

Pada penelitian ini, peneliti berhasil mengumpulkan data (wawancara) dari 30 pedagang yang ada di wilayah Kabupaten Sidoarjo. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat diperoleh gambaran tentang karakteristik spesifik jenis kelamin informan. Pada penelitian ini, peneliti berhasil mengumpulkan data (wawancara) dari 30 pedagang yang ada di wilayah Kabupaten Sidoarjo. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat diperoleh gambaran tentang karakteristik spesifik jenis kelamin informan.

Tabel 1. Karakteristik Narasumber Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Perempuan	24	85%
2.	Laki-laki	6	15%
Jumlah	40	100%	

Sumber : Data Primer Diolah

Table diatas menunjukkan bahwa ada 24 wanita pedagang dan juga 6 pedagang pria. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pedagang perempuan lebih banyak. Kemudian, berdasarkan karakteristik sumber modal, dapat diidentifikasi sebagai berikut :

Sumber Modal Usaha

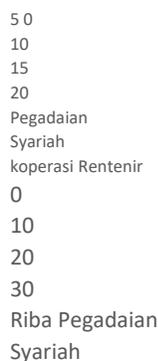
Gambar 2 Karakteristik Narasumber

Sumber : Data Primer Diolah

Pedagang memilih 3 sumber modal usaha untuk keberlangsungan usahanya. Sebanyak 16 pedagang lebih memilih mengajukan pendanaan di lembaga keuangan syariah yaitu di pegadaian syariah, kemudian ada 9 pedagang yang lebih memilih koperasi dan sisanya 5 orang pedagang yang lebih memilih mengajukan pembiayaan pada rentenir. Informasi berikut menunjukkan bahwa mayoritas pedagang lebih menyukai pembiayaan dari lembaga keuangan syariah dan masih adanya beberapa pedagang yang lebih memilih produk keuangan dari lembaga konvensional.

Gambar 3. Pengetahuan Narasumber

Sumber: Data Primer Diolah



Pengetahuan

Tahu Pernah Dengar Tidak Tahu

9

Kemudian, dari gambar diatas terlihat bahwa tidak kurang dari 22 orang pedagang mengaku mengetahui apa itu riba. Padahal mereka menegtahui riba adalah dosa berat yang harus di jauhi. Kemudian 7 dari mereka mengatakan bahwa mereka pernah mendengar istilah riba tetapi tidak yakin apa artinya. Kemudia selebihnya 11 orang pedagang mengatakan tidak tahu apa yang di maksudkan dengan riba. Sama halnya dengan pengetahuan Pegadaian Syariah. Sebagian besar

pedagang yang berjumlah 26 orang mengaku mengetahui adanya pegadaian syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi dengan prinsip syariah. Selain itu, 8 orang menyatakan pernah mendengar tentang Pegadaian Syariah tetapi tidak tahu persis. Kemudian enam pedagang lainnya mengatakan tidak tahu apa-apa tentang pegadaian syariah.

Gambar 4 . Network Bauran Pemasaran

Sumber : Data Primer Diolah menggunakan *Software Atlas.ti*

Gambar diatas menunjukkan bahwa kebutuhan merupakan pemicu pertama untuk meminjam modal usaha sebelum pedagang memutuskan mengambil pinjaman modal usaha. Dari analisis tersebut diketahui bahwa kebutuhan yang dikomunikasikan oleh pedagang terbagi dalam tiga kategori.

Gambar 5. Network Kebutuhan Pedagang Pasar

Sumber : Data Primer Diolah menggunakan *Software Atlas.ti*

Pertama, perkembangan usaha. Perkembangan bisnis merupakan kebutuhan yang diutarakan oleh sebagian besar pelaku bisnis. Menurut para pedagang, modal dagang yang diperoleh digunakan untuk menambah jumlah barang. Hal ini disebabkan bertambahnya jumlah pesanan, sehingga peminjaman tidak terhindarkan karena keterbatasan modal. Kemudian meningkatnya minat terhadap produk komersil membuat para pedagang merasa perlu untuk mengembangkan usahanya dengan membuka cabang ditempat lain. Ini adalah salah satu cara untuk menarik konsumen untuk meningkatkan pendapatan yang diterimanya. Selain itu, 10

beberapa dari mereka juga mengatakan akan menggunakan pinjaman modal usaha untuk merenovasi toko yang semula hanya stand kecil menjadi sebuah toko.

Kedua, yaitu penurunan jumlah pengunjung dan peminat yang menjadi sepi. Mereka mengaku bingung dengan situasi setelah Covid-19 yang membuat keadaan memburuk beberapa saat terakhir, membuat mereka tidak punya pilihan selain meminjam dari lembaga keuangan Syariah. Rata-rata nasabah ini adalah nasabah lama dari lembaga tersebut, sehingga proses pengajuannya relatif lebih cepat.

Ketiga, biaya sekolah juga menjadi alasan bagi para pedagang untuk mengajukan pinjaman mereka kepada lembaga keuangan syariah. Mereka mengakui, biaya sekolah dan pesantren membutuhkan dana yang cukup besar, yang dibutuhkan dalam skala besar. Dalam waktu cepat, sehingga mereka meminjam dari lembaga keuangan syariah untuk segera memenuhi kebutuhan ini.

Jadi berdasarkan lembaga keuangan syariah ini menggunakan strategi pemasaran yang menggunakan bauran pemasaran atau 4P(Produk,Harga,Tempat,Promosi) untuk memenuhi persyaratan pemasaran di atas agar pedagang dapat memilih sumber modal usaha.

