

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum gadai disebut juga dengan *rahn*. *Rahn* yaitu kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara *rahin* dengan *murtahin*.¹ Melalui Akad *Rahn* nasabah menyerahkan barang yang akan digadaikan dan kemudian lembaga menyimpan atau merawat ditempat yang telah disediakan. Akibat yang timbul dari proses penyimpanan adalah timbul biaya atas jasa pengelolaan *marhun*, yaitu biaya yang diambil untuk biaya penitipan tempat, pengamanan dan pemeliharaan *mahrnun* milik *rahin* selama digadaikan.

Gadai emas syariah menjadi salah satu produk dalam perbankan yang digandrungi masyarakat dalam mengatasi kekurangan modal jangka pendek, ditambah lagi dengan meningkatnya harga emas yang mengalami kenaikan secara signifikan di masa pandemi, menginjak harga 1 juta/ gram.² Hal ini menjadi menarik saat perekonomian dunia mengalami penurunan dan kerugian, harga emas malah meningkat secara signifikan. Oleh sebab itu, emas memiliki potensi bisnis yang cukup menjanjikan tidak terkecuali dalam hal gadai emas.

¹ Kashmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Press, 2008) hal. 262.

² Selfie Miftahul Jannah, *Di Balik Harga Emas yang Melambung Tinggi Saat Pandemi*, di akses di <http://www.tirto.id> pada tanggal 13 April 2021.

Perbankan syariah adalah salah satu lembaga yang memiliki produk gadai emas syariah yang sistem operasionalnya tetap harus diawasi agar tidak melakukan penyimpangan. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) merupakan landasan hukum dalam melakukan operasional. Landasan hukum tersebut merupakan formulasi yang dibuat oleh pakar ekonomi syariah. Fatwa gadai emas syariah di atur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 26/DSN-MUI/III/2002 yang menjelaskan tentang *Rahn* Emas. Isi dari Fatwa tersebut menerangkan bahwasannya gadai emas diperbolehkan dan harus berdasarkan prinsip *rahn* beserta ketentuan-ketentuan yang diatur oleh Bank Syariah atau Unit Usaha Syariah.³ Gadai emas dianjurkan dalam islam, sebagaimana dalam Al-Qur'an Q.S Al- Baqarah ayat 283:

Artinya:

“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang di pegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utang) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya: dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang

³ Fatwa Dewan Syariah Nasional DSN MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas.

berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”⁴

Salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki produk pembiayaan gadai secara syariah adalah Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam. Bank Riau Kepri Syariah memiliki tingkat pertumbuhan aset pembiayaan syariah yang meningkat pada setiap tahunnya, dimana dalam aset pembiayaan syariah tersebut juga termasuk ada pembiayaan gadai emas syariah. Hal ini dapat dilihat dari *annual report* Bank Riau Kepri Syariah pada tahun 2016 dengan jumlah aset pembiayaan sebesar 988.823.000, pada tahun 2017 juga mengalami peningkatan dengan total aset pembiayaan syariah sebesar 1.421.689.000, pada tahun 2018 total aset pembiayaan syariah menginjak total 1.760.815.000 dan tetap mengalami peningkatan pada tahun 2019 dengan total aset 2.084.970.000.⁵

Minat nasabah menjadi salah satu faktor penentu dalam pengambilan keputusan produk apa yang akan digunakannya. Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.⁶ Menurut Kinnear dan Taylor minat adalah bagian dari perilaku konsumen terhadap sikap

⁴ Departemen Agama RI, al- Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: CV. Diponegoro, 2003), hal. 5.

⁵ Bank Riau Kepri Syariah, *Annual Report*, diakses di <https://www.bankriaukepri.co.id> pada tanggal 07 Januari 2021 pukul 14.00 WIB.

⁶ Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, Cet. Ke-3, 2011), hal. 113.

yang mengkonsumsi, kecenderungan untuk berfikir terlebih dahulu sebelum benar-benar keputusan tersebut akan di ambil.⁷

Minat adalah kecenderungan seseorang yang tetap memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan.⁸ Pemahaman terhadap perilaku konsumen (nasabah) tidak lepas dari minat daya beli masyarakat, sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Dengan kata lain ada suatu usaha untuk mendekati dan mengetahui dari perilaku konsumen mengenal produk tersebut. atau nasabah itu sendiri.

Salah satu yang dapat menimbulkan rasa minat nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariah yaitu nilai taksiran dan *ujrah*. Nilai taksiran adalah harga perkiraan yang menjadi patokan yang di dasarkan pada harga jadi, pasar dan peraturan yang berlaku pada masa tertentu. Menentukan nilai taksiran tidak diperbolehkan melebihi dari harga pasar atau dengan kata lain nilai taksiran tidak dibenarkan lebih rendah dari harga pasar.⁹ Penetapan nilai taksiran yang tinggi dan sesuai dengan keinginan nasabah akan membuat nasabah tertarik untuk menggunakan produk gadai emas syariah.

Nilai taksiran emas berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai. Hal ini menunjukan bahwasannya jika nilai taksiran emas yang di tetapkan tinggi maka akan

⁷ Umar Husein, *Managemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT.Gramedia Pusaka), hal. 45.

⁸ Slameto, *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hal. 78.

⁹ Damanhur, *Pengaruh Jumlah Taksiran dan Uang Pinjaman Terhadap Laba Bersih Pada Perum Pegadaian Syariah Kota Lhokseumawe*, Volume 9 Nomer 2 (Maret, 2011), hal. 501.

meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan produk gadai di Bank Riau Kepri Syariah Batam. Selain nilai taksiran, yang dapat mengukur minat nasabah adalah *ujrah*. *Ujrah* merupakan biaya sewa yang ditarif oleh pihak *murtahin* kepada *rahin* terhadap barang yang digadaikan nasabah kepada pihak bank. Kebijakan *ujrah* tentunya berbeda-beda di setiap lembaga keuangan syariah. Salah satu keistimewaan gadai emas syariah yang ada di Bank Riau Kepri Syariah adalah dengan biaya *ujrah* yang bisa dikatakan relatif murah, dengan murahanya *ujrah* yang ditetapkan oleh pihak bank, menjadi salah satu faktor yang diperkirakan mampu menarik minat nasabah. Ketika dari masing-masing variabel menunjukkan dampak positif dalam pelaksanaannya di bank syariah, maka minat nasabah untuk menggunakan prodak gadai emas syariah akan semakin tinggi pula.

Meningkatnya aset gadai emas syariah yang terjadi setiap tahunnya tentunya tidak terlepas dari sistem manajemen pemasaran yang ada di Bank Riau Kepri Syariah. Seperti yang kita ketahui manajemen pemasaran tidak terlepas dari 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process, dan Customer Service*). Penerapan strategi pemasaran yang tepat dan benar dapat mendorong minat nasabah dalam menggunakan salah satu produk yang ada di Bank Riau Kepri Syariah. Dari ketujuh unsur tersebut, penulis tertarik dengan salah satu unsur yang ada yaitu promosi, unsur tersebut digunakan sebagai variabel dalam menentukan minat nasabah menggunakan prodak gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariah.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya¹⁰. Di era berteknologi canggih seperti saat ini, banyak sekali inovasi promosi yang telah banyak dilakukan oleh perusahaan, mulai dari media *online* maupun *offline* seperti brosur, pamflet, iklan yang isinya bertujuan untuk menginformasikan dan membujuk khalayak ramai bahwa produk yang ditawarkan adalah yang paling terbaik dan layak untuk digunakan masyarakat. Diharapkan dengan adanya kegiatan promosi dapat meningkatkan pendapatan pada suatu perusahaan.

Peningkatan minat masyarakat Batam yang terbilang rendah terhadap produk gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariah menjadi hal yang sangat menarik untuk diteliti. Hal ini karena produk gadai emas syariah di Bank tersebut memiliki potensi yang bagus untuk menanggulangi kebutuhan mendesak nasabah. Dengan adanya nilai taksiran yang sesuai dengan harga emas di pasaran, *ujrah* yang tidak memberatkan nasabah, serta kemampuan promosi Bank untuk menarik nasabah sudah sangat berpotensi dibandingkan dengan pegadaian lainnya. Bisa dikatakan penelitian yang membahas tentang produk gadai emas syariah di Bank

¹⁰ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006) hal. 120.

Riau Kepri Syariah Batam masih minim, padahal Bank Riau Kepri Syariah memiliki potensi yang bagus terhadap produk gadai emas syariah. Banyaknya keuntungan dan manfaat yang ditawarkan ketika melakukan pembiayaan gadai emas syariah juga menjadi salah satu daya tarik bank, salah satu keuntungan mengajukan pembiayaan gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariah adalah nilai taksiran yang ditawarkan oleh bank lebih tinggi dibandingkan dengan pegadaian yang lainnya, serta *ujrah* yang ditetapkan juga rendah sekitar 3.500 per gram. Oleh sebab itu, hal ini menjadi peluang bagi masyarakat Batam untuk lebih paham dalam menggunakan produk gadai emas syariah yang ada di Bank Riau Kepri Syariah cabang pembantu Batam dalam memenuhi kebutuhan biaya hidup mereka.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti ingin mengangkat judul **“Pengaruh Nilai Taksiran, *Ujrah* dan Promosi Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah pada Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam”**.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah nilai taksiran pada produk gadai emas syariah berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam?

2. Apakah *ujrah* pada produk gadai emas syariah berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam?
3. Apakah promosi pada produk gadai emas syariah berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh nilai taksiran pada produk gadai emas terhadap minat nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam.
2. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh *ujrah* pada produk gadai emas syariah terhadap minat nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pemnbantu Batam.
3. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh promosi pada produk gadai emas syariah terhadap minat nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan penulis lakukan diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak-pihak yang lainnya. Adapaun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang strategi pemasaran dalam memasarkan produk yang ada di perbankan syariah.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi untuk peneliti yang akan datang.
- c. Sebagai media pengembangan ilmu pengetahuan mengenai produk perbankan syariah dalam meningkatkan profitabilitas yang dipelajari dalam perkuliahan dan dapat diterapkan perusahaan yang diteliti oleh penulis dan bagi pihak lain.

2. Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini sebagai sarana pengaplikasian berbagai teori yang didapatkan selama menempuh perkuliahan dan praktek lapangan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi bankir dan calon bankir untuk membekali diri dalam melaksanakan kegiatan bank khususnya meningkatkan profitabilitas kinerja keuangan dalam mengelola pembiayaan.

perusahaan yang diteliti oleh penulis dan bagi pihak lain.

