

## Perilaku Milenial Melakukan Rahn Hasan: Studi Motivasi Nasabah Pengguna Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service

**Anastasya Nur Evitasari**

Magister Ekonomi Syariah, UIN Sunan Ampel Surabaya

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

**Averril Corrina Singgih**

Magister Ekonomi Syariah, UIN Sunan Ampel Surabaya

[averrilcorrina947@gmail.com](mailto:averrilcorrina947@gmail.com)

**Okta Leyndra Putra Santoso**

Magister Ekonomi Syariah, UIN Sunan Ampel Surabaya

[okta.leyndra@gmail.com](mailto:okta.leyndra@gmail.com)

**Asyrof Yahya Prayoga**

Magister Ekonomi Syariah, UIN Sunan Ampel Surabaya

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

### Abstrak

Milenial dikenal sebagai generasi pertama yang melek teknologi. Mereka tumbuh beriringan dengan pesatnya kemajuan dunia digital. Dalam pemenuhan kebutuhannya mereka selalu mengandalkan teknologi yang ada. Salah satu yang mereka lakukan adalah pemenuhan kebutuhan finansial melalui aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana motivasi generasi milenial dalam melakukan rahn hasan dan peran rahn hasan bagi milenial. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi nasabah. Data diambil melalui metode snow ball kemudian dilakukan wawancara, observasi dan dokumentasi langsung terhadap narasumber. Selanjutnya analisis data dilakukan dengan mereduksi hingga dilakukan penyajian data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada empat motivasi paling dominan bagi generasi milenial dalam melakukan rahn hasan. Paling banyak merupakan motivasi kemudahan transaksi, cepatnya proses pencairan dana, jaminan yang ringan dan beragam, serta tanpa adanya mu'nah atau biaya pemeliharaan. Rahn hasan memberikan lima peran paling dominan bagi milenial. Sebagai solusi bagi nasabah non-bankable, meringankan beban nasabah dengan kemudahan transaksi dan pencairan, sebagai jaminan rasa aman bagi nasabah karena terlepas dari rentenir, serta sebagai solusi mudah untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak.

**Kata Kunci** *Generasi Milenial, Gadai, Pegadaian Syariah*

### I. PENDAHULUAN

Pengelompokan generasi milenial kemudian disematkan kepada mereka mereka dengan kelompok umur antara 22-41 tahun atau yang memiliki tahun kelahiran 1980-

1999. Dengan pengelompokan umur tersebut, hasil laporan data dari sensus penduduk yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2021 menyebutkan sebanyak 25,87% dari 270,20 juta penduduk didominasi oleh generasi milenial.

Generasi milenial tumbuh sejalan dengan adanya perkembangan teknologi informasi, *smartphone* dan internet pada saat ini. Bagi mereka hal tersebut merupakan suatu kebutuhan primer yang harus dipenuhi. Kondisi tersebut turut serta dalam membentuk karakter dan kondisi mental para generasi milenial. Adanya rasa tuntutan untuk selalu menginginkan sesuatu yang canggih dan cepat adalah salah satu karakter dari generasi tersebut. Karakter lain yang kemudian mengiringi adalah sikap yang mudah berkomunikasi, praktis, kreatif, inovatif, dan informatif. Karakter tersebut tentu dapat berbeda tergantung lingkungan, kebiasaan, adat dan wilayah tempat mereka tinggal.

Dengan karakter generasi milenial yang telah disebutkan sebelumnya, kemudian berdampak kepada pola pikir mereka untuk dapat meraih segalanya saat di usia muda. Kemudahan mereka dalam mengakses informasi dan teknologi melalui perangkat lunak yang tersedia, menjadikan mereka dapat melakukan segala sesuatu sesuai dengan yang mereka inginkan. Tujuan generasi ini adalah untuk dapat mandiri dari hasil usaha mereka sendiri.

Data dari Badan Pusat Statistik yang dipublikasikan melalui Buku Profil Generasi Milenial menyebutkan bahwa 8 dari 10 atau sebanyak 78,99% generasi milenial termasuk dalam angkatan kerja. Dimana pada kelompok umur 25-37 tahun atau sebesar 75,29% adalah mereka yang telah menjadi tenaga kerja produktif. Sedangkan sisanya adalah mereka dengan usia yang masih dikelompokkan sebagai seorang yang sedang mencari ilmu.

Dari berbagai potensi yang dimiliki oleh generasi milenial, mereka juga memiliki masalah spesifik yang sering terjadi. Pakar psikologis menjelaskan bahwa generasi milenial yang didominasi oleh dewasa muda dikenal dengan generasi *burnout* atau yang rentan terhadap stres. Penyebab paling dominan adalah kondisi finansial akibat keinginan menjadi sukses ketika muda. Keinginan tersebut muncul karena adanya pengaruh sosial media yang membuat mereka membandingkan dirinya dengan kondisi kesuksesan orang lain. Krisis finansial yang dimaksud adalah terjadinya defisit pendapatan akibat literasi keuangan yang masih sedikit pada usianya.

Defisit pendapatan mulai terjadi sebagai konsekuensi dari tujuan generasi milenial yang sedang mewujudkan hidup mandiri. Tentu mereka tidak ingin tinggal bersama orang tua atau bahkan sudah harus menghidupi keluarga baru mereka. Pendapatan yang berkurang membuat mereka kesulitan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan konsumsi, berbagai cicilan hutang, biaya sekolah anak, harus menggunakan uang tabungan atau harus menggunakan uang dari modal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Pendapat Suharno yang mengemukakan ada 3 cara yang dapat dilakukan seseorang ketika mengalami guncangan ekonomi, yaitu dengan strategi pasif yang cenderung menerima suatu kondisi yang dialami, strategi aktif untuk terus menyesuaikan diri, dan strategi jaringan untuk bergerak mencari solusi dari berbagai hubungan sosial yang dimiliki. Strategi aktif dapat diwujudkan dengan memaksimalkan potensi dari keluarga atau dengan memanfaatkan segala sumber yang berada di alam liar. Dapat pula dengan menambah jam kerja bagi yang memiliki bisnis pribadi. Strategi pasif dilakukan dengan menekan jumlah pengeluaran atas kebutuhan pangan, pendidikan dan pakaian. Sedangkan strategi melalui jaringan adalah strategi dengan memanfaatkan relasi keluarga ataupun bertetangga dan lingkungan lainnya dari segi aspek sosial. Relasi ini

dapat berupa melakukan pinjaman kepada tetangga atau berbagai jenis pinjaman lainnya yang didapat dari sektor keuangan resmi lainnya.

Secara umum masyarakat yang mengalami defisit ekonomi akan melakukan pinjaman uang di lembaga keuangan dari segi perbankan atau suatu lembaga berbentuk koperasi. Namun untuk mendapatkan pinjaman tersebut ada berbagai persyaratan yang harus dipenuhi. Seringkali pihak perbankan atau koperasi akan meminta slip gaji atau laporan pendapatan untuk dijadikan sebagai salah satu syaratnya. Adanya agunan berupa surat kendaraan maupun sertifikat benda berharga yang harus dipenuhi meskipun melakukan pinjaman dengan jumlah minimal. Jumlah margin yang dianggap besar menjadi poin penting yang memberatkan mereka. Kendala proses yang memakan waktu lebih dari satu hari juga menambah beban mereka yang membutuhkan uang saat kondisi mendesak.

Solusi dari generasi milenial yang tidak *bank-able* akan mencari informasi sebanyak mungkin agar tetap dapat memenuhi kebutuhannya. Sehingga kemudian mereka mulai memilih opsi lain yang tersedia yaitu dengan melakukan gadai. Kegiatan gadai yang paling populer adalah yang dilakukan melalui suatu lembaga pegadaian.

Hal tersebutlah yang kemudian ditangkap oleh pihak pegadaian syariah yang meluncurkan produk barunya yaitu *Rahn Hasan*. Gadai tersebut dilabelkan sebagai gadai tanpa *mu'nah* (biaya pemeliharaan). Sebagai landasan diperbolehkannya melakukan gadai atau *rahn* telah ada dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 283 berikut ini:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَسْتَقِ  
اللَّهُ رِبْيَهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ 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 dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

## II. LANDASAN TEORI

### 1. Motivasi Konsumen

Motivasi muncul karena kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan (*state of tension*) antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut (Sumarwan, 2004).

Dalam bidang pemasaran motivasi pembelian adalah pertimbangan-pertimbangan dan pengaruh yang mendorong orang untuk melakukan pembelian (Sigit, 2002). Motivasi pembelian terbagi menjadi motivasi rasional dan emosional. Motivasi rasional adalah pembelian yang didasarkan kepada kenyataan-kenyataan yang ditunjukkan oleh produk kepada konsumen dan merupakan atribut produk yang fungsional serta objektif keadaannya misalnya kualitas produk, harga produk, ketersediaan barang, efisiensi kegunaan barang tersebut dapat diterima.

Sedangkan motivasi emosional dalam pembelian berkaitan dengan perasaan, kesenangan yang dapat ditangkap oleh pancaindera misalnya dengan memiliki suatu barang tertentu dapat meningkatkan status sosial, peranan merek menjadikan pembeli menunjukkan status ekonominya dan pada umumnya bersifat subyektif dan simbolik. Pada saat seseorang akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tentunya akan dipengaruhi oleh kedua jenis motivasi tersebut yaitu motivasi rasional dan emosional.

Menurut Swasta dan Handoko (2000) motivasi rasional adalah motivasi yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan yang ditujukan oleh suatu produk kepada konsumen. Faktor-faktor yang diperhatikan berupa:

a. Harga

Harga merupakan faktor penting yang bervariasi berdasarkan jenis produk. Untuk sepeda motor harga merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen, karena konsumen akan memberikan penilaian secara garis besar apakah harga tersebut sesuai dengan sepeda motor yang dibelinya.

b. Pelayanan

Pelayanan yang bagus dapat menciptakan kepuasan konsumen. Pelayanan juga penting kaitannya dengan industri sepeda motor karena merupakan layanan pasca pembelian kepada konsumen. Produsen bisa mengaplikasikan pelayanan disetiap bengkel-bengkel resminya secara baik agar konsumen merasa dihargai dan dihormati karena kualitas pelayanan yang baik.

## 2. Rahn Hasan

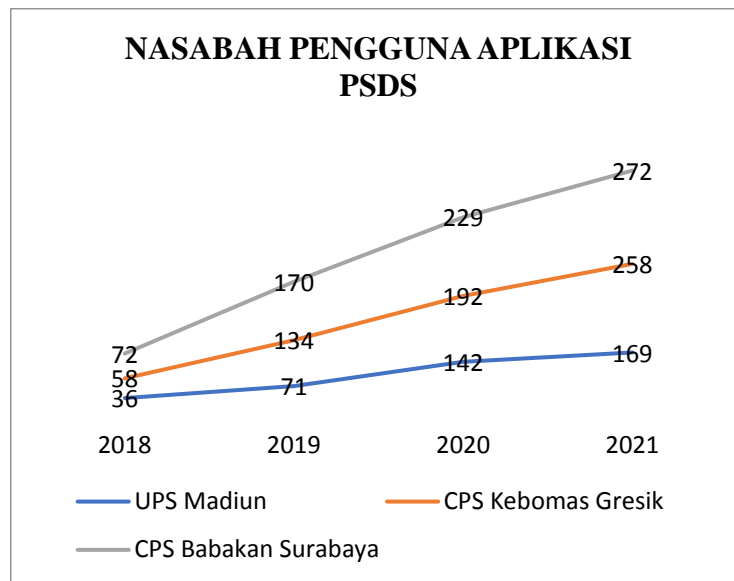
*Rahn Hasan* sebagai produk terbaru dari dari Pegadaian Syariah dengan menerapkan sistem yang sama layaknya gadai lainnya namun dengan ketentuan tanpa adanya *mu'nah* (biaya pemeliharaan). Produk tersebut mulai berlaku sejak 1 April 2018. Landasan atas syariahnya *Rahn Hasan* diatur seacra sama dengan berbagai produk *Rahn* lainnya yaitu dalam Fatwa DSN MUI No. 25 tentang *Rahn*, No. 26 tentang *Rahn* Emas, No. 68 tentang *Rahn Tasjiy*, dan No. 92 tentang Pembiayaan yang disertai *Rahn*.

Pada awalnya *Rahn Hasan* ditujukan hanya untuk golongan A yaitu mereka yang masih berstatus sebagai seorang mahasiswa atau yang sedang menuntut ilmu, semua kalangan ibu rumah tangga dan berbagai buruh pabrik atau pegawai swasta yang tidak dapat mengakses pembiayaan melalui sektor perbankan. Hal tersebut dikarenakan banyak syarat yang tidak dapat dipenuhi oleh kelompok tersebut. Adanya *Rahn Hasan* menjadi jawaban atas mudahnya kelompok tersebut untuk memperoleh pinjaman dana.

Berikut ketentuan dalam pengajuan *Rahn Hasan* dengan menggunakan aplikasi PSDS:

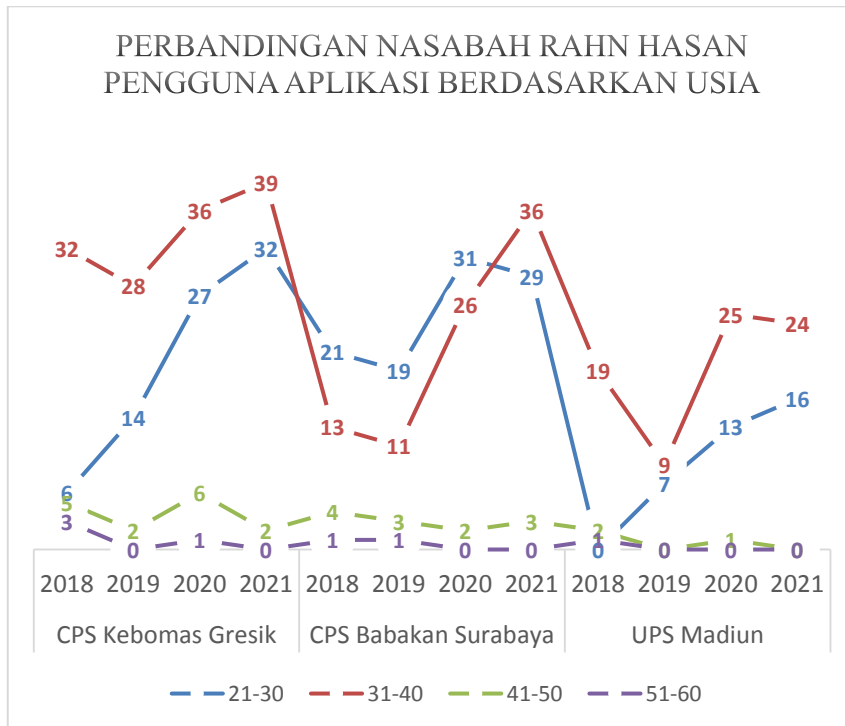
- a. Nasabah telah mengunduh aplikasi PSDS dan melakukan registrasi sesuai dengan ketentuan yang disyaratkan.
- b. Nasabah menginput jenis, berat, dan jumlah barang gadai yang akan diserahkan.
- c. Nasabah mengisi jumlah pinjaman dana yang diinginkan dengan ketentuan maksimal Rp 500.000,-.
- d. Nasabah memilih lokasi pegadaian syariah terdekat sebagai tempat untuk menyerahkan dan mengambil barang yang digadaikan.
- e. Nasabah menuju pegadaian syariah untuk melakukan *approval*.
- f. Nasabah dapat mengangsur atau melunasi pinjamannya secara online melalui aplikasi tersebut.

Kemudahan dari produk rahn hasan membuat nasabah terus meningkat tiap tahunnya dan jenis nasabah semakin beragam. Menurut data dari Pegadaian Syariah Cabang Pembantu Syariah (CPS) Kebomas Gresik, Babakan Surabaya dan Unit Pembantu Syariah (UPS) Madiun, produk ini paling diminati bagi nasabah baru yang menggunakan aplikasi Pegadaian Syariah *Digital Service* atau yang selanjutnya disebut dengan PSDS. Kenaikan jumlah pengguna aplikasi ini digambarkan dalam grafik berikut:



Gambar 2.1. Grafik Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi PSDS

Aplikasi PSDS menjadi jawaban atas banyaknya permintaan nasabah dari kelompok umur dibawah 40 tahun yang kesulitan jika harus setiap bulan ke pegadaian untuk membayarkan angsuran dan menginginkan suatu yang praktis yang dapat dengan mudah mereka akses. Melalui aplikasi ini, nasabah dapat melakukan pembayaran secara online. Kenaikan jumlah pengguna aplikasi seiring dengan kenaikan jumlah nasabah *Rahn Hasan*. Berikut grafik kenaikan nasabah *Rahn Hasan* ditinjau dari kelompok umur:



Grafik 2.2. Grafik Perbandingan Usia Nasabah Rahn Hasan

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Creswel menjelaskan bahwa studi kasus adalah suatu pendekatan yang fokus kepada suatu instrument nyata yang ada. Kemudian data tersebut akan diolah menggunakan cara holistik melalui deskripsi atas semua detail dan pola konteks kasus yang terjadi.

#### 2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan pihak-pihak yang memberikan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan penulis. Subjek dalam penelitian ini adalah:

- Pimpinan dan penaksir dari Pegadaian Syariah CPS Kebomas, CPS Babakan dan UPS Madiun.
- Nasabah generasi milenial muslim pengguna aplikasi PSDS yang melakukan *Rahn Hasan* di Pegadaian Syariah CPS Kebomas, CPS Babakan, UPS Madiun. Dari total 127 nasabah aktif hingga Juli 2021 akan diambil sampel sebesar 25 nasabah menggunakan metode *snow ball*. Melalui metode ini, sampel diambil bergulir dari satu sumber yang kemujian menyarankan untuk sumber lainnya, sehingga didapatkan sampel yang paling sesuai dengan kriteria penelitian.

#### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan seluruh data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik atau metode pengumpulan data terdapat beberapa jenis. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data di antaranya yaitu wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka.

- Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan pertama kali untuk mendapatkan data yang dilakukan secara rinci dan teliti dengan pihak Pegadaian Syariah mengenai adanya peningkatan nasabah khususnya pada generasi milenial yang melakukan *Rahn Hasan*. Ditambah dengan wawancara setiap nasabah mengenai motivasi yang mendukung mereka untuk melakukan *Rahn Hasan*.

b. Observasi

Penulis melakukan observasi dengan mengetahui lokasi Pegadaian Syariah dengan melakukan pencatan secara rinci untuk mengetahui alasan pendukung dari perilaku nasabah di daerah tersebut.

c. Dokumentasi dan Studi Pustaka

Dokumentasi dan studi pustaka diambil dari arsip Pegadaian Syariah, Jurnal, serta penelitian ilmiah sebelumnya. Melalui data dari hasil dokumentasi ini digunakan untuk menemukan data pendukung seperti sejarah, struktur organisasi, dan berbagai kegiatan transaksi di pegadaian syariah. Dari hasil studi pustaka akan menjadikan data pendukung demi menghasilkan hasil data yang valid.

#### 4. Teknik Analisis Data

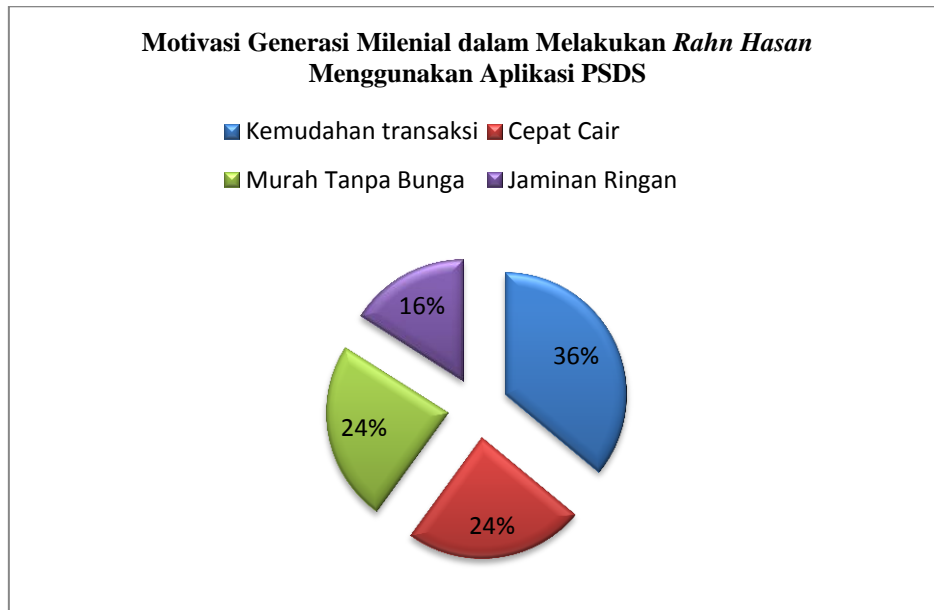
Berikut berbagai langkah dalam melakukan analisis data yang kemudian dijadikan sebagai hasil penelitian:

- a. Pengumpulan Data awal, kegiatan pertama yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data mentah. Data mentah dapat didapatkan dengan melakukan suatu wawancara langsung terhadap pihak pertama. Kemudian melakukan pembacaan ulang dan pengolahan data mentah untuk kegiatan observasi. Selanjutnya didukung dengan berbagai dokumen pendukung data lainnya.
- b. Reduksi Data, dilakukan dengan memilih dan memisah data mana yang paling penting untuk penelitian ini. Data tersebut dipilih, digolongkan dan diarahkan sesuai tujuannya hingga kemudian menghapus berbagai data yang tidak diperlukan.
- c. Penyajian Data, dilakukan berbagai pengelompokan data secara sistematis untuk diolah hingga mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan. Penyajian data disampaikan secara gamblang dan mudah dipahami oleh pembaca dari hasil pengolahan data sebelumnya. Kemudian dilakukan penyesuaian dengan berbagai teori yang dijadikan landasan pada penelitian ini.
- d. Penarik Simpulan. Sebagai tahap terakhir suatu penulisan penelitian, penarikan kesimpulan harus menggambarkan secara ringkas dan jelas dari hasil pengolahan data yang ada. Kesimpulan harus dapat menjawab berbagai masalah penelitian yang telah disampaikan sebelumnya.

