

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran

Masalah-masalah di dalam marketing mempunyai hubungan erat dengan produk (apa yang dijual), konsumen, dan profitabilitas. Konsumen dapat dipengaruhi tetapi tidak dapat dikendalikan. Dan profitabilitas merupakan hasil akhir dari kegiatan-kegiatan di dalam bidang marketing. Dengan demikian, hanya produk saja yang dapat dikendalikan dan ini menunjukkan betapa pentingnya kebijaksanaan produksi dalam konsep marketing secara menyeluruh.

Keputusan-keputusan mengenai pemilihan produk secara beratutan akan mempengaruhi keputusan-keputusan lain yang menyangkut misalnya promosi, pemilihan saluran distribusi dan elemen-elemen marketing program dan lain-lain. Pemilihan produk memiliki aspek yang lebih luas lagi yaitu pengaruhnya pada posisi perusahaan itu sendiri karena kebijaksanaan produk dapat merupakan satu variabel sendiri dalam kehidupan perusahaan.¹⁵

Pada prinsip-prinsip pemasaran, sikap merupakan evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang secara konsisten menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan. Menurut **Mowen dan Minor** pembentukan sikap konsumen seringkali menggambarkan hubungan antara kepercayaan, sikap dan perilaku dimana ketiganya terkait dengan konsep atribut produk. Kepercayaan

¹⁵ Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 70.

konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu atribut objek dan manfaatnya. Oleh karena itu pengetahuan konsumen berkaitan erat dengan pembahasan sikap karena pengetahuan konsumen adalah kepercayaan konsumen dimana suatu produk memiliki berbagai atribut dan manfaat dari berbagai atribut tersebut. Pengetahuan konsumen terkait erat dengan pembahasan sikap konsumen. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki atribut dan ada berbagai manfaat dari atribut tersebut.¹⁶ Hal ini sesuai dengan pernyataan **Donald R. Lehmann dan Russell S. Winer** dalam bukunya *Product Management*, bahwa produsen menciptakan produk tetapi konsumen membeli manfaat.¹⁷

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya seorang konsumen harus memilih produk barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Banyaknya pilihan yang tersedia, kondisi yang dihadapi serta pertimbangan-pertimbangan yang mendasari yang kemudian membuat suatu keputusan individu berbeda dengan individu lain. Proses pengambilan keputusan ini diawali oleh adanya kebutuhan yang berusaha dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan ini terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi dengan tujuan untuk memperoleh alternatif terbaik. Di dalam proses membandingkan ini konsumen memerlukan informasi yang jumlah dan tingkat kepentingannya tergantung kebutuhan konsumen serta situasi yang dihadapi.¹⁸

¹⁶ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*,... hal. 68.

¹⁷ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 106.

¹⁸ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*,... hal. 102.

B. Keputusan Nasabah

Dari lingkungan pemasaran yang luas (lingkungan makro dan lingkungan mikro), ada salah satu aspek di dalam lingkungan mikro yakni aspek pasar. Pasar dibagi menjadi dua kelompok, yaitu pasar konsumen (*consumer market*) dan pasar bisnis (*business market*). Pasar konsumen adalah, individu-individu yang membeli produk untuk konsumsinya sendiri.¹⁹

Dari lingkungan pemasaran yang luas (lingkungan makro dan lingkungan mikro), ada salah satu aspek di dalam lingkungan mikro yakni aspek pasar. Pasar dibagi menjadi dua kelompok, yaitu pasar konsumen (*consumer market*) dan pasar bisnis (*business market*). Pasar konsumen adalah, individu-individu yang membeli produk untuk konsumsinya sendiri.²⁰

Konsumen adalah salah satu unit pengambilan keputusan dalam ekonomi yang bertujuan untuk memaksimalkan keputusan dari berbagai barang atau jasa yang dikonsumsi.²¹ Hampir semua penulis mendefinisikan keputusan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua lebih pilihan alternatif.

Dalam memaksimalkan kepuasan, hal ini dihadapkan pada dua permasalahan yaitu: (1) barang-barang atau jasa-jasa ekonomis yang dikonsumsi oleh konsumen pasti mempunyai harga, (2) pendapatan konsumen terbatas sehingga untuk mendapatkan tingkat kepuasannya juga terbatas.²²

¹⁹ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hal. 46.

²⁰ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hal. 46.

²¹ Masyhuri, *Ekonomi Mikro* (Malang: UIN-Malang Press, 2007), hal. 24.

²² *Ibid.*, Hal. 24.

Ada dua asumsi yang menonjol yang sering dipakai oleh para ekonom, berkaitan dengan teori konsumsi, yaitu:

1. Asumsi rasionalitas, artinya bahwa seorang konsumen senantiasa berusaha menggunakan pendapatannya yang jumlahnya terbatas itu untuk memperoleh kombinasi barang-barang dan jasa-jasa konsumsi yang menurut perkiraannya dapat mendatangkan kepuasan yang maksimum.
2. Asumsi *perfect knowledge* atau pengetahuan yang sempurna, khusus pengetahuan mengenai macam barang dan jasa yang tersedia di pasar, harga masing-masing barang dan jasa, besarnya pendapatan yang mereka peroleh dan cita rasa yang mereka miliki.²³

Menurut **Kotler** perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor di bawah ini:²⁴

1. Faktor sosial

Meliputi: kelompok acuan; pengaruh keluarga; dan peran dan status dalam masyarakat.

2. Faktor personal

Meliputi: situasi ekonomi; gaya hidup; kepribadian dan konsep diri; usia dan siklus hidup; dan pekerjaan.

3. Faktor psikologis

Meliputi: motivasi; persepsi; pembelajaran; dan keyakinan dan sikap.

4. Faktor budaya

Meliputi: budaya; sub-budaya; dan kelas sosial.

²³ *Ibid.*, hal. 25.

²⁴ Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 274.

Sebelum mengambil keputusan, konsumen melalui tahapan: pengenalan kebutuhan, mencari informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku setelah pembelian.²⁵

1. Pengenalan kebutuhan. Ini merupakan tahap awal dimana seseorang merasa memiliki kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi.
2. Mencari informasi. Ketika konsumen memiliki kebutuhan yang ingin dipenuhi maka ia akan mencari informasi yang berkaitan dengan produk yang akan dibelinya. Ada yang diperoleh dari pengalaman pribadi, tetapi ada pula yang mencari lewat jalur komersil.
3. Evaluasi alternatif. Setelah memiliki informasi yang cukup lengkap, konsumen akan mengevaluasi alternatif yang ada. Konsumen akan menggunakan kalkulasi yang ketat tentang barang yang akan dibeli.
4. Keputusan pembelian. Saat memutuskan akan ada perilaku tertentu dari individu. Situasi yang terjadi bisa tergantung dari sikap orang lain.
5. Perilaku setelah membeli. Perilaku ini menjadi perhatian pemasar. Karena pada tahap ini akan menentukan apakah konsumen bisa terus menjadi pelanggan produk tersebut atau akan beralih pada produk lain.

Setelah membeli suatu produk, konsumen akan menemukan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Konsumen mungkin menemukan suatu kekuarangg atau cacat. Sebagian pembeli tidak akan membeli lagi produk yang dianggap cacat tersebut, sebagian lain mungkin indederen terhadap kekurangan tersebut, dan sebagian lain mungkin menganggap kekurangan tersebut

²⁵ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hal 65-66.

menambah nilai produksinya.²⁶ Dari hal inilah kemudian konsumen akan memberikan respon terhadap hasil pembeliannya, yaitu puas atau tidak puas dengan melakukan pembelian terhadap produk itu lagi atau bahkan tidak berminat sama sekali.

Dalam perspektif Islam tidak semua barang dan jasa bisa dikonsumsi. Seorang konsumen muslim hanya diperkenankan mengonsumsi barang dan jasa yang halal. Bahkan jumlah yang dikonsumsi dari suatu barang dan jasa hanya sebatas kebutuhan dan bersifat sederhana. Dalam ekonomi Islam juga terdapat larangan menerima bunga. Ekonomi Islam lebih bertumpu pada kerjasama. Peluang keuntungan dan kerugian akan ditanggung oleh kedua belah pihak secara proporsional sesuai dengan kesepakatan.

Kerangka kegiatan muamalat secara garis besar dapat dibagi menjadi tiga, yaitu politik, sosial dan ekonomi. Ekonomi dapat diambil tiga turunan lagi yaitu konsumen, simpanan dan investasi. Berbeda dengan sistem lainnya, Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat, tidak berlebihan tidak juga kekurangan.²⁷

Lebih jauh dan tegas Allah SWT melarang terjadinya perbuatan *tabdzir* yang dijelaskan pada QS. Al Isra (17) ayat 27 yang berbunyi:²⁸

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ مَكَانَ الشَّيْطَانِ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: *Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.*

²⁶ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal 133.

²⁷ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 22.

²⁸ Depag RI, Ustadz Salim Bahreisy dan Drs. Abdullah Bahreisy, *Terjemah Alquran Al-Hakim* (Surabaya: CV. Sahabat Ilmu, 2001), Al Isra, Juz 15, Ayat 27, hal. 542.

Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku manusia yang rasionalitas tidak selalu sejalan dengan pengertian maksimisasi secara material. Rasionalitas dalam perspektif Islam manakala mencakup elemen-elemen dasar sebagai berikut:²⁹

1. Konsep sukses dalam Islam selalu dikaitkan dengan nilai-nilai moral.
2. Waktu bagi seorang muslim adalah kehidupan di dunia sampai akhirat.
3. Konsep kekayaan dalam Islam merupakan karunia dan pemberian dari Allah SWT. Manusia sifatnya hanya memiliki hak guna atas ‘amanat’ kekayaan yang dimilikinya, karena pemilik yang sebenarnya adalah Allah SWT.
4. Dalam pandangan Islam mengenai barang terutama barang konsumsi adalah semua barang yang dikaitkan dengan aspek nilai moral.

Aspek etika dalam konsumsi menurut Islam, terangkum dalam dua hal, yaitu pertama, manfaatkan harta dalam kebaikan dan menjauhkan sifat kikir; kedua, mengajarkan bersikap sederhana yang mengandung lima dimensi yaitu keadilan, mencari rezeki secara halal, kebersihan, kemurahan hati, dan moralitas.

²⁹ Hasan Sulthoni, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam: Teori dan Praktek*, Tulungagung: Eksyar, Vol. 02, No. 02/11, 2015. Dalam ejournal.stain.tulungagung.ac.id. diakses pada hari Selasa 05 Desember 2017

B. Pengetahuan Produk

Menurut **Suwarman** pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa (dalam hal ini produk dan jasa bank syariah), serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.³⁰

Sedangkan **Peter dan Olson** membagi tiga jenis pengetahuan produk, yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.³¹

1. Pengetahuan Atribut Produk

Pengetahuan atribut produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

2. Pengetahuan Manfaat Produk

Jenis pengetahuan produk yang kedua adalah pengetahuan tentang manfaat produk. Konsumen seringkali berfikir mengenai manfaat yang akan ia rasakan jika mengkonsumsi atau membeli suatu produk, bukan mengenai atributnya. Pengetahuan tentang manfaat produk adalah penting bagi

³⁰ Yuliana Siti Chotifah, *Pengaruh Pengetahuan Nasabah Tentang Office Channeling Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah BRI Kartasura)* (Surakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2017), hal. 29. Dalam pdfprints.iain-surakarta.ac.id. diakses pada hari Selasa tanggal 05 Desember 2017.

³¹ Ujang Suwarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013), hal. 122.

konsumen karena pengetahuan ini akan mempengaruhi keputusan pembeliannya.

3. Pengetahuan Kepuasan yang Diberikan Produk

Pengetahuan seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, sehingga dari beberapa faktor tersebut dapat mendorong seorang nasabah dalam memahami dan menangkap suatu informasi yang selanjutnya dapat diapresiasi dengan tindakan, faktor tersebut diantaranya:

1. Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan.

2. Media

Media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Misalkan: televisi, radio, koran, papan reklame, dan majalah.

3. Keterpaparan Informasi

Informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui atau dapat pula berupa transfer pengetahuan. Informasi dapat mencakup data, teks, *image*, suara, kode, program komputer, database. Informasi dapat juga dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, yang diperoleh dari data dan observasi terhadap dunia sekitar serta diteruskan melalui komunikasi.

4. Pengetahuan ilmiah

Pengetahuan ilmiah merupakan suatu hasil ilmiah dari adanya kegiatan belajar melalui permasalahan yang ada pada lingkungan atau

kehidupan sehari-hari berdasarkan teori-teori ilmu pengetahuan. Dari adanya kegiatan belajar tersebut, maka seseorang akan memperoleh pengetahuan yang lebih akan segala sesuatu yang nantinya dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.³²

Saladin menjelaskan pengertian produk secara sempit adalah sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berwujud dan dihimpun dalam suatu bentuk yang serupa dan telah dikenal. Sedangkan pengertian produk secara luas adalah sekelompok sifat-sifat berwujud (*intangible*) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, *prestise* pabrik, *prestise* pengecer dan pelayanan yang diberikan produsen dan pengecer yang dapat diterima oleh konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan-kebutuhan konsumen.³³

Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.³⁴ Dalam praktiknya produk terdiri dari dua jenis, yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dapat dilihat, diraba, atau dirasakan. Contohnya, buku, meja, kursi, dan lain-lain. Sedangkan produk yang tidak berwujud biasanya disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana seperti kegiatan, organisasi,

³² Astik Tarikotillah, *Pengaruh Pengetahuan, Kelompok Acuan, Motivasi, dan Lokasi Bank Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim di Kota Surakarta)* (Surakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2017), hal 48. Dalam pdfprints.iain-surakarta.ac.id, diakses pada hari Selasa tanggal 05 Desember 2017.

³³ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Ombak, 2015), hal. 180.

²² Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hal. 216.

ide-ide, tempat, dan lain-lain. **Kotler** mengatakan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak memiliki wujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dengan suatu produk fisik.³⁵

Adapun karakteristik jasa menurut **Kotler Keler dan Saladin** adalah sebagai berikut:³⁶

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum transaksi pembelian. Agar menimbulkan kepercayaan dari konsumen dan hal ini bisa terus ditingkatkan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan pemilik jasa, yaitu:

- a. Meningkatkan visualisasi jasa.
- b. Pemberian jasa tidak hanya menggambarkan ciri-ciri suatu jasa, tapi justru lebih menekankan manfaat dari jasa tersebut.
- c. Pemberian jasa dapat menciptakan nama merek bagi jasa yang dijualnya untuk meyakinkan kepercayaan.
- d. Pemberian jasa juga mengandalkan nama seseorang yang sudah terkenal untuk meningkatkan kepercayaan calon konsumen.

2. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Suatu bentuk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak, produk fisik yang berwujud tetap ada.

³⁵ *Ibid.*, hal. 217.

³⁶ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*,... hal. 239-240.

3. Berubah-ubah (*Variability*)

Jasa sesungguhnya sangat mudah berubah-ubah, karena jasa ini sangat bergantung pada siapa yang menyajikan, kapan dan dimana disajikan.

4. Daya tahan (*Parishbaility*)

Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah bila permintaan selalu ada dan mantap. Bila permintaan naik atau turun maka masalah yang sulit akan segera muncul.

Dalam praktik sehari-hari berbagai jasa bank ditawarkan kepada masyarakat. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan sangat tergantung dari kemampuan bank itu sendiri. Semakin lengkap produk yang ditawarkan akan semakin baik, sehingga untuk memperoleh produk bank, nasabah cukup mendatangi satu bank saja. Dalam bank syariah, BUS, UUS, dan BPRS pada dasarnya melakukan kegiatan usaha yang sama dengan bank konvensional. Perbedaannya adalah semua kegiatan usaha bank syariah didasarkan pada prinsip syariah.

Adapun kegiatan usaha bank syariah adalah sebagai berikut:³⁷

1. Penghimpunan dana, dalam bentuk:
 - a. Modal inti, diperoleh dari pemegang saham, cadangan dan laba ditahan
 - b. Simpanan dan investasi
 - 1) Giro (Berdasarkan akad *wadiah* dan *mudharabah*)
 - 2) Tabungan (Berdasarkan akad *wadiah* dan *mudharabah*)
 - 3) Deposito, terbagi menjadi tiga:

³⁷ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*,... hal. 72-93.

- a) Investasi umum (*mudharabah mutlaqah*)
- b) Investasi khusus (*mudharabah muqayyadah on balance sheet*)
- c) Investasi khusus (*mudharabah muqayyadah off balance sheet*)

2. Penyaluran dana

- a. Pembiayaan berdasarkan pola jual beli dengan akad *murabahah*, *salam* atau *istishna'*
- b. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah*
- c. Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*
- d. Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak berdasarkan akad *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bittamlik*
- e. Pengambilalihan utang berdasarkan akad *hawalah*
- f. Pembiayaan multijasa berdasarkan akad *ijarah* dan *kafalah*

3. Jasa keuangan perbankan

- a. Letter of credit (L/C) impor syariah berdasarkan akad *wakalah bil ujah* dan *kafalah*
- b. Bank garansi syariah berdasarkan akad *kafalah*
- c. Penukaran valuta asing (*sharf*)
- d. Dan lain-lain

C. Prinsip Operasional Syariah

Kegiatan usaha yang dijalankan Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, termasuk produk dan jasa syariah wajib tunduk kepada prinsip syariah. Prinsip syariah yang diterapkan dalam kegiatan usaha dan/atau produk serta layanan syariah tersebut terlebih dahulu difatwakan oleh Majelis Ulama Indonesia.³⁸ Islam mengajarkan segala sesuatu yang baik dan bermanfaat bagi manusia. Oleh karena itu juga, Islam disebut sebagai agama fitrah atau sesuai dengan sifat dasar manusia.

Bagi masyarakat modern, membawa setidaknya dua ajaran dalam Alquran:

1. Prinsip *Al-Ta'awun*

Merupakan prinsip untuk saling membantu dan bekerja sama antara anggota masyarakat dalam berbuat kebaikan, sebagaimana firman Allah Swt dalam Surah Al-Maidah (5) ayat 2:³⁹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ
الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
شَنَاةُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا ۗ صَلَّى وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ
صَلَّى

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

³⁸ Jundiani, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia* (Malang: Uin-Malang Press, 2009), hal. 128.

³⁹ Depag RI, Ustadz Salim Bahreisy dan Drs. Abdullah Bahreisy, *Terjemah Alquran Al-Hakim* (Surabaya: CV. Sahabat Ilmu, 2001), Al Maidah, Juz 6, Ayat 2, hal. 107.

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorong berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.

Maksud ayat di atas, Syi'ar Allah ialah: segala amalan yang dilakukan dalam rangka ibadah haji dan tempat-tempat mengerjakannya. Maksudnya antara lain adalah: bulan Haram (bulan Dzulqo'dah, Dzulhijjah, Muharram, dan Rajab), tanah Haram (Mekah) dan Ihram, maksudnya ialah dilarang melakukan peperangan di bulan-bulan itu. Ialah: binatang (unta, lembu, kambing, dan biri-biri) yang dibawa ke Ka'bah untuk mendekati diri kepada Allah, disembelih di tanah Haram dan dagingnya dihadiahkan kepada fakir miskin dalam rangka ibadah haji. Ialah: binatang *had-ya* yang diberi kalung, supaya diketahui orang bahwa binatang itu telah diperuntukkan untuk dibawa ke Ka'bah. Dimaksud dengan karunia Ialah: keuntungan yang diberikan Allah dalam perniagaan. Yang dimaksud keredhaan Allah ialah pahala amalan haji.⁴⁰

⁴⁰ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 196.

2. Prinsip Menghindari *Al-Ikhtinaz*

Merupakan prinsip seperti membiarkan uang menganggur dan tidak berputar dalam transaksi yang bermanfaat bagi masyarakat umum, sebagaimana firman Allah Swt dalam Surah An-Nisa' (4) ayat 29:⁴¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ
 وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai oraang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-sama di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Dalam perbankan Islam dilarang keras untuk melakukan transaksi apabila terdapat hal-hal berikut:

a. Gharar

Secara bahasa berarti menipu, memperdaya, dan ketidakpastian. Gharar adalah sesuatu yang memperdayakan manusia di dalam bentuk harta, kemegahan, jabatan, syahwat (keinginan), dan lainnya. Gharar berarti menjalankan sesuatu usaha secara buta tanpa memiliki pengetahuan yang cukup, atau menjalankan suatu transaksi yang risikonya berlebihan tanpa mengetahui dengan pasti apa akibatnya. Gharar dapat terjadi pada transaksi yang objeknya tidak jelas, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam

⁴¹ Depag RI, Ustadz Salim Bahreisy dan Drs. Abdullah Bahreisy, *Terjemah Alquran Al-Hakim* (Surabaya: CV. Sahabat Ilmu, 2001), An Nisa Juz 4, Ayat 29, hal. 86.

syariah. Secara ekonomi, pelarangan gharar akan mengedepankan transparansi dalam bertransaksi dan kegiatan operasional lainnya dan menghindari ketidakjelasan dalam berbisnis.⁴²

b. Maysir

Secara bahasa maknanya judi, secara umum mengundi nasib dan setiap kegiatan yang sifatnya untung-untungan. Dalam sejarahnya, praktik maysir sudah sangat mengakar dalam tradisi masyarakat dan sulit untuk dihilangkan. Secara ekonomi, pelarangan judi membuat investasi ke sektor produktif makin terdorong karena tidak ada investasi yang digunakan ke sektor judi dan spekulatif. Perjudian merupakan bentuk investasi yang tidak produktif karena tidak terkait langsung dengan sektor riil dan tidak memberikan dampak peningkatan penawaran agregat barang dan jasa.⁴³

c. Riba

Secara bahasa berarti bertambah dan tumbu. Riba dalam sejarahnya merupakan praktik yang juga mengakar sangat kuat dalam tradisi masyarakat dan sangat sulit dihilangkan sampai sekarang. Riba adalah penambahan pendapatan secara tidak sah antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan. Atau dalam transaksi pinjam-meminjam yang mempersyaratkan nasabah mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu. Secara ekonomi, pelarangan

⁴² Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*,... hal. 37.

⁴³ *Ibid.*, hal. 36.

riba membuat arus investasi lancar dan tidak terbatas oleh tingkat suku bunga yang menghambat arus investasi ke sektor produktif.⁴⁴

3. Menjalankan Bisnis dan Aktivitas Perdagangan yang Berbasis pada Perolehan Keuntungan yang Sah Menurut Syariah

Semua transaksi yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah harus didasarkan pada akad yang diakui oleh syariah. Akad merupakan perjanjian tertulis yang memuat ijab dan kabul antara lembaga keuangan syariah dengan pihak lain yang berisi hak dan kewajiban masing-masing pihak sesuai dengan prinsip syariah. Akad dinyatakan sah apabila terpenuhi rukun dan syaratnya.⁴⁵

4. Meyalurkan Zakat, Infak, dan Sedekah

Lembaga keuangan Islam mempunyai dua peran sekaligus, yaitu sebagai badan usaha dan badan sosial. Sebagai badan usaha lembaga keuangan syariah berfungsi sebagai manajer investasi, investor, dan jasa pelayanan. Sebagai badan sosial lembaga keuangan syariah berfungsi sebagai pengelola dana sosial untuk penghimpunan dan penyaluran dana zakat, infak, dan sedekah. Dalam persepektif kolektif dan ekonomi, zakat akan melipatgandakan harta masyarakat karena zakat dapat meningkatkan permintaan dan penawaran di pasar yang kemudian mendorong pertumbuhan ekonomi secara makro, dan pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi.⁴⁶

⁴⁴ *Ibid.*, hal. 38.

⁴⁵ *Ibid.*, hal. 39.

⁴⁶ *Ibid.*, hal. 40.

Pilar utama dan pertama dari perekonomian Islam yang disebutkan dalam Alquran adalah mekanisme fiskal zakat yang menjadi syarat dalam perekonomian. Zakat merupakan pungutan wajib atas individu yang memiliki harta wajib zakat yang melebihi *nishab* (*muakki*), dan didistribusikan kepada golongan penerima zakat (*mustahik*), yaitu: fakir, miskin, *fi sabilillah*, *ibnusabil*, *amil*, *gharim*, hamba sahaya, dan *muallaf*. Harta yang dikeluarkan zakatnya akan menjadi berkah, tumbuh, berkembang dan bertambah, serta suci dan baik. Dengan demikian, akad yang diambil dari harta orang-orang yang mampu (*muzakki*) akan mengembangkan dan menyucikan harta itu sendiri.⁴⁷

Menurut pendapat para ulama, akad dikenakan 2,5% (dua setengah persen) untuk semua kekayaan yang tidak produktif (*idle assets*) termasuk di dalamnya adalah kas, deposito, emas, perak, dan permata, pendapatan bersih transaksi (*net earning from transaction*), dan 10% (sepuluh persen) dari pendapatan bersih investasi.⁴⁸

⁴⁷ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 58.

⁴⁸ Ainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah* (Tangerang: Azkia Publisher, 2009), hal. 18.

D. Gadai Emas

1. Pengetian Gadai Syariah (*Rahn*)

Transaksi hukum gadai dalam fiqih Islam disebut *ar-rahn* yang berarti suatu perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang. Pengertian *ar-rahn* dalam bahasa Arab adalah *ats-tsubut wa ad-dawam* yang berarti “tetap” dan “kekal”. Pengertian gadai (*rahn*) secara bahasa seperti diungkapkan di atas adalah tetap, kekal dan jaminan. Sedangkan dalam istilah adalah menyandera sejumlah harta untuk diserahkan sebagai jaminan secara hak dan dapat diambil kembali sejumlah harta yang dimaksud sesudah ditebus.⁴⁹

Namun pengetian gadai yang terungkap dalam Pasal 1150 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata adalah:⁵⁰

Suatu hak yang diperoleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak, yaitu barang bergerak tersebut diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh orang yang mempunyai utang. Karena itu, maka gadai (*rahn*) dalam bahasa hukum perundang-undangan disebut sebagai barang jaminan, agunan dan tanggungan.

Selain pengertian gadai (*rahn*) yang dikemukakan di atas, penulis mengungkapkan pengertian gadai (*rahn*) yang diberikan oleh para ahli hukum Islam sebagai berikut:

- b. Ulama syafi'iyah mendefinisikan sebagai berikut: menjadikan suatu barang yang biasa dijual sebagai jaminan utang dipenuhi dari harganya, bila yang berhutang tidak sanggup membayar utangnya.

⁴⁹ Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 1.

⁵⁰ *Ibid.*, hal. 2.

- c. Ulama Hanabilah mengungkapkan sebagai berikut: suatu benda yang dijadikan kepercayaan suatu utang, untuk dipenuhi dari harganya, bila yang berutang tidak sanggup membayar utangnya.
- d. Ulama Malikiyah mendefinisikan sebagai berikut: sesuatu yang bernilai harta (*mutamawwal*) yang diambil dari pemiliknya untuk dijadikan pengikat atas utang yang tetap (mengikat).
- e. Ahmad Azhar Basyir mengemukakan bahwa *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.
- f. Muhammad Syafi'i Antonio mengemukakan bahwa gadai syariah (*rahn*) adalah menahan salah satu harta milik nasabah (*rahin*) sebagai barang jaminan (*marhun*) atas utang/pinjaman (*marhun bih*) yang diterimanya. *Marhun* tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan atau penerima gadai (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.⁵¹

⁵¹ *Ibid.*, hal. 2-3.

2. Dasar Hukum Gadai Syariah (*Rahn*)

Dasar hukum yang menjadi landasan gadai syariah adalah ayat-ayat Alquran, hadits Nabi Muhammad SAW, *ijma* ' ulama dan fatwa MUI.

a. Alquran

QS. Al-Baqarah (3) ayat 283 yang digunakan sebagai dasar dalam membangun konsep gadai adalah sebagai berikut:⁵²

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانًا مَّقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَفْنَيْتُمْ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ
الَّذِي آؤْتُمِنَ أَمَانَتَهُ، وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ قَلْبًا، وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ عَاتَمٌ
قَلْبًا، وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya: *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 (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang-orang yang berdosa hatinya; dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

⁵² Departemen Agama RI, Ustadz Salim Bahreisy dan Drs. Abdullah Bahreisy, *Terjemah Alquran Al-Hakim* (Surabaya: CV. Sahabat Ilmu, 2001), Al Baqarah, Juz 3, Ayat 283, hal. 50.

b. Hadits Nabi Muhammad SAW

Dasar hukum yang kedua untuk dijadikan rujukan dalam membuat rumusan gadai syariah adalah hadits Nabi Muhammad SAW, sebagai berikut:⁵³

حَدَّثَنَا إِسْحَاقُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ الْحَنْظَلِيُّ وَعَلِيُّ بْنُ حَشْرَمٍ : أَخْبَرَنَا عَيْسَى بْنُ يُونُسَ
 بْنُ الْعَمَشِ عَنْ إِبْرَاهِيمَ عَنِ الْأَسْوَدِ عَنْ عَائِشَةَ قَالَتْ : اشْتَرَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى
 اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ يَهُودِيٍّ طَعَامًا وَرَهْنُهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ (رواه مسلم)

Artinya: *Telah meriwayatkan kepada kami Ishaq bin Ibrahim Al-Hanzhali dan Ali bin Kasyram berkata: keduanya mengabarkan kepada kami Isa bin Yunus bin 'Amasy dari Ibrahim dari Aswad dari 'Aisyah berkata: Bahwasannya Rasulullah SAW membeli makanan dari seorang Yahudi dengan menggadaikan baju besinya.* (HR. Muslim)

c. Ijma' ulama

Jumhur ulama menyepakati kebolehan status hukum gadai. Hal ini dimaksud, berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad SAW yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang Yahudi. Para ulama juga mengambil indikasi dari contoh Nabi Muhammad SAW, ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada para sahabat yang kaya menjadi kepada seorang Yahudi, bahwa hal itu tidak lebih sebagai sikap Nabi Muhammad SAW yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya enggan mengambil ganti

⁵³ *Ibid.*, hal. 6-7.

ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad SAW kepada mereka.⁵⁴

d. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)

Fatwa DSN-MUI menjadi salah satu rujukan yang berkenaan dengan gadai syariah, antaranya dikemukakan sebagai berikut:⁵⁵

- 1) Fatwa DSN-MUI No: 25/DSN-MUI/III/2002, tentang *Rahn*;
- 2) Fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002, tentang *Rahn* Emas;
- 3) Fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000, tentang Pembiayaan *Ijarah*;
- 4) Fatwa DSN-MUI No. 10/DSN-MUI/IV/2000, tentang *Wakalah*;
- 5) Fatwa DSN-MUI No. 43/DSN-MUI/VIII/2004, tentang Ganti Rugi.

3. Rukun dan Syarat-Syarat Gadai

Mohammad Anwar dalam buku Fiqh Islam menyebutkan rukun dan syarat sahnya perjanjian gadai adalah sebagai berikut:⁵⁶

- a. Ijab dan kabul (*sighat*). Hal ini dilakukan secara tertulis maupun lisan, asalkan di dalamnya terkandung maksud adanya perjanjian gadai antara para pihak.
- b. Orang yang bertransaksi (*aqid*). Syarat-syarat yang harus dipenuhi bagi orang yang bertransaksi gadai yaitu *rahin* (pemberi gadai) dan *murtahin* (penerima gadai), adalah: telah dewasa; berakal; dan atas keinginan sendiri.

⁵⁴ *Ibid.*, hal. 8.

⁵⁵ *Ibid.*, hal. 8.

⁵⁶ Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah di Indonesia: Konsep, Implementasi, dan Institusionalisasi*,... hal. 115-116.

- c. Adanya barang yang digadaikan (*marhun*). Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk barang yang digadaikan oleh *rahin* adalah: dapat diterima; bermanfaat; milik *rahin*; jelas; tidak bersatu dengan harta lain; dikuasai oleh *rahin*; dan harta yang tetap atau dapat dipindahkan.
- d. Adanya utang (*marhun bih*). Menurut ulama Hanafiyah dan Syafiiyah syarat utang yang dapat dijadikan alasan gadai adalah: berupa utang yang tetap dapat dimanfaatkan; utang harus lazim pada waktu akad; dan utang harus jelas dan diketahui oleh *rahin* dan *murtahin*.

4. Operasional Gadai Syariah

Implementasi operasional pegadaian syariah hampir mirip dengan pegadaian konvensional. Namun di samping kemiripan di beberapa segi, jika ditinjau dari aspek landasan konsep, teknik transaksi, dan pendanaan, pegadaian syariah memiliki ciri tersendiri yang implementasinya sangat berbeda dengan pegadaian konvensional.

Sesuai dengan landasan konsep *rahn*, pada dasarnya pegadaian syariah berjalan di atas dua akad transaksi syariah, yaitu:⁵⁷

a. Akad *rahn*

Rahn yang dimaksud adalah menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Dengan akad ini pegadaian menahan barang bergerak sebagai jaminan atas utang nasabah.

⁵⁷ *Ibid.*, 145-146.

b. Akad *ijarah*

Yaitu akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Melalui akad ini dimungkinkan bagi pegadaian untuk menarik sewa atas penyimpanan barang bergerak milik nasabah yang telah melakukan akad.

Adapun teknis pelayanan dalam pegadaian syariah adalah sebagai berikut:⁵⁸

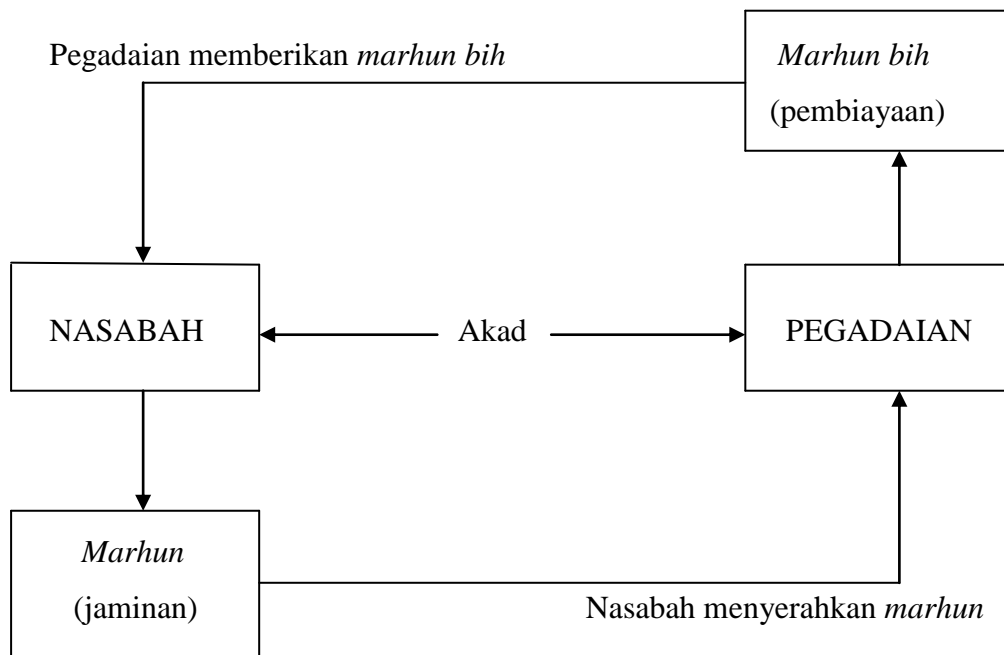
- a. Nasabah menjaminkan barang kepada pegadaian syariah untuk mendapatkan pembiayaan. Kemudian pegadaian menaksir barang jaminan untuk dijadikan dasar dalam memberikan pembiayaan.
- b. Pegadaian syariah dan nasabah menyepakati akad gadai. Akad ini meliputi jumlah pinjaman, pembebanan biaya jasa simpan dan biaya administrasi, dan jatuh tempo pengembalian pinjaman, yaitu 120 hari (4 bulan).
- c. Pegadaian syariah menerima biaya administrasi dan biaya jasa simpanoleh nasabah.
- d. Nasabah menebus barang yang digadaikan setelah jatuh tempo. Apabila pada saat jatuh tempo nasabah belum dapat mengembalikan uang pinjaman, dapat diperpanjang satu kali masa jatuh tempo, begitu seterusnya.

⁵⁸ *Ibid.*, hal. 146.

e. Apabila nasabah tidak dapat mengembalikan uang pinjaman dan tidak memperpanjang akad gadai, selanjutnya pegadaian melakukan kegiatan pelelangan untuk menjual barang tersebut dan mengambil pelunasan uang pinjaman oleh nasabah dari hasil penjualan barang gadai.

Teknik operasional dalam lembaga pegadaian syariah dapat diilustrasikan dalam gambar sebagai berikut:⁵⁹

Gambar 2.1
Ilustrasi Transaksi Pegadaian Syariah (*Rahn*)



⁵⁹ *Ibid.*, 147.

5. Gadai Emas

Menurut **Hartomo** gadai emas syariah adalah penggadaian atau penyerahan hak penguasa secara fisik atas harta/barang berharga (berupa emas) dari nasabah kepada bank untuk dikelola dengan prinsip *ar-rahnu* yaitu sebagai jaminan atas peminjaman/utang yang diberikan kepada nasabah.

Transaksi tersebut di atas merupakan kombinasi/penggabungan dari beberapa transaksi atau akad yang merupakan satu rangkaian yang tidak terpisahkan meliputi:⁶⁰

- a. Pemberian pinjaman dengan menggunakan transaksi/akad *qardh*.
- b. Penitipan barang jaminan berdasarkan transaksi/akad *rahn*.
- c. Penetapan sewa tempat *hasanah* (tempat penyimpanan barang) atas penitipan tersebut di atas melalui transaksi/akad *ijarah*.

Bagi calon nasabah yang ingin mengajukan permohonan dapat mendatangi bank-bank syariah yang menyediakan fasilitas pembiayaan gadai emas dengan memenuhi persyaratan:⁶¹

- a. Identitas diri KTP/SIM yang masih berlaku
- b. Perorangan WNI
- c. Cakap secara hukum
- d. Mempunyai rekening giro atau tabungan di bank syariah tersebut
- e. Menyampaikan NPWP (untuk pembiayaan tertentu sesuai dengan aturan yang berlaku)

⁶⁰ *Ibid.*, hal. 153.

⁶¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*,... hal. 402-403.

- f. Adanya barang jaminan berupa emas. Bentuk dapat emas batangan, emas perhiasan atau emas koin dengan kemurnian minimal 18 karat atau kadar emas 75%. Sedangkan jenisnya adalah emas merah dan kuning
- g. Memberikan keterangan yang diperlukan dengan benar mengenai alamat, data penghasilan atau data lainnya

Selanjutnya pihak bank syariah akan melakukan analisis pinjaman yang meliputi.⁶²

- a. Petugas bank memeriksa kelengkapan dan kebenaran syarat-syarat calon pemohon pinjaman.
- b. Penaksir melakukan analisis terhadap data pemohon, keaslian dan karatese jaminan berupa emas, sumber pengembalian pinjaman, penampilan atau tingkah laku calon nasabah yang mencurigakan.
- c. Jika menurut analisis, pemohon layak maka bank akan menerbitkan pinjaman (*qardh*) dengan gadai emas. Jumlah pinjaman disesuaikan dengan kebutuhan nasabah dengan maksimal pinjaman sebesar 80% dari taksiran emas yang disesuaikan dengan harga standar emas.
- d. Realisasi pinjaman dapat dicairkan setelah akad pinjaman (*qardh*) sesuai dengan ketentuan bank.
- e. Pelunasan dilakukan sekaligus pada saat jatuh tempo.
- f. Apabila sampai dengan waktu yang ditetapkan nasabah tidak dapat melunasi dan proses kolektibilitas tidak dapat dilakukan, maka jaminan dijual di bawah tangan.

⁶² *Ibid.*, hal. 403-404.

E. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Berdirinya BPRS tidak lepas dari pengaruh lembaga-lembaga keuangan yang sebelumnya, yang sejak lembaga-lembaga keuangan tersebut menjadi BPR sesuai dengan Paket Kebijakan Oktober 1988 (PAKTO). Lebih jelasnya BPRS berdiri karena adanya pemikiran untuk mendirikan bank syariah pada tingkat nasional. Bank syariah yang dimaksud adalah bank muamalat Indonesia (BMI) yang berdiri pada 1992. Namun jangkauan BMI terbatas pada wilayah-wilayah tertentu seperti kabupaten, kecamatan, desa. Oleh karena itu didirikan BPRS untuk menangani masalah keuangan masyarakat di wilayah-wilayah tersebut.⁶³

BPRS juga merupakan lembaga intermediasi keuangan, akan tetapi tidak diperbolehkan melakukan kegiatan usaha dalam lalu lintas pembayaran. Kegiatan usaha BPRS secara teknik operasional berkaitan dengan produk-produknya mendasarkan pada Pasal 2 dan Pasal 3 PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah, serta SEBI No. 10/14/DPbs Jakarta, 17 Maret 2009 Perihal Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah.⁶⁴

⁶³ Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014), hal. 135.

⁶⁴ Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perbankan Syariah (UU No. 21 Tahun 2008)* (Bandung: PT Refika Aditama, 2013), hal. 57-58.

Adapun tujuan yang dihendaki dengan berdirinya BPRS, antara lain:⁶⁵

1. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama masyarakat dari golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada dipedasaan.
2. Menambah lapangan pekerjaan terutama tingkat kecamatan, sehingga dapat mengurangi tingkat urbanisasi.
3. Membina semangat *ukuwah islamiyah* melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan perkapita menuju kualitas hidup yang memadai.

Larangan-larangan bagi BPRS tertuang dalam Pasal 25 UU Perbankan Syariah, yaitu sebagai berikut:⁶⁶

1. Melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah.
2. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
3. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing, kecuali penukaran uang asing dengan izin Bank Indonesia.
4. Melakukan usaha perasuransian, kecuali sebagai agen pemasaran produk asuransi syariah.
5. Melakukan penyertaan modal, kecuali pada lembaga yang dibentuk untuk menanggulangi kesulitan likuiditas BPRS.
6. Melakukan usaha lain di luar kegiatan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21.

⁶⁵ Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*,... hal. 136.

⁶⁶ *Ibid.*, hal. 62.

F. Kajian Penelitian yang Relevan

Untuk kelengkapan data dalam penyusunan skripsi ini diperlukan sumber dari penelitian yang relevan sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Nurmala yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan produk dan nisbah bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Mentari Ngunut Tulungagung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis analisis asosiatif dan menggunakan metode angket untuk memperoleh data. Sedangkan metode dokumentasi digunakan untuk mengenali data tentang populasi dan sampel. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah masing-masing variabel yaitu pengetahuan produk tabungan dan nisbah bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai koefisien pengetahuan produk sebesar +0,423 dan nilai signifikansi 0,000 sedangkan nilai koefisien nisbah bagi hasil sebesar +0,324 dan nilai signifikansi 0,000. Secara simultan kedua variabel juga memiliki hubungan positif signifikan dengan nilai koefisien sebesar 54,040 dan nilai signifikansi 0,000.⁶⁷

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah variabel X_1 sama yaitu pengetahuan produk walaupun pada penelitian ini objeknya tabungan sedangkan pada penelitian saya adalah gadai emas, dan variabel Y juga sama yaitu keputusan nasabah. selain itu penelitian ini juga

⁶⁷ Nurmala Dewi, *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT Mentari Ngunut Tulungagung* (Tulungagung: Skripsi tidak diterbitkan, 2015). Dalam repo.iain-tulungagung.ac.id, diakses pada hari Rabu 06 Desember 2017.

menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis analisis asosiatif, menggunakan metode angket untuk memperoleh data. Metode pengujinya juga sama yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah variabel X_2 pada penelitian ini adalah nisbah bagi hasil sedangkan pada penelitian saya adalah pengetahuan tentang prinsip operasional syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Astik yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, kelompok acuan, motivasi dan lokasi bank terhadap keputusan melakukan pembiayaan di bank syariah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survey, selain itu penelitian ini juga termasuk penelitian eksplanatori. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* atau metode sampel acak sederhana dan diperoleh sampel penelitian 100 responden. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pengetahuan, kelompok acuan, motivasi, dan lokasi bank berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan secara parsial dengan nilai t-hitung pengetahuan sebesar 2,526 dan nilai probabilitas sebesar 0,013, nilai t-hitung kelompok acuan sebesar -2,199 dan nilai probabilitas sebesar 0,030, nilai t-hitung motivasi sebesar -2,039 dan nilai probabilitas sebesar 0,044, dan nilai t-hitung lokasi bank sebesar 5,562 dan nilai probabilitas sebesar 0,000.

Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan dengan nilai f -hitung sebesar 13,837 dan nilai probabilitas sebesar 0,000.⁶⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah variabel bebas sama, yaitu pengetahuan masyarakat atau calon nasabah dengan variabel terikat juga sama, yaitu keputusan konsumen atau nasabah. Selain itu penelitian ini juga merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan angket sebagai pengumpul data, serta juga menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* atau metode sampel acak sederhana. Uji hipotesis yang digunakan juga sama yaitu menggunakan uji regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah objek penelitian ini merupakan produk pembiayaan sedangkan objek penelitian saya adalah produk gadai emas. Penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas yaitu pengetahuan (X_1), kelompok acuan (X_2), motivasi (X_3), lokasi bank (X_4), dan variabel terikat yaitu keputusan melakukan pembiayaan (Y), sedangkan penelitian saya menggunakan 2 variabel bebas, yaitu pengetahuan produk (X_1), prinsip operasional syariah (X_2) dan variabel terikat yaitu keputusan nasabah (Y). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden sedangkan sampel pada penelitian saya sebanyak 96 responden.

⁶⁸ Astik Tarikotillah, *Pengaruh Pengetahuan, Kelompok Acuan, Motivasi dan Lokasi Bank Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Muslim di Kota Surakarta)*, (Surakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2017). Diakses dari pdfprints.iain-surakarta.ac.id. diakses pada hari Rabu 06 Desember 2017.

Penelitian yang dilakukan oleh Wawan yang bertujuan untuk mengetahui variabel mana saja yang mempengaruhi keputusan menjadi anggota BMT An-Naafi Kabupaten Boyolali. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan atau dapat disebut dengan penelitian empiris dan data diperoleh dari sumber primer maupun sekunder hasil dari observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *incidental sampling* dan diperoleh sampel penelitian 100 responden. Untuk metode analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel X secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di BMT dengan hasil nilai t-hitung pengetahuan konsumen sebesar 2,314 dan nilai probabilitas sebesar 0,023 dan nilai t-hitung kualitas layanan sebesar 3,034 dan nilai probabilitas sebesar 0,003. Secara simultan juga terdapat hubungan positif signifikan dengan nilai f-hitung 16,683 dan nilai probabilitas sebesar 0,000.⁶⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah variabel bebas dalam penelitian sama yaitu mengenai tentang pengetahuan konsumen dan variabel terikat mengenai keputusan memilih. Pendekatan penelitian sama yaitu merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penyebaran kuesioner. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder dengan pengujian hipotesis juga sama yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan

⁶⁹ Wawan Kurniawan, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Layanan Mengenai Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di BMT An Naafi Kabupaten Boyolali* (Skripsi Sarjana Ekonomi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017). Dalam pdfprints.iain.surakarta-iain.ac.id. diakses pada hari Rabu tanggal 06 Desember 2017.

penelitian yang saya lakukan adalah penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan konsumen (X_1), layanan (X_2) dan keputusan nasabah (Y), sedangkan dalam penelitian saya pengetahuan produk (X_1), pengetahuan prinsip operasional (X_2) dan keputusan nasabah (Y). Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *incidental sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 100 responden, sedangkan dalam penelitian saya menggunakan teknik *simple random sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 96 responden.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu menganalisis variabel faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa perbankan syariah STAIN Salatiga untuk menjadi nasabah di perbankan syariah, meliputi variabel syariah, variabel produk, variabel pelayanan dan variabel promosi. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan teknik penyebaran angket. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *stratified random sampling* dengan jumlah sampel didapat sebesar 87 responden. Sumber data diperoleh dari sumber data primer maupun sumber data sekunder. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi berganda, yang terdiri dari empat variabel dependen dan satu variabel independen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel nilai syariah, produk, promosi dan layanan terhadap keputusan mahasiswa untuk menjadi nasabah di perbankan syariah.⁷⁰

⁷⁰ Rahayu Istiqomah, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Salatiga Untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah* (Salatiga: Skripsi tidak diterbitkan, 2015). Dalam perpus.iainsalatiga.ac.id. diakses pada hari Rabu tanggal 05 Desember 2017.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah pendekatan penelitian sama, yaitu penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data penyebaran angket. Variabel terikat sama, yaitu mengenai keputusan nasabah atau konsumen dalam memilih suatu produk. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran angket sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen riwayat transaksi di masa lalu atau dokumen-dokumen pendukung lainnya. Uji hipotesis yang digunakan adalah sama yaitu regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah, penelitian ini menggunakan empat variabel bebas dan satu variabel terikat yaitu nilai syariah (X_1), produk (X_2), promosi (X_3), layanan (X_4), dan keputusan (Y). Sedangkan dalam penelitian saya hanya menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu pengetahuan produk (X_1), pengetahuan prinsip operasional (X_2) dan keputusan nasabah (Y). Selain dari segi variabel, teknik pengambilan sampel juga berbeda, dalam penelitian ini menggunakan teknik *stratified random sampling* sedangkan penelitian saya menggunakan teknik *simple random sampling*.

Penelitian yang dilakukan oleh Irfan yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap produk dan prinsip operasional gadai emas syariah terhadap minat beli nasabah di Bank BPD DIY. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel nasabah diambil sebanyak 60 orang dengan pemilihan sampel penelitian dilakukan dengan *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, karena didapat

langsung dari nasabah melalui pembagian kuesioner. Teknis analisis data yang digunakan peneliti untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara simultan kedua variabel independen, yaitu pengetahuan produk dan pengetahuan prinsip operasional produk berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu minat beli nasabah. Begitu juga dengan hasil uji secara parsial, menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap minat beli nasabah gadai emas syariah Bank BPD DIY.⁷¹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah menggunakan variabel bebas sama, yaitu pengetahuan tentang produk dan prinsip operasional syariah dengan objek penelitian gadai emas. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode kuesioner sebagai alat pengumpul data. Teknik pengujian hipotesis juga sama, yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda.

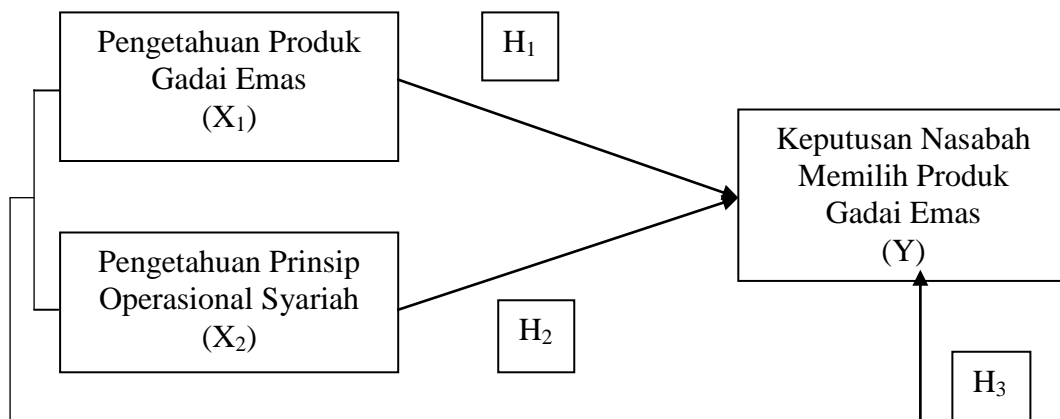
Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah, variabel dalam penelitian ini adalah pengetahuan produk (X_1), pengetahuan prinsip operasional (X_2), minat beli nasabah (Y), sedangkan dalam penelitian saya adalah produk (X_1), pengetahuan prinsip operasional (X_2) dan keputusan nasabah (Y). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk pemilihan sampel, sedangkan penelitian saya menggunakan teknik *simple random sampling*.

⁷¹ Irfan Hidayat, *Analisis Minat Beli Produk Gadai Emas Syariah Bank BPD DIY Syariah Ditinjau dari Pengetahuan Terhadap Produk dan Prinsip Operasional Gadai Emas Syariah* (Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2012). Dalam digilib.uin-suka.ac.id, diakses pada hari Rabu tanggal 05 Desember 2017.

G. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan susunan konstruksi logika yang diatur dalam rangka menjelaskan variabel yang diteliti. Dimana, kerangka ini dirumuskan untuk menjelaskan konstruksi aliran logika untuk mengkaji secara sistematis kenyataan empirik. Kerangka konseptual ini ditujukan untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas dan untuk memperjelas variabel yang diteliti sehingga elemen pengukurannya dapat dirinci secara kongkrit.

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual



Keterangan:

1. Variabel bebas (*variabel independen*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengetahuan produk gadai emas (X₁) dan pengetahuan prinsip operasional syariah (X₂).

2. Variabel terikat (*variabel dependen*) yaitu variabel yang dipengaruhi atau sebagai akibat adanya variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah memilih produk gadai emas (Y)

Dari kerangka di atas peneliti menganalisa mengenai pengaruh pengetahuan produk gadai emas dan pengetahuan prinsip operasional syariah terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas pada BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik yang dikembangkan dari tinjauan penelitian terdahulu oleh Nurmala Dewi dengan judul penelitian “Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT Mentari Ngunut Tulungagung” dan penelitian oleh Astik Tarikotillah dengan judul penelitian “Pengaruh Pengetahuan, Kelompok Acuan, Motivasi dan Lokasi Bank Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Melakukan Pembiayaan di Bank Syariah”.

Pertama dimulai dari analisa pengaruh pengetahuan produk gadai emas terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Kemudian pengaruh pengetahuan prinsip operasional syariah terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Terakhir analisa mengenai pengaruh pengetahuan produk gadai emas dan prinsip operasional syariah terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik, serta seberapa besar pengaruh kedua variabel X tersebut terhadap variabel Y.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan merupakan elemen penting dalam penelitian ilmiah, khususnya penelitian kuantitatif. Hipotesis yang dirumuskan harus bisa menjawab masalah penelitian, sehingga antara hipotesis dan rumusan masalah terlihat keterkaitannya secara konsisten.

Berdasarkan kerangka berfikir, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Hipotesis 1

H₀: Pengetahuan produk gadai emas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

H₁: Pengetahuan produk gadai emas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

Hipotesis 2

H₀: Pengetahuan prinsip operasional syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

H₁: Pengetahuan prinsip operasional syariah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

Hipotesis 3

H₀: Pengetahuan produk gadai emas dan pengetahuan prinsip operasional syariah secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

H₁: Pengetahuan produk gadai emas dan pengetahuan prinsip operasional syariah secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.