

**IMPLEMENTASI PEMBIAYAAN RAHN TERHADAP PERTUMBUHAN  
JUMLAH NASABAH DI KOPERASI SIMPAN PINJAM  
PEMBIAYAAN SYARIAH BMT NU JAWA TIMUR  
CABANG BUNGATAN SITUBONDO**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

**MIFTAHUL JANNAH**  
**NIM. E20151168**

**IAIN JEMBER**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
OKTOBER 2019**

**IMPLEMENTASI PEMBIAYAAN RAHN TERHADAP PERTUMBUHAN  
JUMLAH NASABAH DI KOPERASI SIMPAN PINJAM  
PEMBIAYAAN SYARIAH BMT NU JAWA TIMUR  
CABANG BUNGATAN SITUBONDO**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

**MIFTAHUL JANNAH**  
**NIM. E20151168**

Pembimbing:

**Nurul Setianingrum, SE., MM**  
NIP. 19690523 199803 2 001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
OKTOBER 2019**

**IMPLEMENTASI PEMBIAYAAN RAHN TERHADAP  
PERTUMBUHAN JUMLAH NASABAH DI  
KSPP. SYARIAH BMT NU JAWA TIMUR  
CABANG BUNGATAN SITUBONDO**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

**MIFTAHUL JANNAH**  
NIM. E20151168

Disetujui Pembimbing:

**Nurul Setianingrum, SE., MM**  
NIP. 19690523 199803 2 001

**IMPLEMENTASI PEMBIAYAAN RAHN TERHADAP  
PERTUMBUHAN JUMLAH NASABAH DI  
KSPP. SYARIAH BMT NU JAWA TIMUR  
CABANG BUNGATAN SITUBONDO**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari: Jumat

Tanggal: 25 Oktober 2019

Tim Penguji

Ketua Sidang,

Sekretaris

Toton Fanshurna S.Th.I., M.E.I  
NIP. 19811224 201101 1 008

Lenadi, S.S., M.Pd  
NIP. 19710610 201411 1 004

Anggota:

1. Dr. Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si

2. Hj. Nurul Setianingrum, SE., MM.

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si  
NIP. 19680807 200003 1 001

## MOTTO

❦ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنْ مَقْبُوضَةً فَإِنْ مِنْ بَعْضِكُمْ بَعْضًا  
فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا  
فَإِنَّهُ رَاءِثٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya: “Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh hatinya kotor (berdosa), Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”. (Q.S Al-Baqarah, ayat 283)<sup>1</sup>

IAIN JEMBER

<sup>1</sup> Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, 173.

## PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah, kupersembahkan karya tulis ini untuk semua pihak dari yang mendukung sampai yang memberi suka dan duka. Karena kalian semua bagian dari semangatku untuk menyelesaikan tugas akhir ini, oleh karena itu dengan rasa syukur dan bahagia ku ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Maksun dan Alm. Hasiyah selaku kedua orang tua. Teruntuk Ibunda tercinta yang selalu mendoakanku di Surga-Nya.
2. Kepada pahlawan hidupku Om Andi Surikno dan Tante Ina Yulianik yang senantiasa membesarkanku dengan kasih sayang, yang kasih sayangnya melebihi orang tua sendiri. Terima kasih atas doa, perjuangan, kesabaran, dukungan, dan segalanya selama ini. Tak lupa juga utukmu Emmak tercinta yang selalu mendoakanku tanpa henti. Terima kasih sudah menyayangi, mengasihi, selalu mendukung, dan telah mengantarkanku sampai pada detik ini. Sekali lagi terima kasih untuk keluarga tercinta.
3. Kepada keluarga besar terima kasih atas doa dan dukungannya
4. Sahabat tercinta Anggi, Bella, Mawar, Yulis, Alifah, Faiza, Aji, Hafis, Imon, Bakir. Terima kasih untuk dukungan, teman *sharing*, bantuan, dan selalu mengingatkanku ketika semangat mulai berkurang. Terima kasih atas perhatiannya khususnya Gemols Squad Mawar dan Bela yang selalu ada utukku. Terima kasih juga untuk teman-temanku tercinta yang tidak bisa saya sebut satu persatu.
5. Keluarga besar Perbankan Syariah 04 angkatan 2015 teman seperjuangan.

6. Terima kasih untuk semua teman-teman yang selalu memberi dukungan, bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.
7. Almamater tercinta, Institut Agama Islam Negeri Jember.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi dengan judul **IMPLEMENTASI PEMBIAYAAN RAHN TERHADAP TINGKAT PERTUMBUHAN JUMLAH NASABAH DI KSPP. SYARIAH BMT NU JAWA TIMUR CABANG BUNGATAN SITUBONDO** sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan saran, bimbingan serta bantuan baik langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., M.M selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'I, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas FEBI IAIN Jember.
3. Ibu Nurul Setianingrum, SE., MM selaku Kepala Prodi Studi Perbankan Syariah sekaligus dosen pembimbing skripsi yang senantiasa selalu memberi arahan dan bimbingan serta bersedia meluangkan waktunya demi kelancaran penulisan skripsi ini.
4. Bapak Daru Anondo S.E., M.Si selaku Dosen Penasehat Akademik dari semester awal hingga sekarang.
5. Segenap Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember yang telah memberikan bekal ilmu dan jasanya.



6. Bapak Khairul Fatah S.Kom selaku Kepala Cabang BMT NU Cabang Bungatan Situbondo yang telah memberikan informasi, bantuan serta dukungan selama penelitian di BMT NU Cabang Bungatan Situbondo.
7. Para karyawan di BMT NU Cabang Bungatan, yang telah memberikan dukungan serta informasi selama penelitian berlangsung.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih banyak, semoga segala kebaikan semua pihak yang telah memeberikan bantuan mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT dan menjadi amal yang tiada putus pahalanya, serta dapat bermanfaat bagi kita semua di dunia maupun di akhirat.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis memohon kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang bai dari Allah SWT. Akhirnya kepada Allah SWT saya berserah diri, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Amin.

Jember, 24 September 2019

Penulis

**Miftahul Jannah**

## ABSTRAK

**Miftahul Jannah. Nurul Setianingrum, SE., MM.** 2019, *Implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Cabang Bungatan Situbondo*

Rahn adalah akad menggadaikan barang dari satu pihak kepada pihak lain, dengan utang sebagai gantinya. Pertumbuhan jumlah nasabah dipengaruhi oleh keinginan dan keputusan nasabah. Hal ini berkaitan dengan perilaku nasabah atau konsumen.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo?. 2) Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo?.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Cabang Bungatan dan faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Cabang.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, jenis penelitian *field research*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif yang terdiri dari tiga komponen yaitu: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: 1) Implementasi pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Bungatan dapat diterima nasabah karena proses yang sederhana, praktis, dan waktu yang dibutuhkan lebih efisien sehingga kebutuhan nasabah lebih cepat terpenuhi. Setiap nasabah yang mengajukan pembiayaan rahn harus memenuhi syarat-syarat yang berlaku. 2) Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Cabang yakni terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internalnya yakni: Kelebihan akad pembiayaan rahn dan BMT NU Cabang Bungatan selalu memaksimalkan pelayanan dan strategi pemasarannya, mempercepat proses sesuai dengan SOP yang berlaku. Sedangkan faktor eksternalnya yakni: Kebutuhan nasabah.

**Kata Kunci:** Pembiayaan Rahn dan Tingkat Pertumbuhan

## ABSTRACT

**Miftahul Jannah. Nurul Setianingrum, SE., MM.** 2019, The Implementation of rahn toward the development of customer in KSPP Syariah BMT NU in Bungatan Situbondo.

Rahn is a pledge product contract from someone to others with a debt as the substitute. The grossing of the customers was affected by the desire and the rule of the customers. Those problem was related to the conduct of the customers.

The focuses of this research the: 1) how was the implementation of rahn toward the development of customer in KSPP Syariah BMT NU in Bungatan Situbondo?. 2) what were the factors that influence the implementation of rahn toward the development of customer in KSPP Syariah BMT NU in Bungatan Situbondo?.

The objectives of this research was to know the implementation of rahn toward the development of customer quantity in KSPP Syariah BMT NU in Bungatan Situbondo and the factors that influenced the implementation of rahn toward the development of customer quantity in KSPP Syariah BMT NU in Bungatan Situbondo.

This research used descriptive qualitative method, field research. The data collecting techniques were observation, interview, and documentation. The data analysis technique is used interactively consisting of 3 components: data reduction, data presentation, and verification.

