

PERSEPSI NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA MEULABOH

Merry Mulyati¹; Abu Hassan Makmun²

¹STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh

²Universiti Sains Islam Malaysia

Email Kontributor: abhas_makmun@outlook.com

Abstract

This study aims to determine customer perceptions and the factors that influence customers in using gold pawn services (rahn) at Islamic Bank Indonesia Meulaboh Branch. This study uses a qualitative research method with a descriptive analysis approach. Researchers obtain data by means of questionnaires, interviews and direct observations with costumers who use gold pawn services (rahn) at Islamic Bank Indonesia Meulaboh Branch as the study location and conduct interviews with costumers, and the director of Islamic Bank Indonesia Meulaboh Branch who is considered to continue to provide the information that researchers need. The results of the study reveal that costumers' perceptions of using gold pawn services (rahn) at Islamic Bank Indonesia Meulaboh Branch are not containing elements of usury, investment retruns are divided according to a profit sharing system, prohibition of speculative behavior, halal contracts, sharia-compliant activities, zakat activities, and avoiding the production of goods and services that are contrary to Islamic values factors that influence costumers in using gold pawn services (rahn) products at Islamic Bank Indonesia Meulaboh Branch, namely service factors, promotions, economics and religious factors.

Keywords : Perception of Pawn Products

A. PENDAHULUAN

Lembaga Keuangan Perbankan merupakan lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat guna memenuhi kebutuhan dana bagi pihak yang membutuhkan. baik untuk kegiatan produktif maupun konsumtif. Lembaga perbankan di Indonesia telah terbagi menjadi dua jenis yaitu, bank yang bersifat konvensional dan bank yang bersifat syariah.

Indonesia dengan jumlah populasi muslim terbesar di dunia merupakan target pengembangan industri keuangan syariah. Dalam perkembangannya, khususnya masyarakat perbankan menyambut hangat lahirnya bank syariah kegiatan pinjam meminjam seperti itu biasanya dilakukan oleh perseorangan atau

badan hukum suatu lembaga, baik lembaga perbankan maupun non perbankan dan informal maupun nonformal. Bank syariah adalah bank yang beroperasi tidak mengandalkan pada bunga. Indonesia yang sebagian masyarakatnya masih berada di garis kemiskinan kecenderungan memilih melakukan kegiatan pinjam meminjam kepada lembaga informal seperti misalnya rentenir. Kecenderungan ini dilakukan karena mudahnya persyaratan yang harus dipenuhi, mudah di akses dan dapat dilakukan dengan waktu yang relatif singkat.

Perusahaan umum pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai, tugas pokoknya adalah memberikan pinjaman kepada masyarakat atas hukum gadai agar masyarakat tidak dirugikan oleh kegiatan lembaga keuangan informal yang cenderung memanfaatkan kebutuhan dana mendesak dari masyarakat.

Bank Syariah Indonesia adalah salah satu bank syariah yang terbesar di Indonesia. Bank Syariah Indonesia menawarkan berbagai macam produk yang dibutuhkan oleh nasabah. (Kasmir, 2011, 118)

Produk bank selain sebagai tempat penyimpanan juga sebagai pembiayaan. Pembiayaan merupakan fasilitas penyaluran atau penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang defisit unit (kekurangan dana). Salah satu layanan produk pembiayaan yang ditawarkan adalah layanan produk gadai (*rahn*) emas syariah. Gadai Syariah (Ar-Rahn) merupakan barang bernilai ekonomis yang diberikan kepada pemberi dana untuk disimpan sebagai jaminan dari pembiayaan yang diterima oleh nasabah. (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001:128)

Barang yang diperbolehkan untuk di gadai adalah barang yang tidak mengalami fluktuatif, seperti emas baik berupa perhiasan maupun emas batangan, karena emas adalah barang yang cenderung stabil bahkan memiliki nilai tinggi yang terus meningkat. Pembiayaan ini dapat dengan mudah dilakukan, karena dapat menggadaikan barang berharga yang kita miliki. Produk gadai (*rahn*) merupakan produk inovasi yang mendapat respon dari Majelis Ulama Indonesia dengan mengeluarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.26 DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas yang mana membolehkan gadai emas berdasarkan prinsip *rahn* sesuai dengan Fatwa DSN- MUI/III/2002 tentang *rahn*.

Persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu. persepsi atau pandangan seseorang terhadap sesuatu dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, hasil informasi tersebut dipahami selanjutnya konsumen akan menarik kesimpulan sehingga menciptakan sebuah penilaian terhadap sesuatu tersebut. penumbuhan minat konsumen guna untuk menarik konsumen untuk menggunakan jasa yang dipromosikan maka harus bisa menimbulkan persepsi yang positif terhadap prosuk yang ditawarkan. (Zainal, 2014:326)

Dalam hal ini penulis mencoba melakukan penelitian di salah satu lembaga keuangan syariah yang telah menerapkan dan menjalankan layanan produk gadai (*rahn*) emas yaitu pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh yang beralamat di Jl. Nasional, No. 112, Ujong Baroh Meulaboh, Kec. Johan Pahlawan, Kab. Aceh Barat.

Pada tahun 2012, Bank Indonesia menerbitkan ketentuan untuk mencegah

terjadinya praktik spekulasi dalam produk pembiayaan gadai emas syariah. Dalam peraturan Bank Indonesia produk gadai bank syariah dan Unit Usaha Syariah merupakan produk pelayanan jasa berdasarkan akad *qardh*. Akad *Qardh* adalah akad atau perjanjian penyaluran dana oleh Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah kepada nasabah sebagai utang -piutang dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana tersebut kepada Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah pada waktu yang ditentukan. Kinerja individu dalam setiap aktivitas merupakan kunci kesuksesan suatu organisasi, oleh karena itu organisasi memerlukan sumber daya manusia yang memiliki keahlian yang unik untuk melakukan tugas atau mengambil keputusan sesuai dengan perannya dalam organisasi yang relevan dengan keahlian, pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. (Surya Dharma, 2003:120)

Hingga saat ini jumlah nasabah gadai emas syariah terus meningkat setiap tahun di Indonesia. Hal ini tidak lepas dari sejumlah keuntungan yang ditawarkan setiap perbankan syariah yang membuka gadai emas syariah. Seperti halnya di gadai emas Bank Syariah Indonesia, nasabah tidak saja diberikan dana pembiayaan bagi kebutuhan mereka yang mendesak, tapi juga diberikan berbagai layanan yang memudahkan dan jaminan yang relatif aman.

Berdasarkan paparan yang telah diuraikan di atas, maka penulis merasa perlu melakukan penelitian yang mendalam terhadap persepsi nasabah terhadap produk gadai (*rahn*) emas. Maka dari itu penelitian ini diberi judul ***“Persepsi Nasabah Dalam Menggunakan Produk Layanan Gadai (Rahn) Emas Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh”***

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara analisis deskriptif. penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dipahami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. (Moleong, 2010:6)

Dalam menentukan Subjek penelitian atau responden dalam penelitian ini penulis melakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu tehnik tehnik penentuan subjek atau responden yang didasarkan atas tujuan dan pertimbangan tertentu dari peneliti, yang menurut peneliti memenuhi persyaratan yang bisa tercapainya tujuan peneliti. Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah yang sudah 5 kali menggunakan produk gadai (*rahn*) emas di PT Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh berjumlah 35 nasabah.

Metode pengumpulan data yaitu: 1) Kuesioner, Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner tertutup, yang sudah menyediakan pilihan jawaban untuk dipilih tinggal memberikan tanda centang (√) pada kolom atau tempat yang sesuai, dengan jumlah pernyataan sebanyak 35 pertanyaan dari 7 indikator yaitu: tidak mengandung unsur riba, hasil investasi dibagi berdasarkan sistem bagi hasil, larangan perilaku spekulatif, kehalalan kontrak, kegiatan sesuai syariah, kegiatan zakat, menghindari produksi barang dan jasa yang bertentangan dengan nilai Islam. 2) wawancara, Jenis wawancara dalam penelitian ini adalah

wawancara bebas terpimpin, yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi persepsi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai (rahn) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh dengan jumlah pertanyaan 5 pertanyaan untuk nasabah dan 5 pertanyaan untuk direktur Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh.

Angket peneliti analisis dengan menggunakan tabel frekuensi sederhana Persentase diperoleh dengan membandingkan jumlah frekuensi dan banyaknya sampel yang diakitkan dengan angka 100%, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } P = f/N \times 100 \%$$

Keterangan :

P = Persentase Jawaban

f = Frekuensi Jawaban

N = Jumlah Responden

100% = Bilangan Tetap

C. KAJIAN TEORITIS

1. Pengertian Gadai

pengertian gadai secara umum, kemudian menguraikan sejarah singkat, serta dasar hukum gadai syariah. Transaksi hukum gadai dalam fikih Islam disebut al-rahn. Al-rahn adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang. (T.Yanggo, 1995:59)

Menuru Zainuddin Ali sebagaimana yang dikutip oleh T. Tanggo bahwa Gadai Syariah (rahn) secara bahasa adalah tetap, kekal, dan jaminan. Sedangkan menurut istilah gadai syariah (rahn) adalah menyandera sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan secara hak, dan dapat diambil kembali harta tersebut sesudah ditebus.

Pengertian gadai adalah menyimpan sementara harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diberikan oleh berpiutang (yang meminjamkan). Berarti barang yang dititipkan pada si piutang dapat diambil kembali dalam jangka waktu tertentu.

2. Hasil Penelitian Terdahulu

Melen Sterendisa (2017) meneliti tentang Factor yang mempengaruhi minatnasabah terhadap produk gadai (Rahn) di PT pegadaian syariah KCP Simpang Patal Palembang dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan cara penyebaran kuesioner kepada nasabah. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi minat nasabah antara lain faktor psikologis, faktor sosial, dan factor ekonomi.

Penelitian yang dilakukan Melen Sterendisa berfokus pada Factor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai (Rahn) berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan yang berfokus pada persepsi nasabah dalam menggunakan produk gadai(rahn) emas. Selain itu metode yang penulis lakukan juga berbeda yaitu dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Selain itu objek penelitian juga berbeda, Melen Sterendisa melakukan penelitian di PT pegadaian syariah KCP Simpang Patal Palembang sedangkan penulis melakukan

penelitian di Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Persepsi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh

Persepsi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai (*rahn*) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh, berdasarkan hasil angket yang telah peneliti sebariskan maka dari itu persepsi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai (*rahn*) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh termasuk kedalam kategori “Baik” dari 35 soal yang peneliti berikan melalui angket, dimana 5 soal tentang karakteristik tidak mengandung unsur riba dengan rata-rata nasabah menjawab Ya berjumlah 87,4% dan rata-rata nasabah menjawab Tidak berjumlah 12,6%, 5 soal tentang karakteristik hasil investasi dibagi berdasarkan sistem bagi hasil dengan rata-rata nasabah menjawab Ya berjumlah 87,4% dan rata-rata nasabah menjawab Tidak berjumlah 12,6%, 5 soal tentang karakteristik larangan perilaku spekulatif dengan rata-rata nasabah menjawab Ya 85,6% dan rata-rata nasabah menjawab Tidak berjumlah 14,4%, 5 soal tentang kehalalan kontrak dengan rata-rata nasabah menjawab Ya berjumlah 89,8% dan rata-rata nasabah menjawab Tidak berjumlah 10,2%, 5 soal tentang karakteristik kegiatan sesuai syariah dengan rata-rata nasabah menjawab Ya berjumlah 88,4% dan rata-rata nasabah menjawab Tidak berjumlah 11,6%, 5 soal tentang karakteristik kegiatan zakat dengan rata-rata nasabah menjawab Ya berjumlah 83,4% dan rata-rata nasabah menjawab Tidak berjumlah 16,6%, 5 soal tentang karakteristik menghindari produksi barang dan jasa yang bertentangan dengan nilai islam dengan rata-rata nasabah menjawab ya berjumlah 89,2% dan nasabah menjawab Tidak berjumlah 10,8%.

Tabel

NO	KARAKTERISTIK	YA	TIDAK
1.	Tidak mengandung unsur riba	87,4%	12,6%
2.	Hasil investasi dibagi menurut sistem bagi hasil	87,4%	12,6%
3.	Larangan perilaku spekulatif	85,6%	14,4%
4.	Kehalalan kontrak	89,8%	10,2%
5.	Kegiatan sesuai syariah	88,4%	11,6%
6.	Kegiatan zakat	83,4%	16,6%
7.	Menghindari produksi barang dan jasa yang bertentangan dengan nilai Islam	89,2%	10,8%

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh

Perbankan Islam selain berperan sebagai partner usaha juga dapat berperan sebagai penjual Dalam akad *Mudharabah* misalnya. Dalam perbankan

khususnya perbankan syariah tidak lepas dari yang namanya produk dimana produk merupakan barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Usaha bank dalam menghimpun dana dari masyarakat dan dari jasa-jasa lalu lintas pembayaran dapat dilakukan di bank yang bersangkutan. Bank selaku penghimpun dana juga sebagai penyalur dana, berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, Bank Syariah, khususnya Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh, yang di mana peneliti akan berfokus di Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah dalam menggunakan produk gadai (*rahn*) Emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh, pengambilan data dilakukan melalui wawancara terhadap 3 orang nasabah yang sudah 5 kali menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh dan manager Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh yaitu berinisial AN, MH dan RS dan adapun manager Bank yang berinisial FR.

Dari hasil survey yang telah peneliti lakukan ada beberapa faktor yang mendorong masyarakat khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh memilih jasa gadai di sana di karenakan ada beberapa faktor diantaranya:

1. Faktor Pelayanan

Pelayanan yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai (*rahn*) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atau nasabah atas pelayanan yang nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang di harapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. (Fandy Tjiptono, 2001:15)

Adapun faktor pelayanan ini dijelaskan dalam wawancara dengan Ibu AN:

“Menurut ibu Alhamdulillah, menurut ibu pelayan yang diberikan luar biasa baik jadi informasi yang diberikan juga sangat detail, dulu waktu pertama-tama ibu menggadaikan emas di BSI, ibu belum mengerti bagaimana prosedurnya, jadi pihak bank memberikan informasi sangat detail, sehingga ibu setiap menggadaikan emas itu pasti kesini ibu menggadaikannya.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah peneliti mendapatkan jawaban yang bahwa pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai (*rahn*) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh.

2. Faktor Promosi

Promosi yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai (*rahn*) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh. Menurut Stanton promosi adalah kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi, dan menghimbau khalayak ramai. (Fandy Tjiptono, 2001:15)

Dalam suatu perusahaan tentu banyak aktifitas yang dilakukan tidak hanya menghasilkan produk atau jasa, menetapkan harga, menjual produk tetapi banyak aktifitas lainnya yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Salah satu nya adalah promosi, kegiatan promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran perusahaan, yang isinya memberikan informasi kepada konsumen atau nasabah tentang produk yang ditawarkan perusahaan. Tidak hanya itu kegiatan promosi merupakan kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen. (William J. Stanton, 2002:3)

Sebagaimana hasil wawancara dengan Manajer Bapak FR Bank Mandiri Syariah Cabang Meulaboh

“Dalam melakukan promosi pihak bank menggunakan berbagai macam media diantaranya instagram, facebook, radio, serta pihak bank juga turun langsung kelapangan untuk melakukan sosialisasi serta pembagian brosur kepada masyarakat. Selain itu khusus dalam lingkungan atau komplek bank cukup dengan menempelkan spanduk sehingga nasabah yang melakukan transaksi di teller atau CS para nasabah setidaknya melihat dan membaca tentang produk yang dipromosikan oleh bank tersebut, khususnya produk gadai emas.”

Oleh karena itu peneliti menemukan bahwa promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai (*rahn*) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh.

3. Faktor Ekonomi

Ekonomi merupakan faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai (*rahn*) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh. Produk gadai sangat berperan penting di Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh karena turut serta membantu masyarakat atau nasabah terutama dalam hal penyediaan atau memberikan pendanaan untuk dijadikan sebagai modal dalam melakukan usahanya. Dalam peningkatan pendapatan masyarakat produk Rahn adalah produk yang paling berperan dalam meningkatkan ekonomi masyarakat karena cara untuk mendapatkan pinjaman cuma dengan membawa indentitas dan barang berharga, prosesnya hanya 15 menit dana cair dan aman penyimpanannya. Sebagaimana telah dijelaskan oleh salah satu nasabah yaitu Bapak RS bahwa:

“Salah satu menggadaikan emas itu pasti karena faktor ekonomi, jadi rata-rata nasabah menggadaikan emasnya karena untuk kebutuhan ekonomi jadi untuk mendapatkan uang lebih mudah, lebih cepat maka nya lakukan gadai emas di BSI.” Adapun nasabah lain yaitu Ibu MH memilih menggadaikan emas ia mengatakan bahwa:

“Menurut saya lebih ke faktor ekonomi karna produk gadai emas ini dapat membantu nasabahnya seperti penambahan modal usaha saya juga.

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan bahwa ekonomi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai (*rahn*) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh.

4. Faktor Religios

Religius merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah

dalam menggunakan produk layanan gadai (*rahn*) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh. Produk gadai (*rahn*) emas adalah penguasaan hak secara fisik atas harta/barang berharga (emas) dari nasabah kepada bank untuk di kelola dengan prinsip gadai syariah yaitu sebagai jaminan atas peminjam yang diberikan kepada nasabah tersebut. Emas tersebut ditempatkan dalam penguasaan dan pemeliharaan bank Syariah dan atas pemeliharaan tersebut bank syariah hanya mengenakan biaya sewa atas dasar prinsip ijarah. Prinsip yang dianut oleh gadai emas adalah sesuai prinsip syariah yang meniadakan riba. (Azis Arianto, 2011:19

Hasil wawancara dengan Manajer Bapak FR Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh:

“untuk produk gadai emas Insya Allah kita cukup kompotitif, dibandingkan dengan rival-rival kita memang itu agak relative, jadi itu tergantung pendapat nasabah sendiri, tapi secara umum memang pendapatan-pendapatan nasabah yang pernah kita survey, jawabannya riten atau prising yang kita berikan itu lebih rendah dari Bank lain, misalnya pegadaian atau sekarang Bank Aceh ada juga, memang itu nampaknya kita agak lebih murah, biaya titipnya jasanya lebih murah, jadi salah satu nasabah tertarik karna hal tersebut. Kemudian kita juga fasilitasi nasabah itu supaya cepat, kita berharap waktu transaksi dengan nasabah gadai kita harapkan dalam waktu 10 menit sudah selesai dan cair uangnya, sehingga nasabah tidak harus menunggu lama di bank dalam melakukan prosesnya.”

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan nasabah bahwa religius merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai (*rahn*) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan pokok masalah yang diteliti dalam skripsi ini dan kaitannya dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Mengenai tentang persepsi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai (*Rahn*) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh terdapat beberapa hal antara lain yaitu: tidak mengandung unsur riba dengan rata-rata responden yang menjawab ya berjumlah 87,4% dan rata-rata responden yang menjawab tidak berjumlah 12,6%, hasil investasi dibagi menurut sistem bagi hasil dengan rata-rata responden yang menjawab ya berjumlah 87,4% dan rata-rata responden yang menjawab tidak berjumlah 12,6%, larangan perilaku spekulatif dengan rata-rata responden yang menjawab ya berjumlah 85,6% dan rata-rata responden yang menjawab tidak berjumlah 14,4%, kehalalan kontrak dengan rata-rata responden yang menjawab ya berjumlah 89,8% dan rata-rata responden yang menjawab tidak berjumlah 10,2%, kegiatan sesuai syariah dengan rata-rata responden yang menjawab ya berjumlah 88,4% dan rata-rata responden yang menjawab tidak berjumlah 11,6%, kegiatan zakat dengan rata-rata responden yang menjawab ya berjumlah 83,4%

dan rata-rata responden yang menjawab tidak berjumlah 16,6%, dan menghindari produksi barang dan jasa yang bertentangan dengan nilai islam dengan rata-rata responden yang menjawab ya berjumlah 89,2% dan rata-rata responden yang menjawab tidak berjumlah 10,8%.

- b. Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai (Rahn) emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh yaitu pengetahuan masyarakat tentang produk gadai khususnya di Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh sudah mulai disukai nasabah karena memiliki keunggulan yaitu pelayanan yang diberikan sangat baik, promosi yang diinformasikan di media-media sangat menarik, membantu masyarakat dalam mengatasi masalah ekonomi dan operasionalnya sesuai syariah (religious).

2. Saran

Sehubungan dengan pembahasan masalah skripsi ini, maka saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut :

- a. Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh
Disarankan kepada Lembaga Keuangan Syariah agar dapat lebih meningkatkan kualitas produk layanan gadai emas syariah, baik dari sistem operasional maupun pelayanan. Agar masyarakat terus mendapatkan pelayanan terbaik dari Bank Syariah Indonesia Cabang Meulaboh.
- b. Akademisi
Harapan saya kepada mahasiswa STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh semoga kedepannya lebih gencar lagi dalam mengedukasi perbankan syariah bukan hanya untuk jurusan syariah dan ekonomi Islam saja, akan tetapi kepada seluruh jurusan di STAIN TDM sehingga nantinya seluruh mahasiswa akan lebih mengetahui dan memahami tentang keberadaan Lembaga Keuangan Syariah dan lebih tertarik untuk menggunakan dan juga mengenalkan kepada masyarakat luas.
- c. Peneliti Selanjutnya
Dikarenakan keterbatasan wawasan dan jangkauan peneliti dari penulis, penelitian skripsi ini dirasa masih banyak kekurangan, harapan saya kepada peneliti selanjutnya agar lebih baik lagi dan lebih memperluas jangkauan penelitiannya sehingga akan didapatkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Chairul Hadi, *Menimbang Gadai Emas Sebagai Instrumen Investasi Syariah*, Al-Iqtishad: Vol. Iv, No. 2, Januari 2012
- Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima* Jakarta : Elex Media Computindo, 2003
- Azis Arianto, *Studi Komparasi Aplikasi Gadai Emas Serta Strategi Pengembangan Pada Bank Syariah dan Perum Pegadaian Syariah* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011

- Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* Yogyakarta, Andi, 2003
- Buchari Alma, *manajemen bisnis syariah*, cet 1 Bandung: Alfabeta, 2009
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pusat Bahasa*, cetakan pertama edisi 4, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008
- Djazuli, *Ilmu fikih, Penggalan, Perkembangan, dan Penerapan Hukum Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2001
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 01/DSN-MUI/IV/2000 *Tentang Giro*
- Firdayanti Abbas. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda" dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, ISSN (1): 244- 258, April 2015
- Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009
- Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Fokus Groups sebagai instrument Penggalan data Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Ensiklopedi Indonesia*, Jakarta: Alfabeta, 1995
- Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, edisi revisi Cet. VI; Jakarta: PT .Raja Grafindo Persada, 2002
- Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan Cet 3*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004
- Kasmir, *pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media, 2005
- Komariah, Riduwan (ed), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2009
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010
- Mahmud Yunus, *Tafsir Quran Karim*, Cet.31. Jakarta: Hidakarya Agung, 1993
- Muhaimin dkk, *Paradigma Pendidikan Islam*, Bandung: Rosda Karya, 2001
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2011
- Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2002

- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003
- Perum Pegadaian, *Company Profile*, Jakarta 2007
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Indonesia, PT Macanan Jaya Cemerlang, 2009
- Philip Kotler, *Marketing Management*, New Jersey: Prentice Hall, 2000
- Profil Bank Syariah Indonesia
- Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2000
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Surya Dharma, *Pradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia* Jogjakarta: Amara Books, 2003
- Syaikh Kamil Muhammad, Uwaidah, *Fiqih Wanita*, Cet.IV, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2000
- T. Yanggo. *Problematika Hukum Islam Kontemporer III*, Cet. II; Jakarta: Lembaga Studi Islam dan Kemasyarakatan, 1995
- Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2008
- Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 *Tentang Perbankan*
- Ali Rama, *Ekonomi Islam dan Outlook 2011*”, Artikel diakses pada 12 Januari 2020
- dari <http://ekonomiislam.wordpress.com/ekonomi-syariah> http://www.dsnmui.or.id/Fatwa_MUI diakses pada tanggal 4 Januari 2021 <https://bsm.diregulation.com/tentang-kami/sejarah> diakses pada 5 mei 2021 https://economy.okezone.com/read_/keuntungan-gadai-emas-syariah diakses pada 15 Januari 2021
- <https://finansial.bisnis.com/read/20200508/55/1237882/butuh> dana segar saat pandemi corona gadai emas syariah jadi pilihan. Diakses pada 28 Januari 2020
- <https://finansial.bisnis.com/read/20210201/231/1350470/bismillah-hari-ini-presiden-jokowi-resmikan-bank-syariah-Indonesiaa-bris>
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Sampel_\(statistika\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Sampel_(statistika)), diakses 5 Januari 2021 <https://tipsserbaserbi.blogspot.com/2014/09/sejarah-bank-syariah-mandiri-BSI.html> diakses pada 15 April 2021

<https://www.google.com> struktur organisasi Bank Syariah Indonesia terbaru diakses pada 5 Mei 2021

https://www.ir-bankbsi.com/vision_mission.html diakses pada 16 April 2021.