

PENGUNAAN PEMBIAYAAN GADAI EMAS SYARIAH PADA NASABAH BSM BANGKALAN MADURA

Desi Noer Komala

Prodi Manajemen Dakwah,
Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi,
UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta
Email : desinurkamala.fidkom@uinjkt.ac.id

Khaeron Sirin

Dosen Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi,
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
Email : Khaeron.sirin@uinjkt.ac.id

Abstract

This article discusses the motives and customer satisfaction in the use of Islamic gold pawning financing products at BSM Bangkalan Madura. This research was conducted through a descriptive qualitative method. The concept used in this study is an approach to the culture of Bangkalan people who have a penchant for collecting gold so that from the craze there is a high interest in the gold pawning in Bangkalan. The results of the study show that the motivation of customers to mortgage gold in BSM Bangkalan varies greatly but has one goal which is to meet economic needs, economic needs in question are needs that are productive or consumptive. While the factors that influence customer satisfaction include: in terms of product, price, service or company location. These four factors will make customers feel satisfied with the use of BSM Bangkalan sharia gold pawn.

Keywords : Use; Sharia Gold Pawn Financing; BSM Bangkalan Pawn Customers

Abstrak

Artikel ini membahas tentang motif dan kepuasan konsumen dalam penggunaan produk pembiayaan gadai emas syariah di BSM Bangkalan Madura. Penelitian ini dilakukan melalui metode deskriptif kualitatif. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan budaya masyarakat Bangkalan yang memiliki kegemaran mengoleksi emas sehingga dari kegemaran tersebut muncul minat yang tinggi terhadap gadai emas di Bangkalan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi nasabah untuk menggadaikan emas di BSM Bangkalan sangat bervariasi namun mempunyai satu tujuan yaitu untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, kebutuhan ekonomi yang dimaksud adalah kebutuhan yang bersifat produktif atau konsumtif. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain: dari segi produk, harga, pelayanan atau lokasi perusahaan. Keempat faktor tersebut akan membuat nasabah merasa puas dengan penggunaan gadai emas syariah BSM Bangkalan.

Kata kunci: Gunakan; Pembiayaan Gadai Emas Syariah; Nasabah Gadai BSM Bangkalan

Pendahuluan

Aktifitas manusia dalam kehidupannya tidak lepas dari pembiayaan, baik itu yang bersifat pribadi, kelompok, organisasi atau kepentingan umum. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya kebutuhan manusia setiap harinya. Peristiwa ini yang kemudian menyebabkan manusia kesulitan untuk memilah-milih pembiayaan hidupnya, yang bersifat produktif ataupun konsumtif.

Bagi beberapa orang walaupun mereka dalam kondisi yang sulit sekalipun mereka masih sukar untuk menjual barangnya, maka dari itu pegadaian yang sering kali menjadi alternatif mereka untuk mendapatkan pembiayaan, terlebih gadai emas (Lathifah, 2019). Tidak dapat dipungkiri segmentasi pasar gadai emas saat ini bukan hanya menduduki masyarakat menengah ke bawah yang mendapatkan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya (konsumtif) karena beberapa orang justru menggadaikan emasnya dalam jumlah besar dalam rangka keperluan modal usahanya atau pengembangan usahanya (produktif).

Maka dari itu gadai syariah hadir melindungi masyarakat yang sedang membutuhkan uang agar tidak jatuh ketangan rentenir yang bunganya relatif tinggi. Bank Syariah Mandiri tentunya menjadi salah satu kompetitor di dunia perbankan (Syariah Mandiri, 2020) yang hadir dengan salah satu produknya yaitu gadai emas syariah untuk melayani masyarakat yang membutuhkan modal dengan sistem gadai.

Gadai Bank Syariah Mandiri hadir dengan sistem syariah, yaitu menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat yang membutuhkan berdasarkan hukum gadai syariah. Gadai emas memberikan kemaslahatan sesuai dengan

yang diharapkan masyarakat, yang terhindar dari praktik-praktik *riba*, *maisir* maupun *garar* (ketidaktransparan) yang berakibat terjadi ketidakadilan dan kezaliman pada nasabah.

Motivasi nasabah terhadap produk gadai emas sangatlah bervariasi tergantung paradigma masing-masing nasabah (Mandiri Syariah, 2020). Ada yang memilih gadai emas syariah karena mereka mendapatkan informasi melalui media sosial, karyawan, maupun kesadaran nasabah tentang gadai emas yang penerapannya, mekanisme dan prosedurnya yang sangat mudah dibandingkan melalui pembiayaan lainnya. Selain itu mungkin dari budaya masyarakat yang telah ada di lingkungan sekitar.

Meminjam uang di gadai syariah bukan saja karena prosedurnya yang mudah dan cepat, tetapi biaya yang dibebankan lebih ringan dibandingkan dengan parapelepas uang atau tukang *ijon*. Hal ini dilakukan sesuai dengan salah satu tujuan dari gadai emas Bank Syariah Mandiri dalam memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan motto "*Murah, cepat dan Aman*" (Kasmir, 2008).

Sejauh ini penelitian mengenai gadai emas syariah memang cukup banyak cakupannya namun jarang yang mengangkat subjek penelitian dari nasabah gadai emas syariah secara langsung walaupun ada yang menelitinya kebanyakan dilaksanakan secara kuantitatif sehingga mendapatkan hasil generalisir masalah yang relatif sama dan tidak mendalam, baik dalam skala daerah maupun nasional. Permasalahan gadai emas syariah secara umum berkaitan dengan finansial, sumber daya manusia, pemasaran, dan masalah kinerja usaha yang dilihat secara ekonomi dan kuantitatif (Adawiyah,; Suci, 2017). Permasalahan gadai emas syariah yang

dilihat dari pendekatan yang bersifat kuantitatif mungkin mampu menyentuh sisi ekonomi permasalahan tersebut, namun tidak mampu untuk menyentuh realitas sosial per kasus per nasabah dari gadai emas syariah yang lebih tepat dijelaskan melalui pendekatan kualitatif.

Dari pemaparan di atas, penulis tertarik untuk meneliti motivasi nasabah untuk menggadaikan emas di BSM Bangkalan Madura sekaligus kepuasan mereka dalam penggunaan gadai emas tersebut.

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Proses pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini melalui wawancara mendalam dan observasi peneliti sebagai data primer dan studi dokumentasi sebagai data sekunder.

Kerangka Teori

Hebert Blumer dan Elihu Katz dalam bukunya yang berjudul *The Use Of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Reseach* adalah orang yang pertama kali memperkenalkan *Uses and Gratification Theory*. Menurut teori ini, media sangat kreatif dan *powerfull*, sedangkan sasaran pasif, sehingga media akan mudah mengenai atau menembus sasaran (Wardani, 2015).

Menurut jurnal ilmu komunikasi, mengutip pendapat Mowen dan Minor yang mendefinisikan bahwa kepuasan konsumen (*Consumer Satisfaction*) itu dapat terlihat dari sikap keseluruhan konsumen tersebut setelah menerima barang/jasa yang digunakan. Cara mengukur kepuasan konsumen tersebut yaitu dengan mengetahui *gratification sought* dan *gratification obtained* (Arifin, 2013).

Motif atau motivasi (*gratification sought*) dalam Bahasa Inggris disebut *motivation* berasal dari bahasa latin yaitu *movere* yang artinya adalah dorongan atau menggerakkan. Motivasi menjadi penting karena melalui motivasi tersebut seseorang akan tergerak untuk melakukan sesuatu, dengan adanya motivasi seseorang juga dapat menyalurkan dan mendukung perilaku manusia (Lian, 2020).

Setiap individu pasti memiliki motif yang berbeda-beda dalam menentukan media yang tepat untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya (Syarifah, 2017). Berikut indikator motif menurut Dennis McQuail dalam bukunya “Teori Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)” yang dituangkan dalam penelitian skripsi oleh Heru Angga Setiawan (Setiawan, 2018): *Pertama*, mencari informasi tentang kondisi dan peristiwa yang berlaku di lingkungan terdekat masyarakat dan dunia; *Kedua*, Mencari bimbingan dengan hal yang berkaitan dengan masalah praktis dan semua hal yang ada hubungannya dengan penentuan pilihan; *Ketiga*, memuaskan rasa ingin tau dan minat umum; *Keempat*, belajar, pendidikan diri sendiri; *Kelima*, memperoleh rasa aman melalui penambahan pengetahuan

Dasar teori kebutuhan menurut Maslow (dikutip Robbin & Judge, 2008) dalam tulisan Nugroho (Setiadi, 2010): 1) Manusia adalah makhluk sosial yang keinginannya terus-menerus tidak ada habisnya dan akan berhenti hanya bila akhir hayatnya tiba, 2) Sesuatu yang telah terpuaskan bukanlah menjadi pendorong baginya untuk bertindak, justru dia akan mendorong dirinya untuk mencapai sesuatu yang belum terpenuhi, 3) Kebutuhan manusia itu tersusun dalam beberapa jenjang dari mulai kebutuhan yang paling

sederhana yaitu fisiologis sampai dengan kebutuhan yang tertinggi (Setiadi, 2010).

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (Setiadi, 2010) sebagai berikut: Faktor kebudayaan seperti budaya, Faktor sosial, Faktor pribadi, dan Faktor psikologis.

Kepuasan (*gratification obtained*), dalam dunia bisnis kepuasan konsumen memiliki peran yang sangat penting, karena kepuasan konsumen merupakan tonggak utama perusahaan dalam mencapai keberhasilan (Fiazisyah, 2018). Kepuasan (Tjiptono; Diana, 2003) yang diuraikan dalam buku berasal dari bahasa latin yaitu “*satis*” yang berarti cukup baik atau memadai dan “*facio*” berarti melakukan atau membuat. Menurut Oliver, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi terhadap *surprise* yang inheren atau melekat pada pemerolehan produk dan/atau pengalaman konsumsi. Indikator dari kepuasan yang diperoleh menurut Dennis McQuail (McQuail, 1996) adalah sebagai berikut: *Pertama*, mendapatkan informasi tentang kondisi dan peristiwa yang berlaku di lingkungan terdekat masyarakat dan dunia; *Kedua*, mendapatkan bimbingan dengan hal yang berkaitan dengan masalah praktis dan semua hal yang ada hubungannya dengan penentuan pilihan; *Ketiga*, mendapatkan pemuasan rasa ingin tau dan minat umum; *Keempat*, bisa belajar, pendidikan diri sendiri; *Kelima*, memperoleh rasa aman melalui penambahan pengetahuan.

Lupiyoadi (2001) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen (Riadi, 2013), antara lain: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya.

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

Menurut UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan bab 1 pasal 1 No. 12 menjelaskan bahwasannya prinsip pembiayaan syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang membiayai untuk mengembalikan uang tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagihasil (Perubahan UU No. 7).

Agar sesuai dengan aturan norma Islam, lima unsur keagamaan yang ditekankan dalam prinsip pembiayaan syariah yaitu: *Pertama*, transaksi yang dilaksanakan tidak mengandung bunga (riba); *Kedua*, pemberian sedekah dan zakat atau pengenaan pajak religious; *Ketiga*, mencegah adanya produksi/jasa yang bertentangan dengan syariat Islam; *Keempat*, menjauhkan aktivitas ekonomi yang mengandung *maysir* (judi) dan *gharar* (transaksi yang tidak jelas); *Kelima*, tersedianya produk *takaful* (asuransisyariah)

Jenis-jenis pembiayaan di bank syariah maupun non bank pada umumnya dapat dilihat dari (Panjaitan, 2015): Pembiayaan Modal Kerja, Pembiayaan Investasi, dan Pembiayaan Konsumtif. Sedangkan tujuan pembiayaan antara lain adalah sebagai berikut: a. Pembiayaan Produktif, pembiayaan yang dipergunakan untuk peningkatan usaha produksi atau investasi. b. Pembiayaan Konsumtif, pembiayaan yang dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya atau dipakai secara pribadi. c. Pembiayaan Perdagangan, pembiayaan yang digunakan untuk kegiatan perdagangan dan biasanya untuk membeli barang dagangan yang pembayarannya diharapkan dari hasil penjualan dagangan tersebut (Kashmir, 2003).

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

Gadai (*Rahn*) menurut bahasa artinya tetap. Sedangkan menurut istilah syara' ialah menanggukkan barang untuk dijadikan jaminan atas uang yang diberikan, untuk menguatkan perjanjian hutang, dan barang tersebut akan menutup (hutang) ketika terhalang (tidak dapat) melunasinya (Abdillah, 2010).

Transaksi hukum gadai dalam fiqih Islam disebut *ar-rahn*. *Ar-rahn* adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang. Pengertian *ar-rahn* dalam bahasa arab adalah *ats-tsubut wa ad-dawam*, yang berarti “tetap” dan “kekal”, seperti dalam kalimat maun rahin, yang berarti air yang tenang. Hal itu, berdasarkan firman Allah SWT dalam QS. Al-Muddatsir (74) ayat 38 sebagai berikut :

كل نفس بما كسبت رهينه

Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.

Landasan Syariah di dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah:

“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang)” (Al-Baqarah : 283)

عن عائشة رضي الله عنها ان النبي صلى الله عليه وسلم اشترى طعاما من يهودي الى اجل ورهنه در عامن حديد

“Aisyah r.a berkata bahwa Rasulullah membeli makanan dari seorang Yahudi dan menjaminkan kepadanya baju besi”. (HR Bukhari No. 1926,

Kitan Al-Buyu dan Muslim)

عن انس رضي الله عنه قال قال رسول الله صلى الله عليه وسلم در عالم المدينة عندي يهودي واخدمه شعيرا لاله

“Anas r.aberkata, “Rasullah menggadaikan baju besinya kepada seorang Yahudi di Madinah da mengambil darinya gandum untuk keluarga beliau”.(HR Bukhari No. 1927, Kitab Al-Buyu, Ahmad, Nasa'I dan IbnuMajjah).

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

Adapun yang dapat dijadikan barang jaminan (agunan) dalam gadai syariah (*rahn*) bukan saja yang bersifat materi, tetapi juga yang bersifat manfaat. Benda yang dijadikan barang jaminan (agunan) tidak harus diserahkan secara *actual*, tetap boleh juga penyerahannya secara hukum, seperti menjadikan sawah atau kebun sebagai jaminan (agunan), sehingga yang diserahkan adalah surat jaminannya yang berupa sertifikat sawah atau tanah (Latif, 2005). Adapun barang jaminan itu telah dikuasai oleh pemberi utang, maka akad *ar-rahn* bersifat mengikat bagi kedua belah pihak. Bila tidak dapat dilunasi, barang jaminan dapat dijual dan utang dibayar. Apabila dalam penjualan barang jaminan itu ada kelebihan, maka wajib dikembalikan kepada pemiliknya.

Prinsip yang digunakan dalam gadai emas syariah baik di bank syariah ataupun di pegadaian syariah tidak berbeda dengan prinsip gadaipada umumnya. Mulai dari persyaratan, biaya (ongkos) administrasi, biaya pemeliharaan/ penyimpanan, hingga mekanisme penjualan barang gadaian ketika pihak yang menggadaikan tidak dapat melunasi utangnya. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam gadai emas syariah baik di bank syariah maupun di lembaga yang menawarkan produk gadai emas syariah. Hal yang dimaksud adalah biaya administrasi dan biaya pemeliharaan (Fiqih Muamalah, 2011).

PT. Bank Syariah Mandiri yang familiar di tengah-tengah masyarakat dengan panggilan “mandiri syariah” didirikan pertama kali pada tahun 1955 dengan nama PT Bank Industri Nasional (PT BINA), kemudian pada tahun 1967 berubah menjadi PT Bank Maritim Indonesia, selanjutnya pada tahun 1973 berubah nama menjadi PT. Bank Susila Bakti, kemudian tahun 1999

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

PT. Bank Susila Bakti dikonversi menjadi bank syariah dan berubah nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri (Bank Mandiri Syariah, 2019).

PT. Bank Syariah Mandiri berdiri tanggal 25 Oktober 1999. PT. Bank Syariah Mandiri telah memperoleh akte notaris No. 23 tanggal 08 September 1999 yang dibuat oleh Notaris Sutjipto, S.H. dan telah disetujui oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia No. 16495.HT.01.04.TH.99 tanggal 16 September 1999, serta telah dipublikasikan di Berita Negara Republik Indonesia No. 87 tanggal 31 Oktober 2000, Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No. 6584 (Syariah Mandiri, 2019). Pada tahun 2018 PT. Bank Syariah Mandiri mendapatkan persetujuan OJK terkait tambahan setoran modal yang telah diterima sesuai dengan surat OJK No. S-07/PB.13/2018 pada tanggal 15 Januari 2018 (Syariah Mandiri, 2019).

Kegiatan usaha bank syariah mandiri dapat dikategorikan menjadi tiga produk atau jasa meliputi produk pendanaan, produk pembiayaan, serta berbagai produk layanan. Salah satu produk pembiayaan yang cukup diminati masyarakat Bangkalan yaitu produk gadai emas (Syariah Mandiri, 2019).

Gadai emas merupakan fasilitas untuk kebutuhan dana mendesak dengan jaminan Emas yang berupa Emas lantakan dan perhiasan kuning, dengan kadar mulai 16 s.d. 24 karat.

Prinsip gadai menggunakan skim Qardh dalam rangka Rahn. Pengikatan obyek gadai menggunakan skim gadai. Jasa penitipan obyek gadai menggunakan skim ijarah. Jaminan Emas Lantakan : 95% dari nilai taksiran BSM. Jaminan Emas Perhiasan : 80% dari nilai taksiran BSM. Jumlah Pembiayaan mulai dari Rp500.000,- s.d. Rp 250.000.000,- per nasabah. Jangka Waktunya 4 (empat) bulan dan dapat diperpanjang.

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

Biaya Administrasi Pencairan (dipungut di awal periode). Biaya Sewa Penyimpanan (sekaligus, dipungut di akhir periode). Nasabah dapat melakukan pelunasan sebelum Jatuh Tempo dengan membayar seluruh pokok dan biaya pemeliharaan (dibayar di akhir periode gadai), dengan menggunakan dana tunai yang bukan berasal dari penjualan jaminan emas.

Karakteristik (Malia, 2017) gadai emas syariah sebagai berikut: berdasarkan prinsip syariah dengan akad *qardh* dalam rangka *rahndan* akad *ijarah*, biaya administrasi dan asuransi barang jaminan dibayar pada saat pencairan, biaya pemeliharaan dihitung per 15 hari dan dibayar pada saat pelunasan.

Syarat dan Ketentuan Produk Pembiayaan Gadai Emas antara lain adalah sebagai berikut: pembiayaan mulai dari Rp 500.000,00 sampai dengan Rp250.000.000,00. jaminan berupa emas (perhiasan atau batangan) minimal 16karat. Harus emas kuning, jangka waktu 4 bulan dan dapat diperpanjang maksimal dua kali memiliki rekening di BSM

Manfaat dan Kemudahan Pembiayaan Gadai Emas (Malia, 2017) antara lain: aman dan terjamin, prosesnya mudah dan cepat, biaya pemeliharaan yang kompetitif, dan terkoneksi dengan rekening tabungan.

Menurut legenda, ada sebuah negara yang disebut Mendangkamulan di tempat tersebut berkuasa seorang raja yang bernama Sang Hyang Tunggal, dia memiliki putri yang bernama Bendoro Gung. Putri raja tersebut diketahui oleh ayahnya sedang mengandung, akan tetapi sang putri tidak mengetahui penyebab pasti dari kehamilannya. Sang raja marah dan memerintahkan patihnya Pranggulang untuk membunuh putrinya dan tidak mengizinkan patihnya kembali ke istana sebelum putrinya terbunuh (Afif, 2015).

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

Akhirnya Pranggulang membawa putri tersebut ke dalam hutan setelah beberapa kali Pranggulang mencoba menembuskan pedangnya pada leher sang putri berulang kali pedang tersebut terjatuh ke tanah. Akhirnya patih tersebut menyimpulkan untuk membatalkan pembunuhan tersebut karena menurutnya kehamilan putri raja tersebut bukan karena ulahnya sendiri. Patih tersebut memutuskan untuk tidak kembali ke istana dan sang putri dihanyutkan menggunakan *ghitek* (rakit) menuju pulau “Madu Oro” dan patih tersebut mengganti namanya menjadi kiyai Poleng dan menggunakan pakaian dari poleng (sejenis kain tenun Madura) dari peristiwa tersebut nama pulau Madura diambil (Afif, 2015).

Pada tahun 1885 wilayah Madura terbagi menjadi empat kabupaten ketika pemerintahan Belanda, yaitu Kabupaten Bangkalan dan Kabupaten Sampang sebagai Madura bagian Barat, sedangkan Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sumenep sebagai Madura bagian Timur (Kurniawan, 2019).

Secara administrasi pulau Madura merupakan bagian dari wilayah Provinsi Jawa Timur. Secara keseluruhan, Provinsi Jawa Timur itu terbagi menjadi dua yakni daratan dan pulau Madura. Luas wilayah Jawa Timur daratan sekitar 90 persen dan sisanya yakni 10 persen merupakan pulau Madura (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2016).

Dari tahun-ketahun penduduk wilayah kabupaten Bangkalan terus mengalami pertumbuhan. Hal tersebut dari data tahun 2005 sampai tahun 2008, tahun 2005 penduduk kabupaten Bangkalan sebanyak 902.342 jiwa, tahun 2006 sebanyak 921.141 jiwa, tahun 2007 sebanyak 940.331 jiwa dan pada tahun 2008 meningkat menjadi 956.996 jiwa (Ismail, 2017).

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

Penduduk kabupaten Bangkalan mayoritas bekerja pada sektor pertanian, perkebunan, perburuan dan perikanan yakni sebesar 55,9% dari jumlah penduduk keseluruhan. Selain itu penduduknya di dominasi oleh para pekerja di bidang perkembangan, industri, listrik, konstruksi, jasa kemasyarakatan dan lain sebagainya.

Pada umumnya wanita Madura sama dengan wanita lainnya, namun ada beberapa sesuatu yang spesial yang menjadikan hal yang berbeda dari diri wanita Madura. Hal tersebut dituangkan oleh H. Ibnu Hajar budayawan asal Sumenep Madura yang menyatakan bahwa hal yang membuat spesial wanita Madura menurutnya ialah cara wanita Madura yang bersolek dengan tambahan perhiasan emas, yang beberapa orang yang tidak terbiasa mungkin akan menganggap hal tersebut berlebihan karena biasanya yang mereka kenakan bukan hanya satu atau dua perhiasan saja melainkan gelang kanan kiri, cincin pada beberapa jarinya, kalung dan anting yang tidak hanya satu jenis saja. Bahkan pada masa sebelumnya wanita Madura jauh lebih banyak mengenakan perhiasan emasnya seperti gelang kaki dan emas yang berbentuk bulat yang ditancapkan pada baju bagian depannya atau sanggul rambut bagian belakang (Perempuan Madura, 2017).

Beberapa alasan wanita Madura mengenakan perhiasan emas ialah sebagai berikut (Masmadia, 2020): Menabung, Bergaya, Status Kedudukan, dan Selera. Sebagian orang menanggap berlebihan dan sombong namun berbeda dengan wanita Madura yang justru menganggap emas merupakan cerminan status sosial seseorang. Wanita Madura identik dalam menggunakan perhiasan emas sebagai identitas status sosial ekonomi dan karena mereka menganggap dengan menggunakan perhiasan emas mereka

lebih dihargai terutama jika mereka berada di luar pulau Madura. Hal ini terbukti dengan sebagian wanita Madura sengaja menginvestasikan emasnya di luar pulau Madura Surabaya misalnya sebagai identitas status sosial ekonominya (Masmadia, 2020).

Bagi sebagian besar wanita Madura perhiasan emas selain untuk mempercantik penampilan dan memberikan efek percaya diri juga memiliki fungsi untuk menunjukkan kelas sosial tertentu bagi para pemakainya. Bahkan mereka menggunakan hobinya dalam berhias dengan perhiasan emas juga sebagai sarana investasi jangka panjang karena sifat emas (Manfaat Emas, 2020) sendiri selalu menguntungkan.

Pembahasan

A. Gadai Emas dalam Tradisi Masyarakat Madura

Masyarakat Madura memiliki karakter pribadi yang pantang menyerah dan tergolong masyarakat pekerja keras, sehingga dari kegigihannya itu banyak dari mereka pula yang berhasil mencapai kesuksesan. Gaya hidup mewah terkadang mereka kesampingkan demi kesuksesan yang hakiki dari sebuah perjuangan, segala bentuk usaha akan mereka lakukan termasuk dalam hal pekerjaan.

Madura sangat kental dengan budayanya, karena kegemaran mereka dalam mengoleksi emas dan menjadikan emas sebagai inventaris jangka panjang. budaya tersebut sepertinya sudah menjadi hal yang wajar khususnya bagi wanita Madura yang menggunakan emas dari kepala sampai kaki (Masmadia, 2018).

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

Selain fungsi emas yang bisa mereka gunakan untuk bersolek emas bagi mereka selalu memiliki nilai yang tinggi. Emas adalah alat tukar internasional yang bisa diterima keberadaannya dimanapun dan kapanpun, emas bagi masyarakat Madura merupakan syarat wajib dalam beberapa acara seperti pertunangan, pernikahan bahkan bayi yang baru lahir saja langsung dipakaikan emas (Alfiyah, 2020).

Selain itu emas sendiri bisa digunakan sebagai modal usaha atau modal kerja yaitu dengan cara menggadaikan emas sebagai jaminan yang dengan itu akan mendapatkan pendanaan. Minat gadai masyarakat Madura khususnya Kabupaten Bangkalan cukup tinggi karena masih banyak seseorang yang menggunakan gadai sebagai media peminjaman atau pembiayaan itu karena aksesnya yang mudah dan cepat dibandingkan dengan jenis pembiayaan atau kredit pinjaman lainnya yang sejenis.

Berdasarkan observasi penulis, gadai emas bagi masyarakat Madura bukanlah hal yang asing karena mereka sudah menggunakan gadai emas sebagai media pembiayaan dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Walaupun mungkin sebelumnya memang media gadai yang mereka gunakan masih dengan prinsip konvensional seperti: Perusahaan Umum Pegadaian, toko emas Pecinan, atau beberapa lembaga gadai yang belum mengantongi izin resmi OJK dalam operasinya yang berada di sekitar Bangkalan. Hal tersebut menjadikan peluang besar bagi para pemasar untuk menawarkan produk yang sejenis karena masih minimnya pengetahuan masyarakat tentang lembaga-lembaga pembiayaan /perkreditan, mereka hanya mengacu pada satu atau dua saja lembaga pembiayaan yang mereka ketahui tanpa melakukan survey harga pada lembaga/perusahaan yang menawarkan produk

yang sejenis alasannya karena minimnya pengetahuan dan kemauan mereka terhadap lembaga/perusahaan pembiayaan.

Dari hasil pengamatan penulis lokasi BSM cukup strategis karena posisinya yang berada ditengah-tengah aktifitas masyarakat Bangkalan baik itu pusat perbelanjaan, pusat kuliner, pusat pemerintahan kota kabupaten, lembaga kesehatan, lembaga pendidikan, dan masih banyak tempat lainnya.

Bank syariah mandiri bukan hanya perusahaan yang bergerak pada pencapaian profit tetapi juga pencapaian benefit sebagai penunjang dalam hal memperluas jaringan BSM kesetiap *lini* masyarakat. Oleh karena itu, BSM membangun hubungan relasi bisnis dengan beberapa lembaga lain yang terkait seperti Rumah Sakit Umum Lukas, RSUD Anna Medika Madura, BMT Sidogiri, BMT NU, Pon-Pes Syaikhona Kholil Bangkalan, makam ziarah Syaikhona Kholil Bangkalan, dan masih banyak lagi jaringan relasi BSM Bangkalan. Tujuannya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BSM dan memberikan kesempatan bank syariah khususnya mandiri syariah menjadi kompetitor perusahaan perbankan yang berbasis syariah di tengah-tengah masyarakat mayoritas muslim.

Berbicara mengenai produk, BSM memiliki produk gadai emas syariah. Gadai bukanlah hal yang baru lagi bagi masyarakat Bangkalan tapi hadirnya gadai BSM merupakan hal yang cukup menarik karena gadai tersebut merupakan produk dari perusahaan perbankan syariah. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya bahwa minat masyarakat terhadap perhiasan berupa emas itu cukup tinggi sehingga melalui minat yang sudah menjadi *kultur* tersebut akan menjadi kesempatan bagus bagi para perusahaan untuk menawarkan gadai emas, karena hampir setiap keluarga/rumah pasti memiliki

emas baik itu berupa perhiasan ataupun lantakan karena berdasarkan *kultur* yang berlaku “kurang *afdhal* jika orang Madura tidak memiliki emas” (Fadhilah, 2020).

Di BSM Gadai Emas merupakan salah satu produk pembiayaan dengan menjadikan emas sebagai jaminan untuk memperoleh uang tunai dengan cepat. Dengan Jaminan berupa logam mulia ataupun perhiasan BSM memberikan pelayanan yang lebih murah biayanya, nyaman serta cepat. Dengan menggunakan akan *Qardh* dalam rangka *Rahn* dalam arti akad pemberian pinjaman dari bank untuk nasabah yang disertai dengan penyerahan tugas agar bank menjaga barang jaminan yang diserahkan, serta biaya pemeliharaan menggunakan akad *ijarah* dapat memberikan nasabah kenyamanan dan keyakinan untuk menggunakan produk disamping keunggulan dan manfaat serta kemudahan lainnya.

Motivasi penggunaan pembiayaan gadai emas syariah pada nasabah BSM sangat bervariasi, hal tersebut nampak dari hasil observasi penulis pada perbedaan dan tingkat kebutuhan nasabah yang juga bervariasi. Kebutuhan nasabah itu sendiri muncul karena nasabah merasakan ketidaknyamanan (*state of tension*) antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan.

Tingkatan kebutuhan yang bervariasi tersebut akan memicu munculnya faktor perilaku nasabah, faktor perilaku tersebut terlihat dari apa yang ada pada diri pribadi nasabah ataupun apa yang terjadi pada lingkungan nasabah. Dalam hal ini, faktor perilaku nasabah bisa terlihat melalui beberapa faktor sebagai berikut:

Pertama, faktor kebudayaan. Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang karena pada umumnya perilaku seseorang itu dipelajari. Contohnya di lingkungan yang terjadi pada masyarakat Bangkalan anak bayi dan balita sudah dibiasakan menggunakan beberapa perhiasan emas dari mulai anting, cincin, gelang kaki, dan gelang kebiasaan itu bukan hanya pada bayi/balita perempuan saja melainkan hal tersebut juga berlaku untuk bayi/balita berjenis kelamin laki-laki walaupun hanya gelang atau cincin yang sengaja di *design* khusus untuk anak laki-laknya (Alfiyah, 2020).

Kedua, faktor sosial. Faktor sosial seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok-kelompok tersebut diantaranya kelompok primer, adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Melalui faktor sosial tersebut seseorang cenderung ingin memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru, umumnya untuk sebagian orang justru ingin menyesuaikan diri dalam hal bersikap dan berpenampilan, selain itu terkadang mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri dalam menentukan pilihan pemuasannya.

Ketiga, faktor pribadi. Faktor pribadi yang dimaksud mencakup banyak kategori, dari mulai umur, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Dari kelima kategori tersebut perusahaan akan melihat dari beberapa yang lima tersebut dalam menentukan produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada calon konsumennya. Contohnya, minat

masyarakat Bangkalan memiliki emas cukup besar sehingga wajar saja jika mereka memilih media gadai sebagai akses memenuhi kebutuhannya padahal jika dilihat dari asset lain yang mereka miliki seperti tanah, sawah, atau bahkan kendaraan mereka tetap saja memilih agunan emas itu karena emas cukup praktis dalam proses pencairannya dan tidak membutuhkan syarat yang sulit seperti surat kepemilikan atau akte-akte lainnya (Musnan, 2020).

Keempat, faktor psikologis. Beberapa aspek dalam faktor psikologis ini diantaranya adalah motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap. Dorongan seseorang untuk melakukan atau menentukan keputusan yang bisa diperoleh dari dalam dirinya sendiri ataupun dari luar dirinya sendiri, setelah proses motivasi tersebut terbentuk maka lahirlah sebuah persepsi bahwa keputusan tersebut adalah pilihan yang tepat, dari situlah akan dipelajari lebih jauh yang kemudian akan berakhir pada kepercayaan atas sikap yang telah diambil.

B. Motivasi Masyarakat Madura terhadap Gadai Emas Syariah

Sebelum motivasi itu terbentuk sering kali seseorang akan melakukan beberapa hal yang nantinya akan mempengaruhi dirinya dalam menentukan sebuah keputusan, hal tersebut merupakan indikator motivasi. Berikut beberapa indikator motivasi:

Pertama, orang (calon nasabah) mencari informasi tentang kondisi dan peristiwa yang berlaku di lingkungan terdekat masyarakat dan dunia. Data yang diperoleh penulis dari nasabah, mereka mengungkapkan bahwasannya sebagian besar nasabah mendapatkan informasi gadai emas syariah BSM Bangkalan dari lingkungan sekitarnya seperti keluarga, teman

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

dekat maupun tetangga sekitar rumah yang pernah menggadaikan langsung di BSM Bangkalan (Hariansusanto, 2020), dan beberapa orang lainnya mengakui bahwa mereka mendapatkan informasi gadai emas syariah dari spanduk yang terpampang jelas di depan gedung BSM Bangkalan dengan melihat spanduk (Alfiyah, 2020) itu orang yang berlalu lalang khususnya yang kebetulan sering melewati jalan Moh. Kholil, Demangan Timur secara otomatis akan sering melihatnya terlebih lokasinya yang cukup strategis, yaitu ditengah kota Bangkalan dan dekat dengan beberapa tempat yang sering dikunjungi masyarakat Bangkalan seperti RSUD Lukas, Ponpes Syaikhona Kholil Bangkalan, M2M (Restoran *fried chicken*), Indah swalayan (toko grosir terlaris di Bangkalan), dan masih banyak sekali tempat-tempat lainnya yang mengelilingi gedung BSM Bangkalan itu sendiri (Umam, 2020).

Selain tempatnya yang cukup strategis dan dapat dilihat banyak orang, produk gadai emas syariah BSM Bangkalan adalah satu-satunya perusahaan perbankan yang menawarkan produk gadai emas syariah karena selama ini masyarakat hanya terkontaminasi dengan produk-produk konvensional seperti gadai emas di toko emas, ataupun Perum Pegadaian, walaupun ada produk gadai emas syariah yaitu Perum Pegadaian Syariah, bukan perbankan syariah.

Calon nasabah yang mulai timbul minatnya maka akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Sumber yang dimaksud itu bisa dikelompokkan menjadi empat kelompok: a. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, dan kenalan. b. Sumber komersial: iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan, dan pameran. c. Sumber umum: media massa dan

organisasi konsumen. d. Sumber pengalaman: pernah menangani, menguji, dan menggunakan produk.

Secara umum calon nasabah menerima informasi suatu produk dari sumber komersial, yaitu mereka yang didominasi oleh para pemasar. Pada sisi lain, informasi yang paling efektif justru berasal dari sumber-sumber pribadi. Seperti nasabah atas nama Nur Fadhila yang meng*takeover* gadainya ke BSM Bangkalan karena tertarik melihat brosur gadai BSM yang diterimanya ketika sedang menunggu dagangan di tokonya.

Kedua, calon nasabah mencari bimbingan dengan hal yang berkaitan dengan masalah praktis dan semua hal yang ada hubungannya dengan penentuan pilihan. Calon nasabah yang mulai timbul minatnya maka akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Mereka itu akan terpecah menjadi dua golongan. Golongan pertama ialah mereka yang kategori menengah dalam mencari informasinya, dan golongan yang kedua ialah mereka yang secara aktif mencari informasi di mana akan mencari bahan-bahan bacaan, menelfon teman-temannya, dan melakukan kegiatan untuk mempelajari hal lain yang masih ada kaitannya dengan informasi yang telah diterima ataupun bisa langsung mencari tahu kepada titik sumber yang menjadi topik informasi. Sumber yang dimaksud itu bisa dikelompokkan menjadi empat kelompok: a. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, dan kenalan. b. Sumber komersial: iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan, dan pameran. c. Sumber umum: media massa dan organisasi konsumen. d. Sumber pengalaman: pernah menangani, menguji, dan menggunakan produk. Setelah calon nasabah mendapatkan informasi yang cukup mengenai pembiayaan gadai emas syariah BSM Bangkalan maka mereka akan

memperdalam informasi tersebut dari sumber utamanya yaitu gadai emas BSM Bangkalan.

Ketiga, calon nasabah menyalurkan rasa ingin tau dan minatumum. Dari observasi yang penulis temukan di lapangan, pihak gadai BSM Bangkalan (*pawning*) sangat sabar dan ramah dalam melayani nasabahnya apalagi jika nasabah tersebut dari golongan orang tua, mereka akan melayani dengan menyesuaikan kemampuan pemahaman komunikasi nasabah. Contohnya, mereka akan memberikan penjelasan sedetail mungkin kepada nasabahnya yang memiliki kesulitan menggunakan bahasa indonesia dengan menggantinya menggunakan bahasa daerah yang berlaku di lingkungan masyarakat sekitar, karena letak BSM Bangkalan ada di pulau Madura jadi bahasa komunikasi yang sering digunakan adalah bahasa Madura tapi bukan bahasa Madura yang biasa melainkan bahasa Madura *Enggi Bunthen* (bahasa halus).

Latar belakang calon nasabah yang menggadaikan emasnya di BSM Bangkalan sangat bervariasi, ada sebagian mereka yang langsung memilih BSM sebagai pilihannya dalam menggunakan jasa gadai tapi sebagian lainnya menjadikan BSM sebagai kaca perbandingan dengan tempat/perusahaan lain yang menjual produk sejenis untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan pruduk itu sendiri. Menurut data yang diperoleh penulis biaya *ujroh* BSM jauh lebih murah dibandingkan dengan tempat lain yang sejenis.

Tidak sedikit dari nasabah yang *mentake over* gadai emasnya dari tempat lain hanya untuk mengetahui perbandingan harga *ujrahnya*. Tentu hal ini menjadi hal yang cukup menarik untuk di pasarkan selain menjual nama

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

perbankan gadai BSM juga menjunjung prinsip syariah, dengan itu calon nasabah atau nasabah akan lebih yakin menggunakan produk syariah dibandingkan produk konvensional yang bunganya senantiasa naik terus tidak menentu.

Keempat, calon nasabah mendapatkan pembelajaran pada diri sendiri. Dalam hal ini proses belajar menjelaskan perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman, dengan itu dia akan lebih percaya diri dalam bersikap dan menentukan keputusan terhadap sesuatu. Melalui proses belajar ini seseorang akan cenderung selektif dalam memilih dan menyesuaikan pilihannya dengan tujuannya.

Banyak dari mereka yang menggunakan jasa gadai emas BSM Bangkalan karena kebutuhan yang mendesak dengan waktu yang singkat. Kebutuhan nasabah terbagi dalam dua kategori besar, kategori pertama yaitu nasabah yang menggunakan gadai emas BSM untuk memenuhi kebutuhan konsumtif seperti: biaya pendidikan anak, biaya pembelian kendaraan, atau biaya perbaikan rumah. kategori kedua yaitu nasabah yang menggunakan gadai emas BSM untuk memenuhi kebutuhan produktif seperti: modal usaha atau modal kerja.

Nasabah atas nama Fikri Maulana misalnya, dia adalah nasabah kategori muda yang menjadi nasabah gadai emas BSM Bangkalan. Dari informasi yang penulis terima, motif dia menggadaikan ialah untuk tambahan modal usahanya (*onlineshop*). Berbeda dengan Nasabah atas nama Alfiah yang menggunakan pembiayaan gadai emasnya untuk kebutuhan melengkapi pembayaran pembelian kendaraan. Dua nasabah ini tujuan dasarnya sama yaitu memenuhi kebutuhan tapi yang membedakan keduanya ialah tujuan

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

husus nasabah itu sendiri yaitu kebutuhan produktif bagi nasabah atas nama Fikri Maulana dan kebutuhan konsumtif bagi nasabah atas nama Alfiah.

Kelima, calon nasabah akan memperoleh rasa aman melalui penambahan pengetahuan. Nasabah/calon nasabah merasa terbantu dan menjadikan gadai sebagai solusi yang paling tepat di waktu yang singkat dengan penggunaan gadai emas syariah tersebut, karena prosesnya yang cepat dan mudah apalagi untuk beberapa orang yang tidak mengerti banyak akses pembiayaan. Perusahaan syariah mandiri yang cukup masyhur di masyarakat itu rupanya membawa ia kepada citra perusahaan yang bagus, dapat dipercaya, kompeten, profesional, dan merangkul semua golongan maka dengan itu syariah mandiri hadir dalam upaya mengatasi kesulitan keuangan mereka dengan cara yang cepat dan mudah. Selain cepat dan mudah, gadai BSM cukup aman bagi semua golongan. Aman disini memiliki arti yang cukup luas, aman biaya *ujroh* yang murah, barang jaminan milik nasabah sangat aman karena emas tersebut telah diasuransikan jadi ketika ada kehilangan atau kebakaran yang menyebabkan emas jaminan milik nasabah hilang atau rusak selama jaminan itu masih berada ditangan Bank maka kerugian akan digantikan oleh bank.

Setelah mengetahui beberapa indikator motivasi di atas maka akan terbentuk tujuan motivasi, diantaranya adalah: *pertama*, nasabah memilih produk barang/jasa tentunya untuk meningkatkan kepuasan, kepuasan nasabah akan terlihat dari penilaian nasabah itu sendiri secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung yaitu menjadi nasabah tetap perusahaan tersebut dan secara tidak langsung yaitu ikut mempromosikan produk jasa kepada pihak lain tanpa mendapatkan permintaan perusahaan.

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

Kedua mempertahankan loyalitas nasabah kepada perusahaan yang telah dipercayai dengan cara menetap dan membantu memperluas jaringan bisnis kepada pihak lain dalam bentuk dana/promosi secara suka rela tanpa adanya paksaan dari perusahaan. *Ketiga* efisiensi, tujuan berikutnya nasabah berharap keputusannya ini dapat memberikan mereka ketepatan cara dalam memperoleh sesuatu dalam artian tidak membuang waktu, tenaga, biaya, dan ketepatangunaan. *Keempat* efektivitas, pengaruh dan kesan yang akan diperoleh nasabah setelah menggunakan media tersebut. *Kelima* tercipta suatu hubungan yang harmonis antara perusahaan/bank dan konsumen/nasabah.

Sebagian besar nasabah tertarik atau termotivasi menggunakan gadai emas tersebut tidak lain karena beberapa faktor, faktor tersebut adalah faktor yang mempengaruhi motivasi nasabah seperti: produk, harga, pelayanan, dan lokasi. BSM Bangkalan selain menjual produk tabungan mereka juga menawarkan produk pembiayaan, dan produk pembiayaan yang cukup diminati masyarakat Bangkalan salah satunya adalah produk gadai emas syariah.

Selain produk yang ditawarkan merupakan terobosan baru dalam kategori perbankan, BSM menawarkan harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjual produk sejenis. Pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya sudah sangat memenuhi standarisasi pelayanan, semua pegawai BSM menerapkan 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun). Selain produk, harga, dan pelayan, BSM Bangkalan memberikan letak lokasi yang cukup strategis yaitu berada di tengah kota Bangkalan.

C. Kepuasan Masyarakat Madura terhadap Gadai Emas Syariah

Kepuasan nasabah merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam perbankan. Kepuasan nasabah merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan perbankan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan nasabah, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan nasabah yang setiap saat berubah. Apabila perusahaan dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan nasabah maka nasabah akan merasa puas. Setiap nasabah memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda.

Dalam beberapa teori menyebutkan bahwasannya nasabah bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, nasabah akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan nasabah akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka nasabah akan merasakan sangat puas, senang ataugembira. Sebelumnya telah dibahas mengenai motivasi nasabah menggunakan gadai emas syariah BSM, melalui pembahasan sebelumnya dapat diketahui apa saja yang menjadi harapan nasabah sehingga setelah mengetahui motivasi nasabah maka akan sangat membantu dalam menentukan kepuasan nasabah.

Dalam upaya ingin mengetahui kepuasan nasabah dalam menggunakan gadai emas BSM Bangkalan, maka dapat melihat indikator kepuasan nasabah sebagai berikut: *Pertama*, nasabah mendapatkan informasi tentang kondisi dan peristiwa yang berlaku di lingkungan terdekat masyarakat dan dunia. Kepuasan nasabah atas penerimaan informasi justru akan sangat mudah terserap jika mereka peroleh dari sumber pribadi seperti yang telah dijabarkan sebelumnya, karena mereka menganggap sumber

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

pribadilah yang mengerti keadaan dan kondisi nasabah dan tidak memiliki kepentingan lain selain ikut merasakan hal yang sama, berbeda dengan para pemasar yang mencoba meyakinkan sasarannya untuk kepentingan pribadinya bukan karena respek atas masalah yang sedang dialami nasabah. Tapi bukan berarti para nasabah akan menerima informasi dari sumber pribadi begitu saja, nasabah telah memiliki penilaian sendiri dari keputusan penggunaan yang telah melalui proses yang matang pastinya. Informasi yang diterima tersebut tentu akan diperkuat oleh informasi lainnya, semisal informasi produk yang ditawarkan, citra perusahaan dan lokasi yang mudah untuk dijangkau. Dari ketiga aspek tersebut bank mandiri syariah telah memilikinya. BSM adalah satu-satunya perbankan syariah di Bangkalan yang menawarkan produk gadai emas syariah ditengah-tengah perusahaan umum (Perum) pegadaian yang sudah lebih dulu ada di tengah-tengah masyarakat.

Kedua, nasabah mendapatkan bimbingan dengan hal yang berkaitan dengan masalah praktis dan semua hal yang ada hubungannya dengan penentuan pilihan. Sebagian besar nasabah akan mengambil keputusan pembelian/penggunaan produk jasa BSM Bangkalan setelah mereka datang langsung ke kantor gadai BSM Bangkalan. Nasabah akan disambut hangat oleh para pegawai BSM, *staf* gadai akan menjelaskan beberapa syarat dan ketentuan menjadi nasabah gadai BSM Bangkalan serta apa saja prosedur bergadai di BSM Bangkalan dan *staf* gadai akan memberitahukan terkait harga dan kesepakatan pelunasan. Tidak sedikit dari nasabah gadai BSM Bangkalan yang datang ke kantor BSM dan bertanya seputar gadai untuk menanyakan tentang harga *ujroh* (pemeliharaan barang) dan ketentuan angsuran, nasabah cukup heran dengan harga yang diberikan BSM

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

Bangkalan karena lebih murah dibandingkan toko emas atau bahkan perusahaan gadai ditempat lain yang menjual produk yang sejenis padahal BSM dalam kategori perbankan yang secara perusahaan lebih luas dibandingkan perusahaan pembiayaan saja.

Nasabah cukup puas dan tidak menyesal *mentake over* gadainya ditempat lain untuk dipindahkan ke BSM Bangkalan karena biaya ujrohnya cukup murah dibandingkan dengan produk gadai di tempat yang berbeda. Bahkan untuk nasabah baru setelah menggadaikan sekali mereka akan menggadaikan kembali untuk keperluan lainnya jika mereka membutuhkan dana cepat tapi tidak terperangkap bunga besar. Karena biaya ujrohnya yang lebih murah dibandingkan tempat lain menjadikan BSM Bangkalan sebagai solusi umat.

Gadai BSM sendiri menerapkan prinsip syariah dengan akad *qardh* (akad pinjaman dana dengan perjanjian akan dikembalikan kembali dana tersebut) dan akad *ijarah* (akad pemindahan hak guna barang dengan batas waktu tertentu) dalam rangka *rahn* (gadai). Biaya administrasi dan asuransi barang jaminan dibayar pada saat pencairan, dan bagi nasabah yang tidak membawa uang tunai untuk membayar biaya administrasi tersebut maka pihak bank akan menawarkan kepada nasabah untuk memotong dari pencairan pembiayaan gadai jadi nasabah tidak merasa kesulitan. Sedangkan untuk biaya pemeliharaan (*ujroh*) dihitung per 15 hari dan dibayar pada saat pelunasan. Nasabah dapat mengajukan pembiayaan gadai mulai dari Rp.500.000,00 sampai dengan Rp.250.000.000,00 dengan menyerahkan jaminan berupa emas kuning baik itu perhiasan atau batangan dengan karatase minimal 16 karat.

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

Ketiga, nasabah mendapatkan pemuasan rasa ingin tau dan minat umum. Nasabah cukup puas dan tidak menyesal *mentake over* gadainya ditempat lain untuk dipindahkan ke BSM Bangkalan karena biaya ujrohnya cukup murah dibandingkan dengan produk gadai di tempat yang berbeda. Bahkan untuk nasabah baru setelah menggadaikan sekali mereka akan menggadaikan kembali untuk keperluan lainnya jika mereka membutuhkan dana cepat tapi tidak terperangkap bunga besar. Karena biaya ujrohnya yang lebih murah dibandingkan tempat lain menjadikan BSM Bangkalan sebagai solusi umat.

Gadai BSM sendiri menerapkan prinsip syariah dengan akad *qardh* (akad pinjaman dana dengan perjanjian akan dikembalikan kembali dana tersebut) dan akad *ijarah* (akad pemindahan hak guna barang dengan batas waktu tertentu) dalam rangka *rahn* (gadai). Biaya administrasi dan asuransi barang jaminan dibayar pada saat pencairan, dan bagi nasabah yang tidak membawa uang tunai untuk membayar biaya administrasi tersebut maka pihak bank akan menawarkan kepada nasabah untuk memotong dari pencairan pembiayaan gadai jadi nasabah tidak merasa kesulitan. Sedangkan untuk biaya pemeliharaan (*ujroh*) dihitung per 15 hari dan dibayar pada saat pelunasan. Nasabah dapat mengajukan pembiayaan gadai mulai dari Rp. 500.000,00 sampai dengan Rp. 250.000.000,00 dengan menyerahkan jaminan berupa emas kuning baik itu perhiasan atau batangan dengan karatase minimal 16 karat.

Keempat, nasabah bisa belajar pada diri sendiri. Nasabah yang merasa puas apabila apa yang mereka dapatkan sesuai dengan harapan. Nasabah menggunakan gadai emas BSM Bangkalan tentunya ada maksud dan

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

tujuannya yaitu untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan seseorang itu berbeda-beda ada kebutuhan yang sifatnya primer ada juga kebutuhan yang sifatnya sekunder, oleh sebab itu dalam rangka memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut nasabah mengambil keputusan untuk mengajukan pembiayaan melalui gadai emas BSM Bangkalan. Pembiayaan tersebut juga bermacam-macam ada pembiayaan yang bersifat konsumtif ada pula yang produktif yang membedakan keduanya hanya pada pengalokasian dana pembiayaannya saja. Nasabah akan lebih mengetahui untuk apa dana pembiayaan gadai emas BSM Bangkalan digunakan, hal ini menjadi penting untuk mengantisipasi nasabah dengan menyesuaikan dana pembiayaan dengan dana kebutuhan tujuannya yaitu agar tidak terjadi angsuran macet (kredit macet) ataupun pelelangan emas agunan nasabah.

Melalui pembiayaan gadai emas syariah yang diperoleh tersebut nasabah bisa mengalokasikan dananya pada tingkat kebutuhan yang mereka perlukan, baik itu pembiayaan konsumtif seperti pembelian kendaraan, biaya sekolah dan lain-lain atau untuk pembiayaan produktif seperti modal usaha atau modal kerja.

Kelima, nasabah memperoleh rasa aman melalui penambahan pengetahuan. Dengan dana gadai emas tersebut nasabah akan merasakan rasa aman dari kegelisahan atau kesulitan yang selama ini mungkin nasabah rasakan karena nasabah aman dari ancaman sosial dan aman atas harta benda.

Sesudah pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Setelah nasabah menggunakan pembiayaan gadai, nasabah mungkin

akan mendeteksi adanya suatu cacat. Dari situlah akan lahir beberapa nasabah yang merasa puas atau tidak puas dari penggunaan gadai emas BSM.

Namun kenyataannya justru keluhan atau cacat yang telah disebutkan di atas tidak terjadi kepada nasabah BSM Bangkalan, bahkan menurut pengakuan beberapa nasabah mereka merasa puas dengan penggunaan gadai BSM di sini. Nasabah merasa aman dengan penggunaan pembiayaan gadai emas BSM, aman disini ialah aman dari segi barang jaminan (emas) yang nasabah tidak harus merasa khawatir jika ada kehilangan atau kerusakan karena sudah diasuransikan, aman dari biaya pemeliharaan (*ujroh*) yang mahal, aman dari masalah ekonomi yang sedang menimpa nasabah baik itu untuk kebutuhan pribadi nasabah atau untuk kebutuhan kerja nasabah.

Selain indikator kepuasan di atas, ada enam konsep mengukur kepuasan konsumen, enam konsep tersebut diantaranya: *Pertama*, kepuasan nasabah keseluruhan. Dari hasil observasi dan wawancara tidak secara spesifik menanyakan puas atau ketidakpuasan nasabah terhadap produk gadai emas BSM Bangkalan, akan tetapi penulis bisa menarik kesimpulan dari jawaban mereka atas pertanyaan yang lain yang ada kaitannya dengan kepuasan nasabah. Contohnya seperti bapak Mukri yang menjadi nasabah gadai BSM cukup lama, bahkan berdasarkan pengakuannya beliau meneruskan gadai milik kaka laki-laki dari saudara kandungnya untuk kebutuhan modal usaha besi tua (Musnan, 2020). Beliau sudah sangat percaya kepada gadai emas BSM Bangkalan kedekatan personal sudah terjalin cukup lama antara nasabah dan bank, selain itu menurutnya gadai BSM Bangkalan ini cukup murah dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya yang menjual produk yang sejenis.

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

Kedua, dimensi kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah diukur dengan empat langkah. Langkah-langkah tersebut antara lain: meminta nasabah untuk mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan nasabah, meminta nasabah menilai produk dan/atau jasa gadai emas BSM Bangkalan, meminta nasabah menilai produk dan/atau jasa perusahaan pesaing berdasarkan produk yang sama, dan langkah terakhir yaitu meminta nasabah untuk menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.

Ketiga, konfirmasi harapan. Nasabah akan memiliki indikator tertentu yang menurutnya nanti akan mendatangkan kepuasan. indikator tersebut bisa berupa harapan nasabah sebelum mereka mengajukan pembiayaan gadai emas BSM Bangkalan, harapan-harapan tersebut bisa berupa jasa bisa juga berupa nilai. Harapan berupa jasa yaitu pelayan yang baik dari staf gadai kepada nasabah gadainya, sedangkan harapan berupa nilai yaitu harga *ujroh* yang murah yang tidak membebankan nasabahnya serta profesionalitas kerja perusahaan. Maka dengan pencapaian harapan tersebut nasabah akan merasa puas telah menggunakan produk gadai emas BSM Bangkalan.

Keempat, nilai beli ulang. Dalam konsep ini, caranya adalah dengan menanyakan pelanggan secara langsung apakah akan membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan lagi. Tidak mudah bagi nasabah menjawab pertanyaan seperti ini dengan jujur terlebih jika secara logika mana mungkin seseorang bangga memiliki hutang jikabisa memilih tentu saja semua orang ingin sukses tanpa harus berhutang dengan orang lain akan tetapi inilah rantai kehidupan bahwa setiap individu memiliki ketergantungan dan saling membutuhkan satu sama lain. Oleh karena itu maka konsep keempat ini selain menanyakan langsung kepada nasabahnya tentang kepuasan atau

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

ketidakpuasaannya maka dapat diperhatikan dari seberapa sering nasabah menggunakan produk gadai emas BSM semakin sering seseorang menggunakan jasa yang sama maka bisa dikategorikan orang tersebut puas terhadap produk/jasa tertentu. Contohnya seperti Ibu Hj. Nur yang menggadaikan emasnya berkali-kali di BSM Bangkalan, bahkan menurut pengakuannya emasnya memang sengaja tidak dikeluarkan dari pegadaian dan akan hanya ditebus jika ada acara-acara tertentu seperti hari raya idhul fitri karena harus dipakai ketika hendak silaturahmi ke saudara-saudara (Fadhila, 2020).

Kelima, kesediaan untuk memberikan rekomendasi. Nasabah yang merasa puas akan bersedia untuk merekomendasikan produk/jasa kepada teman atau keluarganya. Secara otomatis maka nasabah yang puas akan merekomendasikan jasa yang mereka gunakan kepada orang lain agar bukan hanya dirinya yang merasakan kepuasan itu sendiri.

Keenam, ketidakpuasan nasabah. Ketidakpuasan nasabah salah satunya adalah *complaint* atau keluhan nasabah terhadap produk, harga, lokasi dari BSM sendiri. Atau bisa juga ketidakpuasaan nasabah akan sangat real ketika nasabah tersebut telah menggadaikan untuk pertama kalinya dan selanjutnya mereka memilih perusahaan lain, dan hal lainnya bisa dengan *mengtakeover* gadai di BSM Bangkalan ke perusahaan lain yang menawarkan produk sejenis.

Beberapa nasabah akan merasa puas jika harapannya terpenuhi, harapan yang paling sederhana dari pembiayaan gadai emas BSM Bangkalan adalah dana pembiayaan tersebut dapat memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan tujuan pembiayaannya. Nasabah yang merasa puas pada umumnya

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

memiliki ciri-ciri sebagai berikut: nasabah akan lebih loyal terhadap produk, adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika menggunakan jasa lain ketika nasabah ingin menggunakan produk yang lain.

Pada umumnya nasabah akan memperhatikan beberapa faktor dalam menentukan penggunaan jasa gadai emas BSM Bangkalan. Faktor tersebut diantara: *pertama* kualitas produk yang sesuai dengan apa yang nasabah butuhkan, *kedua* pelayanan yang diberikan oleh beberapa pegawai atau staf gadai kepada para nasabah, *ketiga* nasabah akan merasa dijatuhkan atau malah sebaliknya disanjung ketika menggunakan jasa gadai emas BSM Bangkalan, *keempat* harga yang diberikan oleh gadai BSM harus bisa lebih murah dibandingkan dengan perusahaan saingannya yang menjual produk yang sejenis, dan *kelima* tidak banyak biaya lain yang dikeluarkan oleh nasabah dalam melakukan transaksi gadai emas BSM Bangkalan.

Kepuasan atau ketidakpuasan nasabah terletak ketika apa yang menjadi harapan nasabah sebelum, ketika atau setelah menggunakan jasa gadai emas BSM Bangkalan dapat terpenuhi dari mulai produk yang cukup menarik nasabah, harga *ujroh* yang mampu bersaing lebih murah dibandingkan dengan perusahaan lain, biaya administrasi yang tidak terlalu banyak, prosedural transaksi atau pencairan gadai cepat, pelayanan yang baik kepada para nasabahnya, dan terakhir lokasi kantor BSM Bangkalan yang mudah untuk ditempuh. Semakin banyak nasabah gadai yang percaya dan loyal kepada BSM Bangkalan maka akan semakin banyak pula jaringan atau sponsor gratis yang akan muncul karena nasabah puas tersebut akan suka rela

merekomendasikan tentang kepuasaannya kepada orang lain tanpa mengharapkan apapun dari perusahaan yang terkait.

Penutup

Motivasi penggunaan gadai emas pada nasabah Bank Syariah Mandiri Bangkalan sangat bervariasi. Hal ini disebabkan kebutuhan mereka yang berbeda-beda, walaupun begitu mereka memiliki kultur yang sama, yaitu kecintaan terhadap emas. Emas menurut mereka adalah hal yang wajib dimiliki karena fungsinya selain digunakan untuk berhias emas bisa digunakan dalam memenuhi kebutuhan pembiayaan dengan cara digadaikan.

Motivasi nasabah BSM Bangkalan menggadaikan emas yaitu untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan yang bersifat konsumtif seperti biaya pendidikan anak, biaya pembelian kendaraan, atau biaya perbaikan rumah. Namun sebagian besar motivasi nasabah BSM Bangkalan menggadaikan emas di BSM Bangkalan itu justru tujuannya untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan yang bersifat produktif, seperti kebutuhan modal usaha atau modal kerja karena sebagian besar nasabah berprofesi sebagai pengusaha.

Adapun kepuasan nasabah dalam menggunakan pembiayaan gadai emas BSM Bangkalan itu antara lain: Pertama, lokasinya yang mudah dijangkau; Kedua, pelayanan dan kedekatan hubungan *staf* gadai BSM Bangkalan dengan para nasabah gadai yang begitu akrab; Ketiga, harga *ujroh* yang murah dibandingkan dengan perusahaan lain yang menjual produk yang sejenis; Keempat, biaya administrasi yang murah; Kelima, prosedural yang mudah; Keenam, pencairan dana yang cepat; Ketujuh, prinsip yang

diterapkan tidak bertentangan dengan ajaran agama islam yang tentunya jauh dari kata *riba*, *maysir* dan *gharar*.

Daftar Pustaka

Buku

- Abdillah, S. S. A. (2010), *Terjemah Fathul Qarib*, Mutiara Ilmu: Cet. 1
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Revisi VIII, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Kashmir, (2003) *Manajemen Perbankan Syariah* cet-4, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003)
- Latif, Azharudin, (2005) *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: UIN Jakarta Press,)
- McQuail, Dennis, (1996) *Teori Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. (Jakarta: Erlangga)
- Panjaitan, Jandri, (2015) Skripsi, *Mekanisme Pembiayaan Gadai Emas Syariah Pada Bank DKI Syariah Cabang Fatmawati*, (Jakarta: UIN Jakarta)
- Syarifah, A. Z.. (2017) Skripsi ; *Hubungan Antara Motif dan Kepuasan Penonton Pada Tayangan Drama Korea*, (Surakarta: IAIN Surakarta)
- Setiadi, Nugroho, (2010) *Edisi Revisi Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group)
- Setiawan, H. A., (2018) Skripsi; *Motif dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mengakses Akun Instagram Dompok Dhuafa*, (Yogyakarta: UIN Kalijaga)
- Tjiptono, Fandy, Anastasia Diana. (2003) *Total Quality Manajemen. Edisi Revisi*. (Yogyakarta: Andy,)
- Wardani, N. P. K., Skripsi; *Motif dan Kepuasan Penonton Program Ramadan Di Televisi Nasional*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015)

Jurnal

- Afif , Amrullah, *Islam di Madura*, Jurnal Islamuna, Volume 2, Nomor. 1, Juni 2015
- Arifin, Pupung, Jurnal; *Persaingan tujuh Portal Berita Online Indonesia Berdasarkan Analisis Uses And Gratifications*, (Depok: Universitas Indonesia, 2013) Volume 10. No. 2,

*Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah
Pada Nasabah BSM Bangkalan Madura*

- Fiazisyah, Annisa, dkk, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji KFC Basuki Rahmat Surabaya*, E-Journal Boga, Volume 7, No. 2 Edisi Yudisium Kedua 2018
- Malia, *Prosedur Pembiayaan Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan*, Jurnal Ekonomi Islam, volume 9, nomor 1, Desember 2017
- Masmadia, A. S., Jurnal; *Makna Perhiasan Emas Bagi Kalangan Wanita Madura di Kota Surabaya*, (Universitas Airlangga: 2018)

Wawancara

- Interview* Pribadi dengan Alfiyah. Nasabah Bank Syariah Mandiri Bangkalan Madura. Bangkalan, 24 Januari 2020.
- Interview* Pribadi dengan Fikri Maulana. Nasabah Bank Syariah Mandiri Bangkalan Madura. Bangkalan, 24 Januari 2020.
- Interview* Pribadi dengan KhoirulUmam. Nasabah Bank Syariah Mandiri Bangkalan Madura. Bangkalan, 24 Januari 2020.

Internet

- Bank Mandiri Syariah, Memperkuat Daya Saing Bank Syariah Mandiri, <https://www.syariahmandiri.co.id> diakses pada 16 November 2019
- Cermat.com, Tentang Emas dan Manfaat Dari Berbagai Sektor <https://cermati.com> diakses pada 4 mei 2020
- Ekonomikeadilan, “Kajian Fiqh Muamalah Tentang Gadai Emas Syariah” <http://ekonomikeadilan.wordpress.com/2011/08/05/kajian-fiqh-muamalah-tentang-gadai-emas-syariah> diakses pada 20 November 2019
- https://jatim.bps.go.id/4dm!n/pdf_publicasi/Provinsi-Jawa-Timur-Dalam-Angka-2016--.pdf diakses pada 24 November 2019
- <https://www.mandirisyariah.co.id/assets/pdf/sustainability-report/SR-BSM-2015.pdf> diakses pada 27 April 2020
- <https://www.syariahbank.com/profil-dan-produk-bank-mandiri-syariah> diakses pada 27 April 2020
- Hukum.unsrat.ac.id, “UU No.10 Thn 1998 – Perubahan Atas UU No.7 Thn 1992 Tentang Perbankan” http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_10_98.htm