

Vol. 1, No. 1, Agustus 2017

ISSN: 2581-1118

Jurnal Administrasi Bisnis Indonesia



Program Studi S1 Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Administrasi
Universitas Sangga Buana YPKP

Pengaruh *Ujrah* terhadap Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Produk Mitra Emas iB Masalahah (Studi Kasus pada bjb syariah Cabang Braga tahun 2016)

Erwan Komara^a

Sanny Komalasari^b

^{a,b}SI Administrasi Bisnis, Universitas Sangga Buana YPKP

Abstrak

Emas adalah barang berharga yang dapat dipakai jaminan dalam melakukan utang-piutang sesuai syariah dengan cara gadai (*rahn*). Bank bjb syariah membuat satu produk gadai syariah yang diberi nama Mitra Emas iB Masalahah. Emas tersebut ditempatkan dalam penguasaan dan pemeliharaan Bank bjb Syariah, dan atas pemeliharaan tersebut Bank bjb syariah mengenakan biaya pemeliharaan emas atau *ujrah* atas dasar prinsip *Ijarah*.

Dari gambaran dua pernyataan tersebut penulis membuat penelitian yang berjudul Pengaruh *Ujrah* terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Produk Mitra Emas iB Masalahah (Studi Kasus pada bjb syariah Cabang Braga tahun 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Ujrah* terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas syariah. Obyek penelitian yang didapatkan oleh penyusun ialah Bank bjb syariah Cabang Braga Bandung. Penelitian ini merupakan studi dengan pendekatan kuantitatif yang bersifat deskriptif. Data primer diperoleh melalui pengumpulan data berupa kuesioner serta hasil wawancara langsung dari narasumber terkait. Adapun responden dalam penelitian ini yakni nasabah yang akan dan sudah menggunakan jasa pembiayaan Gadai Emas Syariah di bank bjb syariah cabang Braga sebanyak 129 orang yang dipilih dengan menggunakan tehnik purposive sampling dan dianalisis menggunakan SPSS 19 dengan alat analisis Regresi Sederhana.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor *ujrah* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil pengujian parsial menyimpulkan bahwa faktor *ujrah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Kata kunci: Gadai, *ujrah*, keputusan pembelian, bjb syariah

1. PENDAHULUAN

Perhatian pemerintah dan masyarakat terhadap ekonomi syariah terutama dalam bentuk perbankan syariah semakin menggembirakan. Menurut Halim Alamsyah (2012), Deputi Gubernur Bank Indonesia, Pemerintah melalui Bank Indonesia sangat memperhatikan dengan serius dan berusaha dengan sungguh-sungguh dalam mendorong perkembangan perbankan syariah. Perhatian dan usaha ini dibuktikan dengan pengesahan beberapa produk perundangan yang memberikan kepastian hukum dan meningkatkan aktivitas pasar keuangan syariah, seperti: (i) UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah; (ii) UU No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (sukuk); dan (iii) UU No. 42 tahun 2009 tentang Amandemen Ketiga UU No. 8 tahun 1983 tentang PPN Barang dan Jasa. Lahirnya UU Perbankan Syariah mendorong

peningkatan jumlah BUS dari sebanyak 5 BUS menjadi 11 BUS dalam kurun waktu kurang dari dua tahun (2009-2010).

Peran masyarakat juga tak kalah penting. Melalui peran serta aktifnya, masyarakat dengan partisipasi dana pihak ketiga (DPK)-nya memberikan kontribusi nyata dalam hal peningkatan aset perbankan syariah. Tercatat sampai akhir tahun 2011, aset perbankan syariah mencapai Rp 149,3 triliun (BUS & UUS Rp 145,6 triliun dan BPRS Rp 3,7 triliun) atau tumbuh sebesar 51,1% (yoy) dari posisi tahun sebelumnya. Industri perbankan syariah mampu menunjukkan akselerasi pertumbuhan yang tinggi dengan rata-rata sebesar 40,2% pertahun dalam lima tahun terakhir (2007-2011), sementara rata-rata pertumbuhan perbankan nasional hanya sebesar 16,7% pertahun. Oleh karena itu,

industri perbankan syariah dijuluki sebagai *'the fastest growing industry'*. (Alamsyah, 2012)

Perkembangan ekonomi syariah ini diprediksi akan terus mengalami perbaikan, mengingat Indonesia adalah Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, dalam data Badan Pusat Statistik tahun 2016 mencatat 45% penduduknya memeluk agama Islam. Mayoritas penduduk yang beragama Islam menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial dalam pengembangan keuangan syariah.

PT. Bank Jabar Banten merupakan salah satu bank yang mengambil peluang ini dengan mendirikan Bank bjb Syariah sebagai anak perusahaannya dan sampai saat ini masih menjadi satu-satunya BPD yang memiliki *dua Banking system* yaitu konvensional dan Syariah. Salah satu produk pembiayaan Bank bjb Syariah yang menjadi ciri khas dan pembeda dengan produk bank konvensional adalah gadai emas.

Secara umum, gadai merupakan salah satu bentuk perjanjian utang-piutang yang untuk memperoleh kepercayaan dari orang yang berpiutang, maka orang yang berutang menyerahkan barang berharga yang dimilikinya sebagai jaminan terhadap utangnya itu. Barang jaminan tetap jadi milik orang yang orang yang berutang tetapi dikuasai oleh yang berpiutang. Praktik seperti ini telah di-syaratkan dalam Al-Quran sebagaimana dalam Qs. Al-Baqarah [2] ayat 283 dan telah ada zaman Rasulullah saw, dan beliau pun pernah melakukannya (HR. Bukhari dan Muslim dari Aisyah ra.). Gadai mempunyai nilai sosial yang sangat tinggi dan dilakukannya secara sukarela atas dasar tolong-menolong.

Barang berharga yang dapat dipakai jaminan dalam melakukan utang-piutang adalah emas. Bank bjb Syariah menyadari bahwa emas merupakan produk yang tidak terpengaruh oleh inflasi, karena emas adalah hasil sumber daya bumi yang keberadaannya terbatas dan tidak bisa diperbaharui. Emas merupakan produk yang dapat mengalami kenaikan harga

setiap tahunnya. Kenaikan harga emas sebagaimana diamati oleh Kholifah (2013), bisa mencapai hingga 100% dalam lima tahun atau 30% setiap tahunnya.

Dari potensi tersebut, Bank bjb syariah membuat satu produk gadai syariah yang diberi nama Mitra Emas iB Masalahah. Mitra Emas iB Masalahah merupakan produk pembiayaan Bank bjb syariah yang memberikan pembiayaan dengan prinsip *Qardh* kepada nasabah melalui penyerahan agunan berupa emas. Emas tersebut ditempatkan dalam penguasaan dan peneliharaan Bank Syariah, dan atas peneliharaan tersebut Bank bjb syariah mengenakan biaya peneliharaan emas atas dasar prinsip *Ijarah*.

Ijarah yaitu akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*ajrah*), tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Pengertian lain dari *ijarah* adalah menukar sesuatu dengan ata imbalannya. Menurut Hanafiyah, *ijarah* adalah akad untuk membolehkan pemilik manfaat yang diketahui dan disengaja dari suatu zat yang disewa dengan imbalan. Melalui akad *ijarah* ini, bjb Syariah memungkinkan untuk memungut biaya (*ajrah*) untuk menutupi biaya yang dikeluarkan olehnya, berupa biaya perawatan, pemeliharaan, dan penyimpanan.

Berbeda dengan lembaga keuangan penggadaian pada umumnya, perbankan syariah termasuk bjb Syariah tidak mendapatkan keuntungan dari produk yang dijalankannya melalui sistem ribawi akan tetapi melalui skema syariah yang telah dinyatakan halal oleh syariat. Dalam skema *ijarah*, bjb Syariah menerima *ajrah* dari setiap nasabah gadai syariah yang menjaminkan emasnya. Besaran *ajrah* ini bisa menjadi salah satu penentu para nasabah melakukan transaksi gadai dengan bjb Syariah.

Dari pertimbangan di atas, maka penulis berkeinginan meneliti seberapa besar pengaruh biaya pemeliharaan (*ajrah*) terhadap keputusan nasabah untuk menggadaikan emasnya di Bank bjb. Penelitian ini difokuskan pada

Kantor Cabang Braga Bandung, karena Kantor Cabang ini diproyeksikan memiliki jangkauan yang mencakup masyarakat Kota Bandung.

2. KERANGKA TEORITIS

Dalam literatur Islam dikenal dengan istilah baitul mal atau baitul tamwil. Istilah lain yang digunakan untuk sebutan Bank Islam adalah Bank Syariah. Secara akademik istilah Islam dan syariah berbeda, namun secara teknis untuk penyebutan bank Islam dan Bank Syariah mempunyai pengertian yang sama. Perbankan syariah nasional dalam tahun-tahun terakhir ini menunjukkan perkembangan yang relatif cepat, pesatnya pertumbuhan perbankan syariah ini diimbangi dengan tetap dipertahankannya prinsip kehati-hatian didalam mengelola usahanya, peranan bank syariah menjadi sangat penting karena bank syariah mempunyai landasan etika agar kaum muslimin mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah.

Menurut Undang-undang No.10 tahun 1998 bank syariah adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Prinsip syariah menurut Pasal 1 ayat 13 Undang-undang No.10 tahun 1998 tentang perbankan adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Menurut Heri Sudarsono (2003:18) pengertian bank syariah sebagai berikut: "Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa bank lain dalam lalu lintas pembayaran serta

peredaran uang yang beroperasi disesuaikan prinsip-prinsip syaria Islam."

Dari definisi diatas akhirnya penulis dapat menyimpulkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dalam aktifitasnya baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan menekankan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil.

Kegiatan bank syariah ini menurut UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan, UU No.10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas UU No.7 Tahun 1992, dan SK Dir BI No. 32/34/KEP./DIR 12 Mei 1999 tentang bank berdasarkan prinsip syariah. Bank wajib menerapkan prinsip syariah dalam melakukan kegiatan usahanya yang meliputi:

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan yang meliputi:
 - Giro berdasarkan prinsip wadi'ah
 - Tabungan berdasarkan prinsip wadi'ah atau mudharabah
 - Deposito berjangka berdasarkan prinsip mudharabah
 - Bentuk lain berdasarkan prinsip wadi'ah atau mudharabah
2. Melakukan penyaluran dana melalui
 - Transaksi jual beli berdasarkan prinsip murabahah dan yang lainnya
 - Pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip mudharabah, mudharabah dan bagi hasil lainnya
 - Pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip hiwalah rahn, prinsip jual beli.
 - Membeli surat-surat berharga pemerintah atau BI berdasarkan prinsip syariah
3. Memberikan Jasa-jasa
 - Memindahkan uang untuk kepentingan sendiri atau nasabah berdasarkan prinsip syariah wakalah
 - Menerima pembayaran tagihan atas surat berharga atau pihak ketiga berdasarkan prinsip wakalah.
 - Menyediakan tempat untuk menyimpan barang berharga

berdasarkan prinsip wadi'ah yad amanah.

- Melakukan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan kontrak dengan prinsip wakalah.
 - Melakukan penempatan dana dari nasabah kepada nasabah lain.
 - Memberikan fasilitas L/C berdasarkan prinsip wakalah, murabahah, mudharabah, mudharabah, garansi bank berdasarkan prinsip kafalah
 - Melakukan kegiatan usaha kartu debit.
 - Melakukan kegiatan wali amanat berdasarkan prinsip wakalah.
4. Melakukan kegiatan lain
- Melakukan kegiatan dalam valuta asing berdasarkan prinsip *sharf*.
 - Melakukan kegiatan penyertaan modal berdasarkan prinsip mudharabah, mudharabah.
 - Bertindak sebagai pendiri dana pensiun berdasarkan prinsip syariah.
 - Bank dapat bertindak sebagai baitul mal yaitu menerima dana berasal dari zakat, infaq, shadaqah, waqaf, hibah.

Gadai

Gadai (*Rahn*) secara etimologi berarti tetap (*subut*), terus menerus (*dawam*), dan menahan (*habs*). *Rahn* secara terminology ialah menjadikan harta benda sebagai jaminan agar hutang itu dilunasi (dikembalikan) (Nur Amaliah, 2012). Gadai (*Rahn*) yakni menjadikan barang yang bersangkutan boleh mengambil hutang tersebut atau bisa mengambil sebagian (manfaat) dari barang itu (Abdul Ghofur Ansori, 2006).

Gadai menurut KUH Perdata pasal 1150 s.d. Pasal 1160 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perdata) adalah suatu hak yang diperoleh kreditur (si berpiutang) atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh debitur (si berutang), atau oleh seorang lain atas namanya, dan memberikan kekuasaan kepada kreditur itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara di dahulukan dari pada kreditur-kreditur lainnya, dengan kekecualian biaya untuk melelang

barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan (Wirjono Prodjodikoro, 1960).

Gadai menurut Fatwa DSN No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* adalah akad penyerahan barang/ harta (*marhun*) dari nasabah (*rahin*) kepada bank (*murtahin*) sebagai jaminan sebagian atau seluruh hutang. Sedangkan gadai menurut Fatwa DSN No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* Emas adalah bahwa salah satu bentuk jasa pelayanan yang menjadi kebutuhan masyarakat adalah *Rahn*, yaitu menahan barang sebagai jaminan atas utang. Bahwa bank syariah perlu merespon kebutuhan masyarakat tersebut dalam berbagai produknya. Bahwa masyarakat pada umumnya telah lazim menjadikan emas sebagai barang berharga yang disimpan dan mejadikannya objek *rahn* sebagai jaminan utang untuk mendapatkan pinjaman uang.

Dari pengertian gadai tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa gadai ialah menjadikan emas yang dimiliki sebagai jaminan untuk mendapatkan pinjaman dengan perjanjian tertentu.

Rukun dan syarat Gadai Emas terdiri dari (Zainuddin Ali, 2008):

1. *Rahin*, yaitu pihak yang berhutang dan menggadaikan barang emas (pemberi gadai)/Nasabah.
2. *Murtahin*, yaitu pihak yang memberikan pinjaman (penerima gadai)/Bank.
3. *Marhun*, yaitu barang emas yang digadaikan (barang jaminan).
4. *Marhun bih*, yaitu hutang/pembiayaan (nilai pinjaman).
5. *Sighat*, yaitu pernyataan adanya perjanjian gadai dengan cara penyerahan (*ijab*) dan penerimaan (*qabul*) yang dinyatakan dengan kata-kata (ucapan) yang maksudnya menyatakan apa yang tercantum dalam kesepakatan tersebut.

Nilai Taksiran

Nilai taksiran merupakan besaran nilai taksir dari emas yang ditentukan bank melalui perbandingan standar harga emas di pasaran saat ini dengan standar harga emas yang

diberikan oleh bank. Besaran pembiayaan yang diberikan kepada nasabah tergantung dari besarnya nilai taksir emas yang akan digadaikan. Nilai taksiran menjelaskan jumlah maksimal pembiayaan yang diperoleh nasabah.

Menurut teori utilitas akuisisi-transaksi, terdapat dua tipe utilitas terkait dengan bagaimana konsumen memilih suatu produk atau jasa. Pertama, utilitas akuisisi yang menunjukkan keuntungan atau kerugian ekonomis yang dirasakan konsumen terkait dengan perolehan barang atau jasa tertentu. Kedua, utilitas transaksi yakni menyangkut kesenangan atau ketidaksesenangan yang dirasakan terkait dengan aspek keuangan pembelian yang ditentukan oleh perbedaan antara harga acuan internal dengan harga pembelian. Apabila harga acuan internal dinaikkan, maka konsumen akan menerima utilitas transaksi yang positif, dengan menaikkan utilitas totalnya (Schiff dan Leslie Lazar Kanuk, 2008).

Dalam penaksiran nilai *marhun*, gadai syariah harus menghindari hasil penaksiran yang merugikan *rahin* atau *murtahin*. Penaksir harus mampu melakukan beberapa hal sebagai berikut (Zainuddin Ali, 2008):

- a. *Murtahin* memperhatikan harga standar pasar setempat yang berlaku.
- b. *Murtahin* memperhatikan harga standar pasar setempat yang disesuaikan dengan kondisi harga yang sedang berlaku.
- c. Harga pedoman untuk keperluan penaksiran selalu disesuaikan dengan perkembangan harga yang terjadi.
- d. *Murtahin* melakukan uji kualitas *marhun*.
- e. *Murtahin* menentukan nilai taksir *marhun*.

Bagi nasabah, nilai taksiran sangat penting karena mempengaruhi besaran pembiayaan yang akan diperoleh. Semakin besar nilai taksiran yang ditetapkan oleh bank, semakin besar pinjaman yang didapat oleh nasabah, hal ini mampu mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap jasa layanan tersebut (Anisfatkhur Rohman, 2006). Teori tersebut tidak berlandaskan hukum Islam mengenai nilai suatu

jasa sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an surat An-Naml ayat 89 dan juga hadis Rasulullah yang diriwayatkan oleh At-Tirmizi dari Abu Hurairah ra.

Ujrah (Imbalan)

Selain nilai taksiran dalam proses gadai emas terdapat juga *ujrah*. Secara sederhana *ujrah* dapat diartikan sebagai imbalan yang diterima oleh Bank Syariah atas jasa yang telah dilakukannya. Dalam Opini Dewan Pengawas Syariah No. 09/DPS/K/2009 tanggal 8 Oktober 2009 *Ujrah* dalam produk gadai emas syariah adalah perhitungan ongkos atau biaya penyimpanan barang (*marhun*) yang ditanggung oleh pengadai (*rahin*) dan dilakukan berdasarkan akad *ijarah*.

Besaran dana *ujrah* berdasarkan fatwa DSN di atas harus ditentukan dengan mempertimbangkan barang yang disimpan (*marhun*) bukan dari pinjaman yang dilakukan dengan akad *qordh*. Dalam Fatwa tersebut ditegaskan pula bahwa apabila biaya *ujrah* didasarkan pada jumlah pinjaman, maka hal tersebut telah melanggar prinsip akad *qordh* yang menjadi salah satu akad dalam produk gadai. Prinsip-prinsip *ijarah* terkait dengan *ujrah* ini mengacu pada fatwa DSN-MUI no. 25/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *ijarah* dan fatwa No. 27/DSN-MUI/III/23002 tentang *Ijarah Muntahiyyah Bit-Tamlik*.

