

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Pustaka

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Kotler dan Amstrong (1996) mendefinisikan pengertian Manajemen pemasaran adalah analisis proses perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang di rancang dalam menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mewujudkan tujuan organisasi.¹

Kotler dan Susanto (2000:124). Mendefinisikan Strategi pemasaran adalah perusahaan harus bisa di jabarkan pada setiap program pemasaran. Hal ini dilakukan dengan cara menentukan berapa besar pengeluaran, menggunakan bauran pemasaran atau tidak, dan menentukan alokasi pemasaran.²

Strategi pemasaran menurut Evan & Berman (1990), strategi pemasara'n merangkum cara-cara dimana bauran pemasaran disyukuri untuk menarik dan memuaskan pasar sasaran dan sekaligus mewujudkan tujuan perusahaan.³

Inti konsep pemasaran adalah “*marketing mix*”.⁴ Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah salah satu konsep kunci dalam teori pemasaran modern.

¹ Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, edisi bahasa indonesia, jilid 1, jakarta INDEKS, 2004, hlm. 9

² Ekawati Rahayu Ningsih, Buku Daras, *Manajemen Pemasaran*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 146

³ Ginting, Nembah F. Hartimbul *Manajemen pemasaran*, CV Yrama widya, Bandung, 20011, hlm.10

⁴ Ekawati Rahayu Ningsih, Buku Daras, *Manajemen Pemasaran*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 213

Menurut pendapat Philip Kotler bauran pemasaran adalah kiat pemasaran yang di gunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasarnya.⁵

Ada banyak kiat pemasaran. Mc Carthy mempopulerkan pembagian kiat ini dalam empat faktor yang di sebut dengan empat P: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).⁶

b. Unsur Bauran Pemasaran

Kiat bauran pemasaran paling mendasar adalah *produk*, yaitu penawaran nyata perusahaan pada pasarnya, mereknya dan penyajiannya.

Kiat pemasaran penting lainnya adalah *harga*, yaitu jumlah yang harus di bayar pelanggan untuk produk itu. Harganya harus sesuai dengan pandangan pelanggan tentang nilainya, supaya pembeli tidak beralih ke pesaing.

Tempat, kiat bauran yang penting juga, adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produknya terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Pemasar harus bisa menentukan, mengajak dan menghubungkan berbagai perantara peamasaran supaya produk dan jasanya mampu di terima di tingkat pengecer, pedagang besar dan perusahaan distribusi, konsumen. Serta tahu cara mereka mengambil keputusan.

Promosi, kiat bauran pemasaran ke empat, adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya pada pasar sasaran. Dalam hal ini perusahaan harus mempekerjakan, melatih sekaligus memotivasi wiraniaganya. Perusahaan harus menyiapkan program komunikasi dan promosi yang terdiri dari

⁵ *Ibid*, hlm. 147

⁶ Philip kotler, *manajemen pemasaran*, edisi bahasa indonesia, jilid 1, jakarta INDEKS, 2004, hlm. 18

iklan, pemasaran langsung, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.⁷

c. Konsep Pemasaran

Pemasaran dapat di pahami lebih lanjut dengan mendefinisikan beberapa konsep intinya. Pasar sasaran dan segmentasi.⁸

Secara keseluruhan strategi ini adalah cara untuk memenangkan pangsa ingatan.

1) *Segmentasi*

Segmentasi adalah cara untuk memandang pasar dengan kreatif dan di sebut sebagai strategi pemetaan (*mapping strategy*). Sesudah pasar dipetakan, di bagi menjadi kelompok pelanggan potensial dengan ciri-ciri perilaku yang serupa.

2) *Targeting*

Setelah melakukan segmentasi, perusahaan melakukan pemilihan segmen atau segmen-segmen yang akan dimasuki. Pemilihan segmen inilah yang di sebut dengan *targeting* ini berarti upaya menempatkan sumber daya perusahaan secara berdaya guna, karena itu, *targeting* ini di sebut *fitting strategy* atau strategi ketetapan.

3) *Positioning*

Setelah pemetaan dan penempatan perusahaan harus memastikan keberadaannya di ingatan pelanggan dalam pasar sasaran. Karenaitu, strategi di sebut being strategy atau strategi keberadaan.⁹

⁷ Ekawati Rahayu Ningsih, Buku Daras, *Manajemen Pemasaran*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 148

⁸ Philip kotler, *manajemen pemasaran*, edisi bahasa indonesia, jilid 1, jakarta INDEKS, 2004, hlm. 9

⁹ Ginting, Nembah F. Hartimbul, *Manajemen pemasaran*, CV Yrama widya, Bandung, 20011, hlm.292-293

d. Taktik Pemasaran

Taktik pemasaran merupakan hal yang utama untuk memenangkan pangsa pasar. Jika strategi pemasaran pada tingkat SBU (*Strategic Business Unit*), taktik pada tingkat operasional. Taktik terdiri atas tiga unsur: diferensiasi, bauran pemasaran, dan penjualan.

1) Diferensiasi

Unsur utama ini disebut sebagai inti taktik (*core tactic*) yang berupa upaya diferensiasi isi, konteks, dan infrastruktur dari tawaran perusahaan kepada pasar sasaran.

2) Bauran pemasaran unsur kedua ini disebut sebagai taktik kreasi (*creation tactic*), yang memadukan tawaran perusahaan, logistik, dan komunikasi.

3) Penjualan

Unsur taktik ketiga disebut taktik penangkap (*capture tactic*) dengan unsur inilah, konsumen di tangkap dan menghasilkan arus tunai untuk perusahaan dan memudahkan perusahaan dengan pelanggan dalam hubungan jangka panjang yang memuaskan.¹⁰

e. Tujuan dari promosi penjualan.

- 1) Mengidentifikasi dan menarik konsumen baru.
- 2) Memperkenalkan produk baru.
- 3) Meningkatkan jumlah konsumen untuk produk yang telah di kenal secara luas.
- 4) Mendorong penggunaan yang lebih banyak diantara konsumen yang telah terjangkau.¹¹

¹⁰ Ginting, Nembah F. Hartimbul, *Manajemen pemasaran*, CV Yrama widya, Bandung, 2001, hlm. 293

¹¹ Ekawati Rahayu Ningsih, Buku Daras, *Manajemen Pemasaran*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 149

f. Tipe-Tipe Tindakan Sosial

1) Rasional Instrumental (*Zweckrationalitat*)

Tindakan rasionalitas yang paling tinggi ini meliputi pertimbangan dan pilihan yang sadar yang berhubungan dengan tujuan tindakan itu dan alat yang dipergunakan untuk mencapainya. Individu dilihat sebagai memiliki macam-macam tujuan yang mungkin diinginkannya, dan atas dasar suatu kriterium menentukan suatu pilihan di antara tujuan-tujuan yang saling bersaing ini. Individu itu lalu menilai alat yang mungkin dapat dipergunakan untuk mencapai tujuan yang dipilih tadi. Hal ini mungkin mencakup pengumpulan informasi, mencatat kemungkinan-kemungkinan serta hambatan-hambatan yang terdapat dalam lingkungan, dan mencoba untuk meramalkan konsekuensi-konsekuensi yang mungkin dari beberapa alternatif tindakan itu. Akhirnya suatu pilihan dibuat atas alat yang dipergunakan yang kiranya mencerminkan pertimbangan individu atas efisiensi dan efektifitasnya. Sesudah tindakan itu dilaksanakan, orang itu dapat menentukan secara obyektif sesuatu yang berhubungan dengan tujuan yang akan dicapai.

2) Rasionalitas yang Berorientasi Nilai (*Wertrationalitat*)

Dibandingkan dengan rasionalitas instrumental, sifat rasionalitas yang berorientasi nilai yang penting adalah bahwa alat-alat hanya merupakan obyek pertimbangan dan perhitungan yang sadar; tujuan tujuannya sudah ada dalam hubungannya dengan nilai-nilai akhir bersifat non rasional dalam hal di mana seseorang tidak dapat memperhitungkannya secara obyektif mengenai tujuan-tujuan mana yang harus dipilih. Lebih lagi, komitmen terhadap nilai-nilai ini adalah sedemikian sehingga pertimbangan pertimbangan rasional mengenai kegunaan (*utility*). Efisiensi, dan sebagainya tidak relevan. Juga orang tidak memperhitungkannya(kalau nilai-nilai itu benar-benar

bersifat absolut) dibandingkan dengan nilai-nilai alternatif. Individu mempertimbangkan alat untuk mencapai nilai-nilai seperti itu, tetapi nilai-nilai itu sendiri sudah ada.

Tindakan religius mungkin merupakan bentuk dasar dari rasionalitas yang berorientasi nilai ini. Orang yang beragama mungkin menilai pengalaman subyektif mengenai kehadiran Allah bersamanya atau perasaan damai dalam hati atau dengan manusia seluruhnya suatu nilai akhir dimana dalam perbandingannya nilai-nilai lain menjadi tidak penting. Nilainya sudah ada, individu memilih alat seperti meditasi, do'a menghadiri upacara di gereja untuk memperoleh pengalaman religius. Apakah nilai seperti itu dicapai secara efektif, tidak dapat "dibuktikan" secara obyektif dengan cara yang sama seperti kita membuktikan keberhasilan dalam mencapai tujuan dalam tindakan instrumental.

3) Tindakan tradisional

Tindakan tradisional merupakan tipe tindakan sosial yang bersifat nonrasional. Kalau seseorang individu memperlihatkan perilaku karena kebiasaan, tanpa refleksi yang sadar atau perencanaan, perilaku seperti itu digolongkan sebagai tindakan tradisional. Individu itu akan membenarkan atau menjelaskan tindakan itu, kalau diminta, dengan hanya mengatakan bahwa dia selalu bertindak dengan cara seperti itu atau perilaku seperti itu merupakan kebiasaan baginya. Apabila kelompok-kelompok atau seluruh masyarakat di dominasi oleh orientasi ini, maka kebiasaan dan institusi mereka diabsahkan atau di dukung oleh kebiasaan atau tradisi yang sudah lama mapan sebagai kerangka acuannya, yang diterima saja tanpa persoalan. Satu-saatunya pembenaran yang perlu adalah bahwa, " inilah cara yang sudah dilaksanakan oleh nenek moyang kami, dan demikian pula

nenek moyang mereka sebelumnya; ini adalah cara yang sudah begini dan akan selalu begini terus”.

4) Tindakan Afektif

Tipe tindakan ini ditandai oleh dominasi perasaan atau emosi tanpa refleksi intelektual atau perencanaan yang sadar. Seseorang yang sedang mengalami perasaan meluap-luap seperti cinta, kemarahan, ketakutan atau kegembiraan, dan secara spontan mengungkapkan perasaan itu tanpa refleksi, berarti sedang memperlihatkan tindakan efektif. Tindakan itu benar-benar tidak rasional karena kurangnya pertimbangan logis, ideologi, atau kriteria rasionalitas lainnya.¹²

2. Rahn

a. Pengertian Rahn

Secara etimologi, gadai (*rahn*) berarti الثبوت والدوام (tetap dan lama), yakni tetap atau berarti الحبس والزوم (pengekangan dan keharusan). Menurut terminologi syara' *rahn* berarti :

حبس شيءٍ لحق يمكن استنفائه منه

Artinya : “ *penahanan terhadap suatu barang dengan hak sehingga dapat di jadikan sebagai pembayaran dari barang*”.¹³

Menurut undang-undang hukum pasal 1150, gadai adalah suatu hak yang di peroleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak. Barang bergerak tersebut di serahkan kepada orang yang berpiutang oleh seseorang yang mempunyai utang. Seorang yang berutang tersebut memberikan kekuasaan kepada orang yang memberi utang untuk menggunakan barang bergerak yang telah di serahkan untuk melunasi utang apabila pihak yang beruntung tidak dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh

¹² Doyle Paul Johnson, Teori Sosiologi Klasik dan Modern, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1986, Hlm 220-222

¹³ Frachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, CV. Pustaka Setia, Bandung, 2001, hlm. 159

tempo. Tugas pokoknya adalah memberikan pinjaman kepada masyarakat atas dasar hukum gadai agar masyarakat tidak di rugikan oleh kegiatan lembaga keuangan informal yang cenderung memanfaatkan kebutuhan dana mendesak dari masyarakat.

Sedangkan menurut M. Syafi'i Antonio, pengertian *Ar-rahn* adalah menahan harta salah satu milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang di terimanya. Barang yang di tahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Gadai dalam fiqih di sebut *rahn*, yang menurut bahasa adalah nama yang dijadikan sebagai jaminan kepercayaan. Sedangkan menurut syara' artinya menyandera sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan kepercayaan. Sedangkan menurut syara' artinya menyandera sejumlah harta yang di serahkan sebagai jaminan secara hak, tetapi dapat di ambil kembali sebagai tebusan.¹⁴

Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *ar-rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai. Maka dalam perbankan, pengertian *rahn* adalah akad penyerahan barang/ harta (*marhun*) dari nasabah (*rahin*) kepada bank (*murtahin*) sebagai jaminan sebagai jaminan sebagian atau seluruh hutang. Gadai emas juga bisa di artikan sebagai perjanjian dalam meminjam uang dengan jaminan emas. Yang memenuhi persyaratan dari pihak lembaga yang bersangkutan. *Ar-rahn* merupakan akad penyerahan barang dari nasabah kepada bank sebagai jaminan sebagian atau seluruhnya atas hutang yang di miliki nasabah. Transaksi tersebut diatas merupakan kombinasi/penggabungan dari beberapa transaksi atau akad yang merupakan satu rangkaian yang tidak terpisahkan meliputi:¹⁵

¹⁴ Ahmad Supriadi, *Bank Dan Lembaga keuangan syariah*, STAIN Kudus, Kudus, 2008, hlm. 199.

¹⁵ Abdul Ghofar Anshori, *Gadai Syariah di Indonesia*, Gajah Mada University Press, yogyakarta, 2006, hlm. 130.

- 1) Pemberian pinjaman dengan menggunakan transaksi/akad *qardh*

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفَهُ لَهُ وَلَهُ أَجْرٌ

كَرِيمٌ ﴿١١﴾

Artinya: "siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik. Maka Allah akan melipat gandakan(balasan) pinjaman itu untuknya, dan dia akan memperoleh pahala yang banyak" (QS. Al Hadiid:11)¹⁶

- 2) Penitipan barang jaminan berdasarkan transaksi akad *rahn*

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فإِنَّهُ رِءَاثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ

تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya : Jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang di pegang. Akan tetapi jika sebageian kamu mempercayai sebagian yang lain, makan hendaklah yang di percayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah danTuhannya: dan janganlah kamu menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdusta hatinya: dan Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan(Q.S Al Baqarah :283)¹⁷

- 3) Penepatan sewa tempat khasanah (tempat penyimpanan barang) atas penitipan tersebut di atas melalui transaksi/akad *ijarah*.

¹⁶ Al- Qur'an Al- Hadiid Ayat 11. *Op. Cit.*, hlm.538.

¹⁷ Al-Qur'an terjemah Indonesia, (Ayat pojok) Qur'an surat Al- Baqarah ayat 28, Menara Kudus, Kudus, 2006, hlm. 48.

وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا

ءَاتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٢٣٣﴾

Artinya: "...Dan jika kamu ingin anakmu di susukan oleh orang lain, maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertaqwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan." (QS. Al-Baqarah:233)¹⁸

Rahn adalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak ke pada pihak lain (*bank*) dalam hal-hal yang boleh di wakikan. Atas jasanya, maka penerima kekuasaan dapat meminta imbalan tertentu dari pemberian amanah. Hal ini di perbolehkan dalam syari'at Islam karena bukan termasuk riba.¹⁹

Gadai menurut bahasa, gadai (*al- rahn*) berarti al- tsubut dan al habas yaitu penetapan dan penahanan. Ada pula yang menjelaskan bahwa *rahn* adalah terkurang atau terjerat.²⁰

Menurut istilah syara, yang dimaksud dengan *rahn* ialah menjadikan suatu benda berharga dalam pandangan syara sebagai jaminan atas utang ada dua kemungkinan, untuk mengembalikan utang itu atau mengambil sebagian benda itu.²¹

1) Ketentuan gadai (*rahn*)

Menurut dewan syariah nasional No 25/DSN-MUI/111/2002 tentang *rahn* harus mengikuti ketentuan berikut:

- a) *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *marhun* (barang sampai semua hutang *rahin* yang menyerahkan barang di lunasi)

¹⁸ Al- Quran Surat Al- Baqarah Ayat 233, *Op. Cit.*, hlm. 37.

¹⁹ Ascaya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Ed.1, cet.4. Rajawali Pres, Jakarta, 2013, hlm. 8.

²⁰ Hendi Suhendi, *Fiqih Mu'amalah*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm. 105.

²¹ *Ibid.*, hlm. 106.

- b) *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahin*. Pada prinsipnya, *marhun* tidak boleh di manfaatkan oleh *murtahin* kecuali seijin *rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *marhun* dan manfaatnya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.
- c) Pemelihara dan penyimpanan *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *murtahin*, sedangkan biaya pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *rahin*.
- d) Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* tidak boleh di tentukan berdasarkan jumlah pinjaman
- e) Penjualan *marhun*:
- (1) Apabila jatuh tempo, *murtahin* harus memperingatkan *rahin* untuk segera melunasi hutangnya.
 - (2) Apabila *rahin* tetap tidak dapat melunasi hutangnya, maka *marhun* dijual/dieksekusi melalui lelang sesuai syariah
 - (3) Hasil penjualan *marhun* di gunakan untuk melunasi hutang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum di bayar serta biaya penjualan
 - (4) Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *rahin*.²²
- 2) Sifat gadai (*rahn*)²³

Secara umum *rahn* dikategorikan sebagai akad yang bersifat derma sebab apa yang di berikan penggadai (*rahin*) kepada penerima gadai (*murtahin*) tidak di tukar dengan sesuatu. Yang di berikan *murtahin* kepada *rahin* adalah

²² Ahmad Supriadi, *Perbankan Syariah*, STAIN Kudus , Kudus, 2009, hlm. 156.

²³ Rachmat Syafe'i *Op. Cit.*, hlm.160.

utang, bukan penukar atas barang yang di gadaikan. Barang yang di gadaikan harus memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

Rahin juga termasuk akad yang bersifat ainiyah, yaitu di katakan sempurna sesudah menyerahkan benda yang di jadikan akad, seperti hibah, pinjam-meminjam, titipan dan qirad. Semua termasuk akad *tabarru'* (derma) yang di katakan sempurna setelah memegang (*al qabdu*), sesuai kaidah:

لا يتم التبرع الا بالقبض

Artinya: “tidak sempurna *tabarru'* kecuali setelah pemegangan.”

3) Tujuan gadai (*rahn*)

Tujuan akad *rahn* untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.²⁴

4) Manfaat gadai (*rahn*)

Pada dasarnya barang gadaian tidak boleh di ambil manfaatnya, baik oleh pemiliknya maupun oleh penerima gadai. Hal ini di sebabkan status barang tersebut hanya sebagai jaminan hutang dan sebagai amanat bagi penerimanya. Namun apabila mendapat izin dari masing-masing pihak yang bersangkutan, maka barang tersebut boleh di dimanfaatkan. Namun harus diusahakan agar di dalam perjanjian gadai itu tercantum ketentuan : jika penggadai atau penerima gadai meminta izin untuk memanfaatkan barang gadaian, maka hasilnya menjadi

²⁴ Sri indah Nikensari, *Perbankan Syariah*, PT. Pustaka Rizki Putra, Semarang, 2012, hlm.164

milik bersama. Ketentuan itu di maksudkan untuk menghindari harta benda tidak berfungsi atau mubazir.²⁵

Manfaat yang dapat di ambil oleh bank dari prinsip *ar-rah*n adalah sebagai berikut:

- a) Menjaga kemungkinan nasabah untuk lalai atau bermain-main dengan fasilitas pembiayaan yang di berikan bank.
- b) Memberikan keamanan bagi semua penabung dan pemegang deposito bahwa dananya tidak akan hilang begitu saja jika nasabah meminjam ingkar janji karena ada suatu aset atau barang (*marhun*) yang di pegang oleh bank.
- c) Jika *rahn* di terapkan dalam mekanisme pegadaian, sudah barang tentu akan sangat membantu saudara kita yang kesulitan dana, terutama didaerah-daerah.

Adapun manfaat yang langsung didapat dibank adalah biaya-biaya konkret yang harus di bayar oleh nasabah untuk pemeliharaan dan keamanan aset tersebut. Jika penahanan aset berdasarkan fidusia (penahanan barang bergerak sebagai jaminan pembayaran), nasabah juga harus membayar biaya asuransi yang besarnya sesuai dengan yang berlaku secara umum.²⁶

5) Resiko *Ar-Rahn*²⁷

Adapun resiko yang mungkin terdapat pada *rahn* apabila diterapkan sebagai produk adalah:

- a) Resiko tak terbayarkan utang nasabah (*wanprestasi*)
- b) Resiko penurunan nilai aset yang di tahan atau rusak

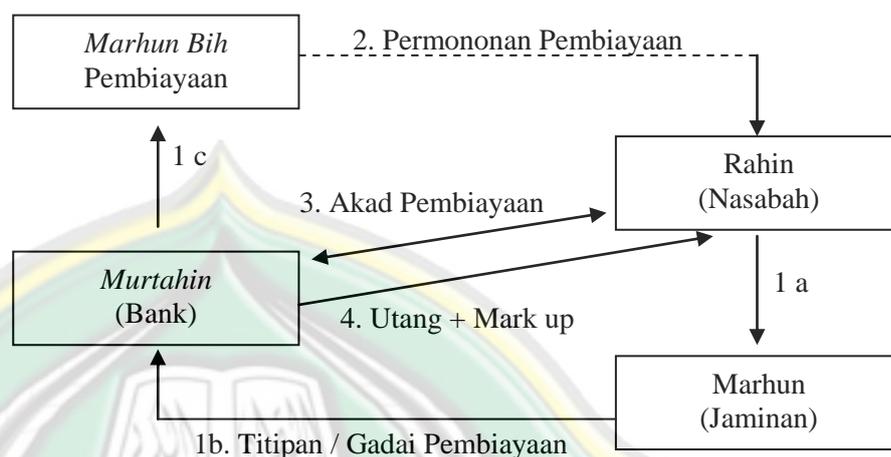
²⁵ Muhammad Sholikul Hadi, *Pegadaian Syariah*, Salemba Diniyah, 2003, hlm. 84.

²⁶ Muhammad Syafi'i Antinio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Gema Insani, Jakarta 2001, hlm.130.

²⁷*Ibid.*, hlm. 131.

Secara umum, penerapan gadai yang di kombinasikan dengan pembiayaan perbankan syariah, dapat di gambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Skema Ar-Rahn²⁸



6) Sumber hukum akad gadai Emas syariah

- a) Al Quran Surat Al-Baqarah : 282 dan 283. Inti dari dua ayat tersebut adalah : apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang di tentukan hendaklah kamu menuliskannya, yang di persaksikan dua orang saksi laki-laki atau satu orang laki-laki dan dua orang saksi perempuan.

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah[179] tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia Sbertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang

²⁸ Muhammad Safi'i Antonio, Log. Cithlm.131

itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua orang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.

b) As Sunnah

عن عائشة رضي الله عنها ان رسول الله صلى الله عليه وسلم اشترى من يهودي طعاما ورهنة درعا من حديد (رواه البخاري و مسلم)

Artinya : “Dari Siti Aisyah r.a bahwa Rasulullah SAW pernah membeli makan dengan menggadaikan baju besi.” (HR. Bukhari dan Muslim).²⁹

Berdasarkan hadist Rasulullah yang lain:

Rasulullah SAW, bersabda : tidak hilang suatu gadaian dari pemiliknya, keuntungannya dan kerugiannya juga

²⁹Rachmat Syafe'i, *Op. Cit.*, hlm.161.

buat dia (pemiliknya), (HR, Daruquthni dan al-hakim dari abi Hurairah r.a.).³⁰

c) Fatwa Dewan Syariah Nasional

Fatwa Dewan Syariah Nasional No.26/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn* Emas, yang telah ditetapkan tanggal 26 Juni 2002 oleh Ketua dan Sekretaris DSN tentang *rahn* Emas, yaitu:

- (1) *Rahn* emas di bolehkan berdasarkan prinsip *rahn* (Fatwa Dewan Syariah Nasional No 25/DSN-MUI/III/2002,tanggal 26 Juni 2002 tentang *Rahn*).
- (2) Ongkos dan biaya penyimpanan barang gadai (*marhun*) di tanggung oleh penggadai (*rahin*)
- (3) Ongkos di dasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata di perlukan.
- (4) Biaya penyimpanan barang gadai di lakukan berdasarkan akad *ijarah*.³¹

7) Rukun gadai (*rahn*).³²

a) *Ar- Rahin* (menggadaikan)

Orang yang telah dewasa, berakal, bisa dipercaya, dan memiliki barang yang akan digadaikan.

b) *Al-murtahin* (yang menerima gadai)

Orang, bank, atau lembaga yang dipercaya oleh *rahin* untuk mendapatkan model dengan jaminan barang (gadai)

c) *Al-marhun/rahn* (barang yang digadaikan)

Barang yang digunakan *rahin* untuk dijadikan jaminan dalam mendapatkan uang.

³⁰ Moh Rifa'i, *konsep Perbankan Syariah*, CV .Wicaksana, Semarang, 2002, hlm. 89.

³¹ Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah di indonesia*, Gajah Mada University Press, Jakarta, 2006, hlm.115

³² Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Ekonisia, Yogyakarta, 2004, hlm.160

d) *Al-marhun bih* (utang)

Sejumlah dana yang diberikan *murtahin* kepada *rahin* atas dasar besarnya tafsiran *marhun*.

e) *Shigat, ijab, dan Qabul*

Kesepakatan antara *rahin* dan *murtahin* dalam melakukan transaksi gadai.

8) Syarat-syarat gadai (*rahn*).³³a) *Rahin* dan *murtahin*

Pihak-pihak yang melakukan perjanjian *rahin*, yakni *rahin* dan *murtahin* harus mengikuti syarat-syarat berikut kemampuan, yaitu berakal sehat, kemampuan juga berarti kelayakan seseorang untuk melakukan transaksi pemikiran.

b) *Shigat*

Shigat tidak boleh terikat dengan syarat tertentu dan juga dengan suatu dimasa depan.

c) *Rahn* mempunyai sisi pelepasan barang dan pemberi utang seperti halnya akad jual beli. Maka tidak boleh diikat dengan syarat tertentu atau dengan suatu waktu dimasa depan.d) *Marhunbih* (utang)

- (1) Harus merupakan hak yang wajib diberikan atau diserahkan kepada pemiliknya.
- (2) Memungkinkan pemanfaatan bila suatu menjadi utang tidak bisa dimanfaatkan, maka tidak sah.
- (3) Harus dikuantifikasi atau dapat dihitung jumlahnya. Bila tidak dapat di ukur atau tidak dikualifikasi *rahn* itu tidak sah.

³³*Ibid.*, hlm.161.

e) *Marhun* (barang)

Menurut pendapat ulama syafi'iyah, barang yang digadaikan itu memiliki tiga syarat : *pertama* berupa utang karena barang nyata itu tidak digadaikan. *Kedua*, menjadi tetap karena sebelumnya tetap tidak dapat digadaikan, seperti jika seorang menerima gadai dengan imbalan sesuatu yang dipinjamnya. tetapi Imam Malik membolehkan hal ini. *Ketiga*, mengikatnya gadai tidak sedang dalam proses penantian terjadi dan tidak menjadi wajib, seperti gadai dalam kitabah.

9) Bentuk barang dalam gadai (*rahn*) Emas

Gadai emas dalam syariah itu dapat berbentuk emas perhiasan dan emas batangan. perhiasan emas tidak harus dilengkapi dengan kuitansi pembelian. gadai logam mulia tidak harus menggunakan sertifikat. Bisa berupa hasil leburan emas (emas ideal), sedangkan untuk emas antam lazimnya bersertifikat dari PT.Antam.

10) Jenis akad gadai Emas

a) Akad *rahn*

Rahn yang dimaksud adalah menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.

b) Akad *ijarah*

Ijarah yaitu akad akad pemindahan hak guna atas barang dan atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri.³⁴

³⁴ Abdul Ghofur Ansori, *Op. Cit.*, hlm. 122.

11) Berakhirnya akad Gadai (*rahn*) Emas syariah

Rahn dipandang habis dengan beberapa keadaan seperti membebaskan utang, hibah, membayar hutang, dan lain-lain yang akan dijelaskan dibawah ini :

a) *Marhun* diserahkan kepada pemiliknya

Jumhur ulama selain syafi`iyah memandang habis *rahn* jika *murtahin* menyerahkan *marhun* kepada pemiliknya (*rahin*) sebab *marhun* merupakan jaminan utang. Jika *marhun* diserahkan, tidak ada lagi jaminan. Selain itu, dipandang habis pula *rahn* jika *murtahin* meminjamkan *marhun* kepada *rahn* atau kepada orang lain atas seizin *rahin*.

b) Dipaksa menjual *marhun*

Rahn habis jika hakim memaksa *rahin* untuk menjual *marhun*, atau hakim menjualnya jika *rahn* menolaknya.

c) *Rahin* melunasi semua hutang

Jika *rahin* tidak menginginkan barang yang digadaikan barang hilang, maka *rahin* harus melunasi hutangnya.

d) Pembebasan utang

Pembebasan utang, dalam bentuk apa saja, menandakan habisnya *rahin* meskipun utang tersebut dipindahkan kepada orang lain.

e) Pembatal *rahn* dari pihak *murtahin*

Rahn dipandang habis jika *murtahin* membatalkan *rahn* meskipun tanpa seizin *rahin*. sebaliknya, dipandang tidak batal jika *rahin* membatalkannya. Menurut ulama hanafiyah, *murathin* diharuskan untuk mengatakan pembatalan *marhun* kepada *rahin*. Hal ini karena *rahin* tidak terjadi, kecuali dengan memegang.

Begitu pula cara membatalkannya adalah dengan tidak memegang. Ulama hanafiyah berpendapat bahwa *rahn* dipandang batal jika *murtahin* membiarkan *marhun* pada *rahin* sampai dijual.

f) *Rahin* meninggal

Menurut ulama malikiyah, *rahin* habis jika meninggal sebelum menyerahkan *marhun* kepada *murtahin*. Juga dipandang batal jika *murtahin* meninggal sebelum mengembalikan *marhun* kepada *rahin*.

g) *Marhun* rusak

Apabila barang yang digadaikan mengalami kerusakan, maka kerugian akan ditanggung oleh *rahin*. oleh sebab itu, *rahin* yang tidak mau mengalami kerugian harus menggadaikan barang yang masih dalam keadaan baik.

h) *Tasharruf* dan *marhun*

Rahn dipandang habis apabila *marhun* di-*tasharruf*-kan seperti dijadikan hadiah, hibah, sedekah, dan lain-lain atas seizin pemiliknya.³⁵

12) Aplikasi Dalam Perbankan

Rahn bertujuan membantu nasabah dalam pembiayaan kegiatan multiguna. Kontrak *rahn* dipakai dalam perbankan dalam dua hal berikut :

- a) Sebagai prinsip artinya sebagai akad tambahan dalam produk lain seperti *mudhorobah*. Bank harus menahan barang nasabah sebagai konsekuensi dari akad ini.
- b) Sebagai produk pinjaman, artinya bank tidak memperoleh apa kecuali imbalan atas penyimpanan, pemeliharaan, asuransi dan administrasi barang yang

³⁵ Rahmat Syafe'i, *Op. Cit.*, hlm. 179.

digadaikan. Oleh karena itu produk ini diterapkan untuk keperluan sosial, seperti pendidikan dan kesehatan.

Barang yang digadaikan wajib memenuhi kriteria :

- a) Milik nasabah sendiri.
- b) Jelas ukuran, sifat, jumlah dan nilainya ditentukan berdasarkan nilai riil pasar.
- c) Dapat dikuasai namun tidak boleh dimanfaatkan oleh bank.³⁶

13) Perbedaan gadai syariah dan konvensional.³⁷

Tabel 2.1 Perbedaan gadai syariah dan konvensional

No	Pegadaian syariah	Pegadaian konvensional
1	Biaya administrasi berdasarkan barang.	Biaya administrasi berupa persentase yang didasarkan pada golongan barang.
2	1 hari dihitung 5 hari	1 hari dihitung 15 hari
3	Jasa simpanan berdasarkan simpanan	Sewa modal berdasarkan sewa pinjaman
4	Apabila pinjaman tidak dilunasi, barang jaminan akan dijual kepada masyarakat.	Apabila pinjaman tidak dilunasi, barang jaminan dilelang kepada masyarakat.
5	Uang pinjaman 90% dari taksiran.	Uang pinjaman golongan A 92% sedangkan untuk golongan B C D 88-86%
6	Penggolongan nasabah D-K-M-I-L	Penggolongan nasabah P-N-I-D-L
7	Jasa simpanan dihitung dengan konstanta x taksiran.	Sewa modal dihitung dengan persentase x uang pinjaman.
8	maksimal jangka waktu 3 bulan	bulan maksimal jangka waktu 4 bulan
9	kelebihan uang hasil dari penjualan barang tidak	Kelebihan uang hasil lelang tidak diambil oleh nasabah,

³⁶ Moh. Rifai, *Op. Cit.*, hlm. 90

³⁷ M Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, CV. Pustaka Setia, Bandung, 2012, hlm. 296.

	diambil dr nsabah tetapi diserahkan kepada lembaga ZIS	tetapi menjadi milik pegadaia.
--	--	--------------------------------

3. Minat Nasabah

Minat dapat di artikan sebagai kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan di sertai perasaan senang. Di dalam minat ada pemutusan perhatian subjek, ada usaha (untuk: mendekati / mengetahui / memiliki/menguasai/berhubungan) dari subyek yang di lakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek.

Crow and Crow (1973) berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam diri individu, misal dorongan untuk makan, ingin tahu seks.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktifitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

Karena kepribadian manusia itu bersifat kompleks, maka sering ketiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat tersebut tidak terdiri sendiri, melainkan merupakan suatu perpaduan dari tiga faktor tersebut, akhirnya menjadi agak sulit bagi kita untuk menentukan faktor manakah yang menjadi awal penyebab timbulnya suatu minat.³⁸

Minat dalam pandangan Islam Sebagaimana dengan bakat minat juga merupakan sesuatu yang harus diteruskan pada hal-hal konkret. karena sebenarnya minat masih merupakan hal yang abstrak. Upaya kita dalam membedakan minat inilah yang di tuntutan dalam Islam. Jika kita memiliki minat yang besar terhadap sesuatu namun tidak melakukan

³⁸ Abdul Rahman Shaleh, Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Pranada Media, Jakarta, 2004 hlm. 262-265.

upaya untuk meraih, mendapatkan atau memilikinya maka minat itu tidak ada gunanya.

Sesuatu hal yang naif jika seseorang memiliki minat pada sesuatu namun tidak meresponnya dengan tindakan nyata. Karena pada dasarnya jika kita menaruh minat pada sesuatu, maka berarti kita menyambut baik dari sikap positif dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan tersebut.

Hal yang menarik minat kita dalam kehidupan ini.

Artinya : *“Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah, Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.”*

Jadi, betapa pun bakat dan minat merupakan karunia terbesar yang di anugraahkan Allah SWT, kepada kita. Namun, bukan berarti kita hanya berpangku tangan dan minat serta bakat tersebut berkembang dengan sendirinya. tetapi, upaya kita adalah mengembangkan sayap anugrah Allah itu kepada kemampuan maksimal kita sehingga karuniaNya dapat berguna dengan baik pada diri kita dan kepada orang lain serta lingkungan di mana kita berada.³⁹ Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan perhatian dan bertindak terhadap orang , aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa didalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek.⁴⁰

Sedangkan menurut Andi Mappiare minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan ,

³⁹ Abdul Rahman Saleh, Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Persepektif Islam*, Prenada Media, Jakarta, 2004, hlm. 272-273.

⁴⁰ Abdurahman shaleh. Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Prenada Media , Jakarta, 2004, hlm. 263

pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.⁴¹

Minat menabung merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap menggunakan produk tabungan. Menurut Kinner dan Taylor sebagaimana dikemukakan Effendi dan Kunto minat menabung adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan menabung benar-benar dilaksanakan.⁴²

Menurut Ferdinan sebagai dikemukakan Effendy dan Kunto minat menabung dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :⁴³

- a. Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk menabung.
- b. Minat referensial yaitu kecenderungan seseorang untuk menunjukan produk pada orang lain.
- c. Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki pilihan utama pada produk tersebut. Pilihan ini dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk pilihannya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.⁴⁴

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, ini sangat tergantung pada sudut pandang dan cara penggolongan misalnya berdasarkan timbulnya minat, berdasarkan arahnya minat, dan berdasarkan cara mendapatkan atau mengungkapkan minat itu sendiri.⁴⁵

⁴¹ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, Usaha Nasional, Surabaya, hlm. 62

⁴² Alfin Yeremia Effendy dan Yohanes Sondang Kunto, *Op. Cit.*, hlm. 3

⁴³ *Ibid.*, hlm. 3

⁴⁴ *Ibid.*, hlm.3

⁴⁵ Abdul Rahman shaleh, Muhib Abdul Wahab, *Op. Cit.*, Hlm. 265

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dan dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural, minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat sosial, adalah minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang.
- c. Minat super dan kritis sebagaimana dikemukakan Shaleh dan Wahab berdasarkan cara pengungkapan minat dibedakan menjadi empat yaitu : *expressed interest, manifest interest, tasted interest, inventoried interest*.⁴⁶
 - 1) *Expressed interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara minta kepada subjek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi dan paling tidak senangi.
 - 2) *Manifest interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subjek atau dengan mengetahui hobinya.
 - 3) *Tasted interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.
 - 4) *Inventoried interest* adalah minat yang diungkapkan dengan alat-alat yang sudah distandarisasikan, dimana biasanya berisi

⁴⁶*Ibid.*, hlm. 266-267.

pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada subjek apakah ia senang atau tidak senang terhadap jumlah aktivitas atau sesuatu objek yang ditanyakan.⁴⁷

4. BPR Syariah

a. Pengertian BPRS

Kehadiran perbankan berfungsi melayani masyarakat di daerah pedesaan atau pinggiran, atau biasa dikenal dengan *rural banking*. Di Indonesia, *rural banking* diakomodasi dalam bentuk lembaga Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Lembaga keuangan ini dibutuhkan oleh masyarakat di daerah pedesaan atau pinggiran yang belum terjangkau oleh bank umum, baik dari segi penyimpanan maupun segi pembiayaan.⁴⁸

Sebutan BPR berubah menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) berdasarkan UU Nomor 21 Tahun 2008. Sedangkan menurut undang-undang No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pasal (1) BPR atau Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Dalam hal ini secara teknis BPR Syariah bisa diartikan sebagai lembaga keuangan sebagaimana BPR konvensional, yang operasinya menggunakan prinsip syariah.⁴⁹

b. Tujuan BPR Syariah

BPR Syariah didirikan dengan tujuan untuk :

- 1) Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam terutama golongan ekonomi lemah yang berada di pedesaan.

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 267-268.

⁴⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, CV. Pustaka Setia, Bandung, 2012, hlm.197.

⁴⁹ Ahmad Supriyadi, *Bank Syariah Studi Praktik Perbankan Syariah Dengan Pendekatan Hukum*, Idea Pres, Yogyakarta, 2011, hlm. 43.

- 2) Menambah lapangan pekerjaan terutama di tingkat kecamatan sehingga dapat mengurangi urbanisasi.
- 3) Membina semangat ukhuwwah Islamiyah melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan perkapita menuju kualitas hidup yang memadahi.⁵⁰
- 4) Mempercepat perputaran aktivitas perekonomian karena sektor riil akan bergairah.⁵¹

Untuk mencapai tujuan operasionalisasi BPR Syariah tersebut diperlukan strategi operasional sebagai berikut:

- 1) BPR Syariah tidak bersifat menunggu terhadap datangnya permintaan fasilitas, melainkan bersifat aktif dengan melakukan sosialisasi atau penelitian kepada usaha-usaha yang berskala kecil yang perlu dibantu tambahan modal sehingga memiliki prospek bisnis yang baik.
- 2) BPR Syariah memiliki jenis usaha yang waktu perputaran uangnya jangka pendek dengan mengutamakan usaha skala menengah dan kecil.
- 3) BPR Syariah mengkaji pangsa pasar, tingkat kejenuhan serta tingkat kompetitifnya produk yang akan diberi pembiayaan.⁵²

c. Kendala Pengembangan BPR Syariah

Dalam praktik operasionalnya, BPR Syariah mengalami berbagai kendala, sebagai berikut:

- 1) Kiprah BPR Syariah kurang dikenal masyarakat sebagai BPR yang berprinsip syariah, bahkan masih ada sekelompok masyarakat yang menganggap BPR Syariah sama dengan BPR konvensional.
- 2) Upaya untuk meningkatkan profesionalitas sering terhalang rendahnya sumber daya manusia yang dimiliki oleh BPR Syariah, sehingga proses BPR Syariah dalam melakukan

⁵⁰*Ibid.*, hlm. 47.

⁵¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, hlm.199.

⁵² Ahmad Supriyadi, *Op. Cit.*, hlm. 47.

aktifitasnya cenderung lambat dan respon terhadap permasalahan ekonomi rendah.

- 3) Kurang adanya koordinasi di antara BPR Syariah, demikian juga dengan Bank Syariah dan BMT. Sebagai lembaga keuangan yang mempunyai tujuan syiar Islam tentunya langkah koordinasi dalam rangka mendapatkan strategi yang terpadu dapat dilakukan untuk mengangkat ekonomi masyarakat.
- 4) Sebagai lembaga keuangan yang memiliki konsep Islam tentunya juga bertanggung jawab terhadap nilai-nilai keIslaman masyarakat yang ada disekitar BPR Syariah. Aktivitas BPR Syariah dibidang keuangan sering tidak mengalokasikan waktu untuk melakukan aktivitas yang berhubungan dengan syiar Islam.⁵³

d. Strategi Pengembangan BPR Syariah

Adapun strategi pengembangan BPR Syariah yang perlu diperhatikan adalah langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Langkah-langkah untuk menyosialisasikan keberadaan BPR Syariah bukan hanya produknya, tetapi system yang digunakan perlu diperhatikan. Upaya ini dapat dilakukan melalui BPR Syariah dan menggunakan strategi pemasaran yang halal. Hal lain yang dapat ditempuh adalah perlunya kerja sama BPR Syariah dengan lembaga pendidikan atau non pendidikan yang mempunyai relevansi dengan visi dan misi BPR Syariah untuk menyosialisasikan keberadaan BPR Syariah.
- 2) Usaha-usaha untuk meningkatkan kualitas SDM dapat dilakukan melalui pelatihan-pelatihan mengenai lembaga keuangan syariah dan lingkungan yang memengaruhinya. Untuk itu, diperlukan kerja sama BPR Syariah dengan lembaga pendidikan untuk membuat pusat pendidikan lembaga keuangan syariah atau kursus singkat lembaga keuangan syariah.

⁵³ M. Nur Rianto Al Arif, *Lop. Cit.*, hlm. 205-206.

- 3) Melalui pemetaan potensi dan optimasi ekonomi daerah akan diketahui beberapa besar kemampuan BPR Syariah dan lembaga keuangan syariah yang lain dalam mengelola sumber-sumber ekonomi yang ada. Dengan cara itu, dapat dilihat kesinambungan kerja diantara BPR Syariah, demikian juga kesinambungan kerja BPR Syariah dengan bank syariah dan BMT. Hal ini akan meningkatkan koordinasi diantara lembaga keuangan syariah.
- 4) BPR Syariah bertanggung jawab terhadap masalah keIslaman masyarakat tempat BPR Syariah tersebut berada. Oleh karena itu, perlu dilakukan kegiatan rutin keagamaan dengan tujuan meningkatkan kesadaran akan peran Islam dalam bidang ekonomi. Demikian juga, pola ini dapat membantu BPR Syariah dalam mengetahui gejala-gejala ekonomi-sosial yang ada di masyarakat. Hal ini akan menjadikan kebijakan BPR Syariah di bidang keuangan lebih sesuai dengan kondisi masyarakat.⁵⁴

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
					Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
1.	Strategi pemasaran produk Gadai Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Nasabah PT. BPR Syariah	Sumar Dony Yanuar	Bertambahnya jumlah nasabah di PT BPRS Babel cabang pangkal pinang menandakan bahwa minat nasabah pada bank tersebut memiliki pengaruh	Membahas tentang meningkatnya jumlah nasabah dapat terjadi karena strategi pemasaran yang baik dari bank itu	PT BPR Syariah Bangka Belitung cabang pangkal pinang adalah salah satu lembaga perbankan syariah pada produk emas. Emas yang di jaminkan pada PT BPR Syariah	Menganalisis strategi pemasaran yang di terapkan di perusahaan dalam meningkatkan nasabah maka perusahaan harus mengetahui sejauh mana strategi

⁵⁴ M.Nur Riyanto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, Cv Pustaka Setia, Bandung, 2012, hlm. 206-207.

	Bangka Belitung Cabang Pangkalpinang, vol. 4, No. 2, agustus 20015.		terhadap strategi pemasaran di Bank tersebut.	sendiri.	adalah emas dengan karatase minimal 22 karat. Produk gadai emas Syariah di BPR Syariah ini masih tergolong baru yaitu baru sekitar 2 tahun, yang di mulai pada tanggal 9 januari 2012.	pemasaran yang dilakukan oleh BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati dan mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial antara strategi pemasaran (strategi <i>produk</i> , strategi <i>price</i> , strategi <i>promotion</i> dan strategi <i>pace</i>)
2.	Efektifivitas Penerapan Strategi Pemasaran Dengan Sistem Arisan Produk “Mulia” Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT Pegadaian Syariah Cabang Pajajaran (Jurnal Vol. 2 No. 1 Tahun 2016)	Lala Badrina Alfilaila, Asep Ramdhan Hidayat, Aan Julia.	Seperti diketahui bahwa emas saat ini semakin hari semakin melambung. Emas sering diidentifikasi sebagai barang berharga yang bernilai estetis yang tinggi, nomor satu, dan elegan sehingga orang menyebutnya sebagai logam mulia karena dalam keadaan murni atau dalam udara biasa, emas tidak dapat teroksidasi atau dengan kata lain karat.	Membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah Nasabah dan sistem arisan dapat meningkatkan jumlah nasabah.	Strategi pegadaian yang terbaru untuk mulia adalah dengan sistem arisan yang berawal dari inovasi pegadaian, seperti yang kita ketahui arisab masih sangat dinikmati oleh masyarakat indonesia khususnya, pegadaian menyadari peluang tersebut dapat meningkatkan penjualan. Arisan adalah kegiatan mengumpulkan uang atau barang yang bernilai sama oleh beberapa orang kemudian di undi di antara mereka untuk menentukan siapa yang memperolehnya, undian	Menganalisis strategi yang diterapkan di perusahaan dalam meningkatkan daya persaingan yang ketat menggunakan alat bantu analisis daya tarik , perusahaan yang menggunakan konsep pemasaran dalam falsafah bisnisnya berasumsi bahwa perkembangan perusahaannya sangat tergantung seberapa jauh mereka dapat memuaskan konsumennya. akan memungkinkan perusahaan untuk dapat memilih metode dan media komunikasi yang tepat dan sesuai dengan pasar sasarannya dan

					dilaksanakan di sebuah pertemuan secara berkala sampai anggota memperolehnya	mempunyai pedoman untuk menetapkan strategi pelayanan, saluran distribusi, bersaing dan pengembangan produk di masa akan datang.
3.	Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah Vol 1 No .2, juli 2009.	Faridatun Sa'adah	Pegadaian syariah semakin aktif untuk meningkatkan inovasi dalam keadaan pemasaran, baik promosi dan sosialisasi, karena kegiatan pemasaran terbukti mampu meningkatkan jumlah nasabah dari tahun ke tahun di rasakan masih belum berhasil secara maksimal.	Membahas tentang produk gadai syariah dalam upaya menarik minat calon nasabah.	Masyarakat tidak memahami pemasaran, mereka melihat pemasaran sebagai sebuah penjualan. Padahal pemasaran ini mempunyai arti yang lebih luas karena pemasaran adalah suatu proses yang teratur dan jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat diterapkan tidak sekedar pada barang dan jasa, tetapi juga pada segala sesuatu yang dapat dipasarkan seperti ide, kejadian, organisasi, tempat dan kepribadian.	Kemampuan sumber daya manusia perlu di tingkatkan lagi baik melalui pendidikan dan pelatihan dan di berikan serta penyeleksian calon karyawan baru dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan profesionalitas kerja pegadaian syariah. Evaluasi juga perlu dilakukan dengan mendengarkan masukan yang diberikan oleh para nasabah sebagai upaya untuk membangun hubungan kekerabatan silaturahmi antara pegadaian syariah dengan para nasabahnya.
4.	Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap	Rindang Lisa Sari, Silvy L.	Berdasarkan hasil uji yang telah di lakukan, di peroleh hasil bahwa promosi	Membahas konsumen dalam membeli perhiasan	Citra merek, harga, dan promosi semuanya mempunyai	Dari penelitian ini sama-sama meneliti tentang harga, promosi dan pengaruhnya

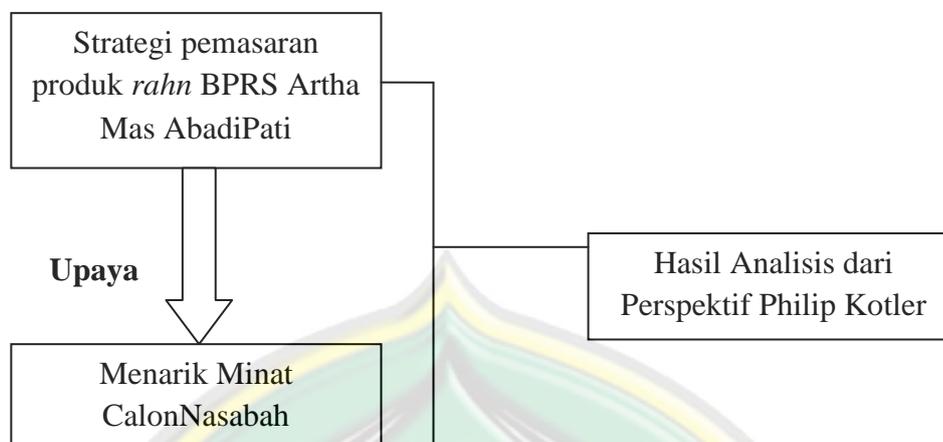
	Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Manado Utara	Mandey dan Agus Supandi Soegoto	pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dalam membeli perhiasan emas di PT. Pegadaian (persero) Cabang Manado Utara di pengaruhi oleh promosi dari PT Pegadaian (persero), dengan demikian dalam keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh promosi.	emas dapat di pengaruhi oleh promosi dengan demikian dalam keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh promosi.	pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas di PT.Pegadaian persero cabang manado utara.	terhadap keputusan pembelian perhiasan emas di BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dalam membeli perhiasan emas di PT. Pegadaian (persero) Cabang Manado Utara di pengaruhi oleh promosi dari PT Pegadaian (persero), dengan demikian dalam keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh promosi.
5.	Analisis pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap minat beli produk <i>Rahn</i> (Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Vol. 16 No. 1 Januari-April 2009)	Wibowo Kuntjoroadi, Nurul Safitri dan Bambang Sarjono	Pegadaian syariah semakin aktif untuk meningkatkan inovasi dalam pemasaran, baik promosi dan sosialisasi, karena kegiatan pemasaran terbukti mampu meningkatkan jumlah nasabah dari tahun ke tahun di rasakan masih belum berhasil secara maksimal.	Membahas tentang strategi bauran pemasaran terhadap minat beli produk <i>Rahn</i> dalam bersaing perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis.	Sistem gadaian islam menyatakan bahwa skim <i>Ar-Rahn</i> masih mengandung unsur-unsur riba dalam transaksinya. Oleh karena itu, usaha ke arah menghilangkan syubhatkebaikan yang disandarkan dengan gadaian seharusnya menjadi tanggung jawab sosial pemerintah dan golongan jutawan bagi mengelakkan	Walaupun begitu, pusat-pusat tersebut dibenarkan meminta kos pengurusan hakiki daripada penggadai. Dalam konteks skim ini, sekiranya skim <i>Ar-Rahn</i> yang sebenarnya kontrak skim ini, sekiranya skim <i>Ar-Rahn</i> yang sebenarnya kontrak <i>Ar-Rahn</i> yang sebenarnya maka di teruskan sebagai satu kontrak yang boleh

					<p>rakyat tersepit dalam sistem keuangan yang berkonsepkan riba, ia tidak perlu mengambil upah simpanan dan tidak berorientasikan keuntungan.</p>	<p>menguntungkan , perlu di wujudkan tiga pihak, dalam kontrak tetrsebut, yaitu pihak pertama adalah penggadai orang yang berhutang, pihak kedua yaitu penerima gadaian bagi pihak penerima gadaian. Menganalisis oleh karena itu usaha kearah menghilangkan subhat riba perlu dilakukan skim al-Rahn dengan cara pemberian “pinjaman kebajikan” yang di sandarkan dengan gadai seharusnya menjadi tanggung jawab sosial pemerintah dan golongan jutawan bagi mengelakkan rakyat tersepit dalam sistem keuangan yang berkonsepkan riba.</p>
--	--	--	--	--	---	---

C. Kerangka Berpikir

Dalam kerangka berfikir penelitian, ada beberapa hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini, Untuk memperjelas tentang arah dan tujuan dari penelitian secara utuh, maka perlu diuraikan suatu konsep berfikir dalam penelitian ini sehingga peneliti dapat menguraikan tentang adanya pengaruh antara lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan minat nasabah.

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



Bedasarkan pendapat kotler tersebut jelas bahwa konsep pemasaran menentukan pada kepuasan konsumen sebagai tujuan yang harus di capai. Untuk itu pemasar harus mengetahui faktor- faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk sebagai sarana untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Pemasar adalah: suatu proses sosial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan, dan mereka inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.⁵⁵

Secara sederhana dapat di jelaskan bahwa *ar-rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai. Maka dalam perbankan, pengertian *rahn* adalah akad penyerahan barang/ harta(*marhun*) dari nasabah (*rahin*) kepada bank (*murtahin*) sebagai jaminan sebagian atau seluruh hutang. Gadai emas juga bisa di artikan sebagai perjanjian dalam meminjam uang dengan jaminan emas. Yang memenuhi persyaratan dari pihak lembaga yang bersangkutan. *Ar-rahn* merupakan akad penyerahan barang dari nasabah kepada bank sebagai jaminan sebagian atau seluruhnya atas hutang yang di miliki nasabah.⁵⁶

⁵⁵ Philip kotler, *marketing managemen*, prentice Hall, New Jersey, 2000,hlm.234

⁵⁶ Abdul Ghofar Anshori, *Gadai Syariah di Indonesia*, Gajah Mada University Press, yogyakarta, 2006, hlm. 130.