Product (Produk)

Dalam hal ini diketahui bahwa produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah khususnya pegadaian syariah memiliki tiga keunggulan yang menjadi daya tarik para pedagang untuk meminjam modal usaha dari pegadaian syariah yaitu program yang ditawarkan, pelayanan, serta kemudahan dan kecepatan.

Gambar 6. Network Produk Lembaga Keuangan

Sumber: Data Primer Diolah menggunakan *software Atlas.ti 9*

Adanya program KUR Syariah yang ditunjukkan untuk pedagang kecil ini menarik minat sebagian besar pedagang. Beberapa pedagang merasa dengan adanya skema KUR ini

mendorong mereka untuk tidak mencoba lembaga keuangan lain dan lebih memilih untuk hanya meminjam di Pegadaian Syariah yang merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang menawarkan program untuk para pelaku usaha kecil. Pasalnya, dana KUR dapat memberikan keuntungan bagi pedagang berupa harga yang murah dan mu'nah yang rendah. Beberapa pedagang pun mengatakan, keberadaan dana KUR Syariah bisa meringankan beban pedagang. Selain itu, kemudahan dan kecepatan pelayanan yang diberikan, baik mengenai proses pengiriman maupun pembayaran dana, membuat pedagang semakin yakin untuk memilih jasa pegadaian syariah. Sebagian besar pedagang mengatakan bahwa proses pengajuan pinjaman lebih mudah untuk dikelola, terutama ketika pedagang sudah mengajukan pinjaman atau bahkan

11
menjadi pelanggan tetap, pemrosesan pengajuan lebih mudah karena tidak perlu melakukan survey ulang. Selain itu, tidak memakan waktu lama untuk mengumpulkan dana pinjaman yang diajukan, mengingat mereka membutuhkan dana cepat untuk segera memenuhi kebutuhan mendesak para pedagang, selain itu, layanan yang diberikan kepada pelanggan merupakan nilai tambah. Jika nasabah mengalami kesulitan pembayaran dalam perjalanannya, pegadaian mendatangi nasabah dan memfasilitasi tenggang waktu dalam proses pembayaran.

Price (Harga)

Berikut alasan para pedagang lebih memilih mengambil pinjaman modal usaha dari pegadaian syariah karena mu'nah yang ditawarkan lebih murah.

Gambar 7 Network Produk Lembaga Keuangan

Sumber: Data Primer Diolah menggunakan software Atlas.ti 9

Munurut para pedagang, koperasi dapat meminjamkan mulai dari Rp. 500.000 hingga Rp. 2.000.000, yang dapat dilunasi pedagang setiap minggu. Rata-rata pedagang membayar kemabali 10-20 kali. Kemudian, untuk dana KUR Syariah yang ditawarkan pegadaian syariah dengan pinjaman dari 1 juta hingga 10 juta, seringkali nasabah mengajukan nominal 5 hingga 10 juta. Jumlah ini dapat dibayarkan dengan cicilan bulanan dalam waktu 1-3 tahun. Kemudian mu'nah diberikan sebesar 0,098%, tidak lebih dari 1%. Nominal pembayaran bulanan yang dikeluarkan pedagang berbeda-beda tergantung besarnya pinjaman dan jangka waktu pinjaman. Misalnya, ibu Mariam yang berjualan parutan kelapa di pasar tradisional larangan mengaku pernah mengajukan pinjaman KUR Syariah sebesar Rp. 8.000.000 dengan cicilan selama 18 bulan dengan cicilan bulanan sebesar Rp. 455.700. Hal itu senada dengan Ibu Sumiah, penjual kue di pasar tradisional larangan, yang meminjam dana KUR Rp. 10.000.000. Selama 24 bulan dengan cicilan bulanan sebesar Rp. 430.700. Mereka juga menerima bahwa harga yang ditawarkan lebih murah dari harga yang ditawarkan oleh lembaga keuangan lainnya.

Place (Tempat)

Sebagian besar pedagang memilih untuk menggunakan jasa lembaga keuangan dilingkungan dagang atau rumah mereka.

12

Gambar 8 Network Tempat

Sumber : Data Primer Diolah Menggunakan Atlas.ti

Gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas pedagang memilih untuk mengambil pinjaman dari lembaga keuangan terdekat, seperti koperasi desa tempat mereka tinggal atau pegadaian setempat. Sebab, selain menghemat waktu selama proses pengajuan yang memerlukan beberapa kali kunjungan, juga dapat menghemat biaya operasional. Kedekatan

lembaga keuangan dengan tempat tinggal nasabah memberikan nilai tambah yang lebih efisien dan efektif.

Promotion (Promosi)

Sebagian besar pedagang menyatakan bahwa mereka mengetahui produk KUR ini dari tim marketing pegadaian langsung dan juga dari saran yang diberikan oleh teman/kerabat terdekat.

Gambar 9. Promosi

Sumber : Data Primer Diolah menggunakan Atlas.ti 9

Menurut para pedagang, keputusan pedagaian syariah didasarkan atas usul orang lain.

Beberapa pedagang mengatakan tetangga mereka menyarankan meminjam di pegadaian syariah saja karena proses sederhana dan cepat. Kemudian, kehadiran keluarga seperti keponkannya

13

yang pernah meminjam di pegadaian syariah juga menyarankan untuk mengajukan pinjaman di pegadaian syariah dengan dana KUR Syariah. Rata-rata pedagang pasar mendapatkan informasi tentang produk pinjaman modal usaha dari mulut ke mulut dari orang-orang disekitarnya.

Tentunya dengan adanya informasi langsung dari pihak-pihak yang benar- benar diuntungkan menjadi faktor penentu keputusan para pedagang pasar untuk mengambil keputusan kemana akan meminjam.