The result of this research showed that: 1) the implementation of rahn outlay in BMT NU in Bungatan could be accepted by the customers because of the process was simple, practice, and the time needed was more efficient, so the needed of the customers can be fulfilled faster. The customers should fulfill the requirements. 2) the factors that influenced the implementation of rahn toward the development of customer quantity in KSPP Syariah BMT NU in Bungatan Situbondo, were internal and external factor. The internal factors were surplus rahn contract and BMT NU in Bungatan continuously maximized the service and marketing strategy, accelerated the process based on the valid SOP. Meanwhile, the external factors was the needed of the customers.

**Key word:** rahn outlay and development level

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Kajian Teori .....	26
1. Pembiayaan Rahn .....	26

2. Pengertian Rahn .....	29
3. Landasan Hukum Gadai Sebagai Produk Perbankan Syariah ..	30
4. Implementasi Akad Rahn dalam Praktik Perbankan Syariah ...	36
5. Model Pembiayaan Rahn .....	38
6. Fatwa tentang Pembiayaan yang disertai Rahn .....	38
7. Pengertian Strategi .....	44
8. Pengertian Pemasaran .....	45
9. Teori Pemasaran .....	56
10. Teori Pemasaran Perspektif Al-Quran .....	56
11. Loyalitas Pelanggan .....	61
12. Pembelian Ulang .....	64

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	66
B. Lokasi Penelitian .....	67
C. Subjek penelitian .....	67
D. Teknik Pengumpulan data .....	68
E. Analisis Data .....	71
F. Keabsahan Data .....	72
G. Tahap-tahap penelitian .....	73

### **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

A. Gambaran Obyek Penelitian.....	75
1. Sejarah Berdirinya KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.....	75

2. Letak Geografis KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.....	75
3. Legalitas Hukum KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.....	77
4. Struktur Pengelola KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.....	81
5. Visi dan Misi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo .....	82
6. Motto KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo .....	82
7. Tujuan KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo .....	83
8. Prinsip dan Etika Bisnis KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.....	83
9. Budaya Kerja KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo .....	84
10. <i>Job Description</i> KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.....	84
11. Produk-produk KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.....	88
12. Mekanisme Operasional KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.....	93

B. Penyajian Data dan Analisis .....	94
C. Pembahasan Temuan .....	107
1. Implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo .....	107
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo .....	111
 <b>BAB V PENUTUP DAN KESIMPULAN</b>	
A. Kesimpulan.....	116
B. Saran-saran .....	117
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>118</b>
 <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
1. Pernyataan Keaslian Tulisan	
2. Surat Izin Penelitian	
3. Surat Putusan Permohonan Ijin Penelitian	
4. Surat Selesai Penelitian	
5. Matrik Penelitian	
6. Jurnal Kegiatan Penelitian	
7. Struktur Pengelola KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo	
8. Berkas Nasabah Pengguna Pembiayaan Rahn di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo	
9. Dokumentasi	
10. Biodata Penulis	

## DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
1.1	Pengguna Pembiayaan Rahn dan Pembiayaan Lain .....	4
1.2	Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Rahn.....	5
2.1	Mapping Penelitian Terdahulu .....	24
4.2	Mekanisme Operasional.....	93
4.3	Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Rahn.....	110





## DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal.
4.1	Struktur Pengelola KSPP. Syariah BMT NU Cabang Bungatan ....	81



## DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
1.1	Pengguna Pembiayaan Rahn dan Pembiayaan Lain .....	4
1.2	Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Rahn.....	5
2.1	Mapping Penelitian Terdahulu .....	24
4.2	Mekanisme Operasional.....	93
4.3	Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Rahn.....	110



## DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal.
4.1	Struktur Pengelola KSPP. Syariah BMT NU Cabang Bungatan ....	78



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sistem keuangan merupakan tatanan perekonomian dalam suatu Negara yang berperan dan melakukan aktivitas dalam berbagai jasa keuangan yang diselenggarakan oleh lembaga keuangan. Tugas utama sistem keuangan adalah mengalihkan dana yang tersedia (*loanables funds*) dari penabung kepada pengguna dana untuk kemudian digunakan untuk membeli barang dan jasa, disamping untuk investasi sehingga terjadi pertumbuhan ekonomi.<sup>1</sup>

Sistem keuangan di Indonesia dijalankan oleh dua jenis lembaga keuangan yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan bank merupakan lembaga yang memberikan jasa keuangan yang paling lengkap. Usaha keuangan yang dilakukan disamping menyalurkan dana atau memberikan pembiayaan atau kredit juga melakukan usaha menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan. Sedangkan lembaga keuangan non bank merupakan lembaga keuangan yang lebih banyak jenisnya dari lembaga keuangan bank. Masing-masing lembaga keuangan non bank mempunyai ciri-ciri usahanya sendiri. Lembaga keuangan non bank terdiri dari pasar modal, pasar uang, perusahaan asuransi, dana

---

<sup>1</sup> Nurul Setianingrum, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 13.

pensiun, perusahaan modal ventura, lembaga pembiayaan, perusahaan pegadaian, lembaga keuangan syariah mikro, dan BMT.<sup>2</sup>

Selain lembaga keuangan bank konvensional dan syariah, terdapat lembaga keuangan non bank yang juga menghimpun dan menyalurkan dana untuk membantu masyarakat. Baitul maal wat tamwil (BMT) adalah salah satu lembaga keuangan non bank berbasis syariah yang saat ini berkembang dimasyarakat. Perkembangan BMT merupakan bentuk lembaga keuangan dan bisnis yang serupa dengan koperasi atau lembaga swadaya masyarakat (LSM). Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya kepada sektor keuangan, yakni simpan-pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota dan calon anggota (nasabah) serta menyalurkannya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun demikian terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk pada aturan perbankan.<sup>3</sup> Segmen masyarakat yang biasanya dilayani BMT adalah masyarakat kecil yang kesulitan berhubungan dengan Bank.<sup>4</sup>

Di Kabupaten Situbondo terdapat 5 KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur, yakni KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo, KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Suboh Situbondo,

---

<sup>2</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia group, 2009), 45-46.

<sup>3</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), 126.

<sup>4</sup> Muhammad, *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*, (Yogyakarta: Ekosina, 2002), 135.

KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Asembagus Situbondo, KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Mangaran Situbondo, KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Kapongan Situbondo.<sup>5</sup>

Hal ini sejalan dengan keperluan penduduk Kecamatan Bungatan yang mayoritas beragama Islam, serta sebagai pelaku usaha ekonomi menengah kebawah. Untuk mengembangkan usaha ekonomi menengah kebawah, dibutuhkan lembaga keuangan yang berbentuk koperasi syariah, seperti (Baitul Maal Wa Tamwil). Diharapkan dengan adanya keberadaan BMT akan memberikan kontribusi yang positif bagi hadirnya pengembangan ekonomi, khususnya bagi masyarakat muslim menengah kebawah tersebut.<sup>6</sup>

BMT NU Cabang Bungatan menyediakan produk pembiayaan yang salah satunya adalah pembiayaan rahn yaitu pembiayaan berupa gadai dimana nasabah memerlukan uang tunai dengan menggadaikan emas, handpone, laptop, dan kendaraan yang memiliki surat-surat lengkap, dengan jangka waktu tertentu. Pembiayaan rahn merupakan pembiayaan yang paling banyak diminati oleh masyarakat setempat. Hal ini bisa dilihat dari perbedaan jumlah nasabah yang menggunakan pembiayaan rahn dan pembiayaan lainnya di BMT NU Cabang Bungatan. Berikut tabel nasabah pengguna pembiayaan rahn dan pembiayaan lainnya di BMT NU Cabang Bungatan.

---

<sup>5</sup> Khairul Fatah, *Wawancara*, Bungatan, 26 Oktober 2019.

<sup>6</sup> Khairul Fatah, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

**Tabel 1. 1**  
**Pengguna Pembiayaan Rahn dan Pembiayaan Lain**

No	Tahun	Jenis Pembiayaan	Jumlah Nasabah
1.	2016-2019	Pembiayaan Rahn	1245
2.	2016-2019	Pembiayaan Selain Rahn	543

Sumber: Data Diolah<sup>7</sup>

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pembiayaan rahn merupakan pembiayaan yang paling diminati dibandingkan dengan pembiayaan yang lainnya pada BMT NU Cabang Bungatan. Ada beberapa faktor yang menjadi daya tarik tersendiri dari pembiayaan rahn ini yakni proses pembiayaan rahn tergolong sederhana, praktis, dan waktu yang dibutuhkan lebih efisien, kelebihan dari pembiayaan rahn terletak pada jasa yang dihitung setiap harinya berbeda dengan akad pembiayaan yang lain, selain itu jika dilihat dari kebutuhan masyarakat setempat yakni masyarakat disana lebih banyak berprofesi sebagai petani sehingga masyarakat lebih membutuhkan uang tunai dibandingkan dengan kebutuhan yang berbentuk barang, dan uang tersebut digunakan untuk keperluan usaha mereka. Dari kelebihan pembiayaan rahn tersebut akan memiliki pengaruh besar terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah pada BMT NU Cabang Bungatan sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah setiap tahunnya.<sup>8</sup> Berikut data peningkatan jumlah nasabah pembiayaan rahn selama tiga tahun dari tahun 2016-2019 di BMT NU Cabang Bungatan.

<sup>7</sup> Khairul Fatah, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

<sup>8</sup> *Ibid.*,

**Tabel 1. 2**  
**Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Rahn**

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
1.	2016	276 Nasabah
2.	2017	449 Nasabah
3.	2018	818 Nasabah
4.	2019	1207 Nasabah

Sumber: Data diolah<sup>9</sup>

Alasan pemilihan BMT NU Cabang Bungatan didasarkan atas pertimbangan sebagai berikut: Pembiayaan rahn merupakan pembiayaan yang mendominasi pada semua pembiayaan yang ada di BMT NU Cabang Bungatan artinya pembiayaan ini paling banyak diminati oleh masyarakat tentunya dengan berbagai macam alasan yang telah disebutkan diatas, sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan pembiayaan rahn yang diterapkan disana sehingga pembiayaan ini mendominasi daripada pembiayaan yang lainnya dan peneliti juga ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Cabang Bungatan.

Selain itu KSPP. Syariah BMT NU Cabang Bungatan memiliki keunikan dan kelebihan daripada BMT NU lainnya, kelebihan tersebut yakni BMT Cabang Bungatan kreatif dan inovatif dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, yakni pelayanan antar jemput tabungan, artinya nasabah BMT tidak harus datang ke kantor jika ingin melakukan penarikan dan menabung. Hal tersebut bisa dilakukan dirumah masing-masing karena karyawan BMT datang langsung ke rumah nasabah. Dari kelima BMT yang

<sup>9</sup> Khairul Fatah, *Wawancara*, Bungatan, 14 September 2019.



berada di Kabupaten Situbondo, BMT NU Cabang Bungatan merupakan BMT satu-satunya yang paling lama berdiri sehingga faktor tersebut menjadi alasan peneliti untuk memilih BMT NU Cabang Bungatan dan hal ini juga berpengaruh terhadap pemilihan suatu objek penelitian.<sup>10</sup>

Dalam upaya pembiayaan rahn ini harus dirancang dengan sedemikian rupa sehingga dapat menarik masyarakat untuk menjadi anggota di BMT dan akan berdampak pada tingkat pertumbuhan jumlah nasabah di BMT NU Cabang Bungatan. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“IMPLEMENTASI PEMBIAYAAN RAHN TERHADAP PERTUMBUHAN JUMLAH NASABAH DI KSPP. SYARIAH BMT NU JAWA TIMUR CABANG BUNGATAN SITUBONDO”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo?

---

<sup>10</sup> Khairul Fatah, *Wawancara*, Bungatan, 26 Oktober 2019.

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian.<sup>11</sup> Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan. Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang Pembiayaan Rahn dan Tingkat Pertumbuhan Jumlah Nasabah terutama mengenai masalah “IMPLEMENTASI PEMBIAYAAN RAHN TERHADAP PERTUMBUHAN JUMLAH NASABAH DI KSPP. SYARIAH BMT NU JAWA TIMUR CABANG BUNGATAN SITUBONDO”.

---

<sup>11</sup>IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 45.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Dapat memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman kedalam bidang sesungguhnya serta sebagai aplikasi ilmu yang telah diperoleh peneliti selama perkuliahan.

### b. Bagi Lembaga

Sebagai sumber informasi dikemudian hari bagi mereka yang mengadakan peneliti dan sebagai bahan masukan untuk mengevaluasi sejauh mana kurikulum yang diberikan mampu memahami kebutuhan tenaga kerja yang tampil dibidangnya.

### c. Bagi Instansi/Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, maka penting bagi perