

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Schiffman dan Kanuk mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.¹ Menurut Winardi, perilaku konsumen adalah perilaku yang ditujukan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli, dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa. Sedangkan menurut Engel, Blackwell, dan Miniard perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.² Merujuk dari beberapa definisi di atas, Sumarwan menyimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.³

¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011), 4.

² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 4.

³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 5.

2. Perilaku Konsumen dalam Islam

Konsumsi berlebih-lebihan, yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yaitu menuju tujuan-tujuan yang terlarang, seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, atau sedekah. Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yaitu pola yang terletak di antara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi di atas dan melampaui tingkat moderat (wajar) dianggap *israf* dan tidak disenangi Islam.⁴

Mengacu dari pandangan di atas, dapat dipahami bahwa Islam menuntun umatnya agar tidak terjerat dalam hawa nafsu dan tidak terbimbing oleh langkah-langkah setan dalam hal membelanjakan atau mempergunakan hartanya dalam rangka konsumsi demi menunaikan kebutuhannya selama hidupnya di dunia.

Menurut Naqvi, etika Islam dalam hal konsumsi adalah tauhid (*unity/kesatuan*), adil (*equilibrium/keadilan*), *free will* (kehendak bebas), amanah (*responsibility/pertanggungjawaban*), halal, dan sederhana.⁵ Sudah sepatutnya masyarakat muslim di Indonesia

⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 188-189.

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah*, 189.

menyandarkan diri pada prinsip-prinsip etika Islam dalam konsumsi demi kebaikan individu muslim itu sendiri. Sejalan dengan hal ini pula masyarakat muslim yang menjalankan aktivitas gadai guna kebutuhan finansialnya yang kemudian mengalokasikannya kepada transaksi-transaksi tertentu hendaknya memenuhi prinsip-prinsip etika Islam sebelum memutuskan untuk membelanjakan dana tersebut. Sebagai permisalan, seseorang yang menggadaikan emasnya yang kemudian dana yang diperoleh digunakan untuk membayar SPP bulanan sekolah anaknya, tindakan ini sudah memenuhi prinsip tauhid yakni dalam rangka beribadah kepada Allah. Dan prinsip etika Islam yang sangat perlu diperhatikan manakala menunaikan transaksi gadai haruslah halal dan bebas dari unsur *riba*.

3. Proses Keputusan Konsumen

Keputusan konsumen membeli atau mengkonsumsi barang atau jasa terlebih dahulu melewati proses-proses sebagai berikut:⁶

a. Pengenalan Kebutuhan

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya.⁷

b. Pencarian Informasi

Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Konsumen akan

⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 15.

⁷ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2010), 15.

mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal) dan mencari informasi dari luar (pencarian eksternal).

c. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.⁸

d. Pembelian

Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya. Pembelian produk atau jasa yang dilakukan oleh konsumen bisa digolongkan ke dalam tiga macam: pembelian yang terencana sepenuhnya, pembelian yang separuh terencana, pembelian yang tidak terencana.

e. Kepuasan konsumen

Setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya.

⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Bogor: Kencana, 2003), 18.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Keputusan Konsumen

Proses keputusan konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu strategi pemasaran, perbedaan individu, dan faktor lingkungan.⁹ Uraian dari ketiga faktor utama tersebut yaitu:

a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran (*marketing strategy*) adalah suatu rencana yang didesain untuk mempengaruhi pertukaran dalam mencapai tujuan organisasi.¹⁰ Salah satu komponen yang membentuk strategi pemasaran adalah bauran pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari 4 P yaitu *Product, Price, Promotion, Place*. Booms dan Bitnr menyarankan tambahan 3 P yang terlibat dalam pemasaran jasa (*service marketing*): *People, Physical evidence, dan Process*.¹¹ Untuk pemasaran barang berwujud, yang penting adalah unsur 4 P tradisional, sedangkan jasa harus dilengkapi dengan 3 P lagi. Hal ini disebabkan sifat jasa yang *intangible* (tidak berwujud), *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), *variability* (berbeda-beda), dan *perishability* (tidak tahan lama).¹²

Produk (*product*) merupakan titik sentral dari kegiatan *marketing*, produk ini dapat berupa barang dan dapat pula berupa jasa. Dalam produk terdapat masalah kebijakan harga (*price*) yang turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. Sebelum

⁹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 10.

¹⁰ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan...*, 9.

¹¹ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2015), 26.

¹² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2013), 337.

produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan beserta penentuan tempat (*place*). Antara promosi (*promotion*) dan produk, tidak dapat dipisahkan, ini dua sejoli yang saling bersangkutan untuk menuju suksesnya pemasaran. Di sini harus ada keseimbangan, produk baik, sesuai dengan selera konsumen, dibarengi dengan teknik promosi yang tepat akan sangat membantu suksesnya usaha *marketing*.¹³

Dalam jasa perbankan, untuk bauran elemen *people* sangat perlu dijaga perilaku menyangkut semua personil/karyawan bank tentang sikap dan keramahan, sopan santun, ramah, senyum, ada perhatian, kesabaran, memiliki pengetahuan yang cukup, ahli, ketepatan, penampilan fisik, rapih, pakaian seragam, aksesoris, cepat tanggap pada kebutuhan nasabah, penuh kepedulian, dan sebagainya. Sedangkan menyangkut *physical evidence* (sarana fisik) terhadap bank meliputi fasilitas, sarana parkir, ruang tunggu, jenis kualitas peralatan kantor, perabotan, kenyamanan ruang tunggu, kebersihan, interior ruangan, warna, ketersediaan formulir, papan informasi dan sebagainya. Dan proses (*process*) perbankan meliputi kecepatan dan kemudahan, ketepatan, tanggap terhadap keluhan nasabah, kemudahan pembukaan, penyetoran, dan penutupan tabungan, kemudahan penarikan, penyetoran, pengiriman uang, kecepatan mengoreksi kesalahan dan sebagainya.¹⁴

¹³ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 205-210.

¹⁴ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 337-338.

b. Perbedaan Individu

Perbedaan individu menggambarkan faktor-faktor karakteristik individu yang muncul dari dalam diri konsumen dan proses psikologis yang terjadi pada diri konsumen yang sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen yaitu:¹⁵

1) Kebutuhan

Menurut teori Maslow, manusia berusaha memenuhi kebutuhan tingkat rendahnya terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Konsumen yang telah bisa memenuhi kebutuhan dasarnya, maka kebutuhan lainnya yang lebih tinggi biasanya muncul, dan begitulah seterusnya.

2) Motivasi

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.

3) Kepribadian

Kepribadian berkaitan dengan adanya perbedaan karakteristik yang paling dalam pada diri (*inner psychological characteristics*) manusia, perbedaan karakteristik tersebut menggambarkan ciri unik dari masing-masing individu.¹⁶ Perbedaan dalam kepribadian konsumen

¹⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 10-12.

¹⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 38.

akan mempengaruhi perilakunya dalam memilih atau membeli produk karena konsumen akan membeli barang yang sesuai dengan kepribadiannya.

4) Konsep Diri

Konsep diri adalah persepsi seseorang terhadap dirinya yang meliputi kesehatan fisiknya, karekteristik lainnya, seperti kekuatan, kejujuran, dan rasa humor dalam kaitannya dengan yang lain dan bahkan diperluas meliputi kepemilikan barang-barang tertentu dan hasil karyanya. Dalam pandangan teori konsep diri manusia mempunyai pandangan dan persepsi dirinya sendiri. Dengan demikian, setiap individu berfungsi sebagai subjek dan objek persepsi. Konsep diri yang dimiliki oleh seorang individu adalah berupa penilaian-penilaian terhadap dirinya sendiri.¹⁷

5) Pengolahan Informasi dan Persepsi

Pengolahan informasi pada diri konsumen terjadi ketika salah satu pancaindra konsumen menerima *input* dalam bentuk stimulus. Stimulus bisa berbentuk produk, nama merek, kemasan, iklan, nama produsen. Ada lima tahap pengolahan informasi (*the information-processing model*), yaitu pemaparan (*exposure*), perhatian (*attention*), pemahaman (*comprehension*), penerimaan (*acceptance*), dan retensi (*retention*).

¹⁷ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan...*, 143.

Tahap pemaparan, perhatian, dan pemahaman disebut sebagai persepsi. Persepsi bersama keterlibatan konsumen (*level of consumer involment*) dan memori akan mempengaruhi pengolahan informasi. Selanjutnya bagaimana konsumen mengolah informasi dan membentuk persepsi akan mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.

6) Proses Belajar

Belajar merupakan suatu proses untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman. Pengetahuan dan pengalaman ini akan mengakibatkan perubahan sikap dan perilaku yang relatif permanen. Proses belajar bisa terjadi karena adanya empat unsur yang mendorong proses belajar tersebut, yaitu motivasi (*motivation*), isyarat (*cues*), respon (*response*), dan pendorong atau penguatan (*reinforcement*). Menurut Assael, pembelajaran konsumen adalah suatu perubahan dalam perilaku yang terjadi sebagai hasil dari pengalaman masa lalunya. Konsumen memperoleh berbagai pengalamannya dalam pembelian produk dan merek produk apa yang disukainya. Konsumen akan menyesuaikan perilakunya dengan pengalamannya di masa lalu.¹⁸

7) Pengetahuan

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan

¹⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan...*, 185.

jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

8) Sikap

Sikap (*attitudes*) konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Menurut Gordon Allport, sikap adalah suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan atau dinamis terhadap perilaku. Definisi yang dikemukakan oleh Gordon Allport tersebut mengandung makna bahwa sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan terhadap suatu objek baik disenangi ataupun tidak disenangi secara konsisten.¹⁹

9) Agama

Agama yaitu sistem kepercayaan dan keyakinan tentang hakikat adanya Maha Pencipta Alam Semesta dan segala isinya, yaitu kepercayaan tentang Tuhan yang Maha Esa serta kepercayaan tentang adanya kehidupan setelah kematian. Agama tersebut memberikan pedoman ajaran mengenai apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan oleh para pemeluknya. Ajaran-ajaran agama

¹⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan...*, 214.

tersebut akan mempengaruhi sikap, motivasi, persepsi, dan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

10) Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan yang mempengaruhi proses keputusan konsumen antara lain:²⁰

a) Budaya

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang dan masyarakat.

b) Karakteristik Demografi, Sosial, dan Ekonomi

Demografi akan menggambarkan karakteristik suatu penduduk, misalnya suku adalah variabel demografi. Beberapa karakteristik demografi yang sangat penting untuk memahami konsumen adalah usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, suku bangsa, pendapatan, jenis keluarga, status pernikahan, lokasi geografi, dan kelas sosial. Kelas sosial adalah bentuk lain dari pengelompokan masyarakat ke dalam kelas atau kelompok yang berbeda. Kelas sosial akan mempengaruhi jenis produk, jenis jasa, dan merek yang dikonsumsi konsumen.

Karakteristik ekonomi konsumen erat kaitannya dengan pendapatan yang diterima konsumen. Pendapatan adalah sumber daya material yang sangat penting bagi konsumen, karena dengan pendapatan itulah konsumen

²⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 13-14.

bisa membiayai kegiatan konsumsinya. Jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli dari seorang konsumen.²¹

c) Keluarga

Keluarga adalah lingkungan mikro, yaitu lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar konsumen tinggal dan berinteraksi dengan anggota-anggota keluarga lainnya. Keluarga menjadi daya tarik para pemasar karena keluarga memiliki pengaruh yang besar kepada konsumen. Anggota keluarga akan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan jasa.

d) Kelompok Acuan

Kelompok acuan (*reference group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon afektif, kognitif, dan perilaku. Kelompok acuan akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang.

e) Lingkungan dan Situasi Konsumen

Lingkungan konsumen terbagi ke dalam dua macam, yaitu lingkungan sosial dan lingkungan fisik. Lingkungan

²¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 257.

sosial adalah semua interaksi sosial yang terjadi antara konsumen dan orang sekelilingnya atau antara banyak orang. Lingkungan fisik adalah segala sesuatu yang berbentuk fisik di sekeliling konsumen, termasuk di dalamnya adalah beragam produk, toko, maupun lokasi toko dan produk di dalam toko.

Engel, Blackwell, dan Miniard mengemukakan bahwa pengaruh situasi (*situational influence*) adalah pengaruh yang muncul dari faktor-faktor yang terkait dengan waktu dan tempat, yang tidak tergantung kepada konsumen dan karakteristik objek (produk atau merek). Sedangkan Mowen dan Minor mengemukakan bahwa situasi konsumen adalah faktor lingkungan sementara yang menyebabkan suatu situasi dimana perilaku konsumen muncul pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Situasi konsumen terdiri atas tiga faktor: (1) tempat dan waktu dimana perilaku terjadi, (2) penjelasan mengapa perilaku tersebut terjadi, dan (3) pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. Situasi konsumen berlangsung singkat, sedangkan faktor lain, seperti kepribadian dan budaya biasanya berlangsung lama.²²

f) Teknologi

Teknologi dalam bentuk perangkat keras dan lunak telah berkembang dengan pesat dan peralatan atau perangkat teknologi tersebut telah tersedia di pasar

²² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 325-326.

dengan harga terjangkau oleh sebagian besar konsumen. Perangkat atau peralatan teknologi yang dimiliki dan digunakan seorang konsumen akan mempengaruhi sikap dan perilakunya.

B. *Rahn* (Gadai)

1. Pengertian *Rahn* (Gadai)

Transaksi hukum gadai dalam fikih Islam disebut *al-Rahn*, kata *al-Rahn* berasal dari bahasa Arab “*rahana-yarhanu-rahnan*” yang berarti menetapkan sesuatu. Secara bahasa menurut Abu Zakariyya Yahya bin Sharaf al-Nawawi, pengertian *al-Rahn* adalah *al-Subut wa al-Dawam* yang berarti tetap dan kekal. Menurut Taqiyyudin Abu Bakar al-Husaini, *al-Rahn* adalah *al-subut* “sesuatu yang tetap” dan *al-Ihtibas* “menahan sesuatu”. Bagi Zakariyya al-Anshary, *al-Rahn* adalah *al-Subut* yang berarti tetap. Pengertian tetap dan kekal dimaksud, merupakan makna yang tercakup dalam kata *al-Habsu wa al-Luzum* “menahan dan menetapkan sesuatu”. Dengan demikian, pengertian *al-Rahn* secara bahasa seperti yang terungkap di atas adalah tetap, kekal dan menahan suatu barang sebagai pengikat utang.²³

Sedangkan menurut istilah syara’ *rahn* adalah akad yang objeknya menahan harga terhadap sesuatu hak yang mungkin diperoleh bayaran dengan sempurna darinya.²⁴ Dalam pengertian syara’ lainnya adalah menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan syara’ sebagai jaminan hutang, hingga orang yang bersangkutan boleh

²³ Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah dalam Sistem Hukum Nasional di Indonesia* (Kementerian Agama RI, 2012), 27.

²⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 105.

mengambil hutang atau ia bisa mengambil sebagian (manfaat) barangnya itu.²⁵ Dari beberapa definisi menurut para ulama tentang *rahn* yang ditulis dalam bukunya, Endang menyimpulkan bahwa yang dinamakan gadai adalah “akad sebuah kepercayaan dengan cara menjadikan sesuatu sebagai barang jaminan atas utang yang dibayarnya. Dan apabila utang pada waktunya tidak terbayar, maka barang yang dijadikan jaminan tersebut dapat dijual untuk membayar utangnya.”²⁶

Gadai menurut KUH Perdata pasal 1150 adalah suatu hak kebendaan yang diperoleh seorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau oleh seorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada si berpiutang itu untuk mengambil perlunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari pada orang-orang berpiutang lainnya; dengan kekecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana yang harus didahulukan.²⁷

2. Dasar Hukum *Rahn* (Gadai)

a. Dasar Hukum *Rahn* (Gadai) Berdasarkan Al-Qur’an

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ
الَّذِي آؤْمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ

²⁵ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* (Bandung: Alma’arif, 1990), 139.

²⁶ Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 190.

²⁷ P.N.H. Simanjuntak, *Hukum Perdata Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2015), 197.

وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya: jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedangkan kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan 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 tuhaninya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikan persaksian, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya, dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS Al-Baqarah:283)²⁸

b. Dasar Hukum *Rahn* (Gadai) Berdasarkan Hadits

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الظَّهْرُ يُرَكَّبُ بِنَفَقَتِهِ إِذَا كَانَ مَرْهُونًا بِنَفَقَتِهِ وَلَبَنُ الدَّرِّ يُشْرَبُ بِنَفَقَتِهِ إِذَا كَانَ مَرْهُونًا وَعَلَى الَّذِي يَرَكَّبُ وَ يَشْرَبُ النَّفَقَةَ

Artinya: dari Abu Hurairah; Rasulullah Saw. bersabda: “tanggung (kendaraan) yang digadaikan boleh dinaiki dengan menanggung biayanya dan binatang ternak yang digadaikan dapat diperah susunya dengan menanggung biayanya. Bagi yang menggunakan kendaraan dan pemerah susu wajib menyediakan biaya perawatan dan pemeliharaan”. (Shahih Muslim)²⁹

c. Dasar Hukum *Rahn* (Gadai) Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 25 Tahun 2002 Tentang *Rahn*

Bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *Rahn* dibolehkan dengan ketentuan sebagai berikut. Ketentuan Umum:

²⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Darus Sunnah, 2015), 50.

²⁹ Ibnu Hajar Al-atsqalani, *Bulughul Maram*, (Beirut: Dar El-Fiker, 1994), 149.

- 1) *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *Marhun* (barang) sampai semua utang *Rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.
- 2) *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *Rahin*. Pada prinsipnya, *Marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *Murtahin* kecuali seizin *Rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *Marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.
- 3) Pemeliharaan dan penyimpanan *Marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *Rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *Murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *Rahin*.
- 4) Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *Marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.
- 5) Penjualan *Marhun*
 - a) Apabila jatuh tempo, *Murtahin* harus memperingatkan *Rahin* untuk segera melunasi utangnya.
 - b) Apabila *Rahin* tetap tidak dapat melunasi utangnya, maka *Marhun* dijual paksa/dieksekusi melalui lelang sesuai syariah.
 - c) Hasil penjualan *Marhun* digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.
 - d) Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *Rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *Rahin*.

Ketentuan Penutup:

- 1) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
- 2) Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan (26 Juni 2002) dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

3. Rukun dan Syarat *Rahn* (Gadai)

a. Rukun *Rahn* (Gadai):

Menurut mayoritas ulama rukun *rahn* ada empat, yaitu; 1) dua orang yang berakad ('*aqidain*), yaitu yang menggadaikan atau yang berutang(*rahin*) dan yang menerima barang gadaian (*murtahin*), 2) harta yang digadaikan atau yang dijadikan jaminan (*marhun*), 3) utang (*marhun bih*), 4) ijab dan kabul (*shigah*).³⁰

b. Syarat *rahn* (gadai):

- 1) Syarat yang berhubungan dengan dua orang yang berakad ('*aqidain*) adalah sebagai berikut:³¹
 - a) Mempunyai kecakapan dalam melakukan akad (*ahliyah al-tasharruf*), yaitu balig, berakal, cerdas, dan tidak terhalang melakukan akad seperti orang yang sedang dipenjara. Pendapat tersebut sepakat dikemukakan mayoritas ulama kecuali Hanafiyah yang menyatakan balig tidak menjadi syarat. Oleh karena itu, anak yang

³⁰ Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah*,193.

³¹ Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah*,194-195.

sudah mumayyiz asalkan ada izin orang tuanya, sah melakukan akad.

- 2) Syarat yang berhubungan dengan harta yang digadaikan atau harta yang dijadikan jaminan (*marhun*) adalah sebagai berikut:
 - a) Dapat dijual apabila pada waktunya utang tidak terbayar yang nilainya seimbang dengan utang.
 - b) Bernilai harta dan boleh dimanfaatkan.
 - c) Dapat diketahui dengan jelas pada waktu akad.
 - d) Dapat diserahterimakan pada waktu akad.
 - e) Dapat dikuasai *murtahin*
 - f) Milik orang yang menggadaikan atau orang yang berutang. Atau apabila milik orang lain harus ada izin darinya. Akan tetapi apabila ada kaitannya dengan hak kepengurusan (*wilayah syar'iyah*), seperti orang tua yang menggadaikan harta milik anaknya atau orang yang menerima wasiat yang menggadaikan harta milik orang yang memberi wasiat, maka hal itu diperbolehkan tanpa harus ada izin dari keduanya (anaknya atau pemberi wasiat).
 - g) Dapat dibagi atau dipisahkan.
 - h) Satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan.
- 3) Syarat yang berhubungan dengan utang (*marhun bih*) adalah sebagai berikut:³²
 - a) Merupakan hak yang harus dikembalikan kepada *rahin*.
 - b) Memungkinkan dapat dibayarkan dengan marhun tersebut.
 - c) Harus jelas dan tertentu.

³² Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah*, 195.

- d) Masih tetap berjalan.
- 4) Syarat yang berhubungan dengan ijab dan kabul (*shigah*) ini sama maksudnya dengan syarat ijab kabul dalam akad jual beli sebagai berikut:³³
 - a) Diungkapkan dengan kata-kata yang menunjukkan akad gadai yang lazim diketahui masyarakat, baik dengan ungkapan kata-kata atau petunjuk jelas.
 - b) Dilakukan dalam satu majlis.
 - c) Terdapat kesesuaian antara ijab dan kabul.
 - d) Tidak dikaitkan dengan syarat tertentu atau masa yang akan datang.

4. Hukum Pemanfaatan Barang yang Digadaikan

Menurut Sayid Sabiq, bahwa pada prinsipnya penerima gadai tidak boleh memanfaatkan harta gadai atau mengambil keuntungan dari benda yang digadaikan, meskipun diizinkan oleh si penggadai, karena utang piutang yang mengambil manfaat itu riba.³⁴ Adapun ulama mazhab berbeda pendapat tentang boleh tidaknya pemegang gadai menggunakan barang sebagai jaminan tersebut. Pendapat mereka sebagai berikut:³⁵

- a. Terhadap pemanfaatan *rahin* atas *borg* (barang yang digadaikan):
 - 1) Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa *rahin* tidak boleh memanfaatkan barang tanpa seizin *murtahin*, begitu pula

³³ Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah*, 195-196.

³⁴ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2015), 182.

³⁵ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, 182-183.

murtahin tidak boleh memanfaatkannya tanpa seizin *rahin*. Pendapat ini senada dengan pendapat Hanabilah.

- 2) Ulama Malikiyah berpendapat bahwa jika *borg* sudah berada ditangan *murtahin*, *rahin* mempunyai hak memanfaatkan.
 - 3) Ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa *rahin* dibolehkan untuk memanfaatkan barang jika tidak menyebabkan *borg* berkurang, tidak perlu meminta izin, seperti mengendarainya, menyimpannya, dan lain-lain. Akan tetapi jika menyebabkan barang berkurang, seperti sawah dan kebun, maka *rahin* harus meminta izin kepada *murtahin*.
- b. Terhadap pemanfaatan *murtahin* atas *borg*:
- 1) Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa *murtahin* tidak boleh memanfaatkan *borg*, sebab dia hanya berhak menguasainya dan tidak boleh memanfaatkan.
 - 2) Ulama Malikiyah membolehkan *murtahin* memanfaatkan *borg* jika diizinkan oleh *rahin* atau disyaratkan ketika akad dan barang tersebut adalah barang yang dapat diperjualbelikan serta ditentukan waktunya secara jelas. Hampir sama dengan pendapat Syafi'iyah.
 - 3) Pendapat ulama Hanabilah berbeda dengan jumhur. Mereka berpendapat, jika *borg* berupa hewan, *murtahin* boleh memanfaatkannya, seperti dengan mengendarainya atau memerah susunya sekedar mengganti biaya meskipun tidak diizinkan oleh *rahin*. Adapun *borg* selain hewan tidak boleh dimanfaatkan kecuali atas izin *rahin*.

5. Riba dalam Gadai

Riba seringkali ditemukan pada transaksi pinjam-meminjam uang atau utang-piutang, riba ini terkategori sebagai riba *dayn*. Riba *dayn* berarti tambahan, yaitu pembayaran premi atas setiap jenis pinjaman dalam transaksi utang-piutang maupun perdagangan yang harus dibayarkan oleh peminjam kepada pemberi pinjaman di samping pengembalian pokok, yang ditetapkan sebelumnya.³⁶ Aktivitas perjanjian gadai yang selama ini telah berlaku pada dasarnya adalah perjanjian utang piutang, dimungkinkan terjadi *riba* yang dilarang oleh *syara'*. *Riba* terjadi apabila dalam perjanjian gadai ditemukan bahwa harus memberikan tambahan sejumlah uang atau prosentase tertentu dari pokok utang, pada waktu membayar utang atau pada waktu lain yang telah ditentukan oleh *murtahin*. Hal ini lebih sering disebut dengan bunga gadai dan perbuatan yang dilarang *syara'*.³⁷

Hendi Suhendi menyatakan bahwa riba akan terjadi dalam gadai apabila dalam akad gadai ditentukan bahwa *rahin* harus memberikan tambahan kepada *murtahin* ketika membayar utangnya atau ketika akad gadai ditentukan syarat-syarat, kemudian syarat tersebut dilaksanakan. Bila *rahin* tidak mampu membayar utangnya hingga pada waktu yang telah ditentukan, kemudian *murtahin* menjual *marhun* dengan tidak memberikan kelebihan harga *marhun* kepada *rahin*, maka disini juga telah berlaku riba.³⁸ Dengan begitu, bagi masyarakat muslim Indonesia yang ingin menggunakan layanan jasa

³⁶ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 13.

³⁷ Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2011), 47.

³⁸ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 111.

gadai hendaknya memilih yang tidak menerapkan skema bunga atau berbasis *riba*.

6. Penjualan Barang Gadai Setelah Jatuh Tempo

Ulama berbeda pendapat mengenai penjualan yang dilakukan oleh penerima gadai. Pendapat mereka sebagai berikut:³⁹

- a. Menurut Imam Syafi'i, penerima gadai tidak boleh menjual barang gadaian setelah jatuh tempo, kecuali oleh wakil yang adil dan terpercaya.
- b. Menurut Abu Hanifah dan Imam Malik, apabila dalam akad gadai disyaratkan penjualan oleh penerima gadai setelah jatuh tempo, maka hal itu dibolehkan. Demikian pula pendapat Imam Ahmad bin Hambal, ia membolehkan penerima gadai menjual barang gadaian setelah jatuh tempo.

Menurut kompilasi hukum ekonomi syariah, apabila telah jatuh tempo, pemberi gadai dapat mewakilkan kepada penerima gadai atau penyimpan atau pihak ketiga untuk menjual harta gadainya. Menurut Pasal 407:⁴⁰

- a. Apabila jatuh tempo, penerima gadai harus memperingatkan pemberi gadai untuk segera melunasi utangnya.
- b. Apabila pemberi gadai tidak dapat melunasi utangnya, maka harta gadai dijual paksa melalui lelang.

³⁹ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, 184-185.

⁴⁰ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, 185.

- c. Hasil penjualan harta gadai digunakan untuk melunasi utang, biaya penyimpanan dan pemeliharaan yang belum dibayar serta biaya penjualan.
- d. Kelebihan hasil penjualan menjadi milik pemberi gadai dan kekurangan menjadi kewajiban pemberi gadai.

C. *Qardh Beragun Emas*

Qardh beragun emas merupakan produk pada perbankan syariah dengan istilah penamaan lainnya adalah gadai emas iB atau gadai emas syariah. Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 14/7/DPbs tanggal 29 Februari 2012 *qardh* beragun emas adalah salah satu produk yang menggunakan akad *qardh* dengan agunan berupa emas yang diikat dengan akad *rahn*, dimana emas yang digunakan disimpan dan dipelihara oleh Bank Syariah atau UUS selama jangka waktu tertentu dengan membayar biaya penyimpanan dan pemeliharaan atas emas sebagai objek *rahn* yang diikat dengan akad *ijarah*. Produk *Qardh Beragun Emas* memiliki karakteristik (fitur) sebagai berikut:⁴¹

1. Tujuan penggunaan adalah untuk membiayai keperluan dana jangka pendek atau tambahan modal kerja jangka pendek untuk golongan nasabah Usaha Mikro dan Kecil (UMK).
2. Akad yang digunakan adalah akad *qardh* (untuk pengikatan pinjaman dana yang disediakan Bank Syariah atau UUS kepada nasabah), akad *rahn* (untuk pengikatan emas sebagai agunan atas pinjaman dana) dan

⁴¹ Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 14/7/DPbs tanggal 29 Februari 2012 perihal Produk *Qardh Beragun Emas*.

akad ijarah (untuk pengikatan pemanfaatan jasa penyimpanan dan pemeliharaan emas sebagai agunan pinjaman dana).

3. Biaya yang dapat dikenakan oleh Bank Syariah atau UUS kepada nasabah antara lain biaya administrasi, biaya asuransi, dan biaya penyimpanan dan pemeliharaan.
4. Sumber dana dapat berasal dari bagian modal, keuntungan yang disisihkan, dan/atau dana pihak ketiga.
5. Tujuan penggunaan dana oleh nasabah wajib dicantumkan secara jelas pada formulir aplikasi produk.
6. Emas yang akan diserahkan sebagai agunan Qardh Beragun Emas harus sudah dimiliki oleh nasabah pada saat permohonan pembiayaan diajukan.

Dasar hukum *rahn* emas berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 26 tahun 2002 Tentang *Rahn* Emas.

Fatwa Pertama:

1. *Rahn* emas dibolehkan berdasarkan prinsip *Rahn* (lihat Fatwa DSN Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*).
2. Ongkos dan biaya penyimpanan barang (*marhun*) ditanggung oleh penggadai (*rahin*).
3. Ongkos sebagaimana ayat 2 besarnya didasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata diperlukan.
4. Biaya penyimpanan barang (*marhun*) dilakukan berdasarkan akad *ijarah*.

Fatwa Kedua:

Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan (28 Maret 2002) dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

D. Proses Pembiayaan Gadai Emas Bank Syariah Mandiri (BSM)

Proses pembiayaan Gadai Emas BSM meliputi tahapan-tahapan sebagai berikut:⁴²

1. Pengisian form pengajuan Gadai Emas BSM dan melengkapi dokumen.

Nasabah datang ke KLG BSM KC Cikande dan melengkapi dokumen. kemudian petugas KLG wajib melengkapi secara tertib dokumen yang berkaitan dengan pemberian pembiayaan gadai, meliputi:

- a. Daftar isian KYC-AML pembiayaan khusus calon nasabah pembiayaan yang terdapat dalam Formulir Permohonan Gadai Emas.
- b. *Checklist* pemenuhan *Risk Acceptance Criteria* (RAC) pada halaman belakang lembar ke-1 Formulir Permohonan Gadai Emas.

Surat Bukti Gadai Emas (SBGE), terdiri atas 3 rangkap yaitu:

- 1) Lembar ke-1: untuk Bank (disimpan dalam kantong agunan sebagai dokumen legal pembiayaan).

⁴² PT Bank Syariah Mandiri, "Manual Produk Pembiayaan Gadai Emas PT Bank Syariah Mandiri 2017", IV-A-1-IV-G-3.

- 2) Lembar ke-2: untuk Nasabah.
- 3) Lembar ke-3: untuk bukti pencairan (dikelola oleh *Teller* apabila dana hasil pencairan gadai ditarik tunai, atau sebagai arsip petugas gadai).

Catatan: Kolom Pengalihan Hak/Kuasa Pengambilan Agunan bukan merupakan pengalihan kepemilikan barang agunan, tetapi pemberian kuasa dari pemilik barang agunan kepada pihak lain yang dikuasakan untuk mengambil barang agunan.

- c. Daftar isian CSA (*Compliance Self Assessment*) di lembar ke-1 Formulir Permohonan Gadai Emas.

2. Penjelasan ketentuan produk Gadai Emas BSM

Pawning Staff menjelaskan kepada nasabah tentang:

- a. Karakteristik/fitur produk gadai dan atau produk PWG lainnya, yang meliputi informasi tentang manfaat, biaya, risiko, syarat dan ketentuan produk serta penyelesaian apabila terjadi sengketa.
- b. Hak dan kewajiban nasabah termasuk apabila terjadi eksekusi agunan.

3. Penyerahan agunan

Pawning Staff meminta nasabah untuk menyerahkan agunan beserta dokumen terkait agunan (bila ada).

4. Penyerahan tanda terima agunan

Pawning Staff memotong dan menyerahkan kitir Formulir Permohonan Gadai Emas kepada nasabah sebagai tanda terima agunan untuk menunggu proses penaksiran dan persetujuan.

5. Analisis *Risk Acceptance Criteria* (RAC)

Risk Acceptance Criteria (RAC) adalah kriteria dasar untuk menyeleksi calon target Nasabah yang ditetapkan oleh dan mewakili keberadaan fungsi *Financing Risk Assessment Unit*.

Proses analisa pemenuhan *Risk Acceptance Criteria* (RAC) dan penaksiran terhadap setiap objek agunan dilakukan oleh *Pawning Staff*. Dalam hal ini *Pawning Staff* melakukan:

- a) Pengisian checklist RAC dilakukan secara *self assessment*.
- b) Proses penaksiran objek agunan mengacu pada Petunjuk Teknis Operasional (PTO) Penaksiran Emas dan tidak diperkenankan dilakukan secara *sampling*.

6. Pembukaan rekening tabungan

Nasabah membuka rekening tabungan baru (Tabungan BSM/Tabungan Simpatik/TabunganKu) apabila nasabah belum memiliki rekening di BSM, untuk pencairan gadai limit di atas Rp5 Juta.

7. Penandatanganan Surat Bukti Gadai Emas (SBGE)

Nasabah menandatangani akad-akad Surat Bukti Gadai Emas (SBGE).

8. Pencairan dana

Pencairan Pembiayaan Gadai Emas dapat dilakukan setelah:

- 1) Nasabah telah memiliki rekening tabungan/giro Bank (jumlah limit di atas Rp 5 Juta).
- 2) Nasabah telah menyerahkan emas (Emas perhiasan, Emas lantakan (batangan), koin dan/atau Dinnar) kepada Bank.

- 3) Nasabah telah menandatangani akad-akad Surat Bukti Gadai Emas (SBGE).
- 4) Nasabah telah membayar biaya administrasi pencairan. Biaya tersebut dapat dipotong dari fasilitas pembiayaan yang dicairkan.
- 5) Formulir Permohonan Gadai Emas yang telah lengkap dan ditandatangani/disetujui oleh Pemutus Pembiayaan berfungsi sebagai Memo Pencairan. Selanjutnya Nasabah mengambil dana pembiayaan gadai di *teller*.

9. Kewajiban nasabah

Setelah menerima dana pembiayaan gadai emas, nasabah wajib memenuhi kewajibannya berupa pelunasan utangnya dan biaya sewa penyimpanan agunannya.

- a) Pelunasan pembiayaan gadai dan pembebanan semua biaya dilakukan dengan cara:
 - 1) Nasabah menyediakan dana sebesar kewajiban pada rekening dan Bank melakukan pendebitan rekening Nasabah sesuai kuasa pendebitan yang tertera di dalam Surat Bukti Gadai Emas, atau
 - 2) Nasabah melakukan setoran tunai dan Bank melakukan pendebitan rekening perantara lunas gadai atas pelunasan yang dilakukan dengan setoran tunai, atau
 - 3) Menggunakan dana hasil penjualan agunan.
- b) Pembebanan biaya pemeliharaan (ijarah) dapat dilakukan di belakang atau di awal pembiayaan. Khusus nasabah yang membayar ijarah di depan, maka:

- 1) Pada saat awal pembiayaan, nasabah membayar ijarah untuk 4 bulan ke depan.
 - 2) Jika nasabah melakukan pelunasan sebelum jatuh tempo, maka dapat diberikan diskon sesuai dengan periode yang telah dijalani oleh nasabah dan mengikuti ketentuan yang berlaku pada Bank.
- c) Jenis pelunasan pembiayaan, terdiri atas:
- 1) Pelunasan sekaligus sebelum jatuh tempo
 - a) Nasabah dapat melakukan pelunasan sebelum jatuh tempo dengan cara membayar kewajiban berupa pokok pembiayaan dan biaya pemeliharaan yang jumlahnya sebesar periode yang telah dijalani oleh Nasabah. Biaya pemeliharaan tidak dihitung penuh 1 jangka waktu pembiayaan (4 bulan) dan diperhitungkan sebagai potongan biaya (diskon) dari Bank kepada nasabah yang melakukan pelunasan sebelum jatuh tempo.
 - b) Perhitungan diskon atas biaya pemeliharaan seperti poin a) di atas, tidak dapat diberikan kepada nasabah bila sisa masa laku akad s.d. jangka waktu jatuh tempo kurang dari kelipatan 15 hari.
 - 2) Pelunasan sekaligus saat jatuh tempo

Pelunasan sekaligus pada saat jatuh tempo dilakukan pada saat memasuki tanggal jatuh tempo pembiayaan.
 - 3) Pelunasan sebagian
 - a) Nasabah dapat melakukan pelunasan sebagian atas pokok pembiayaan pada saat atau sebelum jatuh tempo.

- b) Jika terjadi pelunasan sebagian, Nasabah dapat meminta sebagian agunan (emas) sepanjang agunan yang ada pada Bank masih mengcover fasilitas pembiayaan gadai yang bersangkutan. Khusus bagi nasabah yang mengambil barang agunan pada pelunasan sebagian, wajib untuk menandatangani tanda terima agunan dan mengganti SBGE baru yang menginformasikan deskripsi agunan yang masih diagunkan.
- c) Pelunasan sebagian sebelum jatuh tempo, tidak mengakibatkan perubahan jangka waktu pembiayaan (tanggal jatuh tempo pembiayaan tetap).
- d) Pelunasan sebagian pada saat jatuh tempo, mengakibatkan perubahan jangka waktu pembiayaan dan statusnya sama dengan perpanjangan (jangka waktu 4 bulan).
- e) Pelunasan sebagian setelah jatuh tempo, diperkenankan paling lama sebelum tanggal jual barang agunan yang ditetapkan Bank dan statusnya sama dengan perpanjangan fasilitas.
- f) Nasabah yang melakukan pelunasan sebagian membayar biaya pemeliharaan sebesar periode yang telah dilalui pada saat sebagian agunan tersebut dilunasi. Adapun pada saat jatuh tempo, Nasabah membayar biaya pemeliharaan sebesar sisa periode yang belum dilalui.

Contoh:

Nasabah membawa 3 buah LM Antam (@50 gram) dengan berat total sebanyak 150 gram. Nasabah gadai pada

tanggal 1 Januari 2016. Bila pada tanggal 1 Februari 2016, nasabah melunasi sebagian dan ingin mengambil sebagian agunannya yaitu sebanyak 1 keping (berat 50 gram), maka biaya pemeliharaan yang harus dibayar nasabah adalah (HDE: Rp500.000,00 dan *Ujrah*: 1,13% / bulan).

$$\begin{aligned}
 \text{Pembiayaan} &= \text{Taksiran} \times \text{FTV} \\
 &= (\text{Karat}/24 \times \text{berat agunan} \times \text{HDE}) \times \\
 &\quad \text{FTV} \\
 &= (24/24 \times 150 \text{ gram} \times \text{Rp } 500.000,-) \times \\
 &\quad 95\% \\
 &= \text{Rp}75.000.000,- \times 95\% \\
 &= \text{Rp}71.250.000,-.
 \end{aligned}$$

Bila Nasabah melakukan pelunasan sebagian pada tanggal 1 Februari 2016, maka biaya pemeliharaan yang harus dibayar nasabah adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya Pemeliharaan} &= \text{Nilai taksiran} \times \text{ujrah/bulan} \times \\
 &\quad \text{jangka waktu} \\
 &= \text{Rp}75.000.000 \times 1,13\%/\text{bln} \times 2 \\
 &\quad \text{periode (1bln)} \\
 &= \text{Rp}847.500,-.
 \end{aligned}$$

Karena jangka waktu pembiayaan yang digunakan selama 2 periode, maka biaya pemeliharaan yang harus dibayar saat pelunasan sebagian tersebut adalah sebesar

Rp847.500,-. Jika Nasabah melunasi gadainya pada saat jatuh tempo (1 Mei 2016) dengan sisa agunan sebanyak 2 keping (berat 100 gram), maka biaya pemeliharaan yang harus dibayar adalah:

Biaya Pemeliharaan = Nilai taksiran x ujah/bulan x jangka waktu

$$= \text{Rp}50.000.000,- \times$$

$$1,13\%/\text{bulan} \times 3 \text{ bulan}$$

$$= \text{Rp}565.000,-/\text{bulan} \times 3 \text{ bulan}$$

$$= \text{Rp}1.695.000,-.$$

Maka biaya pemeliharaan yang harus dibayar Nasabah dengan sisa agunan sebanyak 2 keping (100 gram) pada saat jatuh tempo adalah Rp1.695.000,00.

E. Hubungan Antar Variabel Penelitian

1. Hubungan antara Pengetahuan Prinsip Gadai Syariah dengan Keputusan Nasabah Menggunakan Gadai Emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.

Pengetahuan prinsip gadai syariah menjadi salah satu faktor nasabah untuk menggunakan gadai emas syariah disebabkan oleh status nasabah yang merupakan muslim serta dipandang memiliki kesadaran akan ketataan terhadap hukum syariah. Dalam hal ini nasabah memandang bahwa transaksi gadai yang berbasis bunga tidak relevan bagi prinsip agamanya yang mengecam keras terhadap

transaksi ribawi sehingga lebih memilih alternatif lembaga gadai yang sesuai dengan prinsip syariah seperti yang terdapat pada Bank Syariah Mandiri. Sedangkan dari sisi konsep faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, pengetahuan prinsip gadai syariah boleh jadi termasuk ke dalam faktor agama, kepribadian, pengetahuan, atau sikap.

2. Hubungan antara Harga Taksiran dengan Keputusan Nasabah Menggunakan Gadai Emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.

Harga taksiran emas diduga menjadi salah satu motif nasabah untuk memutuskan gadai emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande. Harga taksiran yang menarik dan rasional menjadi pertimbangan penting bagi nasabah untuk tujuan kebutuhan dana dari gadai. Sedangkan dari sisi konsep faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, harga taksiran boleh jadi termasuk ke dalam kategori faktor ekonomi.

3. Hubungan antara Biaya Gadai dengan Keputusan Nasabah Menggunakan Gadai Emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.

Biaya gadai yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande turut pula menjadi daya tarik terhadap calon nasabah gadai. Biaya gadai yang murah dapat menjadi pengaruh yang signifikan bagi nasabah untuk memilih gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande. Sedangkan dari sisi konsep

faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, biaya gadai termasuk dalam kategori *price* (harga) yang merupakan salah satu elemen bauran pemasaran.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu digunakan sebagai bahan referensi peneliti dalam penelitian ini sehingga dapat memberikan gambaran objektif terkait permasalahan yang diteliti dan menjadi acuan dalam penelitian kerangka pemikiran yang kemudian dapat membantu peneliti dalam mengolah data penelitian secara efektif. Adanya penelitian terdahulu juga dapat digunakan sebagai bahan pembandingan antara penelitian yang akan dilakukan peneliti dengan penelitian yang sudah dilakukan, hal ini untuk mengetahui apakah terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian yang dilakukan. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang telah diperoleh peneliti.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Irfan Hidayat (2012) yang berjudul “Analisis Minat Beli Produk Gadai Emas Syariah Bank BPD DIY Syariah di Tinjau dari Pengetahuan Terhadap Produk dan Prinsip Operasional Gadai Emas Syariah”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pengetahuan produk dan pengetahuan prinsip operasional produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli gadai emas syariah pada Bank BPD DIY Syariah. Dan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen tersebut

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁴³ Adapun persamaan penelitian yang akan dilakukan penulis dengan penelitian ini adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Sedangkan perbedaan penelitian yang akan dilakukan penulis dengan penelitian ini adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk gadai emas syariah dan pengetahuan prinsip operasional terhadap minat beli gadai emas syariah pada Bank BPD DIY Syariah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Yurifa Achmad Syah Siregar (2015) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Fasilitas Gadai Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara simultan faktor promosi, nilai taksiran, dan pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada α 1% terhadap minat nasabah untuk menggunakan fasilitas gadai emas pada Bank Syariah Mandiri cabang Iskandar Muda Medan. Dan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.⁴⁴ Adapun persamaan penelitian yang akan dilakukan penulis dengan penelitian ini adalah data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Sedangkan perbedaan penelitian yang akan dilakukan

⁴³ Irfan Hidayat, “Analisis Minat Beli Produk Gadai Emas Syariah Bank BPD DIY Syariah di Tinjau dari Pengetahuan Terhadap Produk dan Prinsip Operasional Gadai Emas Syariah”, (Skripsi pada Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2012).

⁴⁴ Yurifa Achmad Syah Siregar, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Fasilitas Gadai Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri”, (Skripsi pada Fakultas Ekonomi Pembangunan, Universitas Sumatera Utara, 2015).

penulis dengan penelitian ini adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor promosi, faktor nilai taksiran, dan faktor pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan fasilitas gadai emas pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Iskandar Muda Medan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Mukhlis Adib (2014) yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Memilih Produk *Rahn* di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara simultan aspek lokasi, tarif ujroh, dan aspek syariah memiliki pengaruh yang terhadap keputusan masyarakat dalam memilih produk *rahn* di Kantor Cabang Pegadain Syariah Ciputat. Dan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁴⁵ Adapun persamaan penelitian yang akan dilakukan penulis dengan penelitian ini adalah data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Sedangkan perbedaan penelitian yang akan dilakukan penulis dengan penelitian ini adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aspek lokasi, tarif ujroh, dan aspek syariah terhadap keputusan masyarakat dalam memilih produk *rahn* di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rifqi Damarjati (2014) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai

⁴⁵ Mukhlis Adib, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Memilih Produk *Rahn* di Kantor Cabang Pegadaian Syariah”, (Skripsi pada Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014).

Emas Syariah (Studi Kasus pada BPD DIY Syariah Cabang Cik Dik Tiro”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan nilai taksiran, biaya-biaya, promosi, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan faktor biaya-biaya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah. Sedangkan untuk nilai taksiran, promosi, dan pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.⁴⁶ Adapun persamaan penelitian yang akan dilakukan penulis dengan penelitian ini adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Sedangkan perbedaan penelitian yang akan dilakukan penulis dengan penelitian ini adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai taksiran, biaya-biaya, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah pada BPD DIY Syariah Cabang Cik Dik Tiro. Penelitian ini menggunakan data primer.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan suatu jawaban

⁴⁶ Ahmad Rifqi Damarjati, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada BPD DIY Syariah Cabang Cik Dik Tiro”, (Skripsi pada Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014).

sementara atas pertanyaan penelitian.⁴⁷ Adapun hipotesis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- H_0^1 : Pengetahuan prinsip gadai syariah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.
- H_a^1 : Pengetahuan prinsip gadai syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.
- H_0^2 : Harga taksiran secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.
- H_a^2 : Harga taksiran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.
- H_0^3 : Biaya gadai secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.
- H_a^3 : Biaya gadai secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.
- H_0^4 : Pengetahuan gadai syariah, harga taksiran, dan biaya gadai secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.

⁴⁷ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 63.

H_a^4 : Pengetahuan gadai syariah, harga taksiran, dan biaya gadai secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.