

ABSTRAK

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang sangat pesat pertumbuhannya. Banyak sekali produk-produk unggulan yang ditawarkan oleh perbankan syariah, salah satunya yaitu produk gadai. Gadai dalam Islam dikenal juga sebagai *rahn*. *Rahn* merupakan suatu jenis akad dimana didalamnya terjadi transaksi dan menahan barang sebagai jaminan pinjamannya. Banyak faktor-faktor yang menjadi dorongan masyarakat untuk memiliki minat dalam memilih produk gadai di perbankan syariah beberapa diantaranya yang dijadikan hipotesis dalam penelitian ini adalah lokasi, biaya dan aspek syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan penelitian lapangan berupa penyebaran kuisioner terhadap 100 responden yang dijadikan sampel yang tersebar di dua lokasi yaitu Pasar Beringharjo dan Pasar Kranggan Yogyakarta. Hasil penelitian yang diperoleh adalah masyarakat pasar sebagian besar memilih untuk melakukan transaksi gadai di perbankan syariah karena faktor kebutuhan modal usaha untuk pengembangan usaha dagangnya. Dalam penelitian ini peneliti juga mencari hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat. Hasil yang diperoleh adalah ketiganya secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih produk gadai di perbankan syariah. Kemudian faktor lain yang ditemukan diluar dari ketiga variabel yang dijadikan dugaan sementara yang juga menimbulkan alasan mereka untuk memilih produk gadai di perbankan syariah yaitu, faktor promosi, faktor pengetahuan, faktor kepercayaan serta faktor persepsi.

Kata Kunci : Perbankan syariah, gadai (*rahn*), faktor yang mempengaruhi minat, pemilihan produk.

ABSTRACT

Islamic bank is a financial institution that grows rapidly. There are many superior products offered, one of them is gadai (pledge) product. Gadai is known as rahn in Islam. Rahn is a kind of contract in which there is transaction and goods holding as the loan. There are many factors that influence people in selecting gadai product and several factors used as hypothesis in the research were the location, the fee and the aspects of sharia. The research methodology used was descriptive quantitative with a field research by distributing questionnaires in two markets in Yogyakarta, namely Pasar Beringharjo and Pasar Kranggan to 100 respondents as the samples. The result indicated that most people chose to make gadai transaction in Islamic Banks in order to have capital for developing their businesses. The relation between the independent variable and dependent variable were also observed. The result indicated that the three had significant influence toward the people's interest in selecting gadai product in Islamic banks. Other contributing factors were marketing, knowledge, trust and perception.

Keywords: Islamic Bank, gadai (rahn), factors that influence the interest, product selection