

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERIMAAN AR- RAHNU (ISLAMIC PAWNSHOP)

FACTORS AFFECTING THE ACCEPTANCE OF AR-RAHNU (ISLAMIC PAWNSHOP)

Ishak Hj Abd Rahman¹
Rohaizad Bin Hashim²
Abdullah Sanusi Othman³
Azmi Aziz⁴

^{1, 2, 3} Pusat Penciptaan Nilai dan Kesejahteraan Insan, Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia

⁴ Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia

Accepted date: 13-09-2017

Published date: 15-09-2019

To cite this document: Abd Rahman, I., Hashim, R., Othman, A. S., & Azmi, A. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Ar-Rahnu (Islamic Pawnshop). *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 4(25), 15-23.

Abstrak: Artikel ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan Skim Ar-Rahnu yang ditawarkan oleh institusi perbankan dan institusi bukan perbankan. Setelah beroperasi di Malaysia menghampiri 27 tahun, skim Ar-Rahnu, sistem pajak gadai Islam ini telah menerima permintaan dan sokongan yang menggalakan di pasaran terutamanya bagi peniaga kecil dan sederhana. Fungsi utama Ar-Rahnu adalah sebagai penyedia tunai segera kepada mereka melalui penggadaian barang kemas. Analisis ini dilakukan juga bagi mengenalpasti faktor-faktor yang menjadi pendorong terutama kepada orang Islam untuk menggunakan kemudahan skim Ar-Rahnu ini. Kajian mendapati bahawa faktor seperti pandangan syariah, penetapan harga, aset cagaran, khidmat pelanggan, lokasi operasi, faktor operasi serta pengiklanan memainkan peranan penting terhadap penerimaan pelanggan terhadap skim Al Rahnu.

Kata Kunci: Al Rahnu, Penerimaan, Pajak Gadai Islam

Abstract: This article aims to analyze the factors that influence the acceptance of the Ar-Rahnu scheme offered by banking institutions such as Bank Rakyat and non-financial institutions such as cooperatives. Over the 27 years since the Ar-Rahnu Scheme operated in Malaysia, the Islamic mortgage system has received overwhelming demand and support in the market especially for small and medium-sized traders. The main function of Ar-Rahnu is to provide instant cash to them through the financing of jewellery. , Analyze shown that pricing, collateral assets, customer service, location of operations, operating factors and advertising a play an important role in customer acceptance of Al Rahnu scheme.

Keyword: Al Rahnu, Revenue, Islamic Pawn Shop

Pendahuluan

Polisi kewangan konvensional telah lama mendominasi sistem kewangan global terutamanya dalam sistem perbankan dan juga system pajak gadai. Matlamat kewangan konvensional adalah untuk mencapai keuntungan yang maksimum disamping mencapai guna tenaga penuh bagi penghasilan produktiviti yang optimum. Dalam dunia kewangan moden, kewangan Islam dibentuk dalam arus dunia kewangan konvensional yang menekankan bahawa wang dapat melahirkan wang tanpa perlu menanggung risiko perniagaan seperti jual beli. Walaupun diketahui sistem kewangan Islam telah menunjukkan suatu sistem yang adil, telus dan saksama namun disebabkan kurang kesedaran serta pendedahan maka masih ramai orang terutamanya umat Islam menerima sistem kewangan konvensional. Pajak gadai adalah satu institusi yang sangat penting kepada rakyat Malaysia terutamanya kepada golongan berpendapatan rendah. Golongan ini menggunakan kemudahan yang terdapat di pajak gadai untuk mendapatkan tunai disebabkan mereka tidak layak untuk mendapatkan pinjaman daripada institusi kewangan biasa. Sistem pajak gadai konvensional telah lama bertapak di Malaysia sekitar kurun ke-15 melalui hubungan diplomatik di antara Kerajaan China dan Melaka. Sehingga ke hari ini perniagaan pajak gadai konvensional masih dikuasai oleh peniaga golongan Cina berketurunan Hakka (Bal aShanmugam1991). Di Malaysia perniagaan pajak gadai konvensional ini dikawal selia dibawah Akta Pajak Gadai 1972 di bawah Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan Malaysia. Akta ini menggariskan panduan dan prinsip-prinsip yang harus diikuti oleh kedua-dua pihak, pemajak gadai dan pemegang pajak gadai. Sehingga tahun 2015 jumlah lesen yang dikeluarkan untuk perniagaan pajak gadai adalah sebanyak 296 (Perangkaan KPKT 2015). Walaupun aktiviti pajak gadai ini dikawal selia oleh Akta Pajak Gadai 1972, namun terdapat unsur manipulatif dalam sistem pajak gadai konvensional ini seperti kadar bunga yang dikenakan adalah melebihi dari kadar yang ditetapkan oleh akta. Selain itu juga penilaian yang rendah terhadap barangan, pengurangan struktur /nilai dan juga lelongan tanpa notis pemberitahuan kepada pihak peminjam menjadi isu yang sangat sensitif kepada peminjam. Oleh yang demikian, maka penubuhan sistem pajak gadai Islam dapat merubah penindasan dan ketidakadilan yang terdapat di dalam sistem pajak gadai konvensional, disamping meningkatkan imej dan merubah persepsi masyarakat terhadap pajak gadai Islam, ianya juga menunjukkan betapa penting pajak gadai Islam terhadap masyarakat (Sanusi dan Johari, 2006 serta Ismail dan Sanusi, 2005). Mungkin sebelum ini tidak ramai yang mengetahui tentang sistem pajak gadai Islam atau dikenali sebagai Ar-Rahnu namun semenjak 1960'an terdapat usaha untuk mewujudkan syarikat yang menawarkan kemudahan pinjaman tiada-faedah untuk kemudahan masyarakat Islam di Malaysia dan juga seluruh dunia.

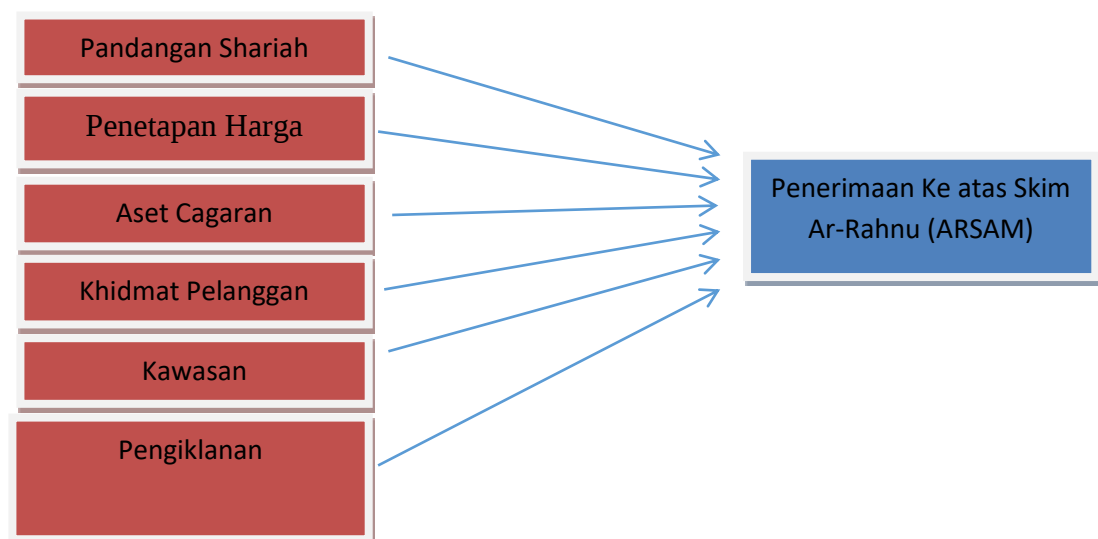
Sorotan Karya

Al-Rahnu adalah istilah yang diambil daripada kata terbitan bahasa Arab. Al-rahnu adalah berasal daripada kata perbuatan rahana yang bermaksud menggadaikan. Perkataan ini membawa maksud kena gadai (atau digadaikan), sebagaimana kata terbitan al-khalaq membawa makna kena jadi atau dijadikan Asmadi Mohd Naim (2004). Maka dengan perkataan Al-rahnu inilah terbitlah sebuah institusi kewangan Islam yang banyak membantu orang Islam khususnya bagi mereka yang sangat memerlukan modal untuk memulakan perniagaan, memerlukan pinjaman tunai segera atau bagi membiayai pendidikan mahupun perbelanjaan harian. Penubuhan Bank Islam pada tahun 1983 telah menukar hala tuju kewangan Islam di Malaysia khususnya dengan adanya permintaan Unit Amanah dan skim pajak gadai berkonsepkan patuh syariah. Apabila masyarakat Islam menggesa kerajaan untuk menubuhkan pajak gadai Islam, maka pada tahun 1992 tertubuhlah pajak gadai Islam dikenali sebagai Muasasah Gadaian Islam Terengganu (MGIT) dan diikuti oleh Koperasi Permodalan Kelantan pada tahun yang sama. Pajak gadai Islam berasaskan patuh syariah ini dikenali

sebagai Ar-Rahnu dan sehingga ke hari ini Ar-rahnu telah menjadi sebuah institusi yang aktif dalam memberi kemudahan tunai segera kepada yang memerlukan. Selain daripada itu, Ar-Rahnu juga menyediakan alternatif bagi mendapatkan kemudahan pembiayaan tanpa faedah dan juga pendahuluan tunai dengan kos yang rendah (Payal Bhatt dan Sinakkannu, 2008). Penawaran Skim Ar-Rahnu dalam institusi perbankan adalah berlandaskan hasrat untuk menyediakan perkhidmatan alternatif kewangan kepada komuniti umat Islam yang mematuhi konsep syariah. Selaras dengan itu motivasi kajian ini bertujuan untuk menyediakan satu gambaran keseluruhan yang empirikal ke atas faktor-faktor penerimaan Skim Ar-Rahnu terutamanya yang disediakan samada oleh institusi perbankan dan bukan perbankan.

Kerangka Konseptual Kajian

Kajian ini dilakukan untuk mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan skim Ar-Rahnu yang ditawarkan samada oleh institusi perbankan dan bukan perbankan. Kajian ini cuba untuk mengkaji perhubungan diantara faktor-faktor tersebut dan penerimaan pelanggan terhadap Skim Ar-Rahnu dengan menyesuaikan dan mengubahsuai dengan model ARSAM seperti yang ditunjukkan dalam rajah 1 yang merangkumi dari sudut pandangan syariah, sistem penetapan harga, aset yang dicagarkan, perkhidmatan pelanggan dan kawasan (dimana skim Ar-Rahnu ditawarkan) dan peranan pengiklanan.



Rajah 1 Kerangka Teori

Tambahan 2 faktor iaitu sosial dan pengiklanan turut ditambah ke dalam model seperti yang dicadangkan oleh Hanuddin Amin et al., (2007) dimana faktor-faktor ini perlu dipertimbangkan untuk menambahbaik kajian. Oleh itu, kerangka kerja teoritikal kajian ini adalah berdasarkan kepada model ARSAM dengan penambahan pembolehubah yang ditunjuk di rajah 1.

Pandangan Syariah

Di dalam Surah al-Baqarah ayat 275 menceritakan tentang riba yang bermaksud:

“Orang-orang yang memakan (mengambil) riba itu tidak dapat berdiri betul melainkan seperti berdirinya orang yang dirasuk Syaitan dengan terhuyung-hayang kerana sentuhan (Syaitan) itu. Yang demikian ialah disebabkan mereka mengatakan: "Bahawa sesungguhnya berniaga itu sama sahaja seperti riba". Padahal Allah telah menghalalkan berjual-beli (berniaga) dan mengharamkan

riba. Oleh itu sesiapa yang telah sampai kepadanya peringatan (larangan) dari Tuhannya lalu ia berhenti (dari mengambil riba), maka apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum pengharaman itu) adalah menjadi haknya, dan perkaranya terserahlah kepada Allah. Dan sesiapa yang mengulangi lagi (perbuatan mengambil riba itu) maka itulah ahli neraka, mereka kekal di dalamnya.”

Petikan dari ayat di atas jelas menunjukkan bahawa sesuatu yang melibatkan riba tidak boleh diambil mudah dalam sesuatu transaksi perniagaan menurut aspek syariah. Kepentingan hukum syariah dalam pembentukan sistem pajak gadai Islam telah dikaji oleh Ismail dan Sanusi dimana mereka telah mengutarakan bahawa prinsip Islam seperti wadiah, qardhul Hassan dan ujra perlu diberi pertimbangan yang teliti dalam mewujudkan pajak gadai Islam (Ismail dan Sanusi, 2005; Payal Bhatt dan Sinnakkannu, 2008; Amin et al, 2007). Dengan pelaksanaan prinsip wadiah, qardhul Hassan dan ujra yang menghapuskan elemen riba dan gharar dalam sistem Ar-Rahnu, ini telah menjadikan Ar-Rahnu sangat berbeza berbanding dengan kedai pajak gadai konvensional (Hanuddin Amin et al, 2007; Payal Bhatt dan Sinnakkannu, 2008). Ini menunjukkan bahawa pandangan syariah mempunyai hubungan yang kuat dalam penerimaan kedai pajak gadai berasaskan Islam (Hanuddin Amin et al, 2007). Implikasi kajian (Azila et al (2014) menunjukkan bahawa pajak gadai Islam berupaya untuk bersaing dan berkembang dengan menawarkan sistem gadaian yang berkonsepkan syariah, pengenaan upah simpan yang rendah dan matlamat pembiayaan yang tidak berorientasi keuntungan dan lebih kepada tanggungjawab sosial.

Selain itu, di dalam urusan muamalat atau perniagaan, Islam telah meletakkan garis panduan serta peraturan yang harus diikuti dengan terang dan jelas. Kegagalan untuk mengikuti kesemua peraturan akan menyebabkan kontrak ataupun transaksi tersebut tidak sah lalu menjadikan harta yang diperdagangkan haram untuk dimakan dan sebagainya. Firman Allah s.w.t di dalam surah al-Baqarah ayat 188 yang bermaksud :

“Dan janganlah kamu makan (atau mengambil) harta (orang-orang lain) di antara kamu dengan jalan yang salah, dan jangan pula kamu menghulurkan harta kamu (memberi rasuah) kepada hakim-hakim kerana hendak memakan (atau mengambil) sebahagian dari harta manusia dengan (berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui (salahnya).”

Larangan di dalam al-Quran jelas menunjukkan kesan dan akibat sekiranya membuat urusan secara batil, yang mana di dalam Islam setiap urusan harus menjauhi ketiga-tiga elemen haram iaitu maysir ataupun judi, riba dan juga gharar ataupun kesamaran.

Sistem Penetapan Harga

Kepentingan dalam penetapan harga berkaitan dengan urusan niaga kedai pajak gadai telah diteliti dalam kajian yang dilakukan oleh Ismail dan Ahmad (1997). Caj perkhidmatan yang dikenakan oleh Ar-Rahnu boleh dikatakan rendah berbanding dengan sistem pajak gadai konvensional yang mengenakan faedah sebanyak dua (2) peratus. Kadar caj yang rendah oleh Ar-Rahnu menyumbang kepada kos pembiayaan yang rendah dan membantu untuk mengurangkan beban terhadap pelanggan, yang mana ianya konsisten dengan hasil kajian Ismail dan Ahmad (1997) yang menunjukkan bahawa kos untuk mendapatkan tunai daripada Muassasah Gadaian Islam Terengganu (MGIT) adalah lebih rendah berbanding kedai pajak gadai konvensional yang mengenakan caj sebanyak dua (2) peratus ke atas barang yang digadaikan. Penemuan ini menunjukkan bahawa penting bagi kedai A-Rahnu untuk

menawarkan kadar yang kompetitif yang mencerminkan harga purata sistem di dalam pasaran. Kajian oleh Hanuddin Amin et al (2007) bagaimanapun menunjukkan bahawa sistem penetapan harga tidak memberikan kesan yang ketara terhadap penerimaan kedai pajak gadai berasaskan Islam. Mereka berpendapat bahawa sistem penetapan harga merupakan masalah utama dalam memperkenalkan kedai pajak gadai berasaskan Islam. (Hanuddin Amin et al, 2007). Pandangan ini selari dengan hasil kajian yang dijalankan oleh Asiah Alkharib (2017) yang mendapati kebanyakan cabaran yang dihadapi di peringkat industri dipengaruhi oleh faktor saiz PP, tadbir urus dan faktor kewangan. Nik Hadiyan Nik Azman (2015) mendapati bahawa kadar caj perkhidmatan yang dikenakan mempengaruhi usahawan wanita menggunakan perkhidmatan Al Rahn. Payal Bhatt dan Sinnakkannu, (2008) dalam kajiannya telah mengenalpasti bahawa elemen bebas riba, ketelusan dalam operasi transaksi pajak gadai, kos operasi transaksi yang rendah merupakan faktor yang mendorong pengguna untuk mendapatkan perkhidmatan pajak gadai Islam.

Aset Cagaran

Emas dan barang perhiasan merupakan benda bernilai yang sentiasa diterima oleh kedai pajak gadai (Hanuddin Amin et al, 2007). Dalam kajian terdahulu ke atas kedai pajak gadai menjelaskan bahawa sesuatu barang yang digadai mestilah bernilai (Sanusi dan Johari, 2006; dan Ismail dan Ahmad, 1997). MGIT hanya menerima barangan bernilai seperti emas dan barang kemas sebagai barang gadaian (Sanusi dan Johari, 2006). Berbanding kedai pajak gadai konvensional, mereka turut menerima barangan selain emas dan barang kemas sebagai barang gadaian termasuklah jam mewah seperti Rolex dan berlian. Skim Ar-Rahn yang ditawarkan oleh institusi perbankan Islam termasuk Bank Rakyat hanya menerima emas sebagai barang gadaian. Pada masa kini, institusi ini tidak memperkatakan tentang penggunaan barangan lain sebagai aset cagaran (Hanuddin Amin et al, 2007). Emas sebagai barangan cagaran mempunyai beberapa kelebihan berbanding dengan barangan lain. Ianya mudah untuk dijual semula, mudah untuk ditentukan ketulenannya, ruang penyimpanan yang kecil dan secara amnya mengekalkan pemilikan peribadi. Tiada bukti menunjukkan mana-mana institusi menerima barangan berharga yang lain sebagai cagaran untuk pembiayaan jangka pendek (Payal Bhatt dan Sinnakkannu, 2008). Hasil dapatan kajian ini adalah sama dengan kajian yang menyatakan penerimaan emas dan platinum sebagai barang gadaian. Selain barang kemas, barangan elektronik turut disebut sebagai aset cagaran (Ismail dan Ahmad, 1997). Barangan emas adalah lebih mudah untuk diterima sebagai barang gadaian kerana nilainya yang stabil untuk tempoh masa yang munasabah serta mudah untuk dicairkan atau dijual semula. Dari segi aset cagaran, (Hanuddin Amin et al, (2007) turut mencadangkan agar ianya perlulah diperluaskan dan tidak hanya terhad kepada emas. Sebaliknya turut menerima barangan berharga lain seperti perak dan jam mewah seperti Rolex yang mana ianya turut mempunyai nilai yang tinggi dalam perniagaan kontemporari (Hanuddin Amin et al, 2007).

Perkhidmatan Pelanggan

Perkhidmatan bukanlah suatu objek yang nyata yang boleh dirasa atau disentuh, yang mana ia membezakannya dengan produk nyata yang ditawarkan. Perkhidmatan pelanggan memainkan peranan yang penting kepada kedai pajak gadai konvensional. Kedai pajak gadai haruslah menawarkan perkhidmatan yang cepat dan mudah untuk meminjam wang. Urusan di kedai pajak gadai kebiasaannya adalah lebih mudah berbanding institusi perbankan. Pengguna mendapatkan pinjaman di kedai pajak gadai disebabkan oleh kebolehpercayaan untuk membayar hutang yang lemah dan kegagalan mendapatkan pinjaman dari institusi kewangan. Oleh itu, wang dipinjam perlulah disandarkan kepada aset cagaran (Lao, 2005). Oleh yang demikian, faktor perkhidmatan turut penting dalam perkhidmatan Ar-Rahn. Ini termasuklah penyimpanan rekod pelanggan, kerahsiaan rekod pelanggan serta

layanan yang adil ke atas setiap pelanggan tanpa mengira agama dan bangsa mereka. Ianya amat penting dalam menekankan kualiti perkhidmatan pelanggan untuk mengembangkan perniagaan Ar-Rahnu ini selain daripada kepentingan dari sudut pandangan syariah (Mohammed et al, 2007). Kajian oleh Hanuddin Amin et al, (2007) turut menunjukkan bahawa khidmat pelanggan amat berkait rapat dengan penerimaan kedai pajak gadai berasaskan Islam (Amin et al, 2007). Fathi Syakirin Hassan (2015) mendapati dasar prosedur pinjaman mudah adalah sangat mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap skim gadaian Islam (Ar Rahnu) manakala Nadiyah Nabilah Binti Baharum (2015) mendapati bahawa perkhidmatan pelanggan merupakan faktor utama yang mempengaruhi Pengguna untuk mendapatkan perkhidmatan di kedai Al Rahnu berbanding pandangan syariah, kelakuan pengguna dan faktor harga.

Kawasan (lokasi Skim Ar-Rahnu ditawarkan)

Lokasi merupakan faktor penting dalam pembangunan sesebuah kedai pajak gadai. Kajian mencadangkan bahawa pelanggan lebih mudah untuk memilih kedai pajak gadai yang berdekatan dengan rumah mereka. Satu lagi kajian berkenaan lokasi kedai pajak gadai oleh Ismail dan Ahmad, (1997) menjelaskan kepentingan sesebuah perniagaan pajak gadai untuk membuat pertimbangan yang baik dalam memastikan lokasi sesebuah kedai pajak gadai yang hendak dibuka. Mereka turut membincangkan tentang halangan kemasukan yang rendah dalam perniagaan kedai pajak gadai. Ironiknya, kebanyakan kedai pajak gadai dibuka di kawasan bandar untuk memudahkan pelanggan menjalankan transaksi gadaian (Ismail dan Ahmad, 1997). Bagaimanapun, kajian oleh Hanuddin Amin et al, (2007) menunjukkan bahawa kawasan sesebuah kedai pajak gadai Islam adalah kurang penting dalam memperkenalkan sistem pajak gadai Islam (Hanuddin Amin et al, (2007). Kajian yang dijalankan oleh Evi Khairunnisa (2019) juga mencadangkan agar jumlah institusi ar-Rahnu terus diperluas di serata tempat agar mudah diakses oleh masyarakat sekeliling terutamanya golongan Muslim.

Pengiklanan

Pengiklanan merupakan proses dimana syarikat cuba untuk meyakinkan pelanggan untuk membeli produk mereka. Seseorang itu mungkin mengetahui tentang kedai pajak gadai melalui iklan atau melintasi kedai pajak gadai dan bertanya kepada rakan. D Prasarana (2013) dalam kajiannya menjelaskan bahawa *Advertising is a form of communication intended to convince an audience (viewers, readers or listeners) to purchase or take some action upon products, information or services*. Hasil kajian Hasil kajian Balqis Yaacob (2013) menunjukkan hubungan di antara pembolehubah adalah rendah dan lemah yang bermaksud faktor kefahaman syariah, kadar harga/upah, lokasi institusi gadaian serta pengiklanan tidak mempunyai hubungan yang kuat malahan faktor kadar harga/upah adalah tidak signifikan di dalam mempengaruhi kesedaran usahawan kecil Muslim terhadap skim ar-Rahnu. Menurut (Zubaidah et al 2015), iklan berupaya mempengaruhi ingatan serta kepercayaan khalayak terhadap produk yang diiklankan. Ini bermakna mesej dalam iklan perlu menarik perhatian serta berupaya mempengaruhi sikap serta emosi khalayak untuk mengetahui dengan lebih terperinci mengenai produk yang diiklankan. Tashrifa Haider, dan Shadman Shakib, (2017) dalam kajian mereka mendapati bahawa pengiklanan berupaya untuk mempengaruhi kelakuan individu dalam membuat keputusan pembelian. Muhamad Azhar Zulkifli (2013) mendapati bahawa kesemua elemen campuran pemasaran yang digunakan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan pemilihan pelanggan terhadap gadaian Islam di Ar-Rahnu YaPEIM.

Ukuran Penerimaan Pelanggan

Secara umumnya boleh dikatakan kedai pajak gadai merupakan pusat hentian kewangan setempat bagi masyarakat untuk mendapatkan pinjaman dengan cara yang cepat dan senang (Amin et al, 2007). Penerimaan merupakan kesediaan seseorang untuk menghadapi situasi, melalui proses atau keadaan (kebiasaannya negatif atau situasi kurang selesa) tanpa cuba untuk mengubah, membantah atau keluar dari situasi tersebut. Ianya satu penerimaan secara umum bahawa sesuatu perkara itu benar, munasabah atau tidak boleh ditukar. Penerimaan seseorang terhadap sesuatu perkara dipercayai dipengaruhi oleh persepsi mereka sendiri. Individu tersebut mungkin seorang pengguna atau pelanggan kepada sesetengah produk atau perkhidmatan, atau sesiapa yang memilih, menganjurkan dan mentafsir maklumat yang diterima untuk menghasilkan suatu gambaran yang berguna tentang produk atau perkhidmatan tersebut. Ianya bukan sahaja bergantung kepada rangsangan fizikal, tetapi juga rangsangan dari persekitaran dan keadaan dalaman individu itu sendiri. Dari sudut pelanggan, setiap seorang dari mereka mempunyai persepsi tersendiri samada produk yang dibeli atau perkhidmatan yang diterima menepati keperluan mereka atau tidak. Ini dipanggil tahap penerimaan pelanggan terhadap sesuatu produk atau perkhidmatan. Penerimaan pelanggan boleh dikatakan menyamai kepuasan pelanggan kerana jika tahap penerimaan mereka adalah tinggi, ini bermakna mereka berpuashati dengan perkhidmatan yang diterima dan mungkin mereka akan kembali pada masa akan datang atau memaklumkan kepada kawan dan keluarga mereka untuk menggunakan perkhidmatan yang sama. Dalam dunia sebenar, pelanggan yang tidak berpuashati cenderung untuk mewujudkan persekitaran yang negatif dan menyampaikan tanggapan negatif mereka kepada orang lain. Perkhidmatan positif dan negatif ini amat berguna di negara-negara Asia seperti Malaysia dimana kehidupan sosial dan budaya dibentuk dengan cara untuk meningkatkan hubungan sosial antara mereka.

Hipotesis

Hipotesis berikut telah dipilih untuk kajian ini berdasarkan tafsiran analisis dalam bahagian sebelum ini.

- H1: Terdapatnya hubungan yang positif dari sudut pandangan syariah dengan penerimaan Skim Ar-Rahnu.
- H2: Terdapat hubungan yang positif diantara sistem penetapan harga dengan penerimaan Skim Ar-Rahnu.
- H3: Terdapat hubungan yang positif diantara aset cagaran dengan Skim Ar-Rahnu.
- H4: Terdapat hubungan positif diantara perkhidmatan pelanggan dengan penerimaan Skim Ar-Rahnu.
- H5: Terdapat hubungan positif diantara lokasi kawasan dengan penerimaan Skim Ar-Rahnu.
- H6: Terdapat hubungan yang positif diantara pengiklanan dengan penerimaan Skim Ar-Rahnu.

Kesimpulan

Tujuan kajian ini adalah untuk mencadangkan suatu model kajian yang melibatkan pengaruh faktor syariah dan lain –lain faktor bagi mengenalpasti penerimaan pelanggan terhadap pajak gadai Al Rahnu. Hasil kajian ini dapat memberi beberapa gambaran awal bagi menerangkan sesuatu gelagat yang melibatkan penerimaan pelanggan khususnya yang berkaitan dalam penawaran produk berkaitan dengan kewangan islam. Justeru, kajian empirikal perlu dijalankan bagi mengaplikasikan dan menerangkan model kajian dengan lebih terperinci.

Rujukan

- Asiah Alkharib Shah Salmy Edawati Yaacob (2017) Pembangunan infrastruktur tadbir urus dan pengawal seliaan. *Journal of Advanced Research in Business and Management Studies* s 6, Issue 2
- Asiah Alkharib Shah , Salmy Edawati Yaacob (2017) Cabaran dan Alternatif Penyelesaian bagi Penyedia Perkhidmatan Ar-Rahnu di Malaysia *International Journal of Islamic and Civilizational Studies*
- Asmadi Mohd Naim (2004) Sistem Gadaian Islam. *Islammiyyat* 26(2) 39-57
- Azila Abdul Razak. 2011. Economics and Religious Significance of the Islam and Conventional Pawnbroking In Malaysia. Behavioural and Perception Analysis. United Kingdom: Durham E-Thesis
- Azila Abd Razak, Fidlizan Muhammad, Mohd Yahya Mohd Hussin dan Nurhanie Mahjom (2014) Kemapanan dan Daya Saing Pajak Gadai Islam di Malaysia Prosiding Perkem ke-9 (2014) 551 – 560 ISSN: 2231-962X
- Bank Negara Malaysia
website <http://www.bnm.gov.my/index.php?ch=174&pg=469&ac=387>
- Bank Rakyat Malaysia Bhd
website <http://www.bankrakyat.com.my/index.php?ch=6&8ac=13&lang=en>
- Bank Rakyat Annual Reports, 2001 & 2002
- Bala Shanmugam (1991). 'The business of pawn broking in West Malaysia', *Journal of Southest Asia Business*. Volume 7, Number 2
- Balqis Yaakob. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesedaran Usahawan Kecil Muslim Terhadap Skim Ar-Rahnu (Pajak Gadai Islam) Disertasi Diserahkan Kepada Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business, Universiti Utara Malaysia, Sebagai Memenuhi Syarat Untuk Pengijazahan Sarjana
http://etd.uum.edu.my/4098/2/s809964_abstract.
- D.Prasanna Kumar & K. Venkateswara Raju The Role of Advertising in Consumer Decision Making *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668. Volume 14, Issue 4 (Nov. - Dec. 2013), PP 37-45
www.iosrjournals.org
- Evi Khairunnisa (2019). Analisis Penerimaan Pelanggan Terhadap Pelaksanaan Ar-Rahnu Di Kota Langsa Aceh. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 4(22), 01 - 10.
- Fathi Syakirin Hassan, Sanep Ahmad & Hairunnizam Wahab. eProsiding Seminar Fiqh Semasa (SeFis) 2015 Penerimaan masyarakat terhadap skim gadaian islam di kota baru Kelantan
- Hanudin Amin, Rosita Chong, Hazmi Dahlan, Rostinah Supinah. 2007. An Ar-Rahnu Shop Acceptance Model (ARSAM). *LJMS* 2007, 1
- Ismail, A.G. and Sanusi, N.A (2005) A framework for regulating pawnshops: Why do, what area and Syariah view. *Proceeding of Malaysian Finance Association (MFA)'s 7th Annual Conference*, 9-10 May, Kuala Terengganu, Terengganu.
- Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan <http://www.kpkt.gov.my>
- Muhamad Azhar Bin Zulkepily (2013) Strategi Campuran Pemasaran Dan Hubungannya Dalam Pemilihan Produk Gadaian Islam Ar-Rahnu Yapeim Disertasi Dikemukakan Bagi Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Ijazah Sarjana Pengurusan (Mod Penyelidikan) Fakulti Pengurusan Dan Ekonomi Universiti Pendidikan Sultan Idris
- Nadiah Nabilah Binti Baharum Selamah Maamor Azizah Othman Examining the factors that influence customers' intention to use Ar-Rahnu at post office: A case study of Kedah *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, Vol-11, No. 4, Octo-Dec, 2015.

- Nik Hadiyan Nik Azman, Salina Hj. Kassim, Tajul Ariffin Masron (2015) Key Factors Influencing Women Micro-Entrepreneurs to Use Ar-Rahnu: Evidence from Siti Khadijah's Market, Kelantan Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 9(28) Special 2015, Pages: 105-110
- Payal Bhatt ,Jothee Sinnakkannu (2008) Ar-Rahnu (Islamic Pawning Broking) Opportunities and Challenges in Malaysia
- S.A Bashir Ahmad, Norudin Mansor & A.Nurul Nadiah.(2012). Customer Acceptance on Islamic Pawn Broking: A Malaysian Case. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vol 3,10, 752-763
- Sanusi, N.A, & Johari, M.S (2006). 'Prestasi perkhidmatan Ar-Rahnu: Kajian kes MGIT'. Proceedings of National Seminar in Islamic Banking and Finance: Islamic Wealth Management, Prospect, Issues and Challenges
www.agrobank.com.my
- Zubaidah binti Osman, Nor Azura binti Adzharuddin. (2015) Pengaruh Visual Dan Verbal Dalam Iklan Kempen Terhadap Emosi Journal of Education and Social Sciences, Vol. 2, (Oct.) ISSN 2289-9855