

PERILAKU NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN PEGADAIAN PADA PT. BANK SYARI'AH MANDIRI TBK

Novi Rofiani

Universitas Pamulang Ciputat Banten

Email: novi_rp@yahoo.co.id

Abstrak: Aktivitas ekonomi syariah pada saat ini semakin meningkat, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Indikasinya adalah tumbuhnya perbankan syariah yang telah memberikan stimulus kepada masyarakat tentang alternatif pembiayaan yang lebih adil dan distributif.¹ Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia cukup menggembirakan. Per Desember 2008, tercatat ada lima Bank Syariah (Bank Muamalat Indonesia, bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Mega Indonesia, Bank Syariah BRI, dan Bank Syariah bukopin), 28 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 131 Bank perkreditan Rakyat Syariah. Dari jumlah ini, terdapat 951 kantor jaringan, belum termasuk jaringan kantor Office channeling yang jumlahnya hampir mencapai 1.500 (Desember 2008).

Kata Kunci: Pegadaian, Produk, Nasabah

Pendahuluan

Indonesia adalah Negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki beragam suku bangsa, bahasa, dan agama dengan jumlah penduduk 240 juta jiwa. Meskipun bukan negara Islam, Indonesia merupakan Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia dengan jumlah penduduk beragama Islam sebanyak 88 persen, Kristen 5 persen, Budha 1 persen, dan lainnya 1 persen. Semakin majunya sistem keuangan dan perbankan serta

¹ AM. Hasan Ali dan M.Nadrattuzaman Hosen, *Tanya Jawab Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PKES, 2007), h. 75.

semakin meningkatnya kesejahteraan, kebutuhan masyarakat, khususnya muslim, menyebabkan semakin besarnya kebutuhan terhadap layanan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah.²

Krisis moneter dan ekonomi sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis tersebut mengakibatkan perbankan Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah. Keadaan tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia terpaksa mengambil tindakan untuk merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank yang ada di Indonesia.

Lahirnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, pada bulan November 1998 telah memberi peluang sangat baik bagi tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Undang-undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah.³

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dalam Bab I Pasal 1, dijelaskan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Dari segi kelembagaan dimulai dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991. Kemudian menyusul Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Kedua bank tersebut adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan syariah secara murni.⁴

Aktivitas ekonomi syariah pada saat ini semakin meningkat, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Indikasinya adalah tumbuhnya

² Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), h. 203.

³ Nurdin Hasibuan, "Menetapkan Budaya Perusahaan pada Sikap 'Akhlakul Karimah'" artikel diakses pada 23 Februari 2009 dari <http://203.130.242.190/artikel/1353.shtml>.

⁴ Abdul Ghafur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007), h. 40.

perbankan syariah yang telah memberikan stimulus kepada masyarakat tentang alternatif pembiayaan yang lebih adil dan distributif.⁵ Pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia cukup menggembirakan. Per Desember 2008, tercatat ada lima Bank Syariah (Bank Muamalat Indonesia, bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Mega Indonesia, Bank Syariah BRI, dan Bank Syariah bukopin), 28 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 131 Bank per-kreditasi Rakyat Syariah. Dari jumlah ini, terdapat 951 kantor jaringan, belum termasuk jaringan kantor Office channeling yang jumlahnya hampir mencapai 1.500 (Desember 2008).⁶

Saat ini perkembangan total aset perbankan syariah begitu besar, sehingga memberikan tantangan yang besar bagi bank syariah untuk mengembangkan produk-produk penyaluran dananya. Jika dana yang tersimpan di perbankan syariah tidak disalurkan akan mengakibatkan berkurangnya bagi hasil yang akan diterima nasabah. Kehadiran sistem gadai syari'ah sangatlah dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim, yang menghendaki diterapkannya prinsip-prinsip syari'at Islam dalam berbagai transaksi atau muamalah sebagai upaya untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya.

Sistem gadai yang ada pada saat ini merupakan suatu jenis transaksi yang dipraktekkan oleh Nabi Muhammad SAW., ketika itu nabi melakukan transaksi gadai pada saat beliau di Madinah, dan pada saat itu nabi tidak mempunyai uang tunai untuk membeli gandum, maka praktek yang dilakukan adalah dengan cara menggadaikan baju besi beliau kepada orang yahudi untuk dijadikan jaminan hutangnya.⁷

Pada dasarnya saat akad perjanjian gadai merupakan akad utang piutang. Namun dalam akad utang piutang gadai mensyaratkan adanya penyerahan barang pihak yang berhutang sebagai jaminan utangnya. Apabila terjadi penambahan sejumlah uang atau penentuan persentase tertentu dari pokok utang (dalam pembayaran utang tersebut), maka hal

⁵ AM. Hasan Ali dan M.Nadrattuzaman Hosen, *Tanya Jawab Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PKES, 2007), h. 75.

⁶ A. Riawan Amin, *Menata Perbankan Syariah di Indonesia*, (Ciputat: UIN PRESS, Tth), h. 101.

⁷ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), cet.ke-1, h. 253.

tersebut termasuk perbuatan *riba*, dan *riba* merupakan suatu hal yang dilarang oleh syara.⁸

Rahn saat ini sudah diaplikasikan dalam perbankan syariah di Indonesia dan menjadi salah satu produk yang *marketable*, dikarenakan pangsa pasar bisnis di bidang pegadaian saat ini masih cukup besar, apalagi bagi kalangan yang ingin mendapatkan pinjaman dari bank atau lembaga keuangan syariah lainnya. Aplikasi *rahn* dalam bank syariah dapat sebagai produk pelengkap ataupun sebagai produk sendiri. *Rahn* dipakai sebagai produk pelengkap, artinya sebagai akad tambahan jaminan atau *collateral* terhadap produk lain seperti dalam pembiayaan *ba'i al-murabahah*. Bank syariah dapat menahan barang nasabah sebagai konsekuensi akad tersebut. Sedangkan, *rahn* sebagai satu produk tersendiri dipakai sebagai alternatif dari pegadaian konvensional.

Saat ini tercatat ada beberapa lembaga keuangan syariah di Indonesia yang telah menjadikan *rahn* sebagai salah satu produk unggulannya, termasuk di dalamnya Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri mengeluarkan produk Gadai Emas BSM yang penerapannya menggunakan akad *qardh wal ijarah*, yaitu akad pemberian pinjaman oleh bank kepada nasabah yang disertai dengan penyerahan tugas agar bank menjaga barang jaminan yang diserahkan.

Dalam teknis perbankan, akad ini dapat digunakan sebagai tambahan pada pembiayaan yang beresiko dan memerlukan jaminan tambahan. Akad ini juga dapat menjadi produk tersendiri untuk melayani kebutuhan nasabah guna keperluan yang bersifat jasa dan konsumtif, seperti pendidikan, kesehatan dan sebagainya. Bank atau lembaga keuangan tidak menarik manfaat apapun kecuali biaya pemeliharaan atau keamanan barang yang digadaikan tersebut.⁹

Usaha jasa pegadaian di Indonesia nampaknya akan terus menarik perhatian banyak pihak, tidak terkecuali kalangan perbankan.¹⁰ Produk

⁸ Muhammad, Sholikul Hadi, *Pegadaian Syari'ah*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2003), h. 63-64.

⁹ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syari'ah di Indonesia*, h. 158.

¹⁰ Eko. B. Supriyanto, *Pertumbuhan di Tengah Gejolak Pasar Global*, (Jakarta: Biro Riset Info Bank, 2008), h. 123-124.

pembiayaan pegadaian merupakan suatu jenis pembiayaan yang mempunyai proses yang sangat cepat, syarat yang sangat mudah bagi nasabah yang ingin mendapatkan dana dan tidak beresiko tinggi bagi bank syariah sebagai lembaga yang menyalurkan pembiayaannya.

Adanya lembaga-lembaga keuangan yang menjalankan usaha gadai syariah, memberikan banyak pilihan kepada masyarakat dalam memilih produk pembiayaan pegadaian pada lembaga keuangan tersebut. Tidak sedikit masyarakat yang memilih melakukan pembiayaan gadai syariah pada Bank Syariah dibandingkan pada Perum. Pegadaian Syari'ah.

Berangkat dari paradigma diatas, maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian tentang perilaku nasabah dalam memilih produk pembiayaan pegadaian, penelitian ini akan dilakukan pada Bank Syariah. Untuk menguatkan argumen, diambil sampel Bank Syariah Mandiri cabang Rawamangun sebagai lembaga yang menjalankan produk pembiayaan pegadaian. Maka dari itu penelitian ini diberi judul: "Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Pegadaian Pada PT. Bank Syariah Mandiri Tbk."

Perilaku Nasabah, Pelayanan dan Pengetahuan Terhadap Produk

Dalam Wikipedia Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa perilaku manusia adalah sekumpulan perilaku yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi oleh adat, sikap, emosi, nilai, etika, kekuasaan, persuasi, dan atau genetika.¹¹

Perilaku konsumen yang tidak dapat secara langsung dikendalikan oleh perusahaan perlu dicari informasinya semaksimal mungkin.¹² Banyak pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan para ahli, salah satunya yang didefinisikan oleh Engel dan kawan-kawan (1994) yang mengatakan bahwa perilaku konsumen didefinisikan sebagai suatu tindakan individu secara langsung terlibat dalam usaha memperolehnya, menggunakan, dan

¹¹ Wikipedia Bahasa Indonesia. Ensiklopedia Bebas, *Perilaku Manusia*, artikel diakses pada 4 Juni 2009 dari http://id.wikipedia.org/wiki/Perilaku_manusia.htm

¹² Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), h.49.

menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.¹³

Paul Peter dan Jerry C.Olson memberikan definisi perilaku nasabah sebagai konsumen bank (*consumer behavior*) yaitu interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar kita, yaitu tempat manusia melakukan aspek pertukaran didalam hidup mereka.¹⁴

Menurut Alex S. Nitisemito, perilaku nasabah adalah ilmu yang mencoba mempelajari tingkah laku nasabah sebagai konsumen bank dalam arti tindakannya untuk membeli suatu barang atau jasa perbankan.¹⁵

Menurut Bearden, perilaku konsumen adalah: "*As the mental and emotional process and the physical activities that people engage in when they select, purchase, use, and dispose of product or service to satisfy particular needs and desires*"¹⁶ "*Segala tindakan nyata konsumen sebagai proses mental dan emosional pada saat mereka memilih, membeli, menggunakan, bahkan membuang produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu*".

Perilaku konsumen, seperti didefinisikan oleh Schiffman dan Kanuk (2000), adalah "proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya".¹⁷

Dari berbagai definisi yang dikemukakan oleh para ahli, maka dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan (*decision units*), baik individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya. Perilaku

¹³ Engel, James, F.Blackwell Miniard, *Perilaku konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996), Edisi VI, h.4.

¹⁴ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), Edisi Revisi, h.233.

¹⁵ Alex S. Nitisemito, *Marketing*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1997), h.119.

¹⁶ Bearden. Ingram. La farge, *Marketing Principles and Perspectives*, (New York: Mc Grow Hill, 2001), h. 77.

¹⁷ Ristiyanti Prasetyo, John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), h.9.

nasabah mengacu pada perilaku yang ditunjukkan oleh para individu dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Secara garis besar, perilaku konsumen mencakup aktivitas mental dan fisik berkenaan dengan proses mendapatkan, mengonsumsi, dan menghentikan pemakaian produk, jasa, ide, dan atau pengalaman tertentu.

Pengertian pelayanan

Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain.¹⁸ Sedangkan menurut istilah terdapat beberapa definisi, antara lain:

1. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang langsung.¹⁹
2. Kotler mendefinisikan pelayanan atau jasa sebagai segala tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibles* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.²⁰
3. Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi layanan bisa berhubungan dengan produk fisik atau tidak.²¹

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan atau servis adalah sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Pelayanan pada dasarnya bersifat *intangible* (tak teraba) dan tidak berujung pada kepemilikan.²²

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

¹⁸ Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999).

¹⁹ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h.17.

²⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 1997), h.134.

²¹ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitale*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), h.172.

²² Wira Suttedja, *Panduan Layanan Konsumen*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2007), h.5.

Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua jenis produk yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung. Untuk produk bank ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran uang tunai atau pembelian produk lainnya. Dalam pelayanan tersebut ada yang memerlukan penjelasan, baik sekadarnya atau secara rinci. Namun ada juga produk bank yang tidak memerlukan pelayanan karyawan misalnya pelayanan yang diberikan oleh mesin ATM.²³

Pelayanan sangat penting, karena jika pelayanan diberikan dengan baik dan benar merupakan daya tarik bagi calon nasabah atau nasabah untuk tetap menjadi nasabah, bahkan pelayanan ini sangat menentukan organisasi mencapai sasaran.²⁴ Konsep pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati dari calon nasabah baik dari masyarakat maupun dari bank-bank saingan, jika masyarakat simpati akan menimbulkan kepercayaan, sehingga pemasaran produk jasa bank lebih lancar.²⁵

Dasar-Dasar Pelayanan Nasabah

Dasar-dasar pelayanan yang perlu dikuasai oleh seorang petugas bank sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah beragam. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami tersebut adalah:

1. Berpakaian dan berpenampilan yang rapih dan bersih
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal
4. Tenang, sopan, hormat dan tekun mendengarkan setiap pembicaraan
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
6. Bergairah dalam melayani nasabah dan menunjukkan kemampuannya
7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan

²³ Kasmis, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h.15.

²⁴ Malayu Hasibuan, *Teori dan Praktek Operasional Bank*, (Jakarta: PT. Citra Masagung, 1996), h.193.

²⁵ Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), cet. Ke-2, h.53.

8. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan
9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, maka mintalah bantuan kepada petugas lain yang mampu
10. Bila belum dapat melayani, beri tahukan kapan harus melayani²⁶.

Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik

Dalam prakteknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi pelayanan yang baik. Pertama, adalah faktor manusia yang memberi pelayanan tersebut, yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Kedua, pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaan. Pada akhirnya, sarana dan prasarana yang dimiliki juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas pula. Jadi dapat dikatakan kedua faktor tersebut saling menunjang satu sama lainnya.

Beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan atau nasabah yaitu, tersedianya karyawan yang baik, tersedianya sarana dan prasarana yang baik, bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal hingga selesai, mampu berkomunikasi dengan baik, memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, berusaha memahami kebutuhan nasabah, dan mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah²⁷.

Pengetahuan Terhadap Produk

Pengetahuan adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya:

²⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), Ed. 1, Cet ke-4, h.219-210.

²⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, h.223-225.

◆ Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, maka jelas dapat kita kerucutkan sebuah visi pendidikan yaitu mencerdaskan manusia.

◆ Media

Media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Jadi contoh dari media massa ini adalah televisi, radio, koran, dan majalah.

◆ Keterpaparan informasi

Informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui. Namun ada pula yang menekankan informasi sebagai transfer pengetahuan. Pada hakekatnya informasi tidak dapat diuraikan (*intangible*), sedangkan informasi itu dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, yang diperoleh dari data dan observasi terhadap dunia sekitar kita serta diteruskan melalui komunikasi.²⁸

Pengertian Produk Gadai (*Rahn*)

Istilah yang digunakan fiqh untuk gadai adalah *al-rahn*,²⁹ yaitu perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan utang.³⁰ Secara etimologi, kata *al-rahn* berarti tetap, kekal, dan jaminan.³¹ Menurut terminologi syara, *rahn* berarti:³²

حَبْسُ شَيْءٍ بِحَقِّ يُمَكِّنُ اسْتِيفَاؤَهُ مِنْهُ

Artinya: “Penahanan terhadap suatu barang dengan hak sehingga dapat dijadikan sebagai pembayaran dari barang tersebut.”

²⁸ Dari Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas, “Pengetahuan”, artikel diakses pada 31 September 2009 dari <http://id.wikipedia.org/wiki/Pengetahuan.htm>

²⁹ Ghufran A. Mas’adi, *Fiqh Muamalah Konstektual*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h.175.

³⁰ Muhammad. Sholikul Hadi, *Pegadaian Syari’ah*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2003), h.50.

³¹ AH. Azharuddin Latif, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005), h. 154.

³² Rachmat Syafe’I, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2004), h. 159.

Rahn menurut Syariah adalah menahan sesuatu dengan cara yang dibenarkan yang memungkinkan ditarik kembali. Yaitu menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan Syariah sebagai jaminan hutang, sehingga orang yang bersangkutan boleh mengambil hutangnya semuanya atau sebagian.³³ *Rahn* berarti akad menggadaikan barang dari satu pihak ke pihak lain, dengan uang sebagai gantinya.³⁴

Imam Taqiyuddin Abu Bakar Al-Husaini dalam kitabnya *Kifayatul Ahyar Fii Halli Ghayati Al-Ikhtisar* berpendapat bahwa definisi *rahn* adalah: *Akad atau perjanjian utang piutang dengan menjadikan harta sebagai kepercayaan atau penguat utang dan yang memberi pinjaman berhak menjual barang yang digadaikan itu pada saat ia menuntut haknya*. Lebih lanjut Imam Taqiyuddin mengatakan bahwa barang-barang yang dapat dijadikan jaminan utang adalah semua barang yang dapat dijual belikan. Artinya semua barang yang dapat dijual itu dapat digadaikan.³⁵

Para ulama fiqh pun mengemukakan beberapa definisi *ar-rahn*. Ulama Malikiyah mendefinisikannya dengan: *Harta yang dijadikan pemiliknya sebagai jaminan utang yang bersifat mengikat*. Menurut mereka, yang dijadikan barang jaminan (agunan) bukan saja harta yang bersifat materi, tetapi juga harta yang bersifat manfaat tertentu. Harta yang dijadikan barang jaminan (agunan) tidak harus diserahkan secara aktual, tetapi boleh juga penyerahannya secara hukum, seperti menjadikan sawah sebagai jaminan (agunan), maka yang diserahkan itu adalah surat jaminannya (sertifikat sawah).

Ulama Hanafiyah mendefinisikannya dengan: *Menjadikan sesuatu (barang) sebagai jaminan terhadap hak (piutang) yang mungkin dijadikan sebagai pembayar hak (piutang) itu, baik seluruhnya maupun sebagiannya*. Sedangkan ulama Syafi'iyah dan Hanabilah mendefinisikan *ar-rahn* dengan: *Menjadikan materi (barang) sebagai jaminan utang, yang dapat dijadikan pembayar utang apabila orang yang berhutang tidak bisa membayar utangnya itu*.

³³ Abdul Ghafur Anshori, *Perbankan Syari'ah di Indonesia*, (Yogyakarta: gadjah Mada University Press, 2007), h.157.

³⁴ Pusat Komunikasi Ekonomi Syari'ah, *Buku Saku Lembaga Bisnis Syari'ah*, (Jakarta: PKES, 2006), h.8.

³⁵ Muhammad. Sholikul Hadi, *Pegadaian Syari'ah*, h.51.

Definisi yang dikemukakan Syafi'iyah dan Hanabilah ini mengandung pengertian bahwa barang yang boleh dijadikan jaminan (agunan) utang itu hanyalah harta yang bersifat materi; tidak termasuk manfaat sebagaimana yang dikemukakan ulama Malikiyah, sekalipun sebenarnya manfaat itu, menurut mereka (Syafi'iyah dan Hanabilah), termasuk dalam pengertian harta.³⁶

Dari berbagai definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa *rahn* merupakan suatu akad utang piutang dengan menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan syara sebagai jaminan, hingga orang yang bersangkutan boleh mengambil utang. Dalam tekhnis Perbankan, akad ini dapat digunakan sebagai tambahan pada pembiayaan yang beresiko dan memerlukan jaminan tambahan. Akad ini juga dapat menjadi produk tersendiri untuk melayani kebutuhan nasabah guna keperluan yang bersifat jasa dan konsumtif, seperti pendidikan, kesehatan, dan sebagainya. Bank atau lembaga keuangan tidak menarik manfaat apapun kecuali biaya pemeliharaan atau keamanan barang yang digadaikan tersebut.³⁷

Landasan Hukum Gadai Syari'ah

Boleh tidaknya transaksi gadai menurut Islam diatur dalam Al-Quran, Sunnah, dan Ijtihad. Dari ketiga sumber hukum tersebut disajikan dasar hukum sebagai berikut:³⁸

a. Al-Qur'an

Dalam surat al-Baqarah, 2:283 Allah berfirman:

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝﴾

³⁶ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h.252.

³⁷ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah*, (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006),h.27.

³⁸ Muhammad. Sholikul Hadi, *Pegadaian Syari'ah*, h.40.

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 (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Para ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa *ar-rahn* boleh dilakukan dalam perjalanan dan dalam keadaan hadir ditempat, asal barang jaminan itu bisa langsung dipegang atau dikuasai (*al-qabdh*) secara hukum oleh pemberi piutang. Maksudnya, karena tidak semua barang jaminan dapat dipegang atau dikuasai oleh pemberi piutang secara langsung, maka paling tidak ada semacam pegangan yang dapat menjamin bahwa barang dalam status *al-marhun* (menjadi agunan utang).

b. As-Sunnah

عَنِ الْأَعْمَشِ عَنْ إِبْرَاهِيمَ عَنِ الْأَسْوَدِ عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ : أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى مِنْ يَهُودِيٍّ طَعَامًا وَرَهْنَهُ دَرْعًا مِنْ حَدِيدٍ (رواه البخارى)

Artinya: “dari Siti Aisyah r.a. bahwa Rasulullah SAW. Pernah membeli makanan dengan menggadaikan baju besi.” (HR. Bukhari)³⁹

Menurut kesepakatan pakar fiqh, peristiwa rasul SAW. Me-*rahn*-kan baju besinya itu, adalah kasus *ar-rahn* pertama dalam Islam dan dilakukan sendiri oleh Rasulullah SAW. Kisah yang sama juga diriwayatkan oleh Ahmad ibn Hanbal, al-Bukhari, al-Nasa’i, dan Ibn Majah dari Anas ibn Malik. Dalam riwayat abu Hurairah, itu:⁴⁰

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : لَا يَغْلُقُ الرَّهْنُ مِنْ صَاحِبِهِ الْيَدِي رَهْنَهُ لَهُ عُنْمُهُ وَعَلَيْهِ عَزْمُهُ. (روالدار قطني)

³⁹ Bukhari, *Shahih Bukhari*, (Beirut: Maktabah Ashriyah, 1997), jilid II, h.755.

⁴⁰ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, h.253.

Artinya: "Dari Abu Hurairah r.a berkata: rasulullah saw. Bersabda:"Barang yang digadaikan itu tidak boleh tertutup dari pemiliknya yang menggadaikan barang itu, (sehingga mungkin dia) mendapat keuntungannya dan menanggung kerugiannya." (HR. Daruquthni).⁴¹

c. Ijma'

Berkaitan dengan pembolehan perjanjian gadai ini, *jumhur* ulama juga berpendapat boleh dan mereka tidak pernah berselisih pendapat mengenai hal ini. (al-Zuhaili, al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu, 1985, V: 181). *Jumhur* ulama berpendapat bahwa disyariatkan pada waktu tidak bepergian maupun pada waktu bepergian, berdasarkan kepada perbuatan Rasulullah SAW dalam hadist tersebut diatas.⁴²

d. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1150, yang didalamnya menyebutkan bahwa gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang yang bergerak. Barang yang bergerak tersebut diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh seseorang yang mempunyai utang. Seseorang yang mempunyai utang tersebut memberikan kekuasaan kepada orang untuk menggunakan barang bergerak yang telah diserahkan untuk melunasi utang. Apabila hak yang berhutang tidak dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo.

e. Majelis Ulama Indonesia melalui Dewan Syari'ah Nasional mengenai hukum gadai (*rahn*) tertuang dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor: 25/DSNMUI/III/2002 tentang Rahn dan Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor: 26/DSNMUI/III/2002 tentang Rahn Emas.

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor: 25/DSNMUI/III/2002 tentang Rahn menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *Marhun* (barang) sampai semua utang rahin (yang menyerahkan barang) dilunasi.

⁴¹ Imam al-kabir bin Umar ad-daruquthni, (Beirut:Dar al-Fikr, 1994), jilid 2, h.26.

⁴² Abdul Ghafur Anshori, *Perbankan Syari'ah di Indonesia*, h.159.

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 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 administrasi 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 melunasi utangnya, maka *marhun* dijual paksa atau dieksekusi.
 - 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*.⁴³

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor: 26/DSNMUI/III/2002 tentang Rahn Emas menyatakan bahwa:

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 sebagai mana dimaksud ayat 2 besarnya didasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata diperlukan.
4. Biaya penyimpanan barang (*marhun*) dilakukan berdasarkan akad Ijarah.

⁴³ Ari Agung Nugraha, "Gambaran Umum Kegiatan Usaha Pegadaian Syariah", Artikel ini diakses pada tanggal 23 Februari 2009 dari <http://rahn-gadai-syariah.html>.

Rukun dan Syarat Gadai Syariah

Para ulama fiqh berbeda pendapat dalam menetapkan rukun *ar-rahn*. Menurut jumbuh ulama rukun *ar-rahn* itu ada empat, yaitu:⁴⁴ *shigat* (lafal *ijab* dan *qabul*), orang yang berakad (*ar-rahin* dan *murtahin*), harta yang dijadikan agunan (*al-marhun*), utang (*marhun bih*)⁴⁵

Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa rukun *ar-rahn* itu hanya:

- a. *Ijab*; Pernyataan menyerahkan barang sebagai agunan oleh pemilik barang
- b. *Qabul*; Pernyataan kesediaan memberi utang dan menerima barang agunan itu.

Disamping itu, menurut mereka, untuk sempurna dan mengikatnya akad *ar-rahn* ini, maka diperlukan *al-qabd* (penguasaan barang) oleh pemberi utang. Adapun kedua orang yang melakukan akad, harta yang dijadikan agunan, dan utang, menurut ulama Hanafiyah termasuk syarat-syarat *ar-rahn*, bukan rukunnya.⁴⁶

Syarat-Syarat ar-Rahn

Para ulama fiqh mengemukakan syarat-syarat *ar-rahn* sesuai dengan rukun *ar-rahn* itu sendiri. Dengan demikian, syarat-syarat *ar-rahn* meliputi:

- a. Persyaratan *Aqid* (Orang yang berakad)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi bagi orang-orang yang bertransaksi gadai yaitu *rahin* (pemberi gadai) dan *murtahin* (penerima gadai).⁴⁷

Pihak yang berakad harus memiliki kecakapan dalam melakukan tindakan hukum, berakal sehat, sudah baligh, serta mampu melaksanakan akad.⁴⁸

Menurut ulama Syafi'iyah, orang yang berakad adalah orang yang telah sah untuk jual-beli, yakni berakal dan mumayyiz, tetapi tidak disyaratkan harus baligh. Dengan demikian, anak kecil yang sudah

⁴⁴ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, h.254.

⁴⁵ Pusat Komunikasi Ekonomi Syari'ah, *Buku Saku Lembaga Bisnis Syari'ah*, h.17.

⁴⁶ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, h.254.

⁴⁷ Abdul Ghafur Anshori, *Perbankan Syari'ah di Indonesia*, h.160.

⁴⁸ Pusat Komunikasi Ekonomi Syari'ah, *Buku Saku Lembaga Bisnis Syari'ah*, h.17.

mumayyiz, dan orang yang bodoh berdasarkan izin dari walinya dibolehkan melakukan *rahn*.⁴⁹ Menurut ulama Hanafiyah, kedua belah pihak yang berakad tidak disyaratkan baligh, tetapi cukup berakal saja. Oleh sebab itu, menurut mereka, anak kecil yang mumayyiz boleh melakukan akad *ar-rahn*, dengan syarat akad *ar-rahn* yang dilakukan anak kecil yang sudah mumayyiz ini mendapat persetujuan dari walinya. Kecakapan bertindak hukum, menurut jumbuh ulama adalah orang yang telah baligh dan berakal.⁵⁰ *Rahn* tidak boleh dilakukan oleh orang yang mabuk, gila, bodoh, atau anak kecil yang belum baligh. Begitu pula seorang wali tidak boleh menggadaikan barang orang yang dikuasainya, kecuali jika dalam keadaan mudarat dan meyakini bahwa pemegangnya yang dapat dipercaya.⁵¹

b. Syarat *Shigat* (lafal)

Shigat tidak boleh terkait dengan masa yang akan datang dan syarat tertentu.⁵² Ulama Hanafiyah berpendapat bahwa *shigat* dalam *rahn* tidak boleh dikaitkan dengan sesuatu. Hal ini karena, karena akad *ar-rahn* sama dengan akad jual-beli, jika memakai syarat tertentu, syarat tersebut batal dan *rahn* tetap sah.⁵³ Misalnya, orang yang berutang mensyaratkan apabila tenggang waktu utang telah habis dan utang belum terbayar, maka *ar-rahn* itu diperpanjang satu bulan; atau pemberi utang mensyaratkan harta agunan boleh ia manfaatkan.

Ulama Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah mengatakan bahwa apabila syarat itu adalah syarat yang mendukung kelancaran akad itu, maka syarat itu diperbolehkan, tetapi apabila syarat itu bertentangan dengan tabiat akad *ar-rahn* maka syaratnya batal. Kedua syarat dalam contoh di atas (perpanjangan *ar-rahn* satu bulan dan agunan boleh dimanfaatkan), termasuk syarat yang tidak sesuai dengan tabiat *ar-rahn*, karenanya syarat itu dinyatakan batal. Syarat yang dibolehkan itu, misalnya, untuk sahnya *ar-rahn* itu pihak pemberi utang minta agar akad itu disaksikan oleh dua

⁴⁹ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, h.162.

⁵⁰ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, h.254.

⁵¹ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, h.162.

⁵² Pusat Komunikasi Ekonomi Syari'ah, *Buku Saku Lembaga Bisnis Syari'ah*, h.17.

⁵³ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, h.163.

orang saksi. Sedangkan syarat yang batal, misalnya, disyaratkan bahwa agunan itu tidak boleh dijual ketika *ar-rah*n itu jatuh tempo, dan orang yang berhutang tidak mampu membayarnya.⁵⁴

c. Syarat *Marhun Bih* (utang)

Syarat *al-marhun bih* (utang) adalah:

1. Merupakan hak yang wajib dikembalikan kepada orang berhutang⁵⁵
Menurut ulama selain Hanafiyah, *marhun bih* hendaklah berupa utang yang wajib diberikan kepada orang yang menggadaikan barang, baik berupa utang ataupun berbentuk benda.
2. *Marhun Bih* memungkinkan dapat dibayarkan
Jika *marhun bih* tidak dapat dibayarkan, *rah*n menjadi tidak sah, sebab menyalahi maksud dan tujuan dari disyariatkan *rah*n.
3. Hak atas *marhun bih* harus jelas
Hak atas *marhun bih* harus jelas, dengan demikian tidak boleh memberikan dua *marhun bih* tanpa dijelaskan utang mana menjadi *rah*n.⁵⁶

d. Syarat *Marhun* (barang yang dijadikan agunan)

Marhun adalah barang yang dijadikan jaminan oleh *rah*n. Para ulama fiqh sepakat mensyaratkan *marhun* sebagaimana persyaratan barang dalam jual-beli, sehingga barang tersebut dapat dijual untuk memenuhi hak *murtahin*.

Ulama Hanafiyah mensyaratkan *marhun*, antara lain yaitu, dapat diperjualbelikan, bermanfaat, jelas, milik *rah*n, bisa diserahkan, tidak bersatu dengan harta lain, dipegang (dikuasai) oleh *rah*n, harta yang tetap atau dapat dipindahkan⁵⁷.

Profil Nasabah

Didalam profil nasabah ini, peneliti mencoba membagi dalam beberapa tabel yaitu: usia, jenis kelamin, status perkawinan, jumlah anak, anak

⁵⁴ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, h.254-255.

⁵⁵ AH. Azharuddin Latif, *Fiqh Muamalat*, h. 154.

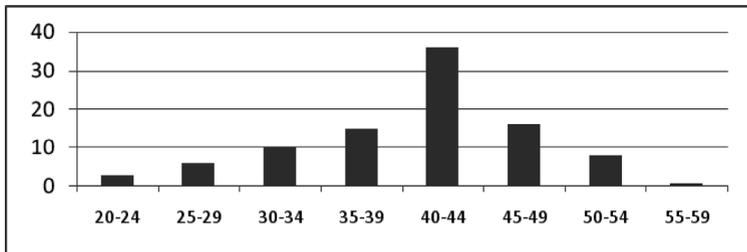
⁵⁶ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, h.164.

⁵⁷ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, h.164.

dalam tanggungan keuangan, asal kepemilikan barang gadai, dan tujuan melakukan pembiayaan gadai.

1. Jawaban Nasabah Tentang Usia Nasabah

Gambar 5.1
Jawaban Nasabah Tentang Usia Nasabah



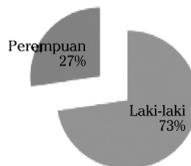
Sumber: Diolah dari data lapangan tahun 2009

Rata-rata nasabah gadai emas BSM berumur antara 40-44 tahun, usia tersebut termasuk kedalam usia produktif. Hal ini mengindikasikan bahwasanya rata-rata yang memiliki umur produktif sangat membutuhkan jasa perbankan khususnya pembiayaan, hal ini sangat wajar ketika mereka masih harus berurusan dengan jasa perbankan dikarenakan segudang aktivitasnya yang menuntut mereka berhubungan dengan bank.

2. Jawaban Nasabah Tentang Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data karakteristik nasabah berdasarkan jenis kelamin seperti terlihat pada gambar berikut.

Gambar 5.2
Jawaban Nasabah Tentang Jenis Kelamin



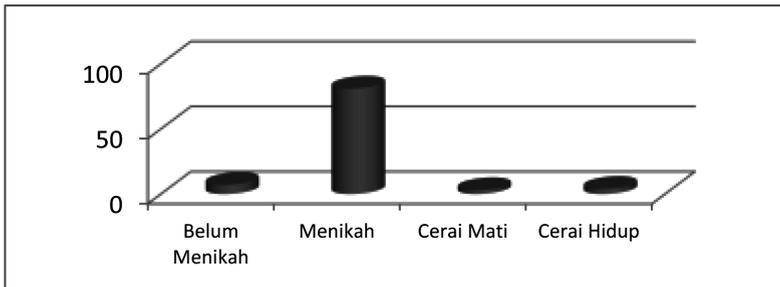
Sumber: Diolah dari data lapangan tahun 2009

Nasabah yang melakukan pembiayaan gadai emas BSM didominasi oleh laki-laki yaitu sebesar 73%, sedangkan wanita hanya 27%. Hal itu karena laki-laki merupakan kepala keluarga yang tugasnya mencari pendapatan untuk pemenuhan kebutuhan keluarganya.

3. Jawaban Nasabah Tentang Status Perkawinan

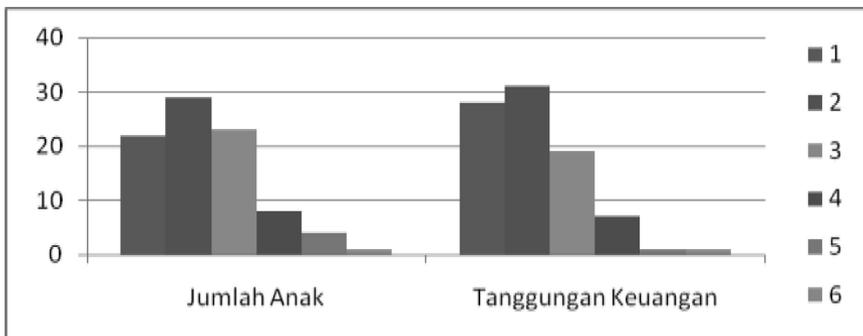
Sebagian besar nasabah gadai emas BSM yaitu berstatus sudah menikah, hal ini menjadi sangat wajar karena orang yang sudah menikah lebih banyak kebutuhannya dibandingkan yang belum menikah. Misalnya saja adalah untuk menghidupi keluarganya.

Gambar 5.3
Jawaban Nasabah Tentang Status Perkawinan



Sumber: Diolah dari data lapangan tahun 2009

Gambar 5.5
Jawaban Nasabah Tentang Jumlah Anak dan Tanggungan Keuangan

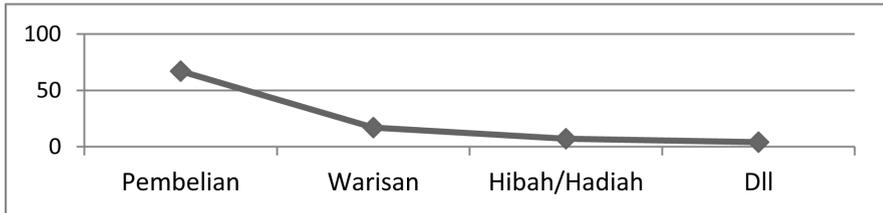


Sumber: Diolah dari data lapangan tahun 2009

Hanya 8 nasabah yang belum memiliki anak, sedangkan sisanya sudah memiliki anak. Dan rata-rata nasabah, mempunyai tanggungan keuangan sebanyak 1-3 orang. Jadi, mereka lebih banyak membutuhkan pembiayaan. Hal ini dikarenakan orang yang sudah memiliki anak atau mempunyai tanggungan keuangan lebih banyak kebutuhan atau pengeluarannya.

4. Jawaban Nasabah Tentang Asal kepemilikan Barang Gadai
 Sebagian besar nasabah mendapatkan barang gadainya dari pembelian, sedangkan sisanya sebesar 29,5% nasabah mendapatkan barang gadainya dari warisan, hibah, dll.

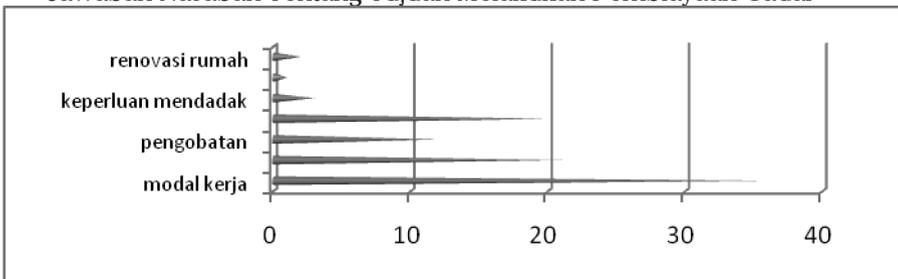
Gambar 5.6
 Jawaban Nasabah Tentang Asal Kepemilikan Barang Gadai



Sumber: Diolah dari data lapangan tahun 2009

5. Jawaban Nasabah Tentang Tujuan Melakukan Pembiayaan Gadai

Gambar 5.7
 Jawaban Nasabah Tentang Tujuan Melakukan Pembiayaan Gadai



Sumber: Diolah dari data lapangan tahun 2009

Dari data yang peneliti dapatkan bahwa paling banyak nasabah melakukan pembiayaan gadai untuk modal kerja.

Penutup

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, didapat nilai t hitung untuk variabel pelayanan adalah 4,115, sementara nilai t tabel adalah 1,99, maka t hitung > t tabel, dan nilai alpha (α) adalah 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak. Berarti terdapat pengaruh yang nyata antara pelayanan terhadap perilaku nasabah.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, didapat nilai t hitung untuk

variabel pengetahuan produk adalah 3,951, sementara nilai t tabel adalah 1,99 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan nilai alpha (α) adalah 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak. Berarti terdapat pengaruh yang nyata antara pelayanan terhadap perilaku nasabah.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, didapat nilai f hitung untuk variabel pengetahuan produk adalah 43,809, sementara nilai f tabel adalah 3,11, maka $f_{hitung} > f_{tabel}$, dan nilai α adalah 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak. Berarti terdapat pengaruh yang nyata antara pelayanan dan pengetahuan produk secara bersama-sama terhadap perilaku nasabah.

Dari hasil analisis data yang diperoleh penulis, dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan produk (X_2) yang paling penting pengaruhnya secara nyata terhadap perilaku nasabah dalam memilih produk pembiayaan gadai emas BSM. Hal tersebut ditunjukkan pada nilai β_2 yaitu sebesar 0,286.

Pustaka Acuan

- Ali, AM. Hasan dan Hosen, M.Nadrattuzaman. *Tanya Jawab Ekonomi Syariah*. Jakarta: PKES, 2007.
- Amin, A. Riawan. *Menata Perbankan Syariah di Indonesia*. Ciputat: UIN PRESS, Tth.
- Anshori, Abdul Ghafur. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007.
- Arifin, Zainul. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah*. Jakarta: Pustaka Alvabet, 2006.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007.
- Bearden. Ingram. La farge. *Marketing Prinsiples and Persfectives*. New York: Mc Grow Hill, 2001.
- Bukhari. *Shahih Bukhari*. Beirut: Maktabah Ashriyah, 1997. Jilid II.
- Engel. James. F.Blackwell Miniard. *Perilaku konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1996. Ed. VI.
- Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Suatu Produk, **artikel diakses pada 31 September 2009 dari** <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/06/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>
- Ghozali, H.Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2001

Hasibuan, Nurdin. **“Menetapkan Budaya Perusahaan pada Sikap ‘Akhlaqul Karimah’”** artikel diakses pada 23 Februari 2009 dari <http://203.130.242.190/artikel/1353.shtml>.

Hasibuan, Malayu. *Teori dan Praktek Operasional Bank*. Jakarta: PT. Citra Masagung, 1996.

Hasibuan, Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002. Cet. Ke-2.

Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.

Imam al-kabir bin Umar ad-daruquthni. Beirut: Dar al-Fikr, 1994. jilid 2.

Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.

_____. *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), Ed. 1, Cet ke-4, h.219-210.

Latif, AH. Azharuddin. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005.

Mas’adi, Ghufuran A. *Fiqh Muamalah Konstektual*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.

Moenir. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.

Muhammad. Sholikul Hadi. *Pegadaian Syariah’ah*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2003.

Natisemito, Alex S. *Marketing*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1997.

Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003. Cet. Ke-4.

Nugraha, Ari Agung. **“Gambaran Umum Kegiatan Usaha Pegadaian Syariah”, Artikel ini diakses pada tanggal 23 Februari 2009 dari <http://rahn-gadai-syariah.html>.**

Nugroho, Bhuono Agung. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI, 2005.

Nuraeni. **“Konsep dan Aplikasi Gadai Emas Bank Syariah (studi kasus PT Bank Danamon Syariah)”**. Skripsi S1 Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2004.

Prasetyo, Ristiyanti. Ihalauw, John J.O.I. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI, 2005.

Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah’ah. *Buku Saku Lembaga Bisnis Syariah’ah*. Jakarta: PKES, 2006.

Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1999.

- Rebin, R. *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Ridwan. *Dasar-Dasar Statistik*. Bandung: Alfabeta, 2003. Cet. ke-3.
- Rochaety, Ety. Tresnati, Ratih. Latief, Abdul Majid. *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2007.
- Simamora, Bilson, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitale*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Soekandarrumidi. *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gajah Mada University, Juni 2004. Cet. ke-2.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 1994. Cet. Ke-3.
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty, 2002. Edisi Revisi.
- Supriyanto, Eko. B. *Pertumbuhan di Tengah Gejolak Pasar Global*. Jakarta: Biro Riset Info Bank, 2008.
- Sutedja, Wira. *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo, 2007.
- Swastha, Basu. Irawan. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty. 2005.
- Syafe'I, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2004.
- Syarifah. "Motivasi Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pegadaian Syari'ah (Studi kasus: Perum. Pegadaian Syari'ah Cab. Cinere)". Skripsi S1 Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Jatim: Bayumedia Publishing, 2005. Ed. 1.
- Tjiptono, Fandy. *Startegi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 1997.
- Umar, Husein. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Wardi. Bachtiar. *Metodologi Penelitian Ilmu dakwah*. Jakarta: Logos, 1999. Cet.2.
- Wikipedia Bahasa Indonesia. *Ensiklopedia Bebas, Perilaku Manusia*. Artikel diakses pada 4 Juni 2009 dari http://id.wikipedia.org/wiki/Perilaku_manusia.htm
- Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas, "Pengetahuan", **artikel diakses pada 31 September 2009 dari** <http://id.wikipedia.org/wiki/Pengetahuan.htm>