

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha dalam berbagai jenis industri seakan-akan tak pernah pupus karena pergeseran zaman. Demikian juga dengan perkembangan industri perbankan yang tidak jauh berbeda tingkat perkembangannya dengan industri-industri lainnya. Dengan menyesuaikan zaman dan adanya kebutuhan serta masukan dari masyarakat luas, perbankan yang ada saat ini banyak mengalami perkembangan. Perkembangan ini diwujudkan dalam bentuk yang bervariasi baik dari segi inovasi produk, prinsip, sistem operasionalnya serta pergeseran paradigme sampai pada pengkonversian diri.

Dari pergeseran dan perkembangan yang ada tersebut, dalam kurun waktu terakhir, muncul lembaga-lembaga keuangan berbasis syariah yang mana sebagai salah satu tonggak penting dalam pengembangan ekonomi syariah di Indonesia, di mana perkembangannya mengalami peningkatan yang cukup menggembirakan. Perkembangan sistem keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional melalui Undang-Undang Nomor. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang telah dirubah dalam Undang-Undang Nomor. 10 Tahun 1998, Undang-Undang Nomor. 23 Tahun 1999, Undang-Undang Nomor. 9 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia, dan Undang-Undang Nomor. 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah. Tentu

dukungan regulasi dari pemerintah ini memberikan peluang bagi beroperasinya bank dengan sistem syariah.

Perbankan Syariah merupakan suatu badan usaha yang fungsinya sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat, yang sistem dan mekanisme kegiatan usahanya berdasarkan hukum Islam sebagaimana yang diatur dalam al-Qur'an dan al-Hadist.¹ Oleh karena itu PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah. Dalam penghimpunan dana ada produk berupa tabungan BRI Syariah iB, Tabungan Haji BRI Syariah iB, Giro dan Deposito BRI Syariah iB, Gadai BRI Syariah iB, KKB BRI Syariah iB, dan KPR BRI Syariah iB. Dari sekian banyak produk yang disediakan oleh PT. Bank BRI Syariah tujuannya adalah untuk menghimpun dana dari nasabah surplus dan menyalurkan kepada nasabah yang defisit.

Salah satu produk pembiayaan yang banyak diminati oleh nasabah adalah produk pembiayaan gadai emas. Produk ini banyak diminati oleh nasabah baik dari kalangan muslim maupun non muslim karena merupakan satu-satunya produk gadai yang ada di PT. Bank BRI Syariah dengan jaminan

¹ Rachmadi Usman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Islam di Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2002), 93.

hanya berupa emas baik perhiasan maupun batangan. Selain itu prosesnya cepat untuk mendapatkan pembiayaan produk ini.

Namun di sisi lain, tidak sedikit masyarakat yang masih menganggap bahwa sistem ekonomi syariah hanya hadir untuk masyarakat muslim. Tidak bisa dipungkiri, paradigma fanatisme agama masih kental terlihat dalam masyarakat kita. Sehingga persepsi pasar syariah sendiri hanya dipahami sebagai pasar untuk kaum muslim saja. Pasar yang "tertutup" untuk kalangan non muslim. Nasabah lembaga keuangan syariah berasal dari berbagai kalangan, termasuk kalangan non muslim.² Jadi persepsi bahwa pasar syariah adalah "pasarnya" kaum muslim saja itu tidak tepat.

Masyarakat muslim yang menggunakan jasa perbankan Syariah menganggap bahwa bunga adalah riba. Hal ini secara tegas dinyatakan dalam al-Qur'an yaitu dalam Surat al-Baqarah ayat 278-279, yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِن كُنْتُمْ مُّوْمِنِيْنَ
 ﴿٢٧٨﴾ فَاِنْ لَّمْ تَفْعَلُوْا فَاذْنُوْا بِحَرْبٍ مِّنَ اللّٰهِ وَرَسُوْلِهِۦ ۗ وَاِنْ تَبَتُّمۡ فَلَكُمْ
 رُءُوْسُ اَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلُمُوْنَ وَلَا تَظْلَمُوْنَ ﴿٢٧٩﴾

Wahai orang-orang yang beriman! Bertaqwalah kamu kepada Allah dan tinggalkanlah sisa dari riba-riba itu, jika kamu betul-betul orang yang beriman. Maka jika kamu tidak kerjakan (tiada kamu tinggalkan sisa riba itu), maka ketahuilah, akan adanya (pernyataan) perang dari Allah dan Rasul Nya. bahwa Allah dan Rasul-Nya. Dan jika kamu bertaubat (yakni meninggalkan riba riba), Maka kamu boleh mengambil harta-harta kamu; kamu tidak boleh menganiaya dan tidak boleh kamu aniaya.³(QS. Al-Baqarah: 278-279)

² Hermawan Kartajaya, dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), 205.

³ M. Rifa'I dan Rasihin Abdulghoni, *al-Qur'an dan Terjemahnya Ayat Pojok*, (Semarang: CV. Wicaksono, 2002), 48

Pelarangan riba ternyata tidak hanya terdapat dalam Islam, melainkan jauh sebelum Islam ada. Di India Kuno, hukum yang berdasarkan Weda, kitab suci tertua agama Hindu, mengutuk riba sebagai sebuah dosa besar dan melarang operasi bunga. Dalam agama Kristen, pelarangan atau restriksi keras atas riba berlaku selama lebih dari 1400 tahun. Secara umum, semua kontrol ini menunjukkan bahwa penarikan bunga apapun dilarang.⁴

Mengutip dari bukunya M. Syafi'i Antonio yang berjudul " *Bank Syariah dari Teori Ke Praktek*" menyatakan bahwa: Orang-orang Yahudi dilarang mempraktikkan pengambilan bunga. Pelarangan ini banyak terdapat dalam kitab suci mereka, baik dalam *Old Testament* (Perjanjian Lama) maupun Undang-Undang Talmud.

- Kitab Deuteronomy (Ulangan) pasal 23 ayat 19 menyatakan :

“Janganlah engkau membungakan uang kepada saudaramu, baik uang maupun bahan makanan, atau apapun yang dapat dibungakan”.⁵

Setelah mengetahui bahwa bank syariah bukanlah bank-nya orang muslim saja, maka dari itu tidak ada salahnya jika nasabah non muslim pun melirik lembaga keuangan yang berbasis syariah dalam hal ini perbankan syariah khususnya produk pembiayaan gadai emas di PT. Bank BRI Syariah. Tentunya minat masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah bank syariah tidak begitu saja muncul. Minat nasabah non muslim untuk menjadi nasabah

⁴ Latifa M. Alguad dan Marvyn K. Lewis, *Perbankan Syariah Prinsip Praktik Prospek*, (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2003), 264.

⁵ M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: dari Teori dan Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, Cet. I, 2001), 43.

bank syariah baik dari sisi produk penghimpunan dana maupun produk pembiayaan tentunya dipengaruhi oleh beberapa hal.

Berikut gambaran jumlah nasabah gadai emas di PT. Bank BRI Syariah selama beberapa bulan terakhir:

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah non muslim di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru
September 2013-April 2014

No	Bulan	Tahun	Jumlah Nasabah Keseluruhan	Jumlah nasabah non muslim	Persentase Jumlah nasabah non muslim
1.	September	2013	111	22	19,82 %
2.	Oktober	2013	119	19	15,97 %
3.	November	2013	123	18	14,63 %
4.	Desember	2013	109	16	14,68 %
5.	Januari	2014	117	17	14,53 %
6.	Februari	2014	125	20	16,00 %
7.	Maret	2014	134	26	19,40 %
8.	April	2014	141	28	19,86 %

Sumber: PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru

Dengan demikian dalam hal ini tentu saja minat nasabah non muslim sangat penting untuk dipelajari karena nasabah non muslim di PT. Bank BRI Syariah khususnya produk pembiayaan gadai emas bekisar 15-20 % dari seluruh jumlah nasabah gadai emas setiap bulannya. Dengan memahami hal-hal yang menimbulkan minat masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah gadai emas di bank syariah maka bank syariah dalam hal ini PT. Bank BRI Syariah akan terus eksis dalam menjalankan usahanya di bidang pembiayaan khususnya pembiayaan gadai emas.

Oleh sebab itu faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dari nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah sangat penting diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan

tetap eksisnya lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Dan 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 dan promosi.⁶

Untuk menimbulkan minat yang lebih besar terhadap suatu produk, para manajer pemasaran seharusnya melengkapi iklan mereka dengan cara promosi produk.⁷ Promosi (*promotion*) adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.⁸ Oleh karena itu tugas utama manajer pemasaran dalam sebuah perusahaan adalah mempromosikan atau memberi tahu pelanggan (nasabah) tentang ketersediaan produk dalam perusahaannya.

Promosi merupakan faktor penentu bagi minat nasabah, apakah produk yang dipasarkan dapat diterima oleh masyarakat luas atau tidak. Oleh karena itu promosi memerlukan komunikasi yang efektif. Promosi akan sia-sia apabila tidak dikomunikasikan secara efektif agar tidak terjadi kegaduhan atau kesalahpahaman. Karena tujuan utama dari promosi adalah mempengaruhi perilaku konsumen dengan cara memberitahukan, membujuk dan mengingatkan.

⁶ Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), 88.

⁷ E. Jerome McCarthy, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1993), 293.

⁸ *Ibid*, 293.

Tujuan setiap perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang maksimal dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat direalisasi apabila promosi dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Untuk mencapai tujuan tersebut PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru harus melakukan usaha agar produk dan jasanya diminati oleh nasabah. Inovasi dalam pemasaran dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan secara langsung melalui peningkatan penjualan, melalui terobosan dalam media periklanan, semboyan atau saluran pemasaran serta sarana promosi yang lainnya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.⁹

Walaupun promosi bukan satu-satunya cara untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah, tetapi cukup punya andil dalam mempengaruhi pencapaian target yang diinginkan. Untuk itu promosi harus dilaksanakan dengan cara serta media yang tepat dan sesuai sehingga promosi menjadi efektif dan diharapkan dapat mencapai sasaran dalam upaya meningkatkan minat nasabah dalam pemilihan produk gadai emas.

Selain promosi, faktor harga juga mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk perbankan syariah dalam hal ini gadai emas. Dalam penelitian ini harga dimasukkan ke dalam variabel harga taksiran barang karena penelitian tentang produk gadai emas. Harga taksiran barang merupakan penetapan nilai rupiah atas emas berdasarkan formulasi perkiraan harga yang

⁹ M.Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 169.

ditetapkan. Apabila harga taksiran ini tinggi maka hal ini juga berpengaruh terhadap minat nasabah yang meningkat pula.

Nilai taksiran yang tinggi mampu mendorong keputusan nasabah menggunakan jasa gadai emas. Nasabah akan merespon positif apabila nilai yang dihasilkan dari produk dan jasa mampu memenuhi manfaat bagi kebutuhannya.¹⁰ Bank syariah harus mampu mengembangkan nilai tambah dari jasa gadai emas yang ditawarkan. Bank syariah harus memberikan perbedaan antara jasa gadai emas syariah dengan jasa gadai emas lainnya.

Selain kedua faktor-faktor di atas, prosedur pencairan pinjaman juga mempengaruhi minat nasabah non muslim dalam memilih produk pembiayaan di bank syariah, karena prosedur pencairan pinjaman merupakan bagian dari pelayanan yang diberikan oleh pihak bank syariah. Apabila pelayanan yang diberikan itu memuaskan dan prosedur pencairan pinjaman itu mudah dilakukan maka akan menarik minat nasabah untuk memilih pembiayaan di perbankan syariah.

Kondisi diatas menarik apabila dikaitkan dengan minat nasabah non muslim yang memilih menjadi nasabah di bank Syariah terutama dalam produk pembiayaan gadai emas. Hal ini tidak terlepas dari fungsi bank yaitu sebagai penyalur dana. Sebagaimana telah kita ketahui dari label yang ada yakni syariah, disini berarti bahwa sistem yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Selain itu, Perbankan syariah bukan hanya menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia tapi juga telah menjadi kecenderungan dunia

¹⁰ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 70-71.

internasional, termasuk negara-negara non-muslim, seperti Inggris dan beberapa negara Eropa, China, India, dan Singapura.¹¹

Peneliti memilih produk pembiayaan gadai emas di perbankan syariah karena gadai emas syariah merupakan pembiayaan yang memberikan solusi untuk memperoleh dana tunai dalam keperluan pemenuhan kebutuhan dana mendesak ataupun untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, aman dan sesuai syariah. Produk gadai emas di perbankan syariah merupakan fasilitas pinjaman dana untuk keperluan mendesak dan dalam jangka pendek serta sesuai syariah tanpa adanya tambahan margin dengan syarat menggadaikan barang berharga dalam hal ini hanya emas yang telah dimilikinya sebagai jaminan atas pinjamannya termasuk pemberian fasilitas penyimpanan dan pemeliharaan barang berharga kepada nasabah.¹² Intinya gadai emas di PT. Bank BRI Syariah merupakan pembiayaan yang paling tepat untuk dipilih ketika kita membutuhkan dana di saat yang cepat, yaitu hanya dengan menggadaikan emas yang kita miliki kepada pihak PT. Bank BRI Syariah.

Selain itu praktik gadai telah ada sejak zaman Rasulullah saw. dan beliau sendiri pernah melakukannya. Nabi saw, hendak menggadaikan baju besi beliau kepada orang Yahudi untuk berutang gandum kepadanya. Berikut hadist yang menjelaskan praktik gadai yang dilakukan oleh Rasulullah saw.:

¹¹ Rifa'atu Machmudah, :Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Cimb Niaga Syariah Cabang Semarang)" ("Skripsi"-- IAIN Walisongo, Semarang, 2009),10.

¹² Surat Edaran No. SE: S.022-DIR/MDM/05-2013 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Qardh Beragun Emas PT. Bank BRI Syariah (Gadai BRIS iB). Jakarta, 3 Mei 2013

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ ثَنَا حَفْصُ بْنُ غِيَاثٍ . عَنِ الْأَعْمَاشِ ، عَنْ
 إِبْرَاهِيمَ . حَدَّثَنِي الْأَسْوَدُ عَنْ عَائِشَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى
 مِنْ يَهُودِيٍّ طَعَامًا إِلَى أَجَلٍ ، وَرَهْنَهُ دِرْعَهُ

Artinya:

Mengabarkan kepada kami Abu Bakr bin Abu Syaibah; mengabarkan kepada kami Hafsh bin Ghiyats, dari Al-A'masy, dari Ibrahim; mengabarkan kepadaku Al-Aswad, dari 'A-isyah, bahwasanya Nabi saw, membeli makanan dari seorang Yahudi secara bertempo, sedangkan beliau menggadaikan baju besinya kepada Yahudi itu.¹³

Dalam penelitian kali ini, penulis memilih PT. Bank BRI Syariah sebagai obyek penelitian karena PT. Bank BRI Syariah merupakan salah satu perusahaan perbankan yang mengaplikasikan sistem syariah (*dual banking sistem*). Dalam perjalanannya, pertumbuhan nasabah di PT. Bank BRI Syariah tidak hanya terdiri nasabah muslim saja, akan tetapi dari kalangan non muslim pun banyak yang menjadi nasabah di PT. Bank BRI Syariah yaitu bekisar 15-20 % dari seluruh jumlah nasabah gadai emas di setiap bulannya.¹⁴ Hal tersebut diwujudkan dengan terus bertambahnya jumlah nasabah. PT. Bank BRI Syariah juga berhasil meraih beberapa penghargaan yang membanggakan diantaranya, Islamic Finance Award 2014 *1st Rank The Best Customer Choice - Karim Consulting Indonesia* pada tanggal 24 Februari 2014, Top Brand Award 2014 *In Recognition of Outstanding Achievement in Building the Top Brand* pada tanggal 6 Februari 2014.¹⁵

¹³ Muhammad Sayid Sabiq, *Fiqih Sunnah jilid 5*, (Jakarta: PT. Tinta Abadi Gemilang, 2013), 126.

¹⁴ Anisa Widyastuti (Penaksir Gadai), Wawancara, PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru-Sidoarjo, 17 September 2013.

¹⁵ PT. Bank BRI Syariah, "Awards 2014", dalam <http://www.brisyariah.co.id/?q=awards>, diakses pada 26 Maret 2014.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui pengaruh promosi, harga taksiran barang dan prosedur pencairan pinjaman terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah terutama dalam pemilihan produk gadai emas. Karena pada kenyataannya, sebagian besar nasabah non muslim juga tertarik untuk melakukan pembiayaan gadai emas di perbankan Syariah.

Akhirnya penulis mengambil judul **“Pengaruh promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman terhadap minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis dapat menyusun beberapa rumusan masalah diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh secara simultan faktor promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman terhadap minat nasabah non muslim dalam memilih produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru?
2. Bagaimana pengaruh secara parsial faktor promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman terhadap minat nasabah non muslim dalam memilih produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru?
3. Dari variabel promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap

minat nasabah non muslim dalam memilih produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru?

C. Tujuan Penelitian

Setelah menyusun rumusan masalah tersebut di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan faktor promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman terhadap minat nasabah non muslim dalam memilih produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman terhadap minat nasabah non muslim dalam memilih produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.
3. Untuk mengetahui dari variabel promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman yang dominan paling berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim dalam memilih produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan:

1. Akademisi

Bagi peneliti lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian lanjutan atau penelitian yang berkelanjutan.

2. Praktisi (Pihak perbankan)

Dapat dijadikan informasi bagi manajemen bank khususnya dalam menarik minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.

3. Mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan dalam ekonomi islam, yaitu teori promosi, harga taksiran barang dan prosedur pencairan pinjaman terhadap minat nasabah non-muslim dalam pemilihan produk gadai emas di bank Syariah.