

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Strategi adalah visi umum yang menyatukan organisasi, menyediakan acuan konsistensi dalam pembuatan keputusan dan tetap menjaga agar perusahaan bergerak pada arah yang benar. Strategi berkaitan dengan proses jangka panjang yang harus diperhatikan perusahaan di masa yang akan datang yang pasti akan terjadi.¹

Menurut Chandler, strategi adalah tentang menentukan tujuan dan sasaran jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.²

b. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang

¹ Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern Operasi manufaktur dan Jasa*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h.43

² Ulfat Ahmad Nurlette, dkk, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) dalam Meningkatkan Pendapatan Bank (Studi Kasus Bank BJB Syariah Cabang Bogor)", *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.5, No.2 (2014), 201-242 (h.208)

mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.³

Pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.⁴

c. Pengertian Strategi Pemasaran

Dalam kamus besar ilmu pengetahuan, strategi pemasaran adalah proses pemasaran yang mencakup beberapa hal yaitu analisis dan peluang, pemilihan sasaran-sasaran pengembangan strategi, pengembangan rencana implementasi, serta pengawasan.⁵

Strategi pemasaran adalah upaya untuk menjual suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola perencanaan dan taktik tertentu untuk meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam rangka

³ Zulfiani Basri, Sitti Fatimah, dan Miftah Farild, “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah (Rahn) dalam Meningkatkan Minat Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Sentral Makasar*”, IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal, Vol.2, No.2 (2022), 21-35 (h.24)

⁴ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 6

⁵ Save M. Dagum, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, Edisi 1 (Yogyakarta: BPFE, 1994), h.124

mencapai tujuan tertentu, karena potensi penjualan suatu penawaran terbatas pada jumlah orang yang akan menjalankannya.

Beberapa ahli menjelaskan definisi strategi pemasaran sebagai berikut:

1. Kotler dan Armstrong

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

2. Kurtz

Menurut Kurtz (2008), strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari *marketing mix*; produk, distribusi, promosi, dan harga.

3. Philip Kotler

Menurut Philip Kotler, strategi pemasaran adalah suatu pola pikir pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana didalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.

4. Tjiptono

Menurut Tjiptono, strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut.

5. Stanton

Menurut Stanton, strategi pemasaran adalah suatu yang melingkupi semua sistem yang berkaitan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga hingga mempromosikan dan menyalurkan produk (barang atau jasa) yang dapat memuaskan konsumen.⁶

Strategi Pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran atau konsumen tersebut.⁷

⁶Marissa Grace Haque-Fawzi, dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), h. 9-11

⁷Ulfat Ahmad Nurlette, dkk, “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) dalam Meningkatkan Pendapatan Bank (Studi Kasus Bank BJB Syariah Cabang Bogor)*”, *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.5, No.2 (2014), 201-242 (h.209)

Perspektif Islam bersumber dari hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim dari Anas dan Aisyah ra. Bahwa Rasulullah Saw bersabda:

أَنْتُمْ أَعْلَمُ بِأَمْرِ دُنْيَاكُمْ

“Kamu sekalian lebih tahu tentang urusan duniamu”. (HR. Muslim)

Dari hadits tersebut dapat dipahami bahwa dalam urusan dunia termasuk di dalamnya muamalat, Islam memberikan kebebasan kepada manusia untuk mengaturnya sesuai dengan kemaslahatan mereka, dengan syarat tidak melanggar ketentuan-ketentuan umum yang ada dalam syara'. Salah satu contoh ketentuan syara' adalah dilarangnya Riba. Dengan demikian, semua akad dan transaksi yang dibuat manusia hukumnya sah, asal tidak mengandung Riba.

Dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29, Firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang

berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu". (QS. An-Nisa (4): 29)

Dari ayat ini kemudian diambil suatu kesimpulan yang mirip suatu kaidah yang berlaku dalam bidang muamalat yang berbunyi:

اَلرِّضَا سَيِّدُ الْاَحْكَامِ

"Kerelaan merupakan dasar semua hukum (muamalat)".