#### IV. HASIL PENELITIAN

##### A. Motivasi Nasabah Milenial dalam Menggunakan Rahn Hasan

Berdasarkan hasil wawancara dan pengolahan data, terdapat 4 faktor dominan yang memotivasi para generasi milenial dalam melakukan *Rahn Hasan*, yaitu motif kemudahan transaksi, cepatnya pencairan dana, dinilai murah karena tanpa *mu'nah* (biaya pemeliharaan) dan faktor jaminan yang ringan. Hal tersebut digambarkan dalam grafik berikut:



Gambar 4.1. Motivasi Nasabah Milenial dalam Menggunakan Rahn Hasan

Data tersebut menunjukkan bahwa 36% atau sebanyak 9 narasumber mengatakan bahwa alasan kemudahan transaksi tersebut yang menjadikannya memilih *rahn hasan*. Berikut alasannya yang hampir sama dituturkan oleh beberapa narasumber: “Saya kalau butuh uang dikit kan gak mungkin ke bank. Pernah sampai ingin coba aplikasi pinjol (pinjaman online) tapi kok saya takut. Terus teman saya yang ngasih tau kalau di pegadaian gampang tinggal ngajuin pakek aplikasi aja bisa. Transaksi di aplikasinya ya nggak ribet sama sekali. Tinggal nurut aja sama perintahnya yang saya kira semua orang gampang pahamnya, gak ada yang sulit cuman ngisi-ngisi aja. Terus tinggal ke pegadaian nyerahkan barang sama ambil uang. Udah selesai.”

Alasan kemudahan transaksi dalam menggunakan aplikasi memang merupakan salah satu karakteristik generasi milenial yang paling dominan. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Dymas dalam jurnalnya yang berjudul Perilaku Konsumsi Generasi Milenial dalam Penggunaan *E-Commerce* menyatakan bahwa teknologi adalah kebutuhan primer bagi generasi milenial. Mereka telah lahir beriringan dengan kejauhan dan perkembangan teknologi. Sehingga bukan hal yang mengherankan ketika mereka ahli untuk menggunakan berbagai perangkat teknologi yang ada.

Kemudian sebanyak 24% atau 6 orang nasabah memberikan pendapat yang sama dalam memilih *rahn hasan*. Alasan utamanya adalah cepat dalam pencairan dananya. Proses yang mudah seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, otomatis dalam pencairan dananya juga akan cepat. Hal tersebut sejalan dengan penuturan Dymas sebelumnya bahwa generasi milenial selalu ingin cepat dalam menggapai impiannya di masa muda. Sehingga apapun yang lebih cepat dan mudah pasti akan sangat digemari oleh para generasi milenial.

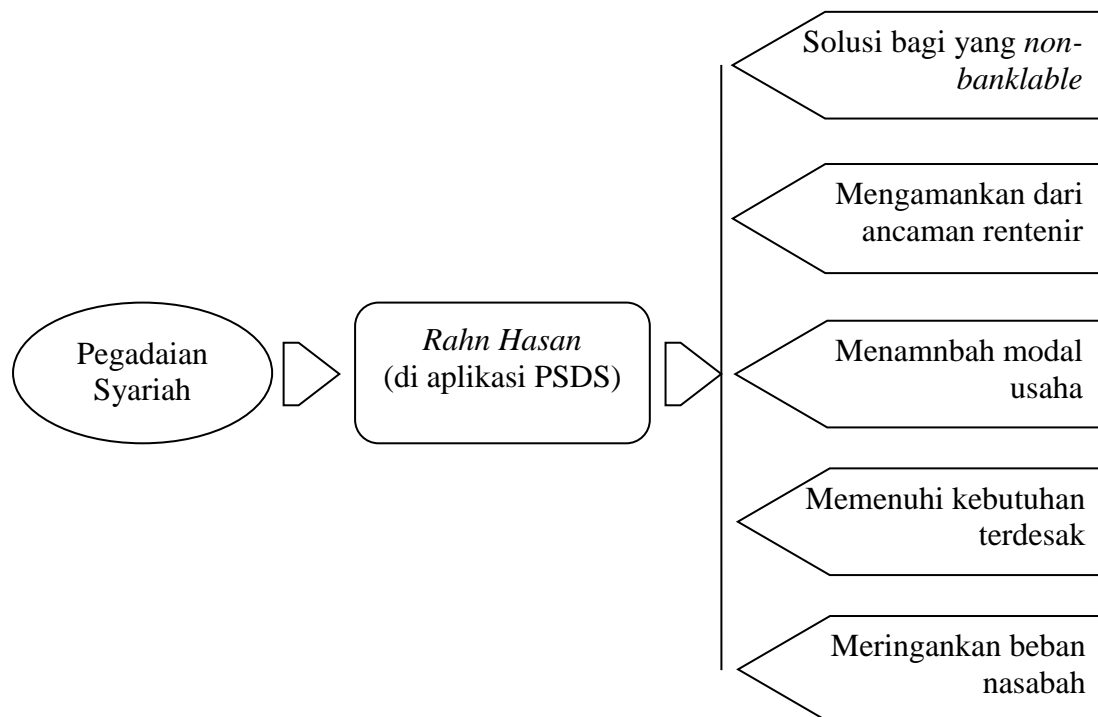
Sama halnya dengan alasan cepat dalam pencairan, motif karena murah tanpa *mu'nah* juga menjadi alasan dari 6 orang narasumber untuk melakukan *rahn hasan*. Motif ini sesuai dengan klasifikasi motif yaitu motif rasional. Motif ini yang mendorong seseorang untuk bertindak sesuai dengan realita yang ada serta dinilai logis dalam

pemikirannya. Adanya *rahn hasan* tentu menjadi sangat menarik bagi nasabah yang memiliki motif rasional. Benar dengan tidak adanya *mu'nah* adalah ciri dari *rahn hasan*. Bukan berarti terbebas sepenuhnya dari biaya admin yang ada ataupun jumlah pengembalian yang sama. Beban hanya ada saat di awal transaksi dengan hanya membayar maksimal Rp 5.000,- untuk jumlah pinjaman Rp 500.000,-.

Sedangkan motif sisanya sebanyak 16% atau sebanyak 4 narasumber mengatakan bahwa ringannya jaminan menjadi alasan mereka memilih *rahn hasan*. Hal ini dapat terjadi karena jumlah maksimal pinjaman hanya sebesar Rp 500.000 dapat digadaikan dengan barang berharga apapun yang dimiliki oleh calon nasabah. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh dr. Reni yang menhatakan bahwa generasi milenial muda seringkali mengalami defisit pendapatan dikarenakan literasi keuangan yang masih minim. Maupun bagi mereka generasi milenial tua yang mulai penuh dengan tuntutan menghidupi keluarganya, sehingga bukan tidak mungkin ketika hanya ingin membutuhkan tambahan uang yang sedikit mereka cukup hanya dengan melakukan *rahn hasan*.

**B. Peran Rahn Hasan Bagi Nasabah Milenial**

Dengan tingginya minat generasi milenial dalam melakukan *rahn hasan*, didukung dengan berbagai motivasi yang melatar belakangi pemilihan tersebut, tentu ada suatu hal yang berperan dari *rahn hasan* bagi kelangsungan hidupnya. Berdasarkan wawancara dengan 25 narasumber ada banyak sekali peran dari *rahn hasan* yang mereka ceritakan. Beberapa peran paling dominan yang dirasakan oleh para narasumber digambarkan dalam grafik berikut:



Gambar 4.2. Peran Rahn Hasan Bagi Milenial

Dari beberapa peran dominan dari *rahn hasan* yang disampaikan oleh para narasumbernya yaitu solusi bagi yang non-bankable. Hal ini sangat benar adanya dimana hanya untuk membutuhkan pinjaman yang sedikit, seringkali pihak perbankan tidak mau memberikan pinjaman dana tersebut. Belum lagi ditambah dengan system prosedural yang dinilai rumit bagi calon nasabahnya, membuat mereka enggan untuk melakukan sedikit pinjaman di perbankan.

Peran selanjutnya adalah adanya faktor rasa aman seperti dalam teori yang dituliskan oleh Ujang Sumarwan dalam bukunya *Perilaku Konsumen*. Dimana setiap konsumen menginginkan adanya rasa aman dalam mengonsumsi apapun.<sup>1</sup> Rasa keamanan ini yang ditemukan konsumen yang menggunakan *rahn hasan*. Mereka tidak terbebani seperti halnya melakukan pinjaman ke beberapa pihak yang mempunyai rentenir meskipun pinjaman mereka hanya sedikit. Dengan menggunakan *rahn hasan* tidak ada kewajiban untuk melakukan angsuran tiap bulan, yang terpenting ketika enor telah habis akan baru diputuskan bagaimana kelanjutannya.

Peran *rahn hasan* selanjutnya adalah menambah modal usaha. Bagi nasabah yang memiliki usaha kecil atau rumahan seringkali kekurangan modal untuk membuat pesanan. Hal tersebut dikarenakan pesanan akan dibayarkan full setelah pesanan selesai. Sehingga bagi mereka yang perlu cepat tambahan sedikit modal hanya dengan menggadaikan barang berharganya hingga cukup untuk menambah modal yang dibutuhkan. Dengan melakukan *rahn hasan* yang telah dinilai mudah dalam transaksinya, hal ini menjadi timbal balik peran *rahn hasan* yang bagus. Dengan proses yang cepat dan mudah, menjadikannya solusi bagi calon nasabah yang sangat harus memenuhi kebutuhan terdesaknya.

Sedangkan peran *rahn hasan* yang mudah dalam transaksi, cepat dalam pelayanan, murah dalam tanpa adanya *mu'nah*, menjadikannya sebagai salah satu produk pegadaia syariah sama-sama dapat meringankan beban nasabah. Nasabah yang ingin melakukan *rahn hasan* pasti sedang dalam kondisi yang tidak dapat memenuhi kebutuhannya. Sehingga adanya *rahn hasan* yang tanpa *mu'nah* sekiranya dapat meringankan beban nasabah meskipun tidak dapat menghilangkan masalahnya.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka mengenai perilaku milenial dalam melakukan *rahn hasan*: studi motivasi nasabah pengguna aplikasi Pegadaian Syariah *Digital Service*, maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

- A. Terdapat empat motivasi paling dominan dari generasi milenial nasabah pegadaian syariah dalam melakukan *Rahn Hasan* melalui aplikasi Pegadaian Syariah *Digital Service*. Motivasi tersebut berupa kemudahan transaksi, cepatnya proses pencairan dana, faktor jenis pinjaman yang murah dikarenakan tanpa *mu'nah* (biaya pemeliharaan) dan jenis jaminan yang ringan dan beragam.
- B. Terdapat lima peran paling dominan dengan melakukan *Rahn Hasan* bagi nasabah milenial pegadaian syariah yaitu sebagai solusi bagi nasabah yang *-non-bankable*, meringankan beban nasabah dengan kemudahan transaksi dan pencairan, sebagai jaminan rasa aman bagi nasabah karena terlepas dari rentenir, solusi untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak dan sumber untuk menambah modal usaha.

<sup>1</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 28.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adytia, Dymas Yossie, Perilaku Konsumsi Generasi Millennial dalam Penggunaan E-Commerce di Era Digital (Studi Kasus pada Mahasiswa Di Kota Malang), *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6.2, 2018.
- Badan Pusat Statistik, Laporan Data Kependudukan 2021, (<https://bps.go.id/pressrelease.html>), diakses pada 20 Desember 2021.
- Creswel, John. W., *Terjemahan Penelitian Kualitatif Dan Desain Riset: Memilih Diantara Lima Pendekatan*, edisi ke 3, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Surabaya: Setia Jaya, 2012.
- DSN MUI, "Fatwa DSN MUI No. 25 Tentang Rahn" , (<http://mui.or.id/wpcontent/uploads/files/fatwa/25-Rahn.pdf>), diakses pada 28 Desember 2021.
- Dwiastutik, Rini, *Ilmu Perilaku Konsumen*, Malang: Jniversitas Brawijaya Pers, 2012.
- Januari, Yadi, *Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: Remaja Rosyda Karya, 2015.
- Kementrian Komunikasi dan Informatika, Mengenal Generasi Milenial, ([https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasimillennial/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasimillennial/0/sorotan_media)), diakses tanggal 20 Desember 2021.
- Mira, Enok, Fadil, Mari, Aris, *Wawancara*, 7 Januari 2022.
- Moloeng, Lexy, *Metode Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung: Remaja Rosadakarya, 2009.
- Nazir, Moh., *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Resmi, S., *Gali Tutup Lubang Itu Biasa: Strategi Buruh Menanggulangi Persoalan Dari Waktu Ke Waktu*, Bandung: Yayasan Akatiga, 2005.
- Rianto, M. Nur dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Sabiq, Sayyid, *Fiqih Sunnah Jilid 11, 12*, Bandung: Pustaka Percetakan Offset, 1997.
- Schiffman, L.G. dan L.L. Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Indeks, 2000.
- Setiadi, Nugroho J., *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Kharisma, 2013.
- Sobur, Alex, *Psikologi Umum*, Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Suharno, Edi, *Coping Strategies Dan Keperfungsian Sosial*, Aloysiur Gunata Brata, 2003.
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.

---

Suprayito, Eko, *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islan Dan Konvensional*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

Tim Advika, "Seperti Apa Penerapan Akad Rahn Hasan Dalam Pegadaian Syariah" (<https://pegadaiansyariah.co.id/seperti-apa-penerapan-akad-rahn-hasan-dalam-pegadaian-syariah-detail-1696>, d), diakses pada 28 Desember 2021.

Utari, Reni, *Generasi Milenial, Generasi yang Rawan Terhadap Gangguan Mental*, (<https://www.sehatq.com/artikel/generasi-milenial-generasi-yang-rentan-terhadap-gangguan-mental>), diakses pada 20 Desember 2021.