# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1 Landasan Teori

### 2.1.1 Teori Pegadaian Syari'ah

Gadai syari'ah disebut juga dengan *rahn*, yang secara bahasa berasal dari bahasa Arab. Rahn terdiri dari huruf *Ra* (ر), *Ha'* (ح), dan *Nun* (ن). Dan secara bahasa berarti tertahan. Adapun secara istilah, terdapat beberapa pendapat ulama mengenai makna gadai syari'ah (*rahn*) ini, diantaranya pendapat Ibnu Qudamah yang mengatakan bahwa *rahn* adalah harta benda yang dijadikan sebagai jaminan atas utang, yang mana harta benda atau nilainya dijadikan sebagai jaminan atas utang, yang mana harta benda atau nilainya dijadikan sebagai pelunasannya apabila yang berutang tidak mampu melunasinya.[7]

Sebagai dasar hukum dalam kegiatan gadai syari'ah ini ialah jelas terdapat dalam Al-Qur'an, yaitu[8] :

وَإِن كُنتُمۡ عَلَىٰ سَفَرٖ وَلَمۡ تَجِدُواْ كَاتِبٗا فَرِهَٰنٞ مَّقۡبُوضَةٞۖ فَإِنۡ أَمِنَ بَعۡضُكُم بَعۡضٗا فَلۡيُؤَدِّ ٱلَّذِي ٱؤۡتُمِنَ أَمَٰنَتَهُۥ وَلۡيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥۗ وَلَا تَكۡتُمُواْ ٱلشَّهَٰدَةَۚ وَمَن يَكۡتُمۡهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٞ قَلۡبُهُۥۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ عَلِيمٞ ٢٨٣

Artinya : *"Apabila kamu dalam perjalanan dan tidak ada orang yang menuliskan utang, maka hendaklah dengan rungguhan yang diterima ketika itu."* (QS. Al-Baqarah 283)

Selain dalam firman Allah SWT yang tertuang dalam al-Qur'an, adapula hadits dari Rasulullah SAW yang berbunyi :

أَنَّ رَسُوْلَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اِشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُوْدِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهَنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِ يْدٍ

---

[7] M. Habiburrahim, dkk, *Mengenal Pegadaian Syari'ah*, Jakarta : Kuwais, 2012, h. 100.

[8] Diterjemahkan oleh Penyelenggara Penerjemah al-Qur'an, al-Qur'anul Karim, Semarang : Toha Putra, 2007, h. 38

Artinya : *"Rasulullah SAW, merungguhkan baju besi kepada seorang Yahudi di Madinah ketika beliau mengutangkan gandum dari seorang Yahudi."* [9]

Dari uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan gadai (*rahn*) telah ada sejak zaman Rasulullah SAW, namun dengan berkembangnya waktu, gadai tidak semata-mata menggadaikan sembarang barang. Namun pada era ini barang yang boleh menjadi agunan ialah barang yang bisa bergerak dan mempunyai nilai jual yang relatif stabil seperti emas, sepeda motor, televisi, handphone, laptop, dan lain sebagainya.

Terbitnya PP No. 10 tanggal 1 April 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan pegadaian. Dari PP No. 10 ini menegaskan bahwa misi yang harus diemban oleh pegadaian ialah untuk mencegah adanya riba, misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP 103/2000 yang dijadikan landasan kegiatan usaha perum pegadaian sampai sekarang. Adapun tujuan yang dilakukan oleh Perum pegadaian syari'ah yaitu[10] :

1. Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pembiayaan/pinjaman atas dasar hukum gadai.
2. Pencegahan praktek ijon, pegadaian gelap, dan pinjaman tidak wajar lainnya.
3. Pemanfaatan gadai bebas bunga pada gadai syari'ah memiliki efek jaringan pengaman sosial karena masyarakat yang butuh dana mendesak tidak lagi dijerat pinjaman/pembiayaan berbasis bunga.
4. Membantu orang-orang yang membutuhkan pinjaman dengan syarat mudah.

---

[9] Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta : PT Raja Grafindo, 2008, h. 107.

[10] Dahlan Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan*, Jakarta : LPFE-UI, 2004, h. 503.

Adapun kegiatan mengenai pegadaian syari'ah atau *rahn* ini telah diatur dan disahkan oleh MUI yaitu dalam fatwa DSN-MUI Nomor : 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn* atau gadai syari'ah.[11] Jadi dapat dipastikan bahwa kegiatan gadai terutama yang menggunakan prinsip syari'ah ini dihalalkan atau diperbolehkan oleh MUI, namun tetap mengacu pada PP No. 10 tahun 1990 yaitu dalam kegiatannya tidak terdapat riba sama sekali.

Dalam kegiatan gadai syari'ah, bisa dikatakan sah secara syari'at Islam jika memenuhi rukun gadai yang diterapkan didalamnya, yaitu[12] :

1. *Rahin* (yang menggadaikan), yaitu nasabah, orang yang telah dewasa, bisa dipercaya, dan memiliki barang yang akan digadaikan.
2. *Murtahin* (yang menerima gadai), yaitu orang bank atau lembaga yang dapat dipercaya oleh *rahin* untuk mendapatkan modal dengan jaminan gadai.
3. *Marhun* (barang yang digadaikan), yaitu barang yang digunakan *rahin* dalam mendapatkan utang.
4. *Marhun bih* (pembiayaan yang diterima / utang), yaitu sejumlah dana yang diberikan *murtahin* kepada *rahin* atas dasar besaran taksiran *marhun*.
5. *Sighat, ijab* dan *qabul*, yaitu kesepakatan antara *rahin* dan *murtahin* dalam melakukan transaksi gadai.

### 2.1.2 Teori Citra Pegadaian Syari'ah

#### 2.1.2.1 Pengertian Citra

Menurut Biel citra perusahaan ialah kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan di mata

[11] www.dsnmui.or.id/index.php, dibrowsing pada tanggal 21 januari 2016

[12]Muhammad Syafe'i Antonio, *Bank Syari'ah : Wacana Ulama dan Cendekiawan*, Jakarta : Bank Indonesia dan Tazkia Institut, 1999, h. 215.

khalayak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya. Sedangkan menurut Sutisna adalah gambaran singkat yang dimiliki oleh perusahaan yang diciptakan melalui akumulasi pesan-pesan yang diterima melalui pengalaman yang dirasakan oleh seluruh indera.[13] Oleh karena itu citra menurut setiap individu atau kelompok tentang sebuah lembaga berbeda satu dengan yang lainnya, tergantung apa yang mereka tangkap masing-masing mengenai lembaga tersebut.

Citra suatu lembaga mempunyai peran besar dalam mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen ataupun nasabah. Menurut Flavian, et al mengungkapkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah.[14] Jadi, semakin positif nasabah menilai citra perusahaan maka semakin tinggi pula kepercayaan nasabah terhadap perusahaan tersebut dan akan mengulangi kembali kegiatan pembelian barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Hal yang sederhana dapat dilakukan dalam membangun citra tanpa mengeluarkan biaya yang mahal adalah melalui website perusahaan dan mengintegrasikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan untuk mendukung citra perusahaan.[15] Kedua hal tersebut telah diterapkan oleh Pegadaian Syari'ah Kendal dalam membangun citra pegadaian, di mana pihak pegadaian telah membuat laman web yaitu www.pegadaian.co.id bagi nasabah atau calon nasabah untuk mengetahui berbagai informasi mengenai pegadaian dengan mudah sebelum mereka melakukan

---

[13] Made Suci Pratiwi, *Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk, dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost pada Distro Ruby Soho di Singaraja*, http://download.portalgaruda.org/, diakses 24 Oktober 2016.

[14] Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013, h. 85.

[15] *Ibid*, h. 85.

transaksi gadai. Untuk CSR di Pegadaian Syari'ah Kendal yaitu diwujudkan dengan pemberian beberapa unit komputer di sekolah-sekolah yang telah pegadaian pilih serta pemberian bantuan ataupun sumbangan ke panti asuhan di daerah Kendal yang telah pegadaian pilih pula.

**2.1.2.2 Citra Menurut Individu atau Kelompok**

Ada dua teori yang menentukan mengenai citra dari sebuah objek yang dilihat oleh masing-masing individu atau kelompok, yaitu[16] :

1. Citra ditentukan oleh objeknya (*object-determind*), oleh karena itu dikatakan bahwa :
   a. Orang cenderung menangkap dari suatu objek hal-hal yang dapat ditangkap panca inderanya.
   b. Orang cenderung memproses hal-hal yang dapat ditangkap panca indera dengan serupa.
2. Citra ditentukan oleh orang yang memandang (*person-determind*), untuk itu maka dikatakan bahwa :
   a. Orang memiliki derajat kontak yang berbeda dengan objek.
   b. Orang dihadapkan pada sebuah objek akan secara selektif memilih aspek-aspek dari objek tersebut.
   c. Orang akan memproses secara berbeda hal-hal yang ditangkapnya.

**2.1.2.3 Citra Menurut Rasulullah SAW**

Adapun untuk membangun citra yang baik menurut syari'at Islam terutama oleh Rasulullah SAW, yaitu[17] :

1. Penampilan

   Perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa dalam menarik minat nasabah tidak terlepas dalam menjaga

[16] *Ibid*, h. 44.

[17] Veithzal Rivai, *Islamic Marketing (Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Rasulullah saw)*, Jakarta : Kompas Gramedia, 2012, h. 181.

penampilan, baik penampilan dari barang maupun jasa yang diproduksi maupun penampilan dari perusahaan termasuk karyawan-karyawannya. Namun dalam Islam yaitu penampilan yang tidak membohongi nasabah, baik menyangkut besaran (kuantitas) maupun kualitas. Maka hal ini tidak terlepas dari kejujuran.

2. Pelayanan

   Perusahaan diharapkan mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabahnya. Termasuk di dalamnya pelayanan terhadap nasabah yaitu tidak membeda-bedakan nasabah yang menggadaikan barang dalam jumlah yang rendah ataupun tinggi, serta memperlakukan mereka dengan adil sesuai dengan antrian mereka.

3. Persuasi

   Di dalam menjual sebuah produk baik produk itu berupa barang maupun jasa hendaknya menjauhi sumpah berlebihan. Karena dikhawatirkan perusahaan atau lembaga tidak mampu membayar sumpah yang telah dijanjikan yang nantinya akan mendholimi nasabah.

4. Pemuasan

   Kepuasan nasabah hanya didapatkan dengan kesepakatan bersama, dengan suatu usulan, penerimaan, penjualan yang sempurna.

**2.1.2.4 Indikator Citra**

Dari keempat kriteria untuk membangun citra yang ada menurut syari'at Islam, maka penulis mengambil dua kriteria yang akan digunakan sebagai indikator karena berdasarkan praktek yang ada di lapangan. Diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Penampilan, ialah sesuatu yang berbentuk dan dapat ditangkap oleh panca indera nasabah yang melihatnya sehingga menimbulkan kesan yang baik di mata mereka. Tampilan ini bisa didapat dari bentuk fisik gedung,

suasana gedung, serta yang paling utama ialah tampilan dari para pegawai yang ada.

2. Pelayanan, ialah sesuatu yang diterima dan dapat dirasakan dampaknya saat melakukan transaksi ataupun setelah melakukan transaksi terutama berupa jasa yang telah diterima.

### 2.1.3 Teori Keragaman Produk

#### 2.1.3.1 Pengertian Keragaman Produk

Produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan, pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.[18] Sedangkan keragaman produk menurut James F. Engels dalam skripsi Nursanah yang berjudul "Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Hero Supermarket" keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. (Engels, 1995:258)[19]

Komponen yang sangat berpengaruh mengenai produk salah satunya ialah mengenai atribut produk. Dalam atribut produk ini terdapat indikator lainnya seperti mengenai merek, atribut produk itu sendiri, label dan pelayanan pelanggan. Di Pegadaian Syari'ah Kendal atribut yang khas atau sangat kelihatan yaitu mengenai penyebutan di setiap produknya, di mana produk-produk yang ditawarkan oleh

---

[18] E. Catur Rismiati, *Pemasaran Barang dan Jasa*, Yogyakarta : Kanisius (IKAPI), 2001, h. 198.

[19] Nursanah, *Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas, Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Hero Supermarket* Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2010, h. 11.

Pegadaian Syari'ah menggunakan bahasa Arab yang disingkat sehingga memudahkan para nasabah untuk mengingatnya, salah satu produknya yaitu ARRUM (Ar-rahn Untuk Usaha Mikro Kecil).

**2.1.3.2 Produk Pegadaian Syari'ah**

Produk yang ditawarkan Pegadaian Syari'ah Kendal pun beragam, dibandingkan dengan pegadaian konvensional. Untuk menentukan produk apapun yang akan ditawarkan kepada para nasabah, pihak pegadaian syari'ah juga melewati proses yang sangat ketat dari pihak Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI), oleh karena itu produk yang diberikan kepada nasabah benar-benar produk yang tidak hanya menguntungkan pegadaian syari'ah namun juga menguntungkan bagi para nasabah yang tetap berada dalam prinsip syari'ah dalam menjalankannya. Berikut ialah beberapa produk yang ditawarkan di pegadaian syari'ah Kendal [20] :

1. Gadai Syari'ah (*Rahn*)

   Gadai syari'ah (*rahn*) adalah skim pinjaman yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan dana dengan sistem gadai sesuai syari'ah dengan barang jaminan berupa emas, perhiasan, berlian, elektronik dan kendaraan bermotor. Produk gadai (*rahn*) ini sangat diminati oleh mayoritas nasabah pada Pegadaian Syari'ah Kendal karena syarat untuk memperoleh pinjaman dari gadai (*rahn*) ini mudah, yaitu :

   a. Menyerahkan foto copy KTP atau identitas resmi lainnya (SIM, Paspor, dll).

[20] Catur, *Pemasaran…*, h. 248-254.

b. Menyerahkan barang sebagai jaminan (marhun), seperti perhiasan (emas, berlian), kendaraan bermotor, dan barang-barang elektronik.
c. Untuk kendaraan bermotor menyerahkan dokumen kepemilikan (BPKB) dan copy STNK sebagai pelengkap jaminan.
d. Mengisi formulir pinjaman jaminan.
e. Menandatangani akad.

2. ARRUM (Ar-Rahn Untuk Usaha Mikro Kecil)

   ARRUM (Ar-Rahn Untuk Usaha Mikro Kecil) adalah skim pinjaman dengan sistem syari'ah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembalian secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB mobil atau motor. Syarat untuk memperoleh produk ini hampir sama dengan produk gadai (*rahn*), namun yang membedakan hanyalah calon nasabah harus memiliki usaha produktif minimal telah berjalan 1 tahun, dan pihak pegadaian melakukan survey serta analisa kelayakan usaha calon nasabah sebelum memperoleh pinjaman dana tersebut.

3. MULIA (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi)

   MULIA (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi) ini merupakan produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syari'ah di mana memfasilitasi kepemilikan emas batangan melalui penjualan logam mulia oleh pegadaian kepada masyarakat secara tunai atau dengan pola angsuran dengan proses cepat dalam jangka waktu

tertentu yang fleksibel. Dalam prakteknya di Pegadaian Syari'ah Kendal pun biasanya investasi ini ditawarkan tidak sekedar perorangan saja, namun bisa juga diikuti oleh beberapa orang yaitu minimal enam orang dengan satu ketua kelompok, kemudian mereka mengkoordinir uang tersebut seperti sistem arisan. Dan untuk giliran mendapatkan emas tersebut tergantung sistem yang telah disepakati oleh ketua kelompok dengan pihak Pegadaian Syari'ah Kendal.

4. AMANAH (*Murabahah* untuk Kepemilikan Kendaraan Bermotor)

   AMANAH adalah produk Pegadaian Syari'ah dalam memberikan pinjaman untuk kepemilikan kendaraan bermotor. Produk ini menerapkan sistem syari'ah dengan akad *murabahah,* yaitu pemberian pinjaman. Para pegawai tetap suatu instansi atau perusahaan tertentu dapat memanfaatkan produk ini dengan cara memberikan besarnya penghasilan (gaji), pola perikatan jaminan sistem fidusia atas obyek, surat kuasa pemotongan gaji amanah tersebut.

5. Tabungan Haji

   Adalah produk baru dari Pegadaian Syari'ah yang baru saja rilis dan ditawarkan kepada nasabah, yaitu hanya dengan menggadaikan emas senilai Rp 7.000.000 maka nasabah akan menerima pinjaman sebesar Rp 25.000.000 dalam bentuk tabungan haji yang dapat digunakan untuk mendaftar haji. Syarat yang diberikan pegadaian syari'ah kepada nasabahnya pun sangat mudah,

yaitu dengan hanya menyerahkan bukti KTP, jaminan emas, serta SABPIH.

Untuk jangka waktu mengangsur tabungan haji ini, pihak pegadaian syari'ah memberikan tiga pilihan yaitu selama 12 bulan, 24 bulan, ataupun 36 bulan. Jadi dengan adanya pilihan tersebut nasabah diberikan kemudahan untuk mengangsur sesuai dengan kemampuan mereka. Namun untuk setoran awal tabungan ini, pihak pegadaian syari'ah menetapkan besarannya yaitu senilai Rp 500.000 dan selanjutnya nasabah tinggal mengangsur sesuai dengan jangka waktu yang mereka pilih.

#### 2.1.3.3 Indikator Keragaman Produk

Indikator yang terdapat keragaman produk yang ada di pegadaian syari'ah dalam penelitian ini ialah :

1. Keragaman produk
2. Nama produk
3. Atribut produk

### 2.1.4 Teori Akad

#### 2.1.4.1 Pengertian Akad

Pada dasarnya dalam setiap transaksi dalam jual beli atau dalam hal pemberian pinjaman, dalam Islam haruslah terdapat akad perjanjian di dalamnya. Karena akad menentukan sah atau tidaknya kegiatan tersebut baik antar individu dengan individu, individu dengan kelompok, ataupun kelompok dengan kelompok. Salah satu pembeda antara Pegadaian Konvensional dengan Pegadaian Syari'ah pun salah satunya ialah akad, karena jelas jika di Pegadaian Konvensional tidak terdapat akad apapun seperti halnya yang ada di Pegadaian Syari'ah.

Dalam fiqh, akad ialah pertalian *ijab* dengan *qabul* menurut cara-cara yang disyari'atkan yang berpengaruh terhadap objeknya. Ijab adalah permulaan penjelasan yang keluar dari salah satu pihak yang berakad sebagai gambaran kehendaknya dalam mengadakan akad. Sedangkan *qabul* yaitu perkataan yang keluar dari pihak yang berakad pula, yang diucapkan setelah adanya *ijab*.[21] Dalam Islam terdapat beberapa akad yang diaplikasikan di Pegadaian Syari'ah. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Pegadaian Syari'ah menerapkan enam jenis akad, di mana akad tersebut terbagi menjadi dua jenis berdasarkan tujuannya, yaitu terdiri dari akad yang bertujuan untuk konsumtif dan akad yang bertujuan untuk produktif.[22]

**2.1.4.2 Klasifikasi Akad**

1. Akad Tujuan Konsumtif

Akad tujuan konsumtif merupakan akad yang diberikan oleh Pegadaian Syari'ah yang berfungsi sosial, di mana akad tersebut diberikan kepada nasabah yang benar-benar tidak mampu namun masih memiliki agunan, dan agunan tersebut tidak menghasilkan (tidak dimanfaatkan). Untuk tujuan konsumtif ini Pegadaian Syari'ah menerapkan dua akad, yaitu[23] :

a. Akad *Qardhul Hasan*

Akad *qardhul hasan* adalah suatu akad yang dibuat oleh pihak pemberi gadai dengan pihak penerima gadai dalam hal transaksi gadai harta benda yang bertujuan untuk mendapatkan uang tunai yang diperuntukkan

[21] Hendi, *Fiqh*…, h. 66.
[22] Habiburrahim, *Mengenal*…, h.156.
[23] *Ibid*, h. 157-166.

untuk konsumtif.[24] Nasabah *(rahin)* dikenakan biaya berupa upah/*fee* kepada pihak pegadaian *(murtahin)* karena telah menjaga dan merawat barang gadaian *(marhun).* Pada dasarnya dalam qardhul hasan tidak diperbolehkan pemungutan biaya kecuali biaya administrasi. Penentuan biaya administrasi pun harus ditentukan dengan nominal bukan dalam bentuk presentase.

Berikut adalah ilustrasi kegiatan berdasarkan akad *qardhul hasan*, Ana membutuhkan uang tunai sebesar Rp 15.000.000 untuk membeli meja makan di rumahnya. Kemudian Ana mengajukan permohonan ke pegadaian syari'ah dengan membawa agunan emas 50 gram. Berdasarkan jumlah dana yang diajukan Ana tersebut, pihak pegadaian menaksir harga emas beserta biaya titipannya selama 4 bulan sehingga Ana menerima sejumlah uang yang ia butuhkan. Dan ketika tanggal jatuh tempo sudah tiba, maka Ana harus mengembalikan uang pinjamannya tersebut pada pihak pegadaian beserta membayar biaya taksir agunan dan biaya sewa tempat penitipan emas sebesar 50 gram.

b. Akad *Ijarah*

Yaitu akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Melalui

[24] Ali Zainuddin, *Hukum Gadai Syari'ah*, Jakarta : Sinar Grafika, 2008, h. 83.

akad ini pihak pegadaian syari'ah menerapkannya dalam hal jasa penyimpanan barang di mana barang tersebut disimpan dan dipelihara pihak pegadaian selama barang agunan ini belum ditebus. Dengan akad ini pihak pegadaian mendapatkan imbalan jasa (*ujrah*) dari hasil pemeliharaan barang tersebut sesuai dengan nominal yang ada di pegadaian dan jangka waktu yang telah ditentukan.

Misal, Hasan mendatangi pegadaian syari'ah untuk menyimpan sertifikat pabriknya. Kemudian pihak pegadaian menaksir berapa besar nilai sertifikat pabrik tersebut, setelah semuanya terpenuhi maka keduanya melakukan akad. Setelah akad dilakukan, maka pegadaian akan memberikan tempat penyimpanan sertifikat tersebut dan Hasan akan menerima uang sesuai dengan jumlah taksiran dari sertifikat tersebut. Dan saat akad berakhir maka Hasan harus memberikan sejumlah imbalan jasa atau *ujrah* kepada pihak pegadaian syari'ah.

2. Akad Tujuan Produktif

Akad tujuan produktif merupakan akad yang diberikan pihak murtahin yaitu Pegadaian Syari'ah kepada nasabahnya (*rahin*) di mana dana tersebut harus diupayakan untuk usaha yang produktif, namun jika nasabah tersebut tidak mampu menjalankan usahanya maka Islam menyediakan bisnis alternatif dengan sistem

bagi hasil. Untuk akad produktif ini terdiri dari empat macam akad, yaitu[25] :

a. Akad *Rahn*

Rahn yang dimaksud dalam hal ini ialah menahan harta milik dari nasabah sebagai jaminan sesuai dengan pinjaman yang telah ia terima. Pihak yang menahan yaitu pegadaian berhak menahan barang selama barang ini belum ditebus oleh nasabah. Pihak pegadaian juga berhak melelang barang jaminan ini apabila nasabah tidak mampu melunasi atau mengangsur biaya yang telah ditetapkan, namun untuk hal ini nasabah juga akan menerima uang kembali jika nilai barang tesebut mempunyai kelebihan dalam pelelangan. Hal ini pun tercantum dalam setiap transaksi seperti dalam hal gadai emas, dan akad tersebut pun tertulis jelas dalam balnko akad yang diterima nasabah.

Misal Nuri mendatangi pegadaian syari'ah dengan membawa barang agunan berupa emas sebesar 5 gram untuk memperoleh pinjaman sebesar Rp 1.000.000, kemudian pihak pegadaian menaksir barang tersebut. Setelah barang agunan ditaksir, maka Nuri memperoleh uang sebesar Rp 1.000.000 dengan masa jatuh tempo 4 (empat) bulan. Saat menerima uang pinjaman tersebut Nuri dikenakan biaya administrasi dan biaya ujrah per 10 hari pinjaman sesuai dengan ketentuan pegadaian.

b. Akad *Mudharabah*

[25] *Ibid*, h. 174-207.

Di Pegadaian Syari'ah, akad ini hanya diterapkan pada rahin yang menginginkan gadai barang untuk kegiatan produktif, artinya dengan menggadaikan barangnya, rahin tersebut mengharapkan adanya modal kerja. *Marhun* yang dijaminkan ialah barang yang dapat dimanfaatkan atau tidak dapat dimanfaatkan. Namun, jika marhun dapat dimanfaatkan maka dapat diadakan kesepakatan baru (akad lain) mengenai pemanfaatan marhun, dan jenis akadnya disesuaikan dengan jenis barangnya. Jika *rahin* tidak berkehendak memanfaatkan *marhun* dan diserahkan sepenuhnya kepada *murtahin*, maka *murtahin* berhak mengelola *marhun* dan memungut hasilnya.

Dalam prakteknya, akad ini berada pada produk ARRUM di mana produk ini ialah produk yang diberikan kepada nasabah yang membutuhkan modal usaha bagi usaha produktif mereka.

c. Akad *Ba'i Muqayadah*

Akad ba'i muqayadah ialah akad yang dilakukan apabila nasabah (rahin) ingin menggadaikan barangnya untuk keperluan produktif, seperti peralatan untuk modal kerja.[26] Sama seperti sebelumnya, *marhun* yang digadaikan bisa yang bersifat dapat dimanfaatkan ataupun tidak dapat dimanfaatkan. Apabila *rahin* tidak ingin memanfaatkan *marhun* dan diserahkan sepenuhnya kepada *murtahin*, *murtahin* berhak mengelola sepenuhnya. Dan sebaliknya jika

[26] Ali Murtadho, dkk, *Menuju Lembaga Keuangan yang Islami dan Dinamis*, Semarang : Rafi Sarana Perkasa, 2012, h. 132.

*murtahin* tidak menginginkan diberi amanah untuk mengelola *marhun*, maka *rahin* yang harus mengelolanya.

d. Akad *Musyarakah Amwal Al-'Inan*

Pola musyarakah adalah perkongsian antara dua pihak atau lebih untuk berbagi hasil atau berbagi kontribusi, berbagi kepemilikan dan berbagi resiko dalam sebuah usaha. Dalam pola ini akan mendorong terjadinya investasi bersama antara pihak yang mempunyai modal minimum tetapi kemampuan usahanya cukup optimal dengan pihak yang mempunyai modal besar yang cenderung dibiarkan atau dioptimalkan.

#### 2.1.4.3 Indikator Akad

Untuk penelitian ini maka didapatkan indikatornya yaitu :

1. Akad tujuan konsumtif
2. Akad tujuan produktif

### 2.1.5 Teori Keputusan Nasabah

#### 2.1.5.1 Pengertian Keputusan

Keputusan ialah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa, hasil pemutusan suatu ketetapan yang dipilih berdasarkan beberapa alternative.[27] Dalam pengambilan keputusan ada beberapa faktor yang mempengaruhi para nasabah tersebut sehingga mengambil salah satu diantara pilihan alternative yang tersedia, faktor-faktor tersebut yaitu[28] :

1. Faktor Budaya

[27] Catur, *Pemasaran…*, h. 17

[28] Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Rajawali Pers, 2013, h. 113-122.

Faktor budaya memiliki pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Dalam faktor budaya terdiri dari kultur, sub kultur, dan kelas sosial.

Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran dan status sosial.

2. Faktor Pribadi

   Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

3. Faktor Psikologis

   Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologis utama – motivasi, persepsi, pengetahuan (*learning*), serta keyakinan dan sikap.

Keempat faktor tersebut merupakan faktor-faktor yang sering berpengaruh terhadap keputusan para nasabah atau konsumen sebelum menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan. Namun biasanya yang paling berpengaruh ialah faktor pribadi, karena bagaimanapun juga sebelum mengambil tindakan dipengaruhi oleh diri sendiri baru mengacu terhadap orang lain ataupun yang disebut faktor sosial.

**2.1.5.2 Model Pengambilan Keputusan**

Menurut Kotler dan Amstrong mengemukakan bahwa model pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen ialah sebgai berikut :

Tabel 2.1

Model Pengambilan Keputusan

| Stimuli | | Kotak Hitam Pembeli | | Keputusan Pembeli |
|---|---|---|---|---|
| **Pemasaran** | **Lingkungan** | | | |
| Produk | Ekonomi | Karakteristik Pembeli | Proses pengambi-lan kepu-tusan | Sikap pembelian dan preferensi |
| Harga | Teknologi | | | Perilaku Pembelian |
| Distribusi | Politik | | | Perilaku hubungan merek dan perusahaan. |
| Promosi | Budaya | | | |

*Sumber : Model perilaku pembeli menurut Kotler*

Model tersebut menunjukkan bahwa stimuli dari luar akan masuk ke dalam kotak hitam pembeli dan menghasilkan respon tertentu kepada konsumen. Stimuli dari luar terdiri atas dua macam yaitu stimuli pemasaran dan lingkungan. Stimuli pemasaran meliputi empat unsur bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Sedangkan stimuli lingkungan terdiri dari ekonomi, teknologi, politik, dan budaya. Yang harus dipahami adalah apa yang terjadi di dalam kotak hitam pembeli yang merupakan mediator antara rangsangan dan respon. Kotak hitam pembeli ini terdiri atas dua komponen, bagian pertama adalah karakteristik pembeli yang meliputi faktor budaya, sosial, personal dan psikologis yang mempunyai pengaruh utama terhadap reaksi pembeli atas rangsangan yang diterima, dan bagian kedua adalah proses yang mempengaruhi hasil keputusan. Proses pengambilan keputusan meliputi aktivitas pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi, pengambilan keputusan dan perilaku setelah pembelian.[29]

[29] Tatik, *Perilaku Konsumen*…, h. 11

Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan model tersebut, pengambilan keputusan oleh konsumen atau nasabah bisa berasal dari luar individu yaitu usaha-usaha yang dilakukan oleh pemasar melalui strategi pemasarannya dan lingkungan, serta hal-hal yang berasal dari diri konsumen atau nasabah itu sendiri. keputusan konsumen atau nasabah dapat berupa pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penjual/perusahaan, waktu dan jumlah pembelian.

#### 2.1.5.3 Indikator Keputusan Nasabah

Dari beberapa faktor di atas yang mempengaruhi para nasabah dalam mengambil keputusan, maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini ialah :

1. Faktor Pribadi, yaitu suatu keadaan yang terjadi pada diri sendiri, seperti keadaan ekonomi dalam setiap individu nasabah sehingga mereka mengambil keputusan untuk menggunakan jasa gadai sebagai alternative untuk memenuhi kebutuhan atau kegiatan ekonomi mereka.
2. Faktor Psikologis, yaitu suatu persepsi atau pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah mengenai pegadaian syari'ah sehingga mereka tertarik untuk melakukan jasa gadai.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini memberikan pemaparan tentang beberapa pemikiran yang berkaitan dengan pengaruh citra, keragaman produk dan akad terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai pada pegadaian syari'ah. Oleh karena itu, peneliti berusaha mencari dan mengemukakan beberapa penunjang pustaka sebagai bahan kajian teoritik dalam relevansi penelitian yang dilakukan.

Pertama, skripsi Ahmad Ulinuha (NIM: 052411017), mahasiswa UIN Walisongo Semarang jurusan Ekonomi Islam, dengan judul "Pengaruh

Pelayanan dan Citra Pegadaian Syari'ah Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif di mana pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dan *Sampling Purposive* ,untuk skala pengukuran yaitu menggunakan skala likert, pengujian validitas, pengujian reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji t *(Uji Parsial)*, dan Uji F *(Uji Simultan)*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai.[30]

Kedua, skripsi Atiq Arsyadani (NIM: 092411037), mahasiswa UIN Walisongo Semarang jurusan Ekonomi, dengan judul "Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Kopma IAIN Walisongo Semarang". Penelitian ini menggunakan metode ganda yaitu kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan metode sampling insidental, untuk skala pengukuran menggunakan skala likert, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.[31]

Ketiga, skripsi Septin Nur Wulandari (NIM: 09390150), mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta jurusan Keuangan Islam dengan judul "Pengaruh Besaran Premi, Resiko, Klaim dan Akad pada Asuransi terhadap Minat Calon Nasabah Asuransi Syari'ah". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, di mana skala pengukuran yang digunakan ialah skala likert, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa

---

[30] Ahmad Ulinuha, *Pengaruh Pelayanan dan Citra Pegadaian Syari'ah Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai pada Pegadaian Syari'ah Cabang Majapahit Semarang*, 2005.

[31] Atiq Arsyadani, *Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembeian di Minimarket Kopma IAIN Walisongo Semarang*, 2015.

akad tidak berpengaruh atau tidak signifikan terhadap minat calon nasabah asuransi syari'ah.[32]

Pada penelitian sekarang, Penulis mengangkat judul mengenai Pengaruh Citra, Keragaman Produk dan Akad Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Gadai pada Pegadaian Syari'ah Kendal dengan harapan penelitian ini memfokuskan kajiannya pada pengaruh citra, keragaman produk dan akad terhadap keputusan nasabah di mana mayoritas nasabahnya ialah yang berada di pegadaian syari'ah Kendal, merupakan kajian baru dan belum pernah sama sekali dibahas dan diteliti oleh peneliti sebelumnya. Untuk itu penelitian ini diajukan dengan asumsi awal bahwa "citra, keragaman produk dan akad berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai pada pegadaian syari'ah Kendal".

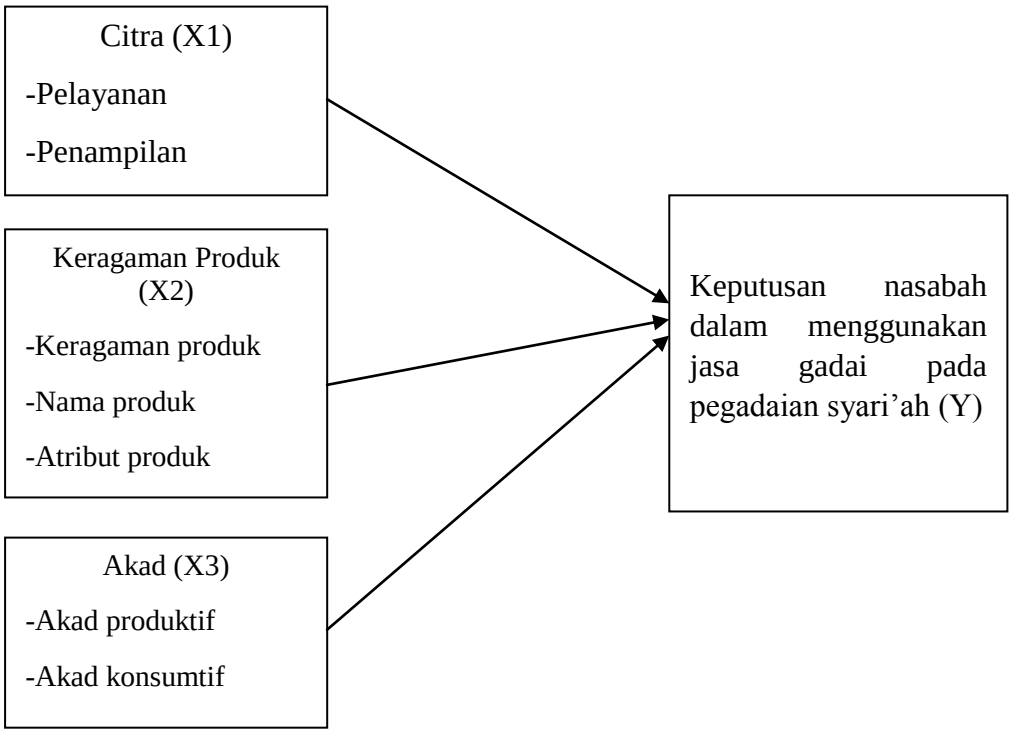
## 2.3 Kerangka Teoritis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, maka model konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui kerangka pemikiran teoritis, sebagai berikut :

Gambar 1

[32] Septin Nur Wulandari, *Pengaruh Besaran Premi, Resiko, Klaim dan Akad pada Asuransi terhadap Minat Calon Nasabah Asuransi Syari'ah*, 2013.

Kerangka Pemikiran Teoritis




Sumber : Dikembangkan dari penelitian Ahmad Ulinuha (2010), Atiq Arsyadani (2015), Septin Nur Wulandari (2013).

## 2.4 Hipotesis

Secara etimologi hipotesis berasal dari kata *hypo* yang berarti kurang dari, dan *thesis* yang berarti pernyataan atau pendapat. Sedangkan berdasarkan pengertian secara keseluruhan hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan[33], jadi hipotesis dalam penelitian ini ialah :

H1 : Citra Pegadaian Syari'ah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

H2 : Keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

[33] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : CV Alfabeta, 2010, h. 64.

H3 : Akad berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.