Untuk menunjukkan adanya kerelaan dalam setiap akad atau transaksi dilakukan *ijab* dan *qabul* atau serah terima antara kedua pihak yang melakukan transaksi.⁸

2. Tujuan Pemasaran

Setiap tindakan yang dilakukan perusahaan atau badan usaha pasti memiliki maksud dan tujuan tertentu. Tujuan ini di sesuaikan dengan keinginan pihak manajemen itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang ingin dicapai dilakukan dengan berbagai pertimbangan yang matang. Kemudian putuskan bagaimana cara untuk mencapai tujuan tersebut.

⁸ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Cet. Ke-3 (Jakarta: Amzah, 2015), h. 5-6

Secara umum tujuan pemasaran adalah sebagai berikut:

- a. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- b. Memaksimalkan keputusan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- c. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti menyediakan berbagai jenis produk sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- d. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada berbagai nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.⁹

3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasarannya. Konsep pemasaran memiliki seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan, yang lebih dikenal dengan bauran pemasaran (*marketing mix*).

Kotler (2000) memberikan defenisi mengenai bauran pemasaran yaitu “Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan – *product, price, promotions, place* yang dipadukan oleh perusahaan

⁹ Kasmir, *manajemen Perbankan*, Cet. Ke-13 (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), h. 196-197

untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran”.

Sementara Saladin (2003) memberikan definisi “Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah serangkaian dan variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran”.

Sehingga bauran pemasaran (*marketing mix*) dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dari upaya untuk mencapai tujuan pada pemasaran.

Di bawah ini adalah uraian singkat mengenai masing-masing unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*) dari definisi yang dikemukakan oleh Philip Kotler, antara lain sebagai berikut¹⁰

a. *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh bank kepada nasabah. Produk perbankan dapat berupa produk simpanan, produk kredit/pembiayaan, dan jasa perbankan lainnya. Kualitas produk dapat dilihat dari kebaruan produk, keunggulan, manfaat produk yang ditawarkan, kekuatan nama/merek, mutu layanan yang melayani produk, dan lain-lain.

¹⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Cet. Ke-2 (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 14

b. *Price* (Harga)

Bauran harga ini berkenaan dengan suku bunga yang ditetapkan, biaya, dan cara pembayaran atau yang lainnya yang terkait dengan biaya yang harus dibayarkan oleh nasabah untuk mendapatkan produk atau jasa yang ditetapkan. Nasabah dalam memilih sebuah produk perbankan akan memperhatikan aspek harga dengan manfaat. Bank yang memberikan manfaat lebih besar dari harga yang dibayar nasabah, yang akan dipilih oleh nasabah.¹¹

Dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29, Firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ
اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa (4): 29)¹²

¹¹ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Menciptakan Nasabah*, (Jakarta:Prenada Media Group, 2017), h.28.

¹² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Syaamil Cipta Media, 2005), h.83

c. *Place* (Tempat)

Tempat selama nasabah memanfaatkan produk dan jasa perbankan merupakan faktor penting yang akan memengaruhi pemilihan bank dan kepuasan nasabah. Oleh karena strategi penempatan/lokasi atau kemudahan yang diberikan oleh bank agar nasabah mudah mendapatkan layanan produk dan jasa perbankan harus menjadi perhatian dalam pengelolaan pemasaran. Tersedianya kantor cabang yang mudah dijangkau, ruang kantor yang strategis, mudah diakses dengan kendaraan umum, dan jaringan anjungan tunai mandiri (ATM) yang tersedia di banyak tempat merupakan strategi penting bagi bank untuk bersaing.

d. *Promotions* (Promosi)

Komunikasi pemasaran merupakan cara yang dilakukan bank untuk mengomunikasikan produk dan jasa yang ditawarkan kepada nasabah. Terdapat banyak strategi yang dapat dilakukan oleh bank agar nasabah mengenal dan memahami, tertarik serta memilih produk dan layanan yang ditawarkannya antara lain dengan cara beriklan, promosi penjualan, penjualan tatap muka, dan hubungan masyarakat.¹³

¹³ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Menciptakan Nasabah*, (Jakarta:PrenadaMedia Group, 2017), h.28.

Strategi yang berbeda dapat diikuti untuk memenangkan persaingan antar bank ketika menerapkan *marketing mix* (bauran pemasaran). Akan tetapi, ketepatan penggunaan strategi bauran pemasaran jasa suatu bank ditentukan antara lain melalui kualitas jasa yang ditawarkan (*perceived service quality*). Keberhasilan faktor ini dapat diukur melalui hal-hal berikut.

- a. Kualitas jasa yang dirasakan pelanggan (*service performance/ perceived service*). Artinya apa yang diterima nasabah pada saat menerima atau membeli jasa yang ditawarkan bank.
- b. Jasa yang diharapkan pelanggan (*customer expectation*). Artinya apa yang dirasakan nasabah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan terhadap jasa yang mereka beli.¹⁴

B. Gadai (*Rahn*)

1. Pengertian Gadai (*Rahn*)

Transaksi hukum gadai dalam fikih Islam disebut *ar-rah*n, yaitu suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang. Pengertian *ar-rah*n dalam Bahasa Arab adalah *Ats-Tsubu wa ad-dawam* yang berarti “tetap” dan “kekal”, seperti dalam kalimat *maun rahin*, yang berarti air yang tenang. Hal itu, berdasarkan

¹⁴ Kasmir, *manajemen Perbankan...*, h. 215

firman Allah SWT dalam QS. Al-Muddatstsir (74):38 sebagai berikut:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

“Seriap orang bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”. (QS. Al-Muddatstsir (74):38).¹⁵

Menurut istilah syara’ *Ar-Rahn* terdapat beberapa pengertian diantaranya:

- a. Gadai adalah perjanjian pinjam meminjam dengan menyerahkan barang sebagai tanggungan utang.
- b. Gadai adalah suatu barang yang dijadikan peneguhan atau penguat kepercayaan dalam utang piutang.
- c. Akad dan obyeknya menahan harga terhadap sesuatu hak yang mungkin diperoleh bayaran dengan sempurna darinya.¹⁶

Selain pengertian gadai (*Rahn*) yang dikemukakan diatas, penulis mengungkapkan pengertian gadai (*Rahn*) yang diberikan oleh para ahli hukum Islam sebagai berikut:

- a. Menurut Ulama Syafi’iyah mendefinisikan, bahwa gadai (*Rahn*) adalah menjadikan suatu barang yang biasa dijual sebagai jaminan utang dipenuhi dari

¹⁵ Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, Cet. Ke-2 (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), h. 1

¹⁶ Adrian Sutedi, *Hukum Gadai Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.15

- harganya, bila yang berutang tidak sanggup membayar utangnya.
- b. Ulama Hanabilah mengungkap bahwa gadai (*Rahn*) adalah suatu benda yang dijadikan kepercayaan suatu utang, untuk dipenuhi dari harganya, bila yang berhutang tidak sanggup membayar utangnya.
- c. Seluruh Ulama Malikiyah mendefinisikan bahwa gadai (*Rahn*) adalah sesuatu yang bernilai harta (*mutamawwal*) yang diambil dari pemiliknya untuk dijadikan pengikat atas utang yang tetap (mengikat).
- d. Menurut Ahmad Azhar Basyir bahwa gadai (*Rahn*) adalah perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan utang, atau menjadikan sesuatu benda bernilai menurut pandangan syara' sebagai tanggungan utang itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima.
- e. Menurut Syafi'I Antonio bahwa gadai (*Rahn*) adalah menahan salah satu harta milik nasabah (*rahin*) sebagai barang jaminan (*marhun*) atas utang atau pinjaman (*marhunbih*) yang diterimanya. *Marhun* tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan atau penerima gadai (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.¹⁷

¹⁷ Zainudin Ali, *Hukum Gadai Syariah*...., h.2-3

Berdasarkan pengertian gadai yang dikemukakan oleh para ahli hukum Islam diatas, dapat diketahui bahwa *Rahn* merupakan perjanjian (akad) penyerahan barang kepada pemiliknya yang digunakan sebagai jaminan untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan.

2. Pengertian Gadai Emas Syariah

Gadai Emas Syariah adalah penggadaian hak penguasa secara fisik atas harta/barang berharga (berupa emas) dari nasabah (*Ar-Rahin*) kepada bank (*Al-Murtahin*) untuk dikelola dengan prinsip *Ar-Rahnu*, yaitu sebagai jaminan (*Al-Marhun*) atas pinjaman/utang (*Al-Marhun Bih*) yang diberikan kepada nasabah/peminjaman tersebut.

Ar-Rahnu merupakan akad penyerahan barang dari nasabah kepada bank sebagai jaminan sebagian atau keseluruhan atas utang yang dimiliki nasabah. Kemudian praktek gadai emas syariah, adalah praktek gadai emas yang memang standar dilakukan oleh semua bank syariah.¹⁸

Pada dasarnya gadai syariah berjalan di atas dua akad transaksi syariah yaitu:

- a. *Akad Rahn*. Yaitu menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk

¹⁸ Nursyamsu, "*Gadai Emas di Perbankan Syariah*", *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum*, Vol10, No.2 (2016), (h.125)

mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Dengan akad ini bank syariah menahan barang berharga sebagai jaminan atas utang nasabah.

- b. *Akad Ijarah*. Yaitu akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Melalui akad ini dimungkinkan bagi bank syariah untuk menarik sewa atas penyimpanan barang milik nasabah yang telah melakukan akad.¹⁹

Jadi Gadai emas syariah sebagai produk pembiayaan *Rahn* ini merupakan penyerahan jaminan/hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan maupun perhiasan) kepada bank sebagai jaminan atas pembiayaan (*Qardh*) yang diterima. Kemudian gadai emas syariah ini dapat dimanfaatkan bagi yang membutuhkan dana jangka pendek dan keperluan yang mendesak.

3. Dasar Hukum *Rahn*

Dasar hukum yang menjadi landasan gadai syariah adalah ayat-ayat Al-Qur'an, hadis, ijma' ulama, dan fatwa MUI. Hal ini dimaksud, diungkapkan sebagai berikut.

¹⁹ Surepno, "Studi Implementasi Akad *Rahn* (Gadai Syariah) Pada Lembaga Keuangan Syariah", Tawazun: Journal of Sharia Economic Law, Vol.1, No.2 (2018). (h. 180)

a. Al-Qur'an

Hukum dari *Rahn* di antaranya Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 283, Firman Allah :

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

“Jika kamu dalam perjalanan (dan kamu melaksanakan muamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dapat dijadikan sebagai pegangan (oleh yang mengutangkan), tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercaya itu menunaikan amanah (utangnya) dan hendaknya ia bertakwa kepada Allah SWT, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS.Al-Baqarah (2):283).

Syaikh Muhammad ‘Ali As-Sayis berpendapat, bahwa ayat Al-Qur'an di atas adalah petunjuk untuk menerapkan prinsip kehati-hatian bila seseorang hendak melakukan transaksi utang-piutang yang memakai jangka waktu dengan orang lain, dengan

cara meminjamkan sebuah barang kepada orang yang berpiutang (*Rahn*).²⁰

b. Hadis Nabi Muhammad SAW

Dasar hukum yang kedua untuk dijadikan landasan dalam membuat rumusan gadai syariah adalah hadis Nabi Muhammad SAW, yang antara lain diungkapkan sebagai berikut:

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ
دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

“Dari Aisyah Radhiyallahu Anha, bahwa Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam pernah membeli bahan makanan dari seorang Yahudi dan beliau menggadaikan baju perang dari besi.” (HR.Bukhari - Muslim).²¹

Berdasarkan hadits di atas dapat dipahami bahwa ber- muamalah dibenarkan juga dengan non-muslim dan harus ada jaminan sebagai pegangan, sehingga tidak ada kekhawatiran bagi yang memberi piutang.

c. Ijma' Ulama

Jumhur ulama menyepakati kebolehan status hukum gadai. Hal dimaksud, berdasarkan kisah Nabi Muhammad SAW. yang menggadaikan baju besinya

²⁰ Zainudin Ali, *Hukum Gadai Syariah*...., h. 5.

²¹ Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Edisi.1 Cet. Ke-4 (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h.140

untuk mendapatkan makanan dari seorang Yahudi. Para ulama juga mengambil indikasi contoh Nabi Muhammad SAW tersebut, ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada para sahabat yang kaya kepada seorang Yahudi, bahwa hal itu tidak lebih sebagai sikap Nabi Muhammad SAW. Yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya enggan mengambil ganti ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad SAW. Kepada mereka.²²

d. Fatwa DSN-MUI Tentang *Rahn*

Sebagai pedoman yang berkenaan dengan gadai syariah/ *rahn* di Indonesia, Dewan Syariah Nasional Majeis Ulama Indonesia mengeluarkan dua buah fatwa. Fatwa yang pertama yaitu Fatwa Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*, yang isinya antara lain sebagai berikut.

Pertama : Hukum

Bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *Rahn* dibolehkan dengan ketentuan sebagai berikut.

²² Zainudin Ali, *Hukum Gadai Syariah*..., h. 6-8.

Kedua : Ketentuan Umum

1. *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *marhun* (barang) sampai semua utang *rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.
2. *Marhun* (barang) dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahin* (yang menyerahkan barang). Pada prinsipnya, *Marhun* (barang) tidak boleh dimanfaatkan oleh *murtahin* (penerima barang) kecuali seizin *rahin* (yang menyerahkan barang), dengan tidak mengurangi nilai *marhun* (barang) dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.
3. Pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *rahin*.
4. Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.

5. Penjualan *marhun* :

- a. Apabila jatuh tempo, *murtahin* harus memperingatkan *rahin* untuk segera melunasi utangnya.
- b. Apabila *rahin* tetap tidak dapat melunasi utangnya, maka *marhun* dijual paksa/ dieksekusi melalui lelang sesuai syariah.
- c. Hasil penjualan *marhun* digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.
- d. Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *rahin*.

Ketiga: Ketentuan Penutup

1. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui badan arbitrase syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
2. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat

kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan: Jakarta, 14 Rabiul Akhir 1423H/ 26 Juni 2002M.

Fatwa kedua yaitu Fatwa Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* Emas, yang dimohon oleh Bank Syariah Mandiri dengan suratnya Nomor 3/305/DPM tanggal 23 oktober 2001. Isi dari Fatwa tersebut antara lain:

Pertama :

1. *Rahn* Emas dibolehkan berdasarkan prinsip *rahn* (lihat Fatwa DSN Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*).
2. Ongkos dan biaya penyimpanan barang (*marhun*) ditanggung oleh penggadai (*rahin*).
3. Ongkos sebagaimana dimaksud ayat 2 besarnya didasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata diperlukan.
4. Biaya penyimpanan barang (*marhun*) dilakukan berdasarkan akad ijarah.

Kedua : Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan: Jakarta, 14 Muharram 1423H/ 28 Maret
2002M.²³

4. Rukun dan Syarat *Rahn*

Adapun rukun dan syarat sahnya gadai (*Rahn*) adalah sebagai berikut:

a. *Sighat* (Ijab qabul)

Hal ini dapat dilakukan baik dalam bentuk tertulis maupun lisan, asalkan saja didalamnya terkandung maksud adanya perjanjian gadai di antara para pihak.

b. *Aqid* (Orang yang bertransaksi)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi bagi orang yang bertransaksi gadai yaitu *Rahin* (pemberi gadai) dan *Murtahin* (penerima gadai) adalah:

1. Telah dewasa
2. Berakal
3. Atas keinginan sendiri

c. *Marhun* (Barang yang digadaikan)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk barang yang akan digadaikan oleh *Rahin* (pemberi gadai) adalah:

1. Dapat diserahkan
2. Bermanfaat
3. Milik *Rahin* (orang yang menggadaikan)
4. Jelas

²³ Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, Edisi. 1, Cet. 3 (Depok:Rajawali Pers, 2019), h. 176-177

5. Tidak bersatu dengan harta lain
6. Dikuasai oleh *Rahin*
7. Harta yang tetap atau dapat dipindahkan

d. *Marhun Bih* (Utang)

Menurut ulama Hanafiyah dan Syafi'iyah syarat utang yang dapat dijadikan atas gadai adalah:

1. Berupa utang yang tetap dapat dimanfaatkan
2. Utang harus lazim pada waktu akad
3. Utang harus jelas dan diketahui oleh *Rahin* dan *Murtahin*.²⁴

Dalam kaidah fiqh, “*al-Muslimuna ‘ala syuruthihim illa syarthan harrama halalan aw ahalla haraman*” (Kaum muslimin harus memenuhi syarat-syarat yang telah mereka sepakati, kecuali syarat yang mengharamkan sesuatu yang halal atau menghalalkan sesuatu yang haram). Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ عَمْرِو بْنِ عَوْفٍ الْمُرَزِيِّ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الصُّلْحُ جَائِزٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِلَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا. قَالَ أَبُو عَيْسَى هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ. (رواه الترمذ)

²⁴ Nursyamsu, “*Gadai Emas di Perbankan Syariah*”, *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah dan Hukum*, Vol.10, No.2 (2016), (h.123-124)

“Dari Amr bin ‘Auf al-Muzani r.a dari ayahnya dari kakeknya bahwa sesungguhnya Rasulullah Saw bersabda: Perdamaian diperbolehkan di antara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram. Dan kaum muslimin boleh menentukan syarat kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram”. Abu Isa berkata hadits ini hasan shahih.(HR. at-Tirmidzi)²⁵

5. Berakhirnya Akad *Rahn*

Akad dalam transaksi *Rahn* (gadai) akan berakhir bila terpenuhi beberapa hal, yaitu:

- a. Barang gadai diserahkan kepada pemiliknya (*Rahin*).
- b. *Rahin* melunasi semua utangnya.
- c. Barang gadai dijual dengan perintah hakim atas permintaan *murtahin* (apabila utang telah jatuh tempo dan *rahin* tidak mampu membayarnya).²⁶ Terdapat hadits yang diriwayatkan Ad-Daar Al-Quthni seperti berikut:

عَنْ كَعْبِ ابْنِ مَالِكٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
حَجَرَ عَلَى مُعَاذٍ مَالَهُ وَبَاعَهُ فِي دَيْنٍ كَانَ عَلَيْهِ {رواه
الدارقطني}

“Sesungguhnya Nabi Sallallahu ‘alaihi wa sallam. Pernah menyita harta Mu’adz dan

²⁵ Mohamad Zainal Arifin, dkk, “Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits dan Aplikasinya pada Perbankan Syariah”, Jurnal Madani Syariah, Vol.5, No.2 (2022), (h.86)

²⁶ Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), h.197

menjualnya untuk membayar hutangnya”. (HR. Ad-Daar Al-Quthni)

Hadits diatas lebih menjelaskan adanya penyitaan yang dilakukan melalui pengadilan, hal ini mengingat bahwa kedudukan Rasulullah Saw pada masa itu selain sebagai pemimpin pemerintah beliau adalah seorang hakim. Apabila telah jatuh tempo dan *murtahin* telah mengingatkan *rahin* untuk melunasi hutangnya, tetapi *rahin* tetap tidak dapat melunasi hutangnya, maka *marhun* dapat dijual secara paksa atau dieksekusi melalui lelang sesuai dengan syariah. Dari hasil penjualan *marhun* tersebut digunakan untuk melunasi hutangnya *rahin* terhadap *murtahin*, serta biaya penyimpanan dan penjualan apabila ada yang belum dibayarkan.²⁷

- d. Pembebasan utang dengan cara apa pun, meskipun dengan pemindahan oleh *murtahin*.
- e. Pembatalan oleh *murtahin*, meskipun tidak ada persetujuan dari pihak *rahin*.
- f. Rusaknya barang gadai tanpa sebab (bukan oleh tindakan/penggunaan *murtahin*).

²⁷ Iffaty Nasyi'ah dan Asna Jazillatul Chusna, “Implementasi Prinsip Syariah Terhadap Penyitaan Jaminan Fidusia”, de Jure: Jurnal Syariah dan Hukum, Vol.4, No.2 (2012), 149-159 (h. 157)

- g. Memanfaatkan barang *rahn* sebagai penyewa, *hibah*, atau *shadaqah* baik dari pihak *rahin* maupun *murtahin*.²⁸

6. Keuntungan *Rahn*

Adapun keuntungan dalam gadai emas syariah (*Rahn*), yaitu:

- a. Gadai emas tidak menerapkan imbalan dalam bentuk bagi hasil, karena produk ini diciptakan untuk menolong orang yang sedang kesulitan dana dalam waktu jangka pendek, nasabah hanya diwajibkan untuk melunasi pinjaman dengan jumlah yang sama akan tetapi tidak dikenakan biaya modal, namun hanya dikenakan biaya sewa penitipan dan pemeliharaan emas yang dijadikan barang jaminan.

