

**ANALISA MANFAAT PEMBIAYAAN GADAI EMAS SYARIAH: STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI-TOMANG RAYA**

**Natasha Putri Bahari**

Universitas Mercu Buana, Jakarta  
Email: natashaputri2198@yahoo.com

**Lucky Nugroho**

Universitas Mercu Buana, Jakarta  
Email: lucky.nugroho@mercubuana.ac.id

**Ahmad Badawi**

Universitas Mercu Buana, Jakarta  
Email: a.badawi@mercubuana.ac.id

**Nurul Hidayah**

Universitas Mercu Buana, Jakarta  
Email: nurul.hidayah@mercubuana.ac.id

---

**ABSTRACT**

---

*One of the superior products that distinguish between Islamic banks and conventional banks is Rahn or a pawn. However, these products are not owned by all Islamic banks. Furthermore, one of the sharia banks that have gold Rahn products or sharia gold pawn financing is Bank Syariah Mandiri (BSM), where BSM is also the largest Islamic bank with assets in Indonesia. This study aims to analyze the use of Islamic bank gold pawn financing for the community. The method used is a qualitative descriptive method with primary data. The sample used is customers of the BSM Tomang Raya Branch who have gold pawn financing facilities, amounting to 30 customers. The research questions are (i) What are the characteristics of the customers of sharia gold pawn financing; (ii) How is the use of Islamic gold pawn financing. The results of the research show that the majority of the age range of customers for sharia gold pawn financing is productive age (30-49 years), the majority of the sexes are women, the occupation of the majority of customers is private employees, the majority of customers' income is > IDR 5,000,000 per month. , the majority of customer education is S-1 and the religion of the majority of customers is Muslim. In addition, the use of borrowed money from sharia gold pawn financing is intended for consumer needs.*

**Keywords:** *Rahn, Islamic Bank, Financing, Customers Characteristics.*

---

**PENDAHULUAN**

Islam merupakan agama yang komprehensif karena Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah (beribadah), tetapi juga bagaimana bermuamalah yaitu hubungan manusia dengan manusia (Dien, 1997; Nugroho, Utami and Doktoralina, 2019; Ihwanudin *et al.*, 2020). Oleh karenanya, dalam melakukan transaksi keuangan dan bisnis,

umat manusia diperintahkan untuk menjalankan transaksi tersebut berdasarkan Al-Qur'an dan hadist serta hukum Islam lainnya yang berlaku seperti: qiyas, Ijma dsb (Alam Choudhury & Nurul Alam, 2013; Nugroho et al., 2020). Salah satu institusi keuangan yang memiliki peranan vital dalam perekonomian pada suatu negara adalah bank. Bank, memiliki peranan penting dikarenakan fungsi bank yaitu memobilisasi dana di masyarakat yang berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi (Aalbers and Christophers, 2014). Namun demikian, apabila fungsi bank tersebut tidak diimplementasikan untuk kesejahteraan masyarakat, akan tetapi digunakan untuk meraih keuntungan semata, maka akan mengakibatkan krisis ekonomi, dan itu pernah terjadi pada periode 1997-1998 dimana terjadi krisis ekonomi global (Soekapdjo, Tribudhi and Nugroho, 2019). Lebih lanjut, krisis ekonomi global diakibatkan oleh produk-produk derivatif perbankan yang bertujuan untuk meningkatkan penyaluran kredit pada segmen konsumen (Masyita, 2015; Soekapdjo et al., 2018).

Krisis ekonomi global tersebut juga berdampak terhadap perekonomian Indonesia dan juga berdampak terhadap guncangan pada industri perbankan. Guncangan industri perbankan tersebut adalah terdapatnya penutupan beberapa bank sehingga menyebabkan menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap keamanan bank untuk menyimpan uang mereka (Sudarsono, 2009). Lebih lanjut, menurut Nugroho & Husnadi (2014), krisis ekonomi tersebut dikarenakan kerakusan dari para pelaku bisnis yang ingin mengambil keuntungan sebesar-besarnya dengan cara yang tidak etis atau dengan kata lain merugikan pihak lain. Oleh karenanya, menurut Hasan, Mikail, & Arifin (2011) bank syariah yang telah hadir lama sejak tahun 1963 (mit ghamr Bank di Mesir) menjadi solusi dan menyadarkan seluruh pihak bahwa mekanisme perbankan konvensional memiliki peluang untuk menciptakan krisis ekonomi dan keuangan.

Tujuan dari bank syariah atau maqasid syariah merupakan pondasi bagi perbankan syariah dalam rangka menciptakan kemaslahatan bagi umat manusia. Oleh karenanya, perbankan syariah merupakan institusi keuangan yang tidak berorientasi terhadap keuntungan semata, akan tetapi juga memiliki kepedulian terhadap aspek sosial, aspek lingkungan dan juga aspek spiritual atau yang disebut *Profit, People, Planet* dan *Prophet* (Triyuwono, 2016; Nugroho, Nugraha and Badawi, 2020). Dalam operasional bank syariah juga melarang transaksi yang mengandung unsur MAGHRIB yaitu singkatan dari Maysir (judi atau spekulasi), Gharar (transaksi yang belum jelas tujuannya) dan Riba (transaksi yang mengandung unsur riba atau pengalihan risiko kepada pihak lain). Dampak dari adanya maqasid syariah dan pelarangan transaksi yang mengandung unsur MAGHRIB tersebut adalah seluruh transaksi pada bank syariah baik produk dan layanannya harus merujuk pada akad-akad syariah yang sesuai dan telah mendapatkan fatwa dari dewan pengawas syariah dan juga majelis ulama Indonesia (Nugraha et al., 2020).

Salah satu produk unggulan dari bank syariah adalah produk gadai emas dengan menggunakan akad Rahn. Salah satu bank syariah terbesar dari sisi aset dan pangsa pasar adalah Bank Syariah Mandiri (BSM) memiliki produk gadai emas tersebut. BSM memberikan nama layanan gadai emas tersebut dengan nama gadai emas berkah. Program gadai emas berkah merupakan fasilitas pembiayaan yang digunakan untuk mendapatkan

pemenuhan akan kebutuhan dana yang bersifat mendesak dengan jaminan emas. Adapun manfaat dari gadai emas tersebut adalah untuk memenuhi kebutuhan modal usaha, biaya pengobatan, biaya pendidikan dan kebutuhan lainnya yang harus segera dipenuhi. Adapun landasan hukum dari produk gadai emas tersebut berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No.25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni tahun 2002 tentang Rahn dan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 26/DSN-MUI/III/2002 tanggal 28 Maret tahun 2002 tentang Rahn Emas. Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) menetapkan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk Rahn dibolehkan dengan ketentuan-ketentuan yang diatur pada Fatwa DSN tersebut. Selain itu, Rahn Emas dibolehkan berdasarkan prinsip Rahn (Fatwa DSN nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn).

Produk gadai emas di BSM menerima gadai emas berupa lantakan dan batangan dari 16 karat s.d 24 karat. Selain itu besarnya pinjaman mulai dari Rp500.000,- s.d Rp250.000.000,- per nasabah. Adapun jumlah pembiayaan yang dapat diberikan adalah 95% dari nilai taksir untuk emas batangan dan 85% dari nilai taksir untuk emas perhiasan. Selain itu jangka waktu pembiayaan gadai emas adalah maksimal 4 bulan dan dapat diperpanjang. Biaya yang dikenakan pada pembiayaan gadai emas biaya administrasi dan biaya pemeliharaan. Dengan adanya pembiayaan gadai emas. Tentunya dapat menambah khasanah produk bank syariah sehingga meningkatkan nilai tambah dan juga daya saing dari bank syariah terhadap bank konvensional. Keberadaan dari produk pembiayaan gadai syariah harus dapat berkontribusi terhadap perekonomian masyarakat terutama kalangan menengah ke bawah dikarenakan batas limit pembiayaan gadai emas adalah maksimal sebesar Rp250.000.000,-

Berdasarkan fenomena tersebut, maka rumusan masalah pada artikel ini adalah: (i) Bagaimana karakteristik nasabah pembiayaan gadai emas syariah?; (ii) Bagaimana penggunaan uang pinjaman pembiayaan gadai emas syariah oleh nasabah?. Lebih lanjut, sejalan dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari artikel ini adalah untuk mengidentifikasi manfaat dari produk gadai emas dan siapa pengguna atau nasabah mayoritas dari produk gadai emas. Penelitian terdahulu atas objek produk pembiayaan gadai emas masih sangat minim sehingga diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi baik bagi kalangan praktisi dan akademis untuk menambah khasanah pengetahuan yang dapat digunakan dalam mengambil keputusan dan juga sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

## TINJAUAN PUSTAKA

Bank syariah merupakan bank yang berlandaskan atas nilai-nilai syariah sehingga produk dan layanannya telah mendapatkan persetujuan dari Dewan Pengawas Syariah (Hamza, 2013; Ltifi *et al.*, 2016). Oleh karenanya, produk pembiayaan gadai emas di BSM telah memenuhi rambu-rambu dan kaidah akad sebagai berikut:

- Bank syariah meminjamkan sejumlah uang tertentu kepada nasabah dengan emas sebagai jaminan;

- Sebagai imbalannya bank syariah akan menerima *fee* atau *ujrah* atau upah atas jasa penyimpanan emas nasabah di bank syariah;
- *Fee* atas jasa penyimpanan emas di bank syariah tersebut tidak boleh dikaitkan dengan pokok pinjaman. Jasa tersebut dikenal dengan *nafaqatul marhun* karena sesungguhnya emas tersebut milik nasabah. Oleh karenanya nasabahlah yang berkewajiban untuk menjaganya, namun dikarenakan emas tersebut dijadikan jaminan di bank, maka penjagaan emas tersebut dilakukan oleh bank syariah sehingga bank syariah berhak untuk mendapatkan *fee* atau *ujrah* atas jasa penyimpanan tersebut (*nafaqatul marhun*). Hadits Rasulullah Shalallahu Alaihi Wassalam “Tidak terlepas kepemilikan barang gadai dari pemilik yang menggadaikannya. Ia memperoleh manfaat dan menanggung risikonya (HR. Ibnu Majah dari Abu Hurairah).

Hal tersebut yang membedakan gadai konvensional dengan gadai syariah, dimana gadai konvensional mendapatkan keuntungan dari bunga atas fasilitas kredit yang diberikan kepada nasabah kepada nasabah pemilik emas. Oleh karenanya, bank syariah memiliki aturan internal dan ketentuan dimana besaran *fee* dari penyimpan emas tersebut tidak boleh dikaitkan dengan pokok pinjaman.

Pemerintah memiliki program dan rencana untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia. Oleh karenanya, bank syariah nasional sebagai salah satu pelaku dalam sistem ekonomi dan keuangan syariah sudah seharusnya memiliki daya saing internasional melalui variasi produk dan layanannya (Rijamampianina, February and Abratt, 2003; Sudirman *et al.*, 2020). Salah satu produk layanan bank syariah yang memiliki keunggulan dan berbeda dengan bank konvensional adalah pembiayaan gadai emas. BSM sebagai bank syariah yang saat ini menguasai pangsa pasar industri keuangan syariah di atas 20% menjadikan produk pembiayaan gadai emas ini sebagai produk unggulan. Oleh karenanya, persyaratan untuk mendapatkan pembiayaan dengan emas sebagai agunan tidaklah sulit. Persyaratan pembiayaan gadai emas adalah (i) Perorangan dan cakap hukum; (ii) Kartu Tanda Penduduk (identitas diri); (iii) NPWP bagi yang mengajukan pembiayaan gadai emas dengan limit pinjaman di atas Rp50.000.000,-; (iv) memiliki emas baik batangan ataupun perhiasan yang akan dijadikan agunan (v) membuka rekening pada bank.

Sasaran pemasaran dari produk gadai emas ini adalah ibu rumah tangga, dimana ibu rumah tangga atau istri memiliki kewenangan dalam mengeluarkan dan mengatur keuangan rumah tangga mereka (Nugroho, 2020). Selain itu dikarenakan objek jaminannya adalah perhiasan yang nota bene dimiliki oleh banyak wanita. Tentunya dalam memasarkan produk pembiayaan gadai emas BSM memiliki fokus terhadap segmen tertentu, yaitu pegawai, baik aparatur sipil negara (ASN) maupun pegawai swasta. Oleh karenanya strategi BSM dalam mengakuisisi nasabah harus berdasarkan lokasi yang potensial antara lain meliputi: (i) Perkantoran baik nasabah maupun non nasabah yang berlokasi di sekitar outlet BSM; (ii) Sekolah/Rumah Sakit/Universitas; (iii) Kantor Pemerintahan sekitar outlet BSM; (iv) Dan jarak tempuh maksimal 30 menit (+/- 15 KM) dari outlet BSM.

Selain pegawai, target pasar dari gadai emas adalah pengusaha (wiraswasta ataupun pedagang) dan juga Ibu Rumah tangga oleh karenanya BSM juga memiliki strategi akuisisi nasabah dengan mempertimbangkan tempat-tempat potensial untuk melakukan pemasaran yang mencakup:

- Pasar tradisional dan pasar modern;
- Pertokoan dan pusat niaga;
- Perumahan sekitar lokasi outlet BSM;
- Majelis taklim/acara keagamaan/forum seminar;
- Acara rutin bulanan/event rutin komunitas;
- Sekolah anak;
- Dan jarak tempuh maksimal 30 menit (+/- 15 KM) dari outlet BSM.

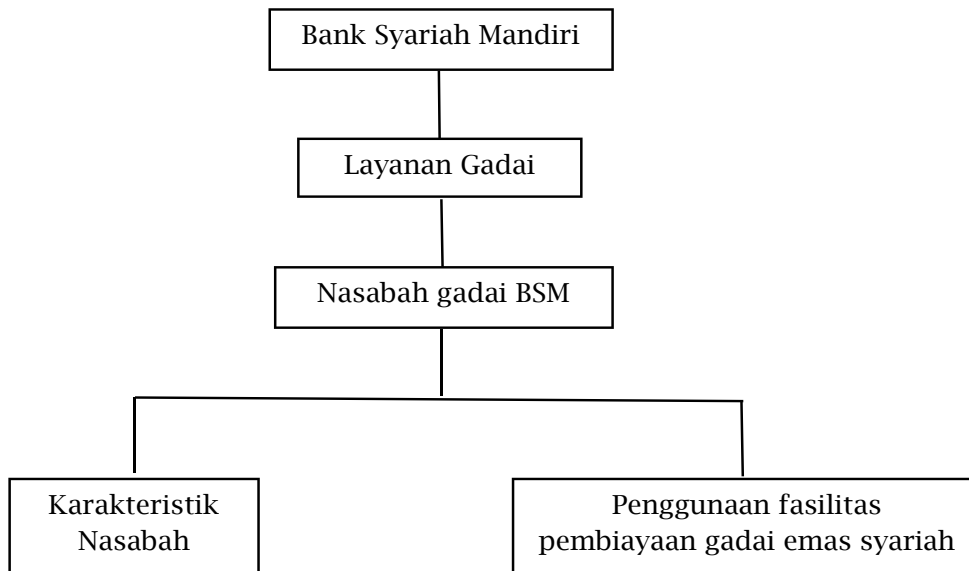
Fasilitas pembiayaan gadai emas tersebut bertujuan untuk dapat membantu masyarakat untuk menunjang transaksi keuangan, kebutuhan rumah tangga dan juga bisnis. Adapun menurut Deloof (2003), tujuan dari pembiayaan berdasarkan penggunaannya dapat dibedakan menjadi:

- Pembiayaan produktif, yaitu pinjaman modal kerja diberikan kepada pengusaha dan golongan berpenghasilan tetap (pekerja) sebagai tambahan dana untuk usaha atau pembiayaan yang bertujuan untuk mencukupi kebutuhan modal kerja usaha bagi pengusaha. Selain itu dapat berupa pembiayaan investasi yaitu pembiayaan yang diberikan kepada pengusaha untuk membiayai pembangunan prasarana dan sarana atau peralatan produksi. Sedangkan bagi golongan berpenghasilan tetap, pembiayaan tersebut dapat dipergunakan untuk pembelian atau pembangunan rumah, pembelian kendaraan bermotor dan lain sebagainya yang bersifat produktif;
- Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada pengusaha dan pekerja yang ditujukan untuk membeli barang-barang konsumsi seperti rumah tinggal dan kendaraan bermotor.

Selain itu, berdasarkan target market produk gadai emas BSM yang meliputi pegawai, baik aparatur sipil negara (ASN) maupun pegawai swasta, pengusaha (wiraswasta ataupun pedagang) dan juga Ibu Rumah tangga, maka BSM juga harus mempertimbangkan perilaku konsumen. Perilaku konsumen yang mencakup:

- Aspek budaya, yaitu perilaku konsumen yang didasarkan atas kesamaan sistim nilai yang berasal dari kehidupan beragama, dan wilayah geografis tempat tinggal;
- Aspek sosial, yaitu perilaku konsumen yang didasarkan atas pola interaksi dan hubungan keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja;
- Aspek pribadi, yaitu perilaku konsumen berdasarkan pribadi dari konsumen tersebut yang mencakup: usia, pekerjaan, ekonomi atau penghasilan, dan kepribadian.

Oleh karenanya, mengacu dari produk pembiayaan gadai emas syariah, target pasar, peruntukkan pembiayaan, dan juga perilaku konsumen, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini menjadi sebagai berikut:



**Gambar 2.1.** Kerangka Pemikiran Penelitian

## METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif, yaitu menggunakan survey kuisioner terhadap seluruh populasi nasabah pembiayaan gadai syariah Bank Syariah Mandiri pada cabang Tomang Raya. Oleh karenanya, data analisa yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari proses penyebaran kuisioner yang kemudian diukur secara numerik. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei berupa penggunaan kuisioner. Kuisioner berisi daftar pertanyaan kepada responden untuk dijawab mengenai tentang faktor agama, kebutuhan produktif, dan kebutuhan konsumtif mengenai manfaat keberadaan pegadaian syariah terhadap kebutuhan keuangan bagi masyarakat yang diukur dengan skala Likert yaitu:

- STS (Sangat Tidak Setuju) = 1
- TS (Tidak Setuju) = 2
- KS (Kurang Setuju) = 3
- S (Setuju) = 4
- SS (Sangat Setuju) = 5

Adapun metode analisis data yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif yaitu bertujuan untuk menganalisa data dan kemudian menyajikan dalam bentuk narasi yang bertujuan untuk menjelaskan penggunaan dari fasilitas

pembiayaan gadai emas syariah dan juga karakteristik nasabah yang menggunakan produk tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Nasabah Pembiayaan Gadai Emas BSM Cabang Tomang Raya

- Usia dan Jenis Kelamin Nasabah Pembiayaan Gadai Emas Syariah

Karakteristik nasabah pembiayaan gadai emas syariah berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1.** Jenis Kelamin dari Nasabah Pembiayaan Gadai Emas Syariah

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persen
Laki-laki	11	37%
Perempuan	19	63%
Grand Total	30	100%

Berdasarkan Tabel 4.1 jenis kelamin kategori laki-laki ada sebanyak 11 orang atau sekitar 37% dari jumlah sampel dengan jumlah produktif ada sebanyak 5 orang dan konsumtif sebanyak 6 orang. Jenis kelamin kategori perempuan ada sebanyak 19 orang atau sekitar 63% dari jumlah sampel dengan jumlah produktif ada sebanyak 9 orang dan konsumtif sebanyak 10 orang. Dapat disimpulkan bahwa responden paling dominan adalah jenis kelamin kategori perempuan dengan banyak responden 19 orang atau 63% dari jumlah sampel penelitian. Dengan demikian, target pasar dari BSM telah dapat diimplementasikan oleh BSM Cabang Tomang Raya dengan baik dimana target pasar dari produk pembiayaan gadai emas syariah salah satunya adalah Ibu rumah tangga. Selain itu, perempuan yang juga sebagai ibu rumah tangga memiliki kemampuan mengelola keuangan untuk keutuhan rumah tangga yang mencakup biaya kebutuhan seperti biaya anak sekolah, biaya kesehatan, biaya investasi dan biaya kehidupan sehari-hari (Rosyadi, Sasongko and Hoetoro, 2016; Hanum, 2017). Lebih lanjut, karakteristik nasabah pembiayaan gadai syariah berdasarkan karakteristik usia adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2.** Distribusi Usia Nasabah Pembiayaan Gadai Emas Syariah

Usia	Jumlah (orang)	Persen
20 - 29 Tahun	8	27%
30 - 39 Tahun	10	33%
40 - 49 Tahun	10	33%
>49 Tahun	2	7%
Grand Total	30	100%

Berdasarkan Tabel 4.2 usia 20 s.d 29 terdapat 8 nasabah pembiayaan gadai emas syariah atau sekitar 27% dari jumlah sampel. Selanjutnya nasabah pembiayaan gadai emas

syariah yang berusia 30 s.d 39 terdapat 10 orang atau sekitar 33% dari jumlah sampel. Selain itu, nasabah pembiayaan gadai emas syariah yang berusia 40 s.d 49 terdapat 10 orang atau sekitar 33% dari jumlah sampel. Usia diatas 49 ada sebanyak 2 orang atau sekitar 7% dari jumlah sampel penelitian. Dengan demikian, mayoritas usia dari nasabah pembiayaan gadai emas syariah pada rentang usia 30 s.d 49 tahun. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho et al., (2020), bahwa nasabah tabungan bank syariah mayoritas dikontribusi oleh nasabah yang berusia produktif, yaitu pada rentang usia 30 s.d 45 tahun.

- Pekerjaan

Nasabah pembiayaan gadai emas syariah apabila dikategorikan berdasarkan karakteristik pekerjaannya menjadi sebagai berikut:

**Tabel 4.3.** Pekerjaan dari Nasabah Pembiayaan Gadai Emas Syariah

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persen
Mahasiswa	2	3%
Pegawai Swasta	17	57%
Pedagang	1	3%
PNS	1	3%
Wiraswasta	6	20%
Ibu Rumah Tangga	3	10%
Grand Total	30	100%

Berdasarkan Tabel 4.3 Pekerjaan kategori mahasiswa terdapat 2 orang atau sekitar 3% dari jumlah sampel. Sedangkan, kategori pegawai swasta ada sebanyak 17 orang atau sekitar 57% dari jumlah sampel penelitian. Kategori pedagang ada sebanyak 1 orang atau sekitar 3% dari total nasabah pembiayaan gadai emas syariah. Sedangkan, Pegawai Negeri Sipil terdapat 1 orang atau sekitar 3% dari jumlah sampel. Lebih lanjut, kategori wiraswasta ada sebanyak 6 orang atau sekitar 20% dari jumlah sampel. Sedangkan, kategori ibu rumah tangga terdapat 3 orang atau sekitar 10% dari jumlah sampel. Apabila data jenis pekerjaan digabung dengan jenis kelamin dari nasabah pembiayaan gadai emas syariah, maka mayoritas dari nasabah pembiayaan gadai emas syariah adalah pegawai swasta dengan jenis kelamin perempuan. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari, Mandey, & Soegoto (2014), bahwa emas menjadi komoditas yang disenangi oleh perempuan terutama dalam bentuk perhiasan. Hal tersebut dikarenakan tujuan pembelian perhiasan emas tidak hanya untuk penampilan, akan tetapi juga dapat digunakan untuk jaminan dalam pembiayaan pada saat terdapat kebutuhan yang mendesak.



- Penghasilan

Karakteristik nasabah pembiayaan gadai emas syariah berdasarkan penghasilan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4.** Penghasilan per bulan dari Nasabah Pembiayaan Gadai Emas Syariah

Penghasilan	Jumlah	Persen
IRT/Tidak bekerja	5	17%
2 - 5 Juta	12	40%
>5juta	13	43%
Grand Total	30	100%

Berdasarkan Tabel 4.4 Penghasilan dari nasabah pembiayaan gadai emas syariah dibagi menjadi kategori tidak bekerja/IRT ada sebanyak 5 orang atau sekitar 17% dari jumlah sampel. Penghasilan kategori Rp2.000.000,- s.d Rp5.000.000,- terdapat 12 orang atau sekitar 40% dari jumlah sampel. Penghasilan dengan kategori > Rp5.000.000,- terdapat 13 orang atau sekitar 43% dari jumlah sampel. Oleh karenanya, nasabah pembiayaan gadai emas syariah paling dominan ditinjau dari karakteristik penghasilan adalah penghasilan dengan jumlah > Rp5.000.000,- per bulan. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Nugroho et al., (2020), individu yang memiliki penghasilan di atas Rp5.000.000,- memiliki kemampuan untuk menabung sehingga berpotensi memiliki kemampuan lebih dalam membelanjakan uangnya untuk membeli perhiasan emas atau emas batangan atau mayoritas dari nasabah pembiayaan gadai emas syariah adalah kalangan menengah ke atas.

- Pendidikan

Karakteristik nasabah pembiayaan gadai emas syariah berdasarkan pendidikan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5.** Karakteristik Nasabah Pembiayaan Gadai Emas Syariah berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persen
SMA	13	43%
S1	17	57%
Grand Total	30	100%

Berdasarkan Tabel 4.5 pendidikan kategori SMA ada sebanyak 13 orang atau sekitar 43% pendidikan kategori S1 ada sebanyak 17 orang atau sekitar 57% dari jumlah sampel. Dapat disimpulkan bahwa nasabah pembiayaan gadai emas syariah paling dominan adalah pendidikan kategori S1 dengan banyak responden 17 orang atau 57% sehingga

hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho & Tamala (2018), pengguna produk bank syariah dipengaruhi tingkat pendidikan masyarakat. Semakin baik pendidikan, maka makin besar peluang masyarakat tersebut memiliki peluang memiliki produk bank syariah.

- Agama

Karakteristik nasabah pembiayaan gadai emas syariah BSM berdasarkan agama adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6.** Karakteristik Nasabah Pembiayaan Gadai Emas Syariah berdasarkan Agama

Agama	Frekuensi	Persen
Islam	30	100%
Grand Total	30	100%

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa semua nasabah pembiayaan gadai emas syariah beragama islam yaitu sebanyak 30 orang atau 100%. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian dari Nugroho, Badawi, et al., (2020), bahwa produk simpanan pada bank syariah didominasi oleh non muslim. Oleh karenanya, bank syariah harus memasarkan dan membuat fitur pembiayaan yang lebih menarik bagi masyarakat.

### Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah BSM Cabang Tomang Raya

Selain itu, peneliti menggolongkan jawaban responden ke dalam 5 kategori, diantaranya yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Penggolongan ini merujuk pada rumus yang digunakan untuk memperoleh interval kelas, yaitu sebagai berikut:

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

$i$  = Interval kelas

$R$  = Range (skala tertinggi - skala terendah)

$K$  = Jumlah kelas

Adapun hasil dari rumus untuk memperoleh interval kelas adalah sebagai berikut:

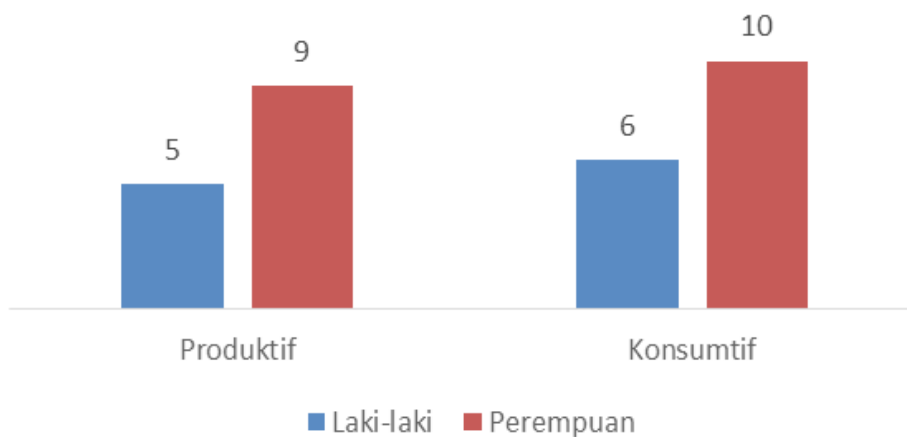
$$i = \frac{(5 - 1)}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hasil dari rumus untuk memperoleh interval kelas, didapatkan hasil sebesar 0,8 yang merupakan interval dari setiap kategori jawaban responden penelitian. Skala interval sebagai acuan kategori jawaban tersaji dalam tabel 4.7 sebagai berikut:

**Tabel 4.7.** Skala Kategori Jawaban Responden

Skala Kategori	Interval
Sangat Tinggi	3,43 - 4,23
Tinggi	2,62 - 3,42
Rendah	1,81 - 2,61
Sangat Rendah	1,00 - 1,8

Selanjutnya hasil dari penyebaran angket kepada nasabah pembiayaan gadai emas syariah, maka diketahui bahwa nasabah lebih banyak menggunakan pembiayaan tersebut untuk kebutuhan konsumtif dibandingkan untuk kebutuhan produktif. Grafik penggunaan pembiayaan dapat ditunjukkan menjadi sebagai berikut:



**Grafik 4.1.** Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas Syariah

Merujuk pada grafik 4.1, maka nasabah pembiayaan gadai emas syariah lebih banyak menggunakan pembiayaannya untuk keperluan konsumtif, yaitu 16 nasabah. Oleh karenanya, tujuan dari produk pembiayaan gadai emas syariah adalah sebagai produk pembiayaan yang dapat memenuhi kebutuhan mendadak atau yang tidak diprediksi sebelumnya dari masyarakat. Adapun proses pengajuan sampai dengan persetujuan dan pencairan, *Service Level Agreement (SLA)*, tidak memakan waktu yang lama, yaitu 5 hari kerja.

- Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas untuk Tujuan Produktif

Berdasarkan hasil angket, penggunaan untuk tujuan produktif dari pembiayaan gadai emas syariah oleh nasabah dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.8.** Manfaat Keberadaan Pegadaian Emas Syariah Terhadap Kebutuhan Keuangan Produktif Bagi Masyarakat

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	RATA-RATA
1	Saya pinjam gadai untuk membuat usaha	3	8	2	1	0	3.93
2	Saya pinjam gadai untuk menambah omset usaha	5	9	0	0	0	4.36
3	Saya pinjam gadai untuk membayar gaji karyawan	1	6	3	3	1	3.21
4	Saya pinjam gadai untuk membeli alat produksi usaha	2	9	2	1	0	3.86
5	Saya pinjam gadai untuk tempat kost	0	2	4	7	1	2.50

Merujuk Tabel 4.8 di atas menjelaskan bahwa manfaat keberadaan pembiayaan pegadaian emas syariah untuk tujuan produktif di dominasi penggunaannya untuk menambah omset usaha (modal kerja) sebesar dengan skor 4,36 (sangat tinggi) dan membuka usaha dengan skor sebesar 3,93 (sangat tinggi).

- Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas untuk Tujuan Konsumtif

Berdasarkan hasil angket, penggunaan untuk tujuan konsumtif dari pembiayaan gadai emas syariah oleh nasabah dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.9.** Manfaat Keberadaan Pegadaian Emas Syariah Terhadap Kebutuhan Keuangan Konsumtif Bagi Masyarakat

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	RATA-RATA
1	Saya pinjam gadai untuk membeli motor	1	3	4	6	2	3.20
2	Saya pinjam gadai untuk biaya sekolah	2	8	4	2	0	3.50
3	Saya pinjam gadai untuk kebutuhan darurat rumah sakit	2	9	3	2	0	3.57
4	Saya pinjam gadai untuk kebutuhan sehari-hari	3	12	1	0	0	4.07
5	Saya pinjam gadai untuk membeli laptop	0	1	6	8	1	2.50

Merujuk tabel 4.9 di atas menjelaskan bahwa manfaat keberadaan pegadaian Syariah terhadap kebutuhan keuangan konsumtif bagi masyarakat sebageian besar adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dikarenakan keuangan rumah tangga digunakan oleh kebutuhan lain. Adapun skor penggunaan uang dari pembiayaan gadai emas syariah

yaitu sebesar 4,07 (sangat tinggi) dan penggunaan konsumtif selanjutnya adalah untuk membayar biaya sekolah dengan skor sebesar 3,57 (sangat tinggi). Dengan demikian, penggunaan pembiayaan gadai emas syariah untuk tujuan konsumtif lebih banyak diperuntukkan untuk menutupi kekurangan biaya hidup rumah tangga, yang mana kemungkinan biaya rumah tangga tersebut digunakan untuk keperluan mendadak lainnya seperti keperluan membayar rumah sakit, ataupun kebutuhan mendesak lainnya.

## SIMPULAN, DAN SARAN

Produk pembiayaan gadai emas syariah merupakan salah satu produk unggulan yang dimiliki oleh bank syariah yang tidak dimiliki oleh bank konvensional. Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka karakteristik nasabah pembiayaan gadai emas syariah meliputi:

- Usia, usia nasabah didominasi pada usia 30 tahun s.d 49 tahun dengan jumlah prosentase sebesar 66% dari total sampel. Dengan demikian, usia nasabah pembiayaan gadai emas mayoritas berada pada usia produktif.
- Jenis kelamin nasabah didominasi oleh jenis kelamin perempuan dengan jumlah prosentase sebesar 63% dari total sampel. Dengan demikian, target pasar dari pembiayaan gadai emas adalah perempuan yang nota bene perempuan lebih banyak menggunakan emas sebagai perhiasan.
- Pekerjaan nasabah didominasi oleh pekerja swasta dengan jumlah prosentase sebesar 57% dari total sampel. Dengan demikian, pekerja swasta dapat dijadikan target profesi dari pemasaran produk pembiayaan gadai emas bank syariah.
- Penghasilan nasabah didominasi oleh penghasilan >Rp5.000.000,- per bulan dengan jumlah prosentase sebesar 43% dari total sampel. Dengan demikian, pengguna mayoritas produk pembiayaan gadai emas bank syariah adalah kalangan menengah.
- Pendidikan nasabah didominasi oleh pendidikan S1 dengan jumlah prosentase sebesar 57% dari total sampel. Dengan demikian, nasabah dengan pendidikan S1, memiliki pengetahuan atau literasi yang lebih baik terhadap produk-produk bank syariah
- Agama nasabah didominasi oleh muslim dengan jumlah prosentase sebesar 100% dari total sampel.

Selanjutnya penggunaan dari pembiayaan gadai emas syariah adalah sebagai berikut:

- Penyaluran pembiayaan gadai emas syariah lebih banyak digunakan untuk kebutuhan konsumtif dengan jumlah 53% dari total sampel. Adapun penggunaannya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan membayar biaya sekolah. Sedangkan kebutuhan konsumtif sebesar 47% dari total sampel dengan tujuan penggunaan untuk menambah omset usaha (modal kerja) dan membuka usaha.

Saran penelitian bagi manajemen bank syariah dalam memasarkan pembiayaan gadai syariah antara lain:

- Fokus memasarkan kepada segmen masyarakat produktif dengan rentang usia 30 s.d 49 tahun;
- Fokus memasarkan kepada jenis kelamin perempuan;
- Fokus memasarkan kepada segmen pekerja swasta;
- Fokus memasarkan kepada segmen masyarakat kelas menengah dengan penghasilan di atas Rp 5.000.000,-;
- Fokus memasarkan kepada calon nasabah yang memiliki pendidikan di atas sekolah menengah;
- Selain itu bank syariah dapat mempercepat proses *service level agreement* (SLA) maksimal 3 hari dikarenakan mayoritas penggunaannya untuk tujuan konsumtif atau dengan kata lain kebutuhan yang mendesak dan tidak direncanakan sebelumnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aalbers, M. B. and Christophers, B. (2014) 'Centring Housing in Political Economy', *Housing, Theory and Society*. Routledge, 31(4), pp. 373-394. doi: 10.1080/14036096.2014.947082.
- Alam Choudhury, M. and Nurul Alam, M. (2013) 'Corporate governance in Islamic perspective', *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 6(3), pp. 180-199. doi: 10.1108/IMEFM-10-2012-0101.
- Deloof, M. (2003) 'Does working capital management affect profitability of Belgian firms?', *Journal of Business Finance and Accounting*, 30(3-4), pp. 573-588. doi: 10.1111/1468-5957.00008.
- Dien, M. I. (1997) 'Islam and the environment: Theory and practice', *Journal of Beliefs and Values*, 18(1), pp. 47-57. doi: 10.1080/1361767970180106.
- Hamza, H. (2013) 'Sharia governance in Islamic banks: effectiveness and supervision model', *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 6(3), pp. 226-237. doi: 10.1108/IMEFM-02-2013-0021.
- Hanum, S. L. (2017) 'Peran Ibu Rumah Tangga dalam Membangun Kesejahteraan Keluarga', *Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(2), pp. 1-9.
- Hasan, R. B., Mikail, S. A. and Arifin, M. (2011) 'Historical development of Islamic venture capital: An appraisal', *Journal of Applied Sciences Research*, 7(SPECIAL ISSUE), pp. 2377-2384.
- Ihwanudin, N. et al. (2020) *Pengantar Perbankan Syariah (Konsep, Regulasi & Praktis)*. Widina Bhakti Persada Bandung. Available at: [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com) (Accessed: 30 October 2020).

- Ltifi, M. *et al.* (2016) 'The determinants of the choice of Islamic banks in Tunisia', *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), pp. 710–730. doi: 10.1108/IJBM-11-2014-0170.
- Masyita, D. (2015) 'Why do people see a financial system as a whole very important?', *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 1(1), pp. 79–106.
- Nugraha, E. *et al.* (2020) 'Maqashid Sharia Implementation in Indonesia and Bahrain', *Etikonomi*, 19(1), pp. 155–168. doi: 10.15408/etk.v19i1.14655.
- Nugroho, L. (2020) 'Konsep Ekonomi dan Perbankan dalam Islam', in *Pengantar Perbankan Syariah*. 1st edn. Widina Bhakti Persada Bandung, pp. 1–26. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Nugroho, L., Meiwanto Doktoralina, C., *et al.* (2020) 'Microeconomics and Tawhid String Relation Concept (TSR)', *International Journal of Economics and Business Administration (IJEBA)*, 8(3), pp. 293–306. doi: 10.35808/ijebe/516.
- Nugroho, L., Badawi, A., *et al.* (2020) 'Snapshot in Customer Deposit of Islamic Bank Religion, Age, and Gender as The Reflection of Pancasila Five Principles of Indonesia Nation', *Journal of Research in Business*, 5(1), pp. 74–95. doi: 10.35333/JRB.2020.177.
- Nugroho, L. and Husnadi, T. C. (2014) 'State-Owned Islamic Bank (BUMN) in Realizing The Benefit of Ummah (Maslahah) and Indonesia as Islamic Financial Center in The World', in *11th International Research Conference on Quality, Innovation and Knowledge Management. Bandung*, p. 20.
- Nugroho, L., Nugraha, E. and Badawi, A. (2020) 'Sustainable Finance Portfolio Analysis in Islamic Bank (Segment Perspective)', *International Journal of Commerce and Finance*, 6(2), pp. 226–240.
- Nugroho, L. and Tamala, D. (2018) 'Persepsi pengusaha umkm terhadap peran bank syariah', *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 3(1), pp. 49–62.
- Nugroho, L., Utami, W. and Doktoralina, C. M. (2019) 'Ekosistem Bisnis Wisata Halal dalam Perspektif Maqasid Syariah', *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 3(2), pp. 84–92. doi: 10.21070/perisai.v3i2.1964.
- Rijamampianina, R., February, Y. and Abratt, R. (2003) 'A framework for concentric diversification through sustainable competitive advantage', *Management Decision*, 41(4), pp. 362–371. doi: 10.1108/00251740310468031.
- Rosyadi, M. I., Sasongko and Hoetoro, A. (2016) 'Willingness to Pay Rumah Tangga dalam Membayar Biaya Pendidikan Menengah Unggulan di Kota Malang', *Jurnal Pendidikan Progresif*, 6(2), pp. 129–140. doi: 10.16285/j.rsm.2007.10.006.
- Sari, R. L., Mandey, S. and Soegoto, A. S. (2014) 'Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara', *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2), pp. 1222–1232.
- Soekapdjo, S. *et al.* (2018) 'Bad Debt Issues in Islamic Bank: Macro and Micro Influencing (Indonesia Cases)', *International Journal of Commerce and Finance*, 4(1), pp. 10–26.

- Soekapdjo, S., Tribudhi, D. A. and Nugroho, L. (2019) 'Pengaruh Fundamental Ekonomi dan Kinerja Keuangan Terhadap Kredit Bermasalah Pada Bank Syariah Di Indonesia', *Ekonika : Jurnal ekonomi universitas kadiri*, 4(2), p. 126. doi: 10.30737/ekonika.v4i2.327.
- Sudarsono, H. (2009) 'Dampak Krisis Keuangan Global terhadap Perbankan di Indonesia: Perbandingan antara Bank Konvensional dan Bank Syariah', *La\_Riba*, 3(1), pp. 12-23. doi: 10.20885/lariba.vol3.iss1.art2.
- Sudirman, A. (Acai ) *et al.* (2020) *Perilaku Konsumen Dan Perkembangannya Di Era Digital*. Widina Bhakti Persada Bandung. Available at: [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com) (Accessed: 30 October 2020).
- Triyuwono, I. (2016) 'Contemporary issues in management', *Pertanika Journal Of Social Science And Humanities*, 24, pp. 89-103. doi: 10.26524/jms.2013.62.