dari modal sendiri ditambah dari sumber dana ketiga yang dapat dipertanggung jawabkan dan bebas dari riba. Pegadaian syariah bekerja sama dengan bank Muamalat sebagai fundernya (Huda dan Heykal, 2010: 280).

Promosi dianggap sebagai salah satu hal yang mendasari keputusan nasabah. Melalui promosi yang dilakukan oleh pegadaian syariah, nasabah akan mulai mengenal tentang bagaimana pegadaian syariah dan produk-produknya. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:18) promosi merupakan suatu bentuk upaya komunikasi antara pemasar dengan konsumen dalam rangka menginformasikan dan mempengaruhi mereka untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi dapat membantu menaikkan angka penjualan produk. Dengan adanya promosi nasabah akan lebih mengetahui keuntungan dan keunggulan dari produk yang ditawarkan sehingga menimbulkan rasa tertarik dan minat untuk membeli. Tanpa adanya promosi sebuah produk akan sulit untuk berkembang dengan maksimal dan mengalami kesulitan dalam menaikkan angka penjualan. Menurut Tjiptono (1998: 226) promosi sendiri meliputi promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, kehumasan/*public relation* dan pemasaran langsung.

Produk *Rahn* adalah salah satu produk unggulan yang ditawarkan PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru, produk ini dapat dimanfaatkan oleh nasabah untuk tempat meminjam uang dengan batas waktu diberikan selama 15 hari yang besaran injamannya mulai dari Rp. 50.000 sampai dengan Rp. 200 juta dengan jangka waktu maksimal 4 bulan. Persyaratan atau agunan peminjaman Nasabah hanya berupa perhiasan emas, BPKB kendaraan (motor dan mobil) serta barang berharga lainnya seperti perak, intan atau mutiara serta surat berharga. Untuk peminjaman produk rahn ini nasabah cukup membawa fotocopy KTP dan menyerahkan jaminan barang berharga, layanan ini bisa dilakukan diseluruh outlet Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru.

Persyaratan dan jaminan yang begitu mudah ini cukup membuat nasabah lebih banyak memilih produk Rahn. Dalam hal ini Budianto (2015: 52) menuturkan bahwa perilaku konsumen atau nasabah merupakan faktor-faktor yang dapat menjadi penentu dan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013: 20) dengan memahami perilaku konsumen yang ada akan berguna dalam proses perencanaan strategi pemasaran yang tepat.

Perseroan Terbatas (PT) Pegadaian Syari'ah Cabang Soebrantas Pekanbaru merupakan salah satu PT. Pegadaian yang berbasis syari'ah yang

melayani nasabah menggadaikan barangnya terutama yang berkepentingan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun demikian dari sekian banyak pelanggan atau nasabah yang berurusan dengan PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru ini lebih cenderung untuk memilih Gadai Emas (*rahn*), hal ini sesuai dengan gejala awal yang peneliti lihat diantaranya yaitu :

1. Banyak para nasabah berlomba-lomba untuk memilih produk *Rahn* (Gadai Emas) di PT. Pegadaian Subrantas Pekanbaru
2. Produk lain yaitu produk *Arrum*, *Mulia* dan *Amanah* juga tak kalah baiknya namun demikian hanya sedikit nasabah yang memilihnya, sejak tahun 2016 sampai tahun 2017 jumlah nasabah produk tersebut pada tabel berikut :

No	Nama Produk	Tahun	
		2016	2017
1	<i>Rahn</i>	7.080	7.967
2	<i>Arrum</i>	239	37
3	<i>Amanah</i>	147	35
4	<i>Mulia</i>	8	219
Jumlah		7.474	8.258

Sumber : *Laporan Bagian Pemasaran Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas*

3. Sebagian Nasabah memberikan tanggapan bahwa produk *Rahn* sangat menguntungkan dan membantu mereka dalam membuka usaha.
4. Para Nasabah beranggapan bahwa dengan menggadaikan perhiasan emas (*Rahn*) jauh lebih mudah dari menjadikan benda lain sebagai agunan.
5. Produk *Rahn* memiliki tarif ujah yang cukup ringan sehingga membantu nasabah untuk mempermudah proses pembayaran. (Wawancara dengan Nikmatul Maula, Karyawan PT Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru)

Berdasarkan beberapa gejala diatas maka penulis tertarik untuk mengkajinya lebih mendalam dengan melaksanakan penelitian yang berjudul “**Faktor Nasabah Dalam memilih Produk *Rahn* pada PT Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru**”

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Faktor Nasabah

Kata faktor sama dengan hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu atau dapat merubah suatu keadaan menjadi lebih baik dan lebih buruk (Partanto, 2010: 341). Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor adalah suatu keadaan atau suatu hal yang akan menyebabkan dan mempengaruhi suatu keadaan atau terjadinya sesuatu yang positif maupun yang negatif.

Sementara kata “Nasabah” secara bahasa adalah orang-orang yang biasa berhubungan baik langsung maupun tidak langsung dan menjadi pelanggan bank dalam hal keuangan. (Partanto, 2010:435). Nasabah merupakan unsur pokok atau pendapatan utama bank dari proses transaksi yang dilakukan oleh nasabah tersebut, tanpa adanya nasabah maka pendapatan bank akan menjadi sulit.

Sementara menurut undang-undang nomor 10 tahun 1998 pasal 1 ayat 16 menyatakan bahwa nasabah adalah setiap pihak baik kelompok (organisasi) perusahaan atau perseorangan yang menggunakan jasa bank dalam pengelolaan keuangannya dan memiliki rekening atau deposito pada bank tersebut sehingga senantiasa bertransaksi menggunakan rekening atau buku tabungannya baik melalui tarik tunai maupun Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dalam bertransaksi. Intinya nasabah adalah setiap pihak yang berurusan dengan pihak bank dalam hal keuangan, baik itu menabung, transfer, pinjaman, deposito maupun pembuatan surat berharga seperti giro.

2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Jaika diharuskan memilih sesuatu yang lebih dari satu, maka harus mempunyai yang namanya keputusan final dalam menetapkan pilihan, begitu juga nasabah di PT. Pegadaian Syari'ah. Proses keputusan nasabah yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: (Kotler,2008)

- a. Pengenalan masalah, yaitu konsumen menyadari akan adanya kebutuhan. Konsumen menyadari adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang di harapkan
- b. Pencarian informasi, yaitu konsumen ingin mencari lebih banyak konsumen lain yang mungkin hanya bertujuan untuk memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif, sehingga seluruh informasi tersebut dihimpun dan diambil satu kesimpulan dalam menentukan pilihan.
- c. Evaluasi alternatif yaitu mempelajari dan mengevaluasi alternatif yang diperoleh melalui pencarian informasi untuk mendapatkan alternatif pilihan terbaik yang akan digunakan untuk melakukan keputusan pembelian.
- d. Keputusan membeli, yaitu melakukan keputusan untuk melakukan pembelian yang telah diperoleh dari evaluasi alternatif terhadap merek yang akan dipilih.
- e. Perilaku sesudah pembelian, yaitu keadaan dimana sesudah pembelian terhadap suatu produk atau jasa maka konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

Menurut Mu'anas (2014:42) perilaku konsumen ataupun nasabah yang mempengaruhi keputusan untuk memilih suatu produk yaitu:

1. Promosi

Sangadji dan Sopiah (2013: 18) mendefinisikan promosi sebagai kegiatan yang bertujuan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009: 120) promosi merupakan bagian dari *marketing mix* yang memiliki peran untuk memasarkan produk, dalam promosi terdapat 2 unsur penting yaitu sebagai alat komunikasi dengan konsumen dan sebagai alat untuk mempengaruhi dan menarik minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

2. Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2002:13) harga sejumlah nilai atau nominal yang diterima dari konsumen sebagai timbal balik dari

penggunaan, pembelian atau pun kepemilikan dari produk baik yang berupa barang ataupun jasa yang diberikan oleh penjual. Menurut Gitosudarmo dalam Muanas (2014:43) harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya.

Pada tingkat ingin membeli, harga menjadi salah satu faktor yang diperhatikan nasabah. Harga terkadang digunakan untuk menilai kualitas sebuah produk/jasa yang ingin dibeli. Harga merupakan salah satu faktor yang diperhitungkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa (Kotler, 2001: 23).

3. Lokasi

Lokasi merupakan keputusan manajemen tentang dimana tempat yang strategis untuk memberikan pelayanan terhadap konsumen (Lupiyoadi, 2013:38). Lokasi pelayanan jasa digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung.

Menurut Lamb (2011: 101) pemilihan lokasi yang sesuai, merupakan keputusan penting. Pertama, karena keputusan lokasi memiliki dampak permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha dimasa mendatang. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan. Jika nilai lokasi memburuk karena keadaan lingkungan yang berubah dan tidak menguntungkan maka usaha harus dipindahkan.

4. Kualitas Pelayanan

Kata Kualitas Pelayanan menurut Sangadji dan Sopiah (2013:99) merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jasa menurut Kotler *et al* dalam Tjiptono (1998:134) jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang sifatnya *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (1995:59) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan konsumen.

Kualitas layanan cenderung mempengaruhi keputusan pembelian karena pelayanan yang dinilai baik dan melebihi ekspektasi akan dipresepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Hal tersebut akan membuat nasabah semakin yakin untuk menggunakan jasa pegadaian syariah. Dan sebaliknya jika kualitas layanan yang dinilai buruk akan dipresepsikan sebagai kualitas layanan yang buruk.

5. Alasan Syariah

Dewan Pengawas Syariah (DPS) memiliki peran untuk memastikan bahwa operasional institusi (pegadaian syariah memenuhi prinsip syariah). Sistem keuangan dalam lembaga keuangan merupakan

bagian dari konsep yang lebih luas tentang ekonomi Islam yang tujuannya memperkenalkan system nilai dan etika Islam kedalam lingkungan ekonomi. Syariah sendiri mengacu pada hukum dan cara hidup yang ditentukan oleh Allah SWT bagi hamba-Nya. Syariah ini meliputi ideologi dan keyakinan, perilaku dan tata karma, dan hal-hal praktis sehari-hari, termasuk salah satunya dalam kegiatan ekonomi. Islam dapat dianggap sebagai merek tersendiri. Sebagai *branding*, Islam mengakomodasi segmen besar konsumen muslim yang memiliki nilai-nilai bersama dan kebutuhan yang sama. *Islamic Branding* dapat dikatakan sebagai bentuk kepatuhan akan syariah (Widiastuti, 2010:12).

Demikian pula dalam bisnis pegadaian syariah, pegadaian syariah menjadi sarana untuk mematuhi kepatuhan syariah dalam menjauhi riba dan praktik gadai yang bathil. Perlu diperhatikan bagaimana mekanisme transaksi dalam kegiatan ekonomi yang dibolehkan dan yang tidak diperbolehkan dalam Islam. Transaksi dapat menjadi haram jika tidak memiliki prinsip saling ridho, mengandung riba, ketidakjelasan dan akad yang tidak sesuai dengan syariah (Lestari: 2015).

2.3 Pegadaian Syari'ah

Kata Pegadaian berasal dari kata dasar “gadai” dalam fikih Islam disebut *ar-rahn*. *Ar-rahn* adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang. Pengertian *ar-rahn* dalam bahasa Arab adalah *atstsubut wa ad-dawam*, yang berarti “tetap” dan “kekal”, seperti dalam kalimat *maun rahin*, yang berarti air yang tenang (Syafei, 1995:17).

Secara umum gadai adalah kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu guna memperoleh sejumlah uang, dimana barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara si penggadai dan penerima gadai (Rais, 2005: 125-126). Pegadaian syariah adalah suatu badan usaha di Indonesia yang secara resmi dan memiliki izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip keislaman (Hadi, 2003: 17).

Dalam dunia finansial, barang tanggungan bisa dikenal dengan jaminan (*collateral*). Kata ini merupakan makna yang bersifat materiil. Karena itu, secara bahasa kata *ar-rahn* berarti “menjadikan sesuatu barang yang bersifat materi sebagai pengikat utang”(Ali, 2008:1) Pengertian gadai (*rahn*) secara bahasa seperti diungkapkan di atas adalah tetap, kekal, dan jaminan; sedangkan dalam pengertian istilah adalah menyandera sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan secara hak, dan dapat diambil kembali sejumlah harta dimaksud sesudah ditebus.

2.4 *Rahn* (Gadai)

Gadai (*rahn*) menurut fiqh adalah akad penyerahan barang atau harta dari nasabah kepada bank sebagai jaminan sebagian atau seluruh hutang. Atau *rahn* adalah menahan salah satu harta milik seseorang (peminjam) sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis, dengan demikian pihak yang menahan memperoleh

memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya (Muhammad, 2007:64)

Menurut Ismail *Ar-Rahn* atau *Rahn* adalah perjanjian penyerahan barang yang digunakan sebagai agunan untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan. Beberapa mendefinisikan rahn sebagai harta yang oleh pemiliknya digunakan sebagai jaminan utang yang bersifat mengikat. Rahn juga diartikan sebagai jaminan terhadap utang yang mungkin dijadikan sebagai pembayar kepada pemberi utang baik seluruhnya atau sebagian apabila pihak yang berutang tidak mampu melunasinya (ismail, 2011:209)

Menurut Ascarya *Rahn* adalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain (bank) dalam hal-hal yang boleh diwakilkan. Atas jasanya, maka penerima kekuasaan dapat meminta imbalan tertentu dari pemberi amanah (Ascarya, 2015:109) Sedangkan menurut Ahmad Azhar Basyir Rahn (Gadai) adalah menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara“ sebagai tanggungan utang, dengan adanya benda yang menjadi tanggungan itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima.(Ahmad, 1983:50)

Rahn adalah perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan utang, atau menjadikan sesuatu benda bernilai menurut pandangan syara“ sebagai tanggungan marhun bih, sehingga dengan adanya tanggungan utang itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima (Hadi, 2003: 51). Menurut Abdullah dan tantric dalam bukunya Ar Rahn adalah kegiatan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan yang diterimanya. Kegiatan seperti ini dilakukan seperti jaminan uang atau gadai (Abdullah dan Tantric, 2013: 225). Ar-rahm adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh bagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai (Antonio, 2001: 128).

2.5 Gadai Emas

Gadai emas menurut UU Perdata pasal 1150 adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berhutang atau oleh seorang lain atasnya, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan.

Gadai emas syariah adalah pegadaian atau penyerahan hak penguasaan secara fisik atas harta/barang berharga (berupa emas) dari nasabah (*arrahin*) kepada bank (*murtahin*) untuk dikelola dengan prinsip *ar-Rahnu* yaitu sebagai jaminan (*al marhun*) atas pinjaman (*al-murhinbih*) yang diberikan kepada nasabah/peminjam tersebut.

Gadai emas syariah saat ini tengah menjadi primadona bagi masyarakat yang memerlukan dana segar dengan cepat. Masyarakat juga memiliki pilihan tempat untuk melakukan gadai emas syariah karena

memiliki kelebihan, seperti persyaratan mudah, proses cepat dan mudah, jaminan keamanan standar bank, pencairan dana cepat, dan jangka waktu peminjaman yang dapat diperbarui.

Segala kelebihan di atas menjadi pendorong bagi masyarakat atau wirausahawan untuk melakukan gadai emas syariah. Bagi lembaga keuangan syariah, khususnya bank syariah, produk gadai emas juga memiliki beberapa keuntungan. Menurut Direktur Utama Karim *Business Consulting*, Adiwarmah A. Karim, ada tiga keuntungan yang diperoleh PT. Pegadaian Syari'ah dari produk gadai emas, yaitu

- 1) Profitabilitas tinggi, margin tebal karena masyarakat kecil mau bayar mahal.
- 2) Bagi bank aman karena ini ibarat seperti Kredit Tanpa Agunan (KTA), tapi kalau KTA tidak ada jaminan, ini ada jaminan dan likuid.
- 3) Tidak ada penyisihan penghapusan aktiva produktif.

Keuntungan dan kelebihan yang dapat diberikan oleh gadai emas syariah baik bagi masyarakat maupun bank syariah menjadikan produk pembiayaan ini memiliki prospek yang bagus untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam aktivitas ekonomi Islam dan ikut serta dalam memperluas penerapan ekonomi Islam di Indonesia.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan analisis data kualitatif. Deskriptif yaitu membandingkan antara kenyataan yang sebenarnya dengan teori-teori yang ada hubungannya dengan permasalahan guna menarik satu kesimpulan yang diwujudkan dalam bentuk angka-angka (Arikunto, 2010: 284)

Penelitian yang penulis lakukan ini termasuk dalam penelitian deskriptif, maka teknik yang digunakan dengan cara setelah datanya terkumpul, lalu diklasifikasikan menjadi data kualitatif yang di gambarkan dengan kata-kata atau dengan kalimat untuk membuat kesimpulan, sedangkan terhadap data yang bersifat kuantitatif dalam bentuk angka-angka (Arikunto, 2010:55) maka penelitian ini menganalisis bagaimana Analisis Faktor Nasabah dalam memilih Produk *Rahn* pada PT Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru.

Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dengan cara mengambil data Dokumen khususnya data nasabah pada produk *Rahn*. Data Sekunder merupakan data yang tidak diusahakan sendiri pengumpulannya oleh penulis. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari dokum-dokumen PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru yang terkait dengan masalah penelitian berupa catatan dan laporan PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru baik data tersebut dipublikasikan maupun data yang tidak dipublikasikan.

Observasi/pengamatan dilakukan untuk memperoleh data dengan cara mengamati aktivitas dan kondisi obyek penelitian. Teknik ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai fakta dan kondisi di lapangan yang merefleksikan tentang faktor Nasabah memilih produk *Rahn* pada

PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Soebrantas Pekanbaru, selanjutnya membuat catatan-catatan hasil pengamatan tersebut. Wawancara adalah suatu proses Tanya jawab atau sebuah pertemuan dengan seseorang untuk membahas sesuatu. Pada metode ini, peneliti menggali serta mengumpulkan data penelitian dengan memberikan pertanyaan baik secara lisan maupun menggunakan teknologi komunikasi. (Supardi, 2005: 121) Dokumentasi dilakukan dengan melakukan pengumpulan data-data dan arsip PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru serta segala bentuk brosur produk di Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru, dan data-data yang relevan dengan penelitian yang dilaksanakan ini.

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu data-data yang diperoleh akan dibahas secara menyeluruh berdasarkan kenyataan yang terjadi di instansi/kantor tempat penelitian ini dilaksanakan kemudian dibandingkan dengan konsep maupun teori yang mendukung pembahasan terhadap permasalahan dalam penelitian ini dan kemudian mengalami kesimpulan yang berlaku umum. Adapun metode deskriptif kualitatif ini adalah untuk menganalisis dan menyusun argumentasi dengan cara mendeskripsikan, membandingkan, fakta yang ditemukan di lapangan berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan pelaku yang telah diamati dengan tujuan lebih mudah dicerna dan difahami

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.2.1 Prosedur Pelaksanaan Pembiayaan Produk Gadai Emas (*Ar-Rahn*)

Gadai Emas (*Ar-Rahn*) merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai secara cepat. Produk pembiayaan gadai emas ini dapat digunakan untuk pembiayaan konsumtif, seperti untuk biaya pendidikan, biaya pengobatan, dan penyelenggaraan hajatan maupun pembiayaan produktif, seperti untuk modal usaha.

Prosedur Penaksiran Barang Gadai Emas Barang jaminan emas yang diserahkan oleh calon nasabah untuk digadaikan ditaksir terlebih dahulu oleh petugas gadai yang sudah mempunyai keahlian khusus. pedoman penaksirannya sebagai berikut :

- a. Petugas gadai melihat Standar Harga Emas yang ditetapkan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Subrantas Pekanbaru. Standar Harga Emas tersebut selalu disesuaikan dengan perkembangan harga pasar emas.
- b. Petugas gadai melakukan penentuan karatase dan berat emas dengan menggunakan metode uji kimia dan berat jenis, yaitu :
 - 1) Metode jarum uji emas. Pengujian dengan metode ini adalah dengan membandingkan kecepatan pelarutan goresan emas yang diuji terhadap kecepatan pelarutas goresan dari jarum uji yang sudah diketahui karatase nya.
 - 2) Metode berat jenis Metode ini memakai hukum archimedes yaitu mengukur berat jenis barang emas dan membandingkan dengan berat jenis standar emas (19,30 gr/cc).

- 3) Petugas gadai menentukan nilai taksiran dan pembiayaan sesuai dengan ketentuan PT. Pegadaian Syariah Cabang Subrantas Pekanbaru Dengan rumus :

Nilai Taksiran = berat emas x harga emas saat ini
Maksimal pembiayaan yang diberikan - Batangan = 90% x nilai taksiran -
Perhiasan = 85% x nilai taksiran
Pembiayaan tergantung permintaan nasabah
Biaya pemeliharaan - Batangan = 1,13% x nilai taksiran -
Perhiasan = 1,13% x nilai taksiran

Analisis Faktor Nasabah Dalam memilih Produk *Rahn* pada PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru

Faktor adalah satu hal yang mendukung kecenderungan atau akan mempengaruhi seseorang untuk menentukan dan memilih sesuatu sesuai keinginannya dan ditambah pula oleh pengaruh dari luar sehingga lebih memantapkan seseorang dalam menetapkan dan menentukan pilihannya. Begitu juga dengan nasabah di PT. Pegadaian Syari'ah yang dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam memilih *produk Rahn* diantaranya yaitu :

1. Kemudahan Agunan

Emas adalah barang yang berharga untuk dijual dan di gadaikan, karena setiap daerah mana saja pasti mengenal emas sebagai sebuah perhiasan terutama bagi kaum wanita, sementara emas yang dimiliki nasabah tidak dijual secara langsung tetapi hanya di gadaikan dalam waktu yang telah ditentukan

2. Kemudahan Mendapatkan Informasi dari Media

Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru dalam memasarkan produk gadai Syari'ah adalah dengan cara:

- a) Melalui periklanan (*advertising*), yaitu promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam iklan majalah, spanduk, brosur, souvenir seperti payung, gelas, boneka, kalender, dan lain-lain. Strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru melalui periklanan baik majalah, brosur, atau media lainnya yang banyak dilihat oleh masyarakat diharapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah untuk menggunakan produk gadai Syari'ah yang ditawarkan oleh pegadaian Syari'ah dengan memberitahukan manfaat atau keuntungan yang dapat diperoleh dari produk yang dikeluarkan oleh pegadaian Syari'ah. Kerja sama yang dilakukan perum pegadaian dengan PT. FIF juga merupakan media dalam memasarkan dan mensosialisasikan produk gadai Syari'ah ini dengan para pelanggan sepeda motor. Melalui publisitas (*publicity*), yaitu promosi dengan yang dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan di depan calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan amal yaitu pada ulang tahun perum pegadaian mengadakan sunatan massal yang dananya diambil dari uang kelebihan yang tidak diambil dalam waktu satu tahun.
- b) Melalui penjualan pribadi (*personal selling*), yaitu promosi ini dilakukan oleh karyawan pegadaian Syari'ah dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah, mensosialisasikan produk gadai Syari'ah

kepada ibu-ibu yang mengantar anaknya sekolah dengan mendatangi ibu-ibu tersebut dan pengajian dengan mendatangi majelis pengajian ibu-ibu.

3. Karena Kebutuhan

Uang merupakan kebutuhan yang tak bisa ditawar dalam setiap sisi kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhan setiap saat. Disamping itu pula pembiayaan pegadaian melalui produk *Rahn* jauh lebih mudah dan lebih ringan bunga pembayarannya jika dibandingkan dengan besaran bunga di Bank Konvensional, oleh karena itu nasabah yang memiliki kemampuan keuangan terbatas dalam artian ekonomi menengah kebawah tentu akan lebih cenderung untuk memilih produk *Rahn* dalam upaya kebutuhan hidupnya.

4. Faktor Tarif Ujroh

Ijarah sebagai faktor pembentuk laba dan sebagai produk tijarah yang bertujuan mencari profit bagi PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru maka ditetapkan sistem perhitungan. Dan sebagai lembaga keuangan syariah yang memegang prinsip menghilangkan serta meniadakan hal yang memberatkan diantaranya meniadakan unsur riba sebagaimana yang telah diaplikasikan oleh pegadaian konvensional, tentunya sistem ijarah telah terformat dengan mengacu pada prinsip-prinsip tersebut dalam hal perhitungannya.

Gadai emas di PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru adalah pinjaman jangka pendek dengan jangka waktu 30 hari (satu bulan). Akad yang digunakan dalam *Rahn* ini merupakan akad campuran (*hybrid contract*) dengan akad utama adalah Ijarah. Sebagai lembaga bisnis, PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru mendapatkan *Ujrah* dari akad Ijarah (penyewaan) Gudang penyimpanan dan pemeliharaan barang jaminan emas yang dititipkan (*Rahn*). Plafon pinjaman dihitung berdasarkan nilai nominal pinjaman yang didasari berat barang jaminan (emas) dan kadar karatnya. Ujrah dihitung berdasarkan plafon pinjaman dan jangka waktu penyimpanan dan pemeliharaan barang jaminan dan kualitas barang jaminai. Ujrah dihitung per 10 hari, adapun tarif ujrah adalah: Emas Tua (karat > 70%) Rp. 2.500,-/ gram per 10 hari, Emas Tengahan (karat > 50%) Rp. 1.750,-/ gram per 10 hari dan Emas Muda (karat > 30%) Rp. 1.200,-/ gram per 10 hari (*Siska Fitri Nadia, wawancara dilaksanakan pada tanggal 21 Mei 2019 jam 12.15 Wib*)

5. Faktor Proses dan Persyaratan

Pelayanan yang prima tentu turut mendukung kenyamanan nasabah dalam bertransaksi, nbegini pula di PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru sebagaimana di jelaskan oleh Ibu Siska Fitri Nadia (Bagian pemegang Agunan) bahwa salah satu produk yang ditawarkan PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru ini adalah *Rahn* (Gadai Emas Syari'ah). Merupakan produk unggulan yang membantu memberikan solusi segala permasalahan keuangan dengan Mudah, Cepat, Aman dan Berkah. Untuk dapat mengakses produk ini, persyaratannya : Foto copy Idenrtitas diri (KTP/SIM); Emas yang akan digadaikan beserta surat bukti

pembelian; Mengisi formulir permohonan; sedangkan Jangka waktu pinjaman maksimal 2 bulan dapat diperpanjang

Proses akad *Rahn* mulai dari permohonan sampai pencairan di BMT Mitra Muamalah adalah sebagai berikut:

- a) Anggota datang membawa barang jaminan (BJ) berupa emas yang dilengkapi dengan bukti otentitas emas (nota pembelian dari toko emas) dan menunjukkan kartu identitas (KTP) untuk difotocopy kemudian barang jaminan tersebut diserahkan kepada penaksir.
- b) Penaksir mengecek barang jaminan (emas) dan bukti pembelian untuk ditaksir otentitas dan karatisasi (kualitas emas). Setelah ditaksir nilai jaminan dan nilai pinjaman yang dapat diperoleh anggota, kemudian menerbitkan SBP (Surat Bukti Pinjaman), mencatatkan di buku penerimaan barang kemudian menyerahkan barang jaminan ke Gudang.
- c) Kasir menerima Surat Bukti Pinjaman (SBP) tiga rangkap warna putih, kuning dan warna biru kemudian menunjukkannya kepada Manajer untuk ACC atau disetujui pencairannya, menginput data di Komputer/software setelah manajer menyetujuinya pinjaman dapat dicairkan kepada anggota. SBP warna putih dikembalikan kepada anggota, warna kuning kepada Admin untuk dicatat di buku admin dan warna biru ke Petugas Gudang.
- d) Petugas Gudang menerima SBP, mengecek barang dan mencatatnya di katalog barang jaminan.

6. Faktor Jaminan Keamanan Barang

Dalam setiap perjanjian biasanya para pihak telah membuat suatu peraturan secara khusus mengenai pembagian resiko. Ini dimaksudkan apabila terjadi musibah, maka dapat ditentukan bagaimana dan siapa saja yang menanggung resiko sehingga tidak menimbulkan perselisihan dikemudian hari. Akan tetapi tidak semua perjanjian dibuat ketentuan tentang resiko dan apabila hal ini terjadi maka berlaku ketentuan: 1. Dalam perjanjian penghibahan dan perjanjian pinjam pakai, resiko ada pada penerima hibah; 2. Dalam perjanjian tukar menukar, resiko ada pada pemilik barang; 3. Dalam perjanjian sewa menyewa, resiko ada pada pemilik barang.

7. Faktor Kehalalan (Syari'ah) dan tanpa Bunga

Pada gadai konvensional, dari penjelasan sebelumnya sangat jelas bahwa gadai konvensional adalah akad utang yang disertai riba. Bunga atau sewa modal yang ditetapkan sejak awal merupakan riba yang dipersyaratkan sejak awal pada saat akad utang. Sehingga riba seperti itu statusnya haram tanpa ada perbedaan sama sekali. Agunan (gadai) untuk utang yang seperti itu maka hukumnya haram.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ibu Siska bahwa: praktek gadai syari'ah yang dimunculkan sebagai koreksi atas gadai konvensional itu, dari pemaparan di atas, secara dhahir tidak ada yang disebut dengan bunga atau riba. Oleh karena, perlu dicermati maka akan terlihat adanya hal yang bermasalah. Dalam akad gadai syari'ah nampak jelas terdapat dua akad dalam satu transaksi, yaitu akad rahn (akad utang yang disertai agunan) dan

akad ijarah dan satu dengan yang lain dikaitkan. Terdapatnya akad utang yang disertai agunan itu tidak bisa dilangsungkan kecuali disertai dengan akad ijarah merupakan penyimpanan barang agunan. Sebaliknya akad ijarah penyimpanan barang agunan akan terjadi karena adanya akad agunan yaitu mengagunkan barang untuk menjadi jaminan atas utang yang didapat.

8. Faktor Letak Lokasi PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas

Letak atau posisi kantor yang terjangkau dan berada di lokasi keramaian akan turut mendukung para nasabah untuk lebih memilih produk PT. Pegadaian Syari'ah, begitu pula yang terjadi dengan PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru yang beralamat di Jalan H.R. Soebrantas KM. 10,5 Panam Pekanbaru merupakan lokasi yang cukup ramai dimana di Panam ini pusat perbelanjaan seperti Mall SKA dan pusat elektronik sangat ramai dikunjungi masyarakat, sementara lokasi perkantoran berada di pinggir jalan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Faktor Nasabah Dalam memilih Produk *Rahn* pada PT Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru yaitu sebagai berikut :

1. Prosedur pembiayaan Gadai Emas (*Ar-Rahn*) pada PT Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru adalah sebagai berikut :
 - a. Ada *Rahin* (yang menggadaikan emasnya)
 - b. Ada *Murtahin* (yang menerima gadai emas)
 - c. Ada *Marhun* (ada barang /emas yang digadaikan)
 - d. Nilai pembiayaan senilai 90% dari harga jual
 - e. Ada *Marhun bih* (transaksi pemberian utang).
 - f. Menggunakan surat perjanjian yang bermaterai disertai dengan lampiran.
2. Faktor yang membuat nasabah lebih memilih produk *Rahn* jika dibandingkan dengan produk yang lainnya di PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru yaitu : Faktor Tarif Ujroh yang sangat rendah, Faktor Proses dan Persyaratan yang mudah dan simpel serta cepat, Faktor Jaminan Keamanan Barang yang dijamin oleh pegadaian, Faktor Kehalalan (Syari'ah) karena didalam proses tranasaksi tanpa Bunga sebaghaimana di Bank Konvensional dan Faktor Letak Lokasi PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas yang dapat diangkau dari seluruh kota pekanbaru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan sungguh tak terhingga terutama kepada:

1. Ibu Ir. Hj. Elfi Indrawanis, MM selaku Rektor Universitas Islam Kuantan Singingi (UNIKS).
2. Bapak Zul Ammar, SE., ME selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi (UNIKS).
3. Ibu Dian Meliza, S.HI., MA sebagai Ketua Prodi Perbankan Syari'ah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Kuantan Singingi (UNIKS).

4. Bapak H. Fitrianto, S.Ag., M.Sh selaku pembimbing I yang telah banyak mencurahkan waktunya untuk membimbing penyelesaian skripsi ini
5. Ibu Meri Yuliani, S.E.Sy. M.E.Sy sebagai pembimbing II bagi penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, tunjuk ajar dan arahan dengan penuh kesabaran dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan dan mencurahkan ilmu pengetahuan, pengalaman dan keterampilan selama kuliah di Fakultas Sosial Prodi Perbankan Syari'ah Universitas Islam Kuantan Singingi (UNIKS).
7. Ibu Vivia Notalia selaku Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Syari'ah Cabang Subrantas Pekanbaru yang telah banyak membantu penulis dan memberikan kemudahan untuk memperoleh data
8. Ayahanda (Siswaji) & Ibunda (Kaminem) tersayang yang telah melahirkan, mendidik dan membesarkan yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil yang sangat luar biasa kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan. Sungguh kasih sayang, pengorbanan dan do'a tulus mereka tidak akan pernah terbalas dengan apapun yang ada di dunia ini.
9. Saudaraku (Edi Rianto dan Agus Widayanto) yang telah memberikan materi dalam melanjutkan perkuliahan serta orang-orang yang telah memberi motivasi kepada penulis serta keluarga besar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
10. Kepada rekan-rekan (seluruh mahasiswa perbankan syari'ah angkatan I) yang turut memberi motivasi kepada penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Huda, Nurul dan Mohamad Heykal. 2010. *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Grup.
- Ismail.2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Kencana.
- Kotler, P. 2001. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Media.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan). Jilid 1*. Yogyakarta: Liberty.
- Lexy J. Moleong, 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Masri Singarimbun, dkk, 2003. *Metode Penelitian Survei II*, Jakarta: LP3ES. Cetakan 10
- Muanas, Arief. 2014. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Muhammad, 2007. *Lembaga Ekonomi Syariah*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Mulyadi, tt. *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta: STIE YKPN.
- Novita Pratiwi, 2013 "*Multi Akad dan Klausul Akad Dalam Perjanjian Gadai Emas Di BRI Syari'ah Dihubungkan Dengan Prinsip Syariah*

Berdasarkan Undang – Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah,”(Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran Bandung)

Nugroho J Setiadi, 2003. *Prilaku Konsumen; Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta, Prenada Media

Nur Aptinah. 2011, “*Kontribusi Komposisi Gadai Emas Terhadap Pendapatan Operasional Utama PT. BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor,*” (Skripsi SI Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

Pius A Partanto, 2010, *Kamus Bahasa Indonesia Populer*, Jakarta: Kencana

Philip Kotler, 2000. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia (Analisa Perencanaan Implementasi dan pengendalian)*, Jakarta: Salemba Empat,

Rais, Sasli. 2005. *Pegadaian Syariah: Konsep dan Sisyem Operasional*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Tatik Suryani, 2008. *Prilaku Konsumen; Implikasi Pada Setrategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