Perspektif Islam terdapat pada Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 2:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ ۗ

“Tolong-menolonglah kamu dalam hal kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”. (QS. Al-Maidah (5): 2)²⁹

²⁸ Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*,h.197

²⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Syaamil Cipta Media, 2005), h.106

- b. Gadai emas syariah tidak mengandung unsur riba, seperti bunga pinjaman sehingga produk ini mencerminkan unsur tolong menolong kepada sesama yang sedang mengalami kesulitan keuangan jangka pendek.
- c. Gadai emas syariah tergolong jenis pembiayaan yang likuid (mudah dicairkan) bagi nasabah yang membutuhkan pinjaman cepat dan mudah, produk gadai emas syariah bisa dijadikan sebagai pilihan.
- d. Prosedur gadai emas syariah tergolong mudah dan tidak berbelit-belit.
- e. Gadai emas syariah tergolong aman bagi bank pemberi pinjaman sebab emas memiliki nilai yang relatif stabil dibandingkan dengan barang jaminan lainnya, dan apabila nasabah tidak mampu membayar tepat pada waktunya emas mudah dijual kembali.
- f. Gadai emas adalah salah satu cara yang efektif untuk tempat penyimpanan karena akan terjamin keamanannya dan biaya pun relatif murah.
- g. Dengan menggadaikan emas, bisa meningkatkan nilai emas tersebut, karena emas memiliki kecenderungan selalu meningkat harganya dari tahun ke tahun.³⁰

³⁰ Nunung Uswatun Habibah, “Perkembangan Gadai Emas ke Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah”, Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol.1, No.1 (2017), 81-97 (h. 84)

C. Minat

1. Pengertian

Minat merupakan keinginan atau kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.³¹ Menurut Abdul Rahmad Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, definisi minat itu bisa diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu disertai dengan perasaan senang.³²

Menurut Ahmad D. Marimba, minat adalah kecenderungan jiwa kepada sesuatu, karena sesuatu itu mempunyai arti bagi kita, dapat memenuhi kebutuhan kita dan dapat menyenangkan kita.³³ Sedangkan menurut Andi Mappiare minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.³⁴

³¹ Philip Kolter dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h.18

³² Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h.263

³³ Ahmad D. Marimba, *Pengantar Filsafat Pendidikan Islam* (Bandung: PT Al-Ma'arif, 2002), h72

³⁴ Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian dan pendidikan*, (Surabaya: Usana Offset Printing, 1994), h.62

Minat merupakan suatu kondisi yang mencerminkan adanya hubungan antara sesuatu yang diamati atau dialami dengan keinginan atau kebutuhan sendiri, dengan kata lain ada kecenderungan apa yang dilihat dan diamati seseorang merupakan sesuatu yang berhubungan dengan keinginan dan kebutuhannya.³⁵

Nasabah adalah debitur, yaitu nasabah yang memperoleh fasilitas pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau dipersamakan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.³⁶

Jadi, Nasabah adalah orang yang paling penting dalam dunia perbankan. Nasabah tidak bergantung pada bank, tetapi bank yang bergantung dengan nasabah. Jika bank dapat merebut hati nasabah, maka bank akan diuntungkan dengan adanya peningkatan dana yang diterima dari masyarakat.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi timbulnya minat, baik berasal dari individu itu sendiri, ataupun dilingkungan masyarakat. Menurut Crow

³⁵ Darmadi, *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran Dalam Dinamika Belajar Siswa*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2017), h.310

³⁶ Heri Sudarsono dan Priyonggp Suseno, *Istilah-Istilah Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), h.97

individu dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa ditentukan oleh 3 faktor, yaitu:³⁷

a. Faktor Pelayanan

Dalam memberikan pelayanan seorang pegawai bank harus memiliki etika. Sehingga kedua belah pihak baik nasabah maupun pegawai bank dapat saling menghargai. Definisi pelayanan sendiri yaitu suatu kegiatan yang membantu menyediakan segala apa yang dibutuhkan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan nasabah dan usaha penggunaan produk secara berulang-ulang.

Kolter Philip dan Keller mendefinisikan pelayanan sebagai aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dengan tidak berwujud, tidak tersimpan, tidak menghasilkan kepemilikan serta bervariasi dan dapat diubah.

b. Faktor Promosi

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik kesimpulan dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang

³⁷ Sumarni Syukri, 'Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk *Rahn* di Bank Syariah Mandiri Polewali Mandar' (Skripsi, IAIN Parepare, 2020), h.9

baru. Kemudian promosi juga berfungsi meningkatkan nasabah terhadap produk, mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.

c. Faktor Religius

Penerapan prinsip syariah dalam setiap produk perbankan syariah merupakan salah satu perbedaan mendasar di antara kedua bentuk perbankan tersebut. Beberapa produk perbankan syariah yang operasionalnya berdasarkan prinsip syariah sehingga faktor religiutas mempengaruhi operasional bank syariah dengan perbedaan tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk pada bank syariah.³⁸

D. Kerangka Berpikir Penelitian

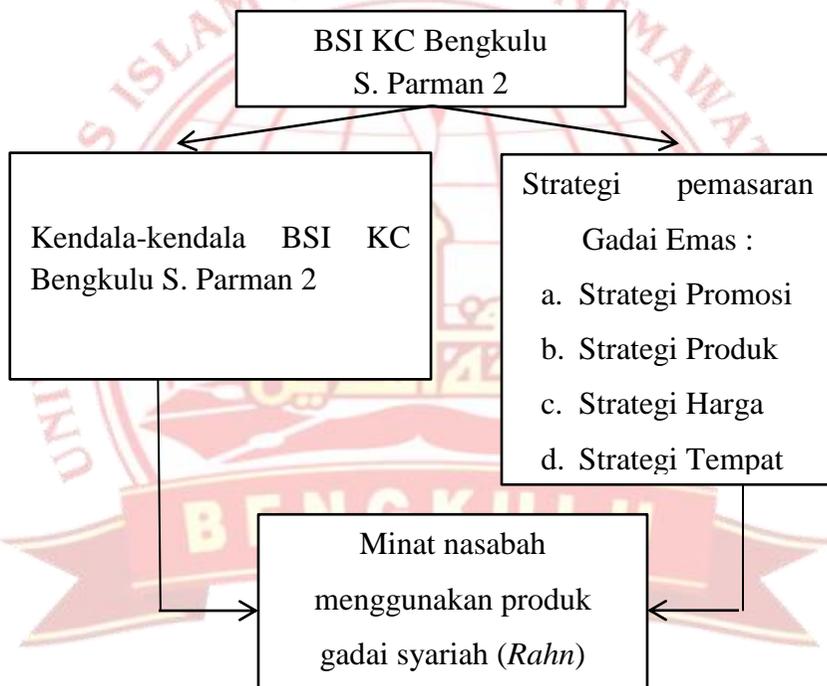
Bank Syariah adalah badan usaha yang menjalankan fungsi intermediasi berdasarkan prinsip syariah, yaitu bank yang melakukan kegiatan penghimpunan dana maupun penyaluran dana memberikan imbalan atas dasar prinsip syariah. Gadai Emas pada bank syariah adalah produk

³⁸ Sumarni Syukri, 'Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk *Rahn* di Bank Syariah Mandiri Polewali Mandar' (Skripsi, IAIN Parepare, 2020), h.9

pembiayaan dengan jaminan emas untuk memperoleh uang tunai dengan cepat dan mudah.

Untuk mengetahui isi sebenarnya dari permasalahan yang diteliti, maka diperlukan adanya pemikiran untuk menjadi suatu landasan. Berikut adalah gambaran kerangka berpikir.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian



Berdasarkan kerangka berpikir diatas maka akan diketahui bahwa strategi pemasaran akan mempengaruhi selera dan daya tarik konsumen dalam memasarkan produknya, produsen harus pandai mengatur strategi

pemasaran dengan cara menunjukkan strategi pemasaran pada BSI, dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu *product*, *price*, *promotions*, dan *place* (4p) dan mengetahui kebutuhan-kebutuhan dan keinginan dari nasabah.