Dalam teori perbankan penetapan imbal hasil atas jasa yang diberikan bank kepada nasabah dihitung berdasarkan (Kasmir, 2000) 1) *cost of fund* atau biaya dana, 2) laba yang diinginkan 3) Cadangan resiko 4) Biaya Operasi dan 5) Pajak. Bank konvensional dalam menetapkan kebijakan imbal jasa atas jasa yang diberikan kepada nasabah menggunakan ke 5 faktor tersebut, sedangkan dalam bank syariah yang digunakan dua poin diatas sebagai sebagai dasar pertimbangan *ujrah* adalah:

- a. Laba yang diinginkan (Ir Arif Nugroho, 2006), merupakan laba atau keuntungan yang ingin diperoleh bank dan biasanya dalam persentase tertentu. Dalam hal ini bank juga melihat kondisi nasabah dan kondisi pesaing serta sektor apa yang dibiayai; dan
- b. Biaya Operasi, merupakan biaya yang

dikeluarkan oleh bank dalam melakukan kegiatan operasinya dalam hal ujah gadai DSN melalui Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas membatasi biaya yang dikeluarkan adalah biaya yang nyata dikeluarkan dalam operasional gadai.

Selain itu menurut Hermann (2010) ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam menetapkan harga atau besaran biaya sebagai berikut :

1. Penetapan Biaya

Penetapan biaya mencakup memahami seberapa besar nilai yang ditempatkan konsumen atas manfaat yang mereka terima dari produk dan penetapan biaya yang sesuai dengan nilai pembeli.

2. Perbandingan Biaya Pesaing

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan besaran biaya perusahaan adalah harga pesaing dan kemungkinan reaksi pesaing atau tindakan penetapan besaran biaya yang dilakukan perusahaan. Konsumen akan cenderung membandingkan suatu produk dengan produk lainnya sebelum akhirnya membeli produk tersebut.

3. Keterjangkauan Biaya

Keterjangkauan biaya adalah biaya sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis di suatu produk yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Artinya pelanggan cenderung melihat biaya akhir dan memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan. Harapan pelanggan dalam melihat biaya yaitu :

- a. Biaya yang ditawarkan mampu dijangkau oleh pelanggan secara financial.
- b. Penentuan biaya harus sesuai dengan kualitas produk sehingga pelanggan dapat mempertimbangkan dalam melakukan pembelian.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2012) keputusan pembelian adalah "beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk". Terdapat lima

tahapan yang diamati sebelum menentukan pilihan yaitu *brand, dealer, quantity, timing* dan *payment method*.

Keputusan penggunaan produk oleh konsumen merupakan langkah awal yang dapat kita perhatikan mengenai strategi pemasaran yang telah dilakukan, telah sesuai dan tepat sasaran atau bahkan salah sama sekali tidak menyentuh calon konsumen yang mengharapkan adanya kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan.

Faktor situasi yang tidak terantisipasi dapat menyebabkan seseorang berfikir ulang dalam mengambil tindakan menggunakan produk seperti adanya berbagai resiko yang kemungkinan akan timbul dari suatu produk, resiko-resiko yang mempengaruhi keputusan pembelian:

1. *Functional risk* yaitu produk tidak sesuai dengan harapan
2. *Physical risk* yaitu produk yang mengancam fisik dan kesehatan bagi penggunaannya
3. *Financial risk* yaitu produk yang tidak sesuai dengan yang telah dibayarkan
4. *Social risk* yaitu produk yang mengecewakan dari kehidupan sosial yang ada disekitarnya
5. *Psychological risk* yaitu produk yang mempengaruhi mental dari penggunaannya
6. *Time risk* yaitu kehilangan waktu yang berharga dari penggunaan produk yang tidak sesuai dengan apa yang telah dibayarkan (Kotler, 2012)

Menurut Kotler dan Keller (2012) terdapat lima tahap dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian yaitu:

1. *Problem recognition*

Proses membeli produk diawali dengan adanya kebutuhan dan keinginan serta stimuli dan dorongan yang berasal dari internal maupun eksternal.

2. *Information search*

Konsumen cenderung mencari dan mengumpulkan informasi dari berbagai media terlebih dahulu sebelum menentukan keputusan untuk menggunakan produk tersebut. Informasi

tersebut dapat berasal dari lingkungan personal, *commercial*, *public* dan *experientia* l.

3. *Evaluation of alternatives*

Proses pencarian dari awal dan pengumpulan yang telah dilakukan mengharuskan konsumen untuk mengevaluasi ulang tentang keputusan pembelian, apakah telah sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau diinginkan dan memilih salah satu dari pencarian tersebut agar sesuai dengan yang diharapkan.

4. *Purchase decision*

Keputusan menggunakan suatu produk yang telah dibuat dan mengharapkan kesesuaian dengan apa yang telah dibayarkan untuk membeli produk tersebut dan telah siap akan adanya resiko yang akan dihadapi dari produk tersebut.

5. *Postpurchase behavior*

Setelah memutuskan untuk melakukan pembelian akan ada sedikit rasa penyesalan dalam menentukan produk karena adanya informasi yang terbaru akan produk tersebut, sehingga diperlukan penanaman sikap keyakinan bahwa produk yang telah dibeli itu telah sesuai dengan apa yang diharapkan dan tidak berakhir dengan kekecewaan. Hal ini akan membenamkan kualitas dari *brand* tersebut apakah akan ikut direkomendasikan atau bahkan sebaliknya yang menjadi batu sandungan dalam melakukan penjualan.

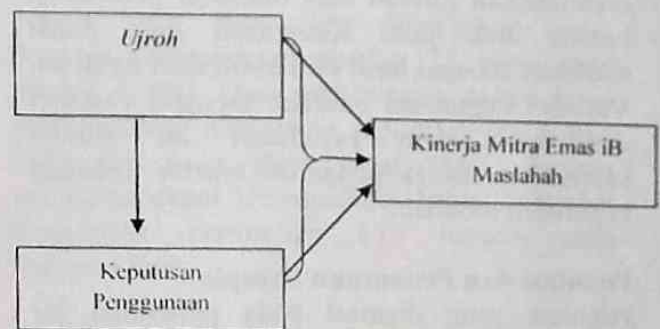
3. METODOLOGI PENELITIAN

Kerangka berfikir yang dibuat pada penelitian ini dimulai dengan mengenali berbagai atribut pelayanan yang diberikan oleh bank bjb syariah sehingga muncul suatu penjelasan sementara yang menjadi objek permasalahan. Berbagai atribut yang terdapat pada bank bjb syariah ini akan disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan yang selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis untuk menghasilkan tentang hubungan antar variabel yang diteliti berdasarkan tingkat kepentingannya oleh nasabah, sehingga dapat diketahui seberapa besar tingkat keputusan penggunaan produk mitra emas oleh calon

nasabah maupun nasabah bank bjb syariah cabang Braga.

Hasil akhir dari analisis ini bertujuan mengetahui keputusan nasabah meskipun ada intervensi dari kualitas pelanggan dan pengaruh dari biaya *ijarah* itu sendiri. Atribut-atribut tersebut akan mempengaruhi tingkat keputusan nasabah. Dengan demikian, bank bjb syariah dapat menilai kinerja perusahaan. Sehingga mereka dapat melakukan perbaikan kinerja perusahaannya yang disesuaikan dengan regulasi yang ada dalam upaya mendorong perbaikan pemasaran dan peningkatan kualitas pelayanan bank bjb syariah.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dapat digambarkan paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Olah data penulis, 2016.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya perlu dibuktikan. Hipotesis Mayor penelitian ini adalah Pengaruh Pemberlakuan Pembatasan *Financing to Value* terhadap Kinerja Gadaai Emas Syariah di Bank bjb Syariah.

Adapun sub hipotesis penelitian ini adalah:

1. *Ujrah* berpengaruh terhadap Keputusan nasabah/calon nasabah dalam menggunakan produk mitra emas bank bjb syariah Cabang Braga
2. *Ujrah* berpengaruh terhadap kinerja gadaai emas di bank bjb syariah Cabang Braga

Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah laporan penulisan skripsi ini agar lebih terarah dan berjalan dengan baik, maka perlu kiranya dibuat suatu

batasan masalah. Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penulis laporan skripsi ini, yaitu :

1. Perhitungan *Ujroh*
2. Pengaruh *Ujroh* terhadap keputusan nasabah
3. Pengaruh keputusan nasabah terhadap kinerja Mitra Emas IB Masalahah

Variabel Bebas (*Independent*) (X)

Pada penelitian ini *ujroh* merupakan harga yang dikeluarkan nasabah sebagai imbalan atas jasa yang dimanfaatkannya kepada pihak bank. Biaya yang dimaksudkan yakni biaya administrasi, jasa penyimpanan, dan biaya materai.

Variabel Terikat (*Dependent*)

Keputusan nasabah (Y) Keputusan adalah suatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Keputusan juga dapat diartikan sebagai hasil dari keinginan nasabah. Variabel keputusan nasabah menjadi variabel dependen dalam penelitian ini karena keterkaitan antara pengaruh *ujrah* terhadap keputusan nasabah.

Populasi dan Penentuan Sample

Populasi yang diambil pada penelitian ini adalah jumlah nasabah pada tahun 2016 sebanyak 189 populasi. Ukuran sampel merupakan banyaknya anggota sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Dalam penelitian ini, ditetapkan tingkat kepercayaan (*confidence level*) sebesar 90% dan nilai presisi sebesar 10%. Secara kuantitatif, nilai presisi disebut sebagai kesalahan baku (*standard error*) dimana semakin besar sampel maka semakin kecil kesalahan baku, karena nilai taksiran mendekati nilai parameternya. Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin seperti dikutip dalam Noor (2011:158) sebagai berikut : *Rumus Slovin (Penentuan Jumlah Sample)*

$$n = \frac{N}{(N \cdot d^2) + 1}$$

dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

d = tingkat presisi

$$n = \frac{189}{(189 \times 0,05^2) + 1}$$
$$n = 128,35 \approx 128$$

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui teknik: 1) wawancara kepada pihak-pihak yang dianggap perlu oleh penulis, 2) kuisisioner dibagikan kepada nasabah Mitra Emas bank bjb syariah yang bertujuan untuk mengetahui pendapat pegawai mengenai pengaruh *ujroh* terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk mitra emas IB Masalahah, dan 3) studi dokumen berupa data-data dari dokumen yang dimiliki perusahaan seperti sejarah perusahaan, peraturan perusahaan, struktur organisasi perusahaan beserta uraian jabatannya.

Uji Validitas

Taraf signifikansi ditentukan 5%. Jika diperoleh hasil korelasi yang lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 0.05 berarti butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil uji validitas variabel *Ujroh* dan Keputusan Pembelian, maka hasil menunjukkan koefisien validitas lebih besar 0,361 sehingga hasil uji menyatakan valid, dan bisa dipakai untuk pengolahan data selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel *Ujroh* adalah 0.819 dan Keputusan Pembelian adalah 0.934, dari hasil menunjukkan koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* lebih besar 0,7 maka hasil uji menyatakan reliabel dan bisa dipakai untuk pengolahan data selanjutnya.

4. HASIL PENELITIAN

Analisis Deskriptif Data Responden

Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden yaitu sebanyak 72 orang atau 55.8% adalah responden yang berjenis kelamin perempuan. Sedangkan sisanya adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 57 orang atau 44,2%.

Berdasarkan usia, mayoritas responden yaitu sebanyak 90 orang atau 69,8% adalah

responden yang berusia 20 sampai 35 tahun. Sedangkan sisanya adalah responden yang berusia 36 sampai 50 tahun yaitu sebanyak 39 orang atau 30,2%.

Berdasarkan jenis pekerjaan, mayoritas responden yaitu masing-masing sebanyak 61 orang atau 47,3% adalah responden yang bekerja sebagai wiraswasta dan karyawan swasta/ BUMN. Sedangkan minoritas adalah responden yang bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa dan TNI/ Polri yaitu masing-masing sebanyak 1 orang atau 0,8%.

Berdasarkan penghasilan, mayoritas responden yaitu sebanyak 66 orang atau 51,2% adalah responden yang berpenghasilan Rp. 4 juta sampai dengan Rp. 8 juta. Sedangkan minoritas adalah responden yang berpenghasilan kurang dari Rp. 4 juta yaitu sebanyak 19 orang atau 14,7%.

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Ijarah (X)

Kuisisioner mengenai pendapat responden tentang Ijarah (X) terdiri dari 10 item pernyataan, maka tahapan selanjutnya adalah melakukan analisis data dengan menggunakan langkah-langkah yang telah dijabarkan dalam sebelumnya.

Untuk melihat hasil pengolahan data mengenai pernyataan-pernyataan yang mengukur variabel Ijarah (X), berikut ini adalah hasil pengolahan data yang telah dilakukan penulis mengenai variabel Ijarah (X).

Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk variabel *Ujrah* (X) adalah 3633. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan pada bagian sebelumnya:

$$\begin{aligned} \text{Persentase Skor} &= [(\text{total skor}) : \text{skor ideal}] \times 100\% \\ &= (3633 : 5160) \times 100\% \\ &= 70\% \end{aligned}$$

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 10 pernyataan adalah 5160. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 3633 atau 70% dari skor ideal yaitu 5160. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Ujrah* (X) berada pada kategori baik.

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Kuisisioner mengenai pendapat responden tentang Keputusan Pembelian (Y) terdiri dari 25 item pernyataan. Untuk melihat hasil pengolahan data mengenai pernyataan-pernyataan yang mengukur variabel Keputusan Pembelian (Y), berikut ini adalah hasil pengolahan data yang telah dilakukan penulis mengenai variabel Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah 9538. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan pada bagian sebelumnya:

$$\begin{aligned} \text{Persentase Skor} &= [(\text{total skor}) : \text{skor ideal}] \times 100\% \\ &= (9538 : 12900) \times 100\% \\ &= 74\% \end{aligned}$$

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 25 pernyataan adalah 12900. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 9538 atau 74% dari skor ideal yaitu 12900. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) berada pada kategori baik.

Pengaruh *Ujrah* terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan Nilai Koefisien Regresi Linier Sederhana, dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 1,963 + 0,379 X + e$$

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

a = 1,963 artinya jika variabel *Ujrah* (X) bernilai nol (0), maka variabel Keputusan Pembelian (Y) akan bernilai 1,963 satuan atau dengan pengertian lain, garis-garis regresi akan memotong sumbu Y di titik 1,963.

b = 0,379 artinya jika variabel *Ujrah* (X) meningkat sebesar satu satuan, maka variabel Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,379 satuan.

Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil estimasi R dan R^2 dapat diketahui bahwa nilai R adalah sebesar 0,662. Koefisien korelasi sebesar 0,662 menunjukkan adanya hubungan yang terkategori kuat antara variabel *Ujrah* dengan variabel Keputusan Pembelian. Setelah diketahui nilai R sebesar 0,662, selanjutnya nilai persentase R^2 dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= R^2 \times 100\% \\ &= (0,662)^2 \times 100\% \\ &= 43,8\% \end{aligned}$$

Nilai koefisien determinasi sebesar 43,8% menunjukkan bahwa *Ujrah* (X) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 43,8% terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan sisanya sebesar 56,2% merupakan kontribusi pengaruh variabel lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

- 1) $H_0 \rightarrow b_{YX1} = 0$ *Ujrah* (X) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y);
- 2) $H_1 \rightarrow b_{YX1} \neq 0$ *Ujrah* (X) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Uji t pada taraf signifikansi (α) = 5%.

Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

Tolak H_0 dan terima H_1 jika $t_{tabel} \geq t_{hitung} \geq -t_{tabel}$, atau

Terima H_0 dan tolak H_1 jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$.

Dengan menggunakan bantuan aplikasi program SPSS diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel *Ujrah* (X) sebesar 9,957. Nilai-nilai t_{hitung} tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai t pada tabel distribusi t . Dengan $\alpha = 5\%$ dan $df = n \cdot k \cdot I = 129 \cdot 1 \cdot 1 = 127$ diperoleh nilai t_{tabel} dari tabel distribusi t untuk pengujian satu pihak sebesar 1,979 dan -1,979. Berdasarkan kriteria uji yang telah dipaparkan sebelumnya, terlihat bahwa nilai t_{hitung} variabel *Ujrah* (X) berada pada daerah penolakan H_0 ($9,957 > 1,979$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya *Ujrah* (X) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai proses gadai emas yang ada di Bank bjb syariah Kantor Cabang Braga dengan judul Pengaruh *Ujrah* Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Produk Mitra Emas iB Masalah (Studi Kasus pada bjb syariah Cabang Braga tahun 2016), bahwa *ujrah* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk Mitra Emas iB Masalah di Bank bjb syariah (Studi Kasus bjb syariah Cabang Braga 2016) dengan besar pengaruh sebesar 43,8%, sedangkan sisanya sebesar 56,2% merupakan kontribusi pengaruh variabel lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

Sehingga dengan demikian bahwa secara umum proses gadai yang ada di bank bjb Syariah serta ketentuan *ujrah* yang berimplikasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk Mitra Emas iB Masalah dapat dikategorikan baik. Hal tersebut dapat menjadi asumsi positif bagi perusahaan dalam hal ini bank bjb syariah untuk tetap dapat mempertahankan produk Mitra Emas iB Masalah ini agar senantiasa menjadi produk unggulan yang ada di bank bjb syariah.

DAFTAR PUSTAKA

1. Abdullah bin Abdurrahman, Tafsir Ibnu Katsir, (Jakarta: Pustaka Imam Syafi'i, 2012, cet. 5, Vol. 1) hal.726
2. Afandi, Yazid. 2009. *Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Logung Printika.
3. Al-Mundziri, Ringkasan Sahih Muslim. (Bandung: Jabal, 2013, No. 970, Cet.2) hal. 372
4. Alamsyah, Halim. 2012. *Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan dalam Menyongsong MEA 2015*. Makalah dipresentasikan pada Milad ke-8 Ikatan Ahlis Ekonomi Islam (IAEI), 13 April 2012.
5. Ali, Zainuddin. 2008. *Hukum Gadai Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.

6. Ansori, Abdul Ghofur, *Gadai Syariah di Indonesia: Konsep, Implementasi, dan Institusional*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2006.
7. Kasmir. 2000. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: RajaGrafindo.
8. Kotler, Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Alih bahasa: Jasa Wasana. Jakarta: Erlangga.
9. _____ . 1999. *Manajemen Pemasaran*. Jilid. 1. Jakarta: Erlangga.
10. _____ dan Amstrong, Gary. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
11. _____ . dkk. 2012. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku II. Yogyakarta: Andy.
12. _____ dan Keller, Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa Benyamin Molan. Jakarta: PT. Indeks.
13. Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba.
14. Nugroho, Arif . 2006. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: RajaGrafindo.
15. Prodjodikoro, Wirjono. 1960. *Hukum Perdata Tentang Hak-hak Atas Benda*. Jakarta: Surungan.
16. Schiff dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
17. Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
18. Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia.