

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Gadai merupakan praktik transaksi keuangan yang sudah lama dalam sejarah peradaban manusia. Sistem rumah gadai yang paling tua terdapat di Negara Cina pada 3.000 tahun yang silam, juga di Benua Eropa dan kawasan laut tengah pada zaman Romawi dahulu. Namun di Indonesia, praktik gadai sudah berumur ratusan tahun, yaitu dimana warga masyarakat telah terbiasa melakukan transaksi hutang-piutang dengan jaminan barang.

* وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَمِنَ
بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا
تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ
عَلِيمٌ

Artinya: “ jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu 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 barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. Barang tanggungan (borg) itu diadakan bila satu sama lain tidak percaya mempercayai” (QS. Al-Baqarah : 283).

Kebanyakan yang menjadi barang jaminan dalam transaksi gadai adalah emas karena harga emas fluktuatif. Tujuan adanya gadai ini adalah untuk pencegahan, terutama ketika seseorang menemukan situasi yang tidak terduga seperti kematian dan kecelakaan dimana mereka membutuhkan uang tunai yang cepat dan untuk memenuhi kebutuhan transaksi seseorang. Ketersediaan gadai tentu membantu pedagang kecil untuk memenuhi kebutuhan modal kerjanya untuk kelangsungan bisnisnya (Titin, 2011:3). Bisnis gadai saat ini tidak bisa dipungkiri sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Begitu pula dengan bisnis gadai emas yang semakin hari sepertinya semakin cemerlang, Bank Syariah Indonesia (BSI) jeli dalam melihat akan potensi yang memiliki pasar yang besar ini.

Pemberian pembiayaan gadai adalah pemberian pinjaman berdasarkan hukum gadai dengan prosedur pelayanan yang cepat, sederhana dan mudah. Gadai sebagai salah satu kategori dari perjanjian utang-piutang, untuk suatu kepercayaan dari kreditur, maka debitur menggadaikan barangnya sebagai jaminan terhadap utangnya itu.

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ
يَهُودِيٍّ إِلَى أَجْلِ فَرَهْنَهُ دِرْعَةً * (صحيح البخاري)

Artinya: “Dari Aisyah, sesungguhnya Nabi SAW membeli makanan secara tidak tunai dari seorang Yahudi dengan menggadaikan baju besinya” (HR. Bukhari).

Hampir semua benda bergerak dapat dijadikan jaminan tersebut pada dasarnya tetap milik orang yang menggadaikan, namun dikuasai oleh penerima gadai. Hal tersebut berdasarkan ketentuan Fatwa DSN-MUI/Nomor: 25DSN-MUI/2002 tentang *Rahn* bahwa “penerima barang (*murtahin*) yaitu pegadaian Syariah mempunyai hak untuk menahan *marhun* (barang jaminan) sampai semua hutang nasabah (*rahin*) dilunasi”. *Rahn* didefinisikan sebagai metode penyediaan pembiayaan jangka pendek untuk seseorang dengan menggadaikan perhiasannya atau benda yang bisa menjadi jaminan kepada bank atau pegadaian Syariah. Ini adalah salah satu fasilitas

pembiayaan mikro yang tersedia untuk kalangan yang berpenghasilan rendah dan mencegah yang mencari bantuan keuangan (Hastin, 2011 : 3).

Praktek gadai emas pada dasarnya dinilai tidak melanggar hukum atau peraturan nasional. Bank Indonesia telah mengeluarkan peraturan mengenai produk-produk yang akan ditawarkan oleh Bank Syariah kepada nasabahnya, Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) untuk lembaga keuangan syariah 2001, Edisi 1 Jakarta : Diterbitkan atas kerjasama DSN-MUI dan Bank Indonesia. yaitu melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 10/17/PBI/2008 tentang produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah. Gadai emas yang ditawarkan oleh perbankan Syariah didasarkan pada Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 25/DSN-MUI/III./2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang *Rahn* dan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* Emas, yang menyatakan bahwa *rahn* emas dibolehkan berdasarkan prinsip *rahn*. Berdasarkan Fatwa DSN MUI tentang *rahn*, prinsip dasar gadai emas Syariah adalah prinsip gadai, yang barang jaminan hutangnya dibatasi pada emas. Dengan demikian akad yang digunakan adalah akad gadai. Namun dalam perkembangan pada praktek di perbankan Syariah, akad dalam layanan gadai emas Syariah berkembang menjadi perjanjian yang tidak sah dan batal demi hukum. Hal tersebut terlihat dari adanya produk yang dikembangkan oleh Bank Syariah dikembangkan dari akad gadai menjadi awal suatu produk yang diindikasikan melanggar prinsip Syariah. Karena landasannya adalah nasabah menggadaikan barang miliknya untuk mendapatkan hutang, namun yang terjadi adalah hutang-piutang dengan memberi jaminan (Rakhmasari, 2013 :2).

Fluktuasi adalah harga emas dapat terjadi karena tidak seimbangny pasar permintaan dan penawaran. Selain itu, adanya interaksi antar pasar komoditas dan pasar uang juga dapat mendorong fluktuasi harga emas, mengikuti fluktuasi nilai tukar. Harga emas cenderung turun ketika nilai tukar naik (khususnya terhadap dolar Amerika), demikian pula sebaliknya. Dengan demikian stabilitas nilai tukar dan harga emas merupakan faktor penting yang perlu dicermati dalam pembiayaan berbasis emas, baik gadai maupun investasi, yang menentukan stabilitas keuangan perbankan Syariah. Tingginya potensi kerugian pada perbankan Syariah dalam pembiayaan

gadai dan investasi emas mendorong BI untuk mengambil kebijakan berdasarkan surat Edaran No 14/7/DPBS, pembiayaan gadai emas pada bank Syariah dibatasi paling banyak jumlah terkecil antara 20% dari seluruh pembiayaan yang diberikan atau 150% dari modal bank. Untuk Unit Usaha (UUS), dibatasi paling banyak 20% dari seluruh pembiayaan. Pembiayaan debitur dibatasi paling banyak Rp 250 juta dengan jangka waktu paling lama empat bulan dan dapat diperpanjang. Loan to value (LTV) ditetapkan kurang dari 80% harga taksiran emas. Spread minimal 20% itu dimaksudkan sebagai antisipasi jika harga emas turun sampai dengan maksimum 20% dari harga emas saat pembiayaan (Infobanknews.com, 2012:2). Adiwarmen A. Karin berpendapat risiko yang terjadi pada produk gadai emas yang ada di perbankan Syariah melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

Seorang calon nasabah memiliki emas dan membutuhkan uang tunai untuk suatu keperluan mendesak. Emas yang digadaikan, nasabah menerima uang, menitipkan atau menjaminkan ke bank Syariah, Bank Syariah mengenakan biaya menitipkan atau menjaminkan emas. Ketika jatuh tempo, nasabah menebus emasnya.

Evaluasi produk gadai emas Syariah dimulai secara tidak sengaja. Ketika nasabah yang kewajibannya seharusnya menebus emasnya pada saat jatuh tempo kesepakatan, ternyata tidak mampu untuk menebusnya. Anshori, Abdul Ghofur, 2006, gadai Syariah di Indonesia : konsep, Implementasi dan Institusionalisasi, cetakan pertama, Yogyakarta : Renaisan Berbeda cara dengan kelaziman, bank Syariah akan melakukan gadai ulang. Emas tersebut secara prinsip di tebus nasabah, segera selanjutnya emas tersebut digadaikan kembali ke bank. Nasabah membayar sesuai kesepakatan selisih antara uang tebusan yang harus dibayarnya dengan nilai gadai ulang yang seharusnya diterimanya. Tentu bila proses gadai ulang berlanjut kedua, ketiga, keempat, dan seterusnya, risikonya akan bertambah besar. Evaluasi produk gadai emas Syariah diawali dengan keinginan nasabah memiliki lebih banyak emas. Ketika nasabah menerima uang hasil menggadaikan emasnya, ia membeli emas berikutnya yang selanjutnya digadaikan juga ke bank. Biasanya dengan menambah sejumlah uang, Putri Nabila Basyaasyah, (2021) Penerapan Gadai Emas Syariah. Undergraduate thesis, Universitas Internasional Semen Indonesia.

Nasabah membeli emas dengan kuantitas yang lebih kecil. Dari segi keamanan bank, untuk meminimalkan kerugian ketika terjadi gagal bayar, memang bank aman karena memegang jaminan emas yang likuid. Hal ini sebenarnya sama dengan kredit yang di jamin dengan deposito yang juga likuid. Namun, berbeda cerita dengan jaminan ini tidak mencegah terjadinya risiko gagal pada pembayaran, tidak juga mengubah sifat risiko

Bank meningkatkan asetnya dengan mempergunakan dana pihak ketiga. Selama adanya tingkat pendapatan ekuitas bank masih bergantung pada jumlah akumulasi aset, maka bank mempunyai kecenderungan untuk menggabungkan sekecil mungkin ekuitasnya dengan sebanyak mungkin dana dari pihak ketiga. Dengan demikian, aset bank akan melebihi ekuitasnya beberapa kali lipat. Jika aset akan jauh lebih besar dari ekuitas, maka kerugian yang kecil saja dari aset dapat mengganggu ekuitas bank, dan akan menyebabkan kerugian dan kebangkrutan bagi bank dan deposan (Ikhwan . 2008).

Tujuan setiap perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang maksimal dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat terealisasi apabila promosi berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Inovasi dalam pemasaran dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan secara langsung melalui peningkatan penjualan, melalui iklan yang lebih menarik, semboyan atau saluran pemasaran serta sarana promosi yang lainnya. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Walaupun promosi bukan satu-satunya cara untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah, tetapi cukup punya andil dalam mempengaruhi

Pencapaian target yang diinginkan. Untuk promosi harus dilaksanakan dengan cara serta media yang tepat dan sesuai sehingga promosi menjadi efektif dan diharapkan dapat mencapai sasaran dalam upaya meningkatkan upaya minat nasabah dalam pemilihan produk gadai emas. Minat diperlukan dalam mempengaruhi keputusan nasabah. Menurut Slameto, Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa

ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, ada yang menyuruh. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku sikap dan selera. Selain itu bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan Syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa layanan Perbankan adalah konsumsi, pendapatan, produk, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat dalam promosi.

Selama peneliti BSI KCP Rogojampi peneliti tertarik dengan produk Gadai Emas karena emas setiap tahunnya harganya pasti naik dan data nasabah yang menggadaikan emasnya di Bank Syariah otomatis mengalami perubahan atau naik turun dan juga penasaran mengapa setiap tahunnya emas mengalami perubahan BSI KCP Rogojampi yang memiliki produk Gadai Emas yang dimana produk ini memiliki nilai taksiran tinggi dan biaya titipan rendah dengan proses cepat, aman dan terjamin, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dengan adanya nilai taksiran yang tinggi dan biaya titipan yang rendah terhadap minat nasabah gadai emas. Minat nasabah dalam produk Gadai Emas itulah yang menyebabkan peneliti ingin Meneliti tentang permasalahan yaitu seberapa besar pengaruh promosi gadai terhadap minat nasabah pada BSI KCP Rogojampi. Adapun dari penelitian terdahulu mengenai promosi terhadap minat nasabah yang diteliti oleh Egil Hadi Prayitno (2013), memiliki hasil penelitian bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah. Penelitian yang diteliti oleh Nita Ainul Khasanah (2014) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dan penelitian yang diteliti oleh Hidayat dkk. (2020), menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah. Sedangkan dalam penelitian Alfriyeni., dan Doni Marlius. (2019). menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Begitu juga dengan penelitian Anita Sari Ningrum menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) untuk lembaga keuangan syariah, 2001, Edisi 1 jakarta : Diterbitkan atas kerjasama DSN-MUI dan Bank Indonesia. Berdasarkan latar belakang dan hasil

penelitian yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi Gadai Emas terhadap Minat Nasabah pada BSI KCP Banyuwangi Rogojampi 1”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari uraian singkat latar belakang permasalahan diatas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh promosi gadai emas terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia BSI KCP Banyuwangi Rogojampi.
2. Faktor apa saja yang menjadi kendala promosi gadai emas terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia BSI KCP Banyuwangi Rogojampi.

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi gadai emas terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia BSI KCP Banyuwangi Rogojampi.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi kendala promosi gadai emas terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia BSI KCP Banyuwangi Rogojampi.

1.4 Definisi Operasional

1. Promosi
Upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk dan jasa dengan tujuan menarik konsumen untuk membeli.
2. Gadai Emas
Kredit dengan sistem gadai untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif dengan jaminan berupa emas.
3. Minat Nasabah
Pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif

1.5 Manfaat penelitian

Berikut manfaat dari penelitian yang dilakukan yakni diantaranya:

1. Penulis

Menambah ilmu pengetahuan tentang promosi gadai emas terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi. Sehingga dengan adanya penelitian ini maka dapat menjadi pengalaman serta Bagi tambahan ilmu bagi peneliti.

2. . Bagi Bank Syariah Indonesi KCP Banyuwangi Rogojampi

Adanya penelitian ini semoga menjadi bahan referensi serta sebagai motivasi bagi BSI KCP Banyuwangi Rogojampi agar terus berkembang dan tumbuh dengan pesat.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Banyaknya penjelasan terkait latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti memberikan beberapa batasan masalah, dengan tujuan agar memfokuskan dengan topik dan tidak menjadig terlalu meluas. Sehingga penelitian ini dilakukan di BSI KCP Banyuwangi Rogojampi, dan staf yang terlibat yakni *Marketing* Gadai Emas.