**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Aktivitas gadai-menggadai yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia tidak hentinya seringkali dijumpai di seluruh wilayah Indonesia baik di perkotaan maupun di pedesaan. Kebutuhan masyarakat akan dana tunai untuk tujuan konsumtif maupun produktif dengan menggadaikan barang berharganya merupakan salah satu solusi alternatif terbaik yang ditempuh. Dalam sudut pandang Islam kegiatan menggadaikan barang berharga guna mendapatkan uang tunai untuk memenuhi kebutuhan tertentu hukumnya boleh, akan tetapi sebagai umat Islam hendaknya memperhatikan perilaku konsumsi agar tetap dalam bingkai Islami.

Pada umumnya masyarakat melakukan transaksi gadai dengan pihak individu tertentu yang mereka kehendaki atau dapat pula dengan pihak rentenir, maupun bertumpu pada lembaga gadai swasta atau ke pegadaian yang notabene merupakan milik BUMN. Selain tempat-tempat tujuan gadai di atas, kini di Indonesia hadir layanan jasa gadai yang menerapkan prinsip-prinsip syariah atau yang lebih *masyhur* dengan gadai syariah yang terdapat Bank Syariah, Pegadaian pun membuka Unit Usaha Syariah (UUS) yang dinamakan Pegadaian Syariah.

Gadai syariah itu sendiri tidak menerapkan unsur *riba* atau tidak berbasis bunga, namun lebih menggunakan biaya jasa sebagai penerimaan dan labanya, yang dengan pengenaan biaya jasa itu paling tidak dapat menutupi seluruh biaya yang dikeluarkan dalam operasionalnya. Oleh karena itu, untuk menghindari adanya unsur *riba* (bunga) dalam gadai syariah dalam usahanya pembentukan laba, maka gadai syariah menggunakan mekanisme yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti melalui *akad qardhul hasan* dan *akad ijarah, akad rahn, akad mudharabah, akad ba’i muqayyadah,* dan *akad musyarakah*.[[1]](#footnote-1)

Salah satu lembaga keuangan yang menerapkan prinsip gadai syariah adalah Bank Syariah. Bank Syariah atau Perbankan Syariah adalah Bank atau sistem perbankan yang konsep, mekanisme, operasional dan bisnisnya dijalankan sesuai *syara’*, yakni berdasarkan syariah.[[2]](#footnote-2) Dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi keuangan, Bank Syariah menawarkan berbagai produk pendanaan maupun pembiayaan. Pada umumnya produk pembiayaan Bank Syariah menerapkan salah satu akad syariah yaitu akad *rahn* (gadai), gadai ialah menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara’ sebagai tanggungan utang, dengan adanya benda yang menjadi tanggungan itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima.[[3]](#footnote-3) Sebagai institusi keuangan yang rentan terhadap resiko kredit macet maka Bank Syariah memandang perlu akan akad gadai pada produk pembiayaan sebagai salah satu upaya mengurangi resiko *Non Performance Financing* (NPF).

Beberapa Bank Syariah di Indonesia kini memiliki produk yang tak biasa ditemukan layaknya sebuah Bank pada umumnya yaitu gadai emas syariah. Kehadiran produk gadai emas syariah ini tentunya menyasar kepada masyarakat yang berkebutuhan dana mendesak yang kemudian ingin mengakses layanan jasa gadai emas namun tanpa ada rasa kekhawatiran akan adanya transaksi *riba*. Secara legal, produk gadai emas syariah pada Bank Syariah atau Unit Usaha Syariah (UUS) sudah diatur dalam Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 14/7/DPbs tanggal 29 Februari 2012. Dalam Surat Edaran tersebut gadai emas syariah disebut dengan produk *Qardh* Beragun Emas.

Emas yang seringkali dijadikan objek gadai oleh masyarakat merupakan barang yang memiliki nilai tersendiri baik nilai berharga maupun nilai keindahannya, nilai tersebut nyatanya diakui oleh seluruh manusia yang ada di muka bumi ini. Sulit rasanya menemukan manusia yang mengingkari akan ketertarikannya terhadap emas, ini berarti merupakan bukti dari ketetapan Allah yang menjadikan pandangan manusia suka dan tertarik kepada emas sebagaimana firman Allah Swt. pada surat Ali ‘Imron ayat 14 sebagai berikut:

زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَٰلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ

Artinya: *“Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaaan kepada apa-apa yang diingini, Yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga)*”.[[4]](#footnote-4)

Masyarakat kini sudah tidak lagi merasa kesulitan akan akses terhadap lembaga formal yang menyediakan layanan jasa gadai emas. Lembaga gadai yang sudah familiar oleh masyarakat Indonesia sampai dengan saat ini adalah Pegadaian, yang *notabene* merupakan bagian dari BUMN dan berstatus Perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian. Kini Pegadaian sudah membuka Unit Layanan Gadai Syariah, yang merupakan suatu unit cabang dari Perum Pegadaian yang berada di bawah binaan Divisi Usaha Lain dan merupakan unit bisnis mandiri yang secara struktural terpisah pengelolaannya dari usaha gadai secara konvensional.[[5]](#footnote-5) Sudah menjadi hal wajar dalam dunia bisnis akan adanya sebuah persaingan, maka demikian pula Bank Syariah yang membuka jasa layanan gadai emas syariah sudah pasti akan bersaing sehat dengan Pegadaian ataupun Pegadain Syariah dalam merebut hati konsumen gadai emas.

Dari sisi perilaku konsumen, sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk terdapat beberapa tahap proses keputusan konsumen yang akan dilewati, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan kepuasan konsumen.[[6]](#footnote-6) Berdasarkan hal tersebut, peneliti dapat mengasumsikan bahwa calon konsumen gadai emas menginginkan emasnya untuk digadaikan setelah menentukan kebutuhan yang akan dicapai, kemudian setelah itu mencari infomasi tentang jasa gadai emas yang ia inginkan dan pada tahap evaluasi alternatif ia membandingkan serta mempertimbangkan jasa gadai mana yang akan ia gunakan sesuai dengan kebutuhan yang ia perlukan. Dalam prosesnya tentu terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen tersebut ketika berminat untuk memilih lembaga gadai tertentu. Proses keputusan konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu: strategi pamasaran, perbedaan individu, dan faktor lingkungan.[[7]](#footnote-7)

Berdasarkan informasi yang ditemukan peneliti, terdapat beberapa faktor yang seringkali diduga kuat mempengaruhi calon konsumen gadai emas syariah yaitu, pengetahuan prinsip gadai syariah, pengetahuan produk gadai emas di Bank Syariah, harga taksiran gadai, biaya sewa (*ujrah*) penyimpanan agunan, biaya administrasi, jangka waktu gadai, persyaratan gadai, dan proses gadai. Namun pada faktor-faktor tersebut tidak seluruhnya dominan pada keputusan nasabah gadai emas syariah dan suatu hal yang mungkin pula terdapat faktor-faktor lainya yang belum diketahui oleh peneliti.

Nasabah gadai emas di Bank Syariah yang menyadari betul akan larangan transaksi *riba* boleh jadi faktor yang paling utama mempengaruhi keputusannya memilih gadai emas syariah adalah karena prinsip syariah ini menunjukan bahwa keputusan tersebut dilandasi oleh faktor agama. Ajaran agama akan mempengaruhi sikap, motivasi, persepsi, dan perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa.[[8]](#footnote-8) Berbeda hal dengan konsumen gadai emas yang mempersepsikan bahwa harga taksiran gadai yang tinggi lebih cocok bagi keinginannya, maka jelas konsumen tersebut akan memilih lembaga gadai yang menawarkan harga taksiran gadai emas yang lebih tinggi. Sedangkan bagi konsumen gadai yang mendasarkan pilihannya karena pandangannya yang menilai biaya gadai yang timbul akibat fasilitas pembiayaan berupa biaya sewa ataupun bunga, biaya administrasi, maupun biaya asuransi lebih tepat bagi kondisinya menurut perhitungannya, maka konsumen tersebut akan mencari lembaga gadai yang taksiran gadainya logis dan biaya gadai yang relatif ringan.

Pada penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih gadai emas syariah. Sedangkan untuk pemilihan Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Cikande sebagai objek penelitian dikarenakan dua hal, yang pertama karena Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu Bank Umum Syariah (BUS) yang masih menjual produk gadai emas syariah sampai dengan saat ini sedangkan ada beberapa BUS dan UUS yang sudah menutup layanan jasa gadai emas syariah karena disinyalir akibat penurunan pembiayaan gadai emas yang dirasakan Perbankan Syariah dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan ini. Yang kedua adalah berdasarkan informasi yang peneliti ketahui, karena BSM Kantor Cabang Cikande terbilang masih baru menjual produk gadai emasnya yang mana dirilis pada Februari 2017 sedangkan BSM Kantor Cabang Cikande itu sendiri sudah beroperasi sejak tahun 2010. Berbeda halnya yang dialami pada jaringan atau layanan kantor BSM di wilayah tertentu, ada yang sudah menutup layanan produk gadai emasnya, ini berarti Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande dinilai potensial untuk dipasarkan produk layanan gadai emas.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut serta membahasnya dalam bentuk skripsi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Layanan Jasa Gadai Emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande”.**

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti dapat mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Pilihan layanan gadai yang dapat dijadikan oleh masyarakat sebagai referensi gadai emas terdapat dua yaitu, layanan gadai konvensional yang menganut skema bunga (*riba*) dan layanan gadai syariah yang menggunakan mekanisme yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti melalui *akad qardhul hasan* dan *akad ijarah, akad rahn, akad mudharabah, akad ba’i muqayyadah,* dan *akad musyarakah*.
2. Dalam proses keputusan menggunakan layanan jasa gadai emas di Bank Syariah seringkali calon nasabah didorong atau dipengaruhi beberapa faktor diantaranya, pengetahuan prinsip gadai syariah, pengetahuan produk gadai emas di Bank Syariah, harga taksiran gadai, biaya sewa (*ujrah*) penyimpanan agunan, biaya administrasi, jangka waktu gadai, persyaratan gadai, dan proses gadai.
3. Bank Syariah Mandiri menjadi salah satu Bank Syariah di Indonesia yang tetap konsisten mempertahankan produk gadai emas syariah sampai dengan saat ini ditengah penurunan permintaan akan gadai emas syariah yang terjadi dalam beberapa tahun belakangan ini yang berimplikasi pada penutupun layanan produk gadai emas di beberapa Bank Syariah. Imbas tersebut dirasakan pula oleh Bank Syariah Mandiri yang menutup layanan gadai emas di sejumlah Kantor Cabang (KC) maupun Kantor Cabang Pembantu (KCP), namun masih banyak pula Kantor Cabang yang sampai hari ini masih eksis menjual produk gadai emas syariah, salah satunya adalah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.
4. **Perumusan Masalah**

Merujuk kepada judul dan mendasarkan pada latar belakang di atas, maka peneliti ingin meneliti permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah faktor pengetahuan prinsip gadai syariah, harga taksiran gadai, dan biaya gadai berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande?
2. Apakah faktor pengetahuan prinsip gadai syariah, harga taksiran gadai, dan biaya gadai berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande?
3. **Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini peneliti perlu membatasi variabel-variabel yang menjadi objek penelitian agar terhindar dari pembahasan yang keluar dari pokok pembahasan. Untuk variabel dependen yaitu keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande. Sedangkan untuk variabel independen yaitu pengetahuan prinsip gadai syariah, harga taksiran gadai, dan biaya gadai.

1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka kemudian timbul tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan prinsip gadai syariah, harga taksiran gadai, dan biaya gadai secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan prinsip gadai syariah, harga taksiran gadai, dan biaya gadai secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande.
3. **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat memperoleh ilmu serta wawasan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat gadai emas syariah, seperti pengetahuan prinsip gadai syariah, harga taksiran, dan biaya gadai. Selain itu, peneliti dapat mengimplementasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh dari perkuliahan ke dalam penelitian ini.

1. Bagi Pihak Perbankan Syariah

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada Bank Syariah yang membuka layanan gadai emas terkhusus kepada pihak manajemen Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan gadai emas Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande, selain itu dapat memberikan dampak terhadap perumusan strategi pemasaran yang lebih baik.

1. Bagi Perguruan Tinggi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan perbandingan untuk penelitian yang sudah ada maupun yang akan datang, khususnya untuk jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

1. **Kerangka Pemikiran**

Kehadiran Bank Syariah di tengah-tengah masyarakat sebagai institusi keuangan yang tidak menganut skema bunga (*riba*) dalam setiap jenis produknya telah menjadikannya tujuan favorit bagi masyarakat yang membutuhkan layanan jasa keuangan syariah termasuk layanan gadai emas syariah.

Ahmad Ifham mengemukakan bahwa Bank Syariah berani memberi label syariah yang artinya berani memberikan janji spiritual bahwa semua mekanisme operasional, produk dan layanannya akan selalu dijalankan sesuai ketentuan syariah.[[9]](#footnote-9) Demikian pula bagi calon nasabah gadai emas yang memiliki prinsip dan ketaatan terhadap hukum syariah, maka dia akan lebih memilih gadai emas yang terdapat di Bank Syariah maupun Lembaga gadai syariah lainnya.

Prinsip pengetahuan gadai syariah, harga taksiran, dan biaya gadai dapat diidentifikasi masuk ke dalam konsep faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen yang mendasar pada teori perilaku konsumen.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.[[10]](#footnote-10)

Sumarwan mengemukakan bahwa proses keputusan konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu strategi pemasaran, perbedaan individu, dan faktor lingkungan. Strategi pemasaran terbentuk oleh bauran pemasaran sedangkan perbedaan individu meliputi kebutuhan, motivasi, kepribadian, konsep diri, pengolahan informasi dan persepsi, proses belajar, pengetahuan, dan agama. Pada faktor lingkungan mencakup budaya, karakteristik demografi, sosial, dan ekonomi, keluarga, kelompok acuan, lingkungan dan situasi konsumen, dan teknologi.[[11]](#footnote-11)

Berdasarkan uraian faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan konsumen diatas, peneliti dapat mengidentifikasi bahwa faktor pengetahuan prinsip gadai syariah termasuk ke dalam faktor agama, kepribadian, pengetahuan dan sikap. Sedangkan faktor harga taksiran emas boleh jadi termasuk ke dalam kategori faktor ekonomi. Dan faktor harga gadai termasuk ke dalam kategori harga (*price*) yang merupakan salah satu elemen dari bauran pemasaran.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti dapat menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Harga Taksiran (X2)

Pengetahuan Prinsip Gadai Syariah (X1)

Biaya Gadai (X3)

Keputusan Nasabah Menggunakan Gadai Emas di BSM (Y)

**Gambar 1.1**

**Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan gambar di atas, peneliti akan melakukan penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikande, yang meliputi prinsip pengetahuan gadai syariah, harga taksiran, dan biaya gadai. Dipilihnya faktor pengetahuan prinsip gadai syariah karena mayoritas nasabah gadai emas BSM beragama Islam, sedangkan faktor harga taksiran dan biaya gadai merupakan daya tarik yang ditawarkan pihak BSM Kantor Cabang Cikande.

1. **Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari:

Bab ke-Satu: Pendahuluan

Pada bab pertama yaitu pendahuluan, yang merupakan acuan dalam proses awal penelitian, di dalamnya menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, dan sistematika pembahasan.

Bab ke-Dua: Kajian Pustaka

Pada bab kedua menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menguraikan tentang perilaku konsumen, gadai (*rahn*), *qardh* beragun emas, proses pembiayaan gadai emas Bank Syariah Mandiri, hubungan antarvariabel penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan hipotesis penelitian.

Bab ke-Tiga: Metodologi Penelitian

Pada bab ketiga menjelaskan tentang metodologi penelitian yang dikembangkan pada pokok permasalahan agar hasil dan tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Pada bab ini menguraikan tentang tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, variabel penelitian, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

Bab ke-Empat: Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bab keempat menjelaskan tentang hasil analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan meliputi gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, uji persyaratan analisis, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab ke-Lima: Penutup

Pada bab kelima ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan berdasarkan analisis data yang telah dibahas pada bagian sebelumnya, serta memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian berikutnya.

1. Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2011), 50. [↑](#footnote-ref-1)
2. Ahmad Ifham, *Logika Fikih Bank Syariah* (Depok: Herya Media, 2015), 21. [↑](#footnote-ref-2)
3. Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 106. [↑](#footnote-ref-3)
4. Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya,* (Jakarta: CV. Darus Sunnah, 2015), 52. [↑](#footnote-ref-4)
5. Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, 93. [↑](#footnote-ref-5)
6. Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 15. [↑](#footnote-ref-6)
7. Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 10. [↑](#footnote-ref-7)
8. Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 12. [↑](#footnote-ref-8)
9. Ahmad Ifham, *Logika Fikih Bank Syariah* (Depok: Herya Media, 2015), 37-38. [↑](#footnote-ref-9)
10. Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 4. [↑](#footnote-ref-10)
11. Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 10-14. [↑](#footnote-ref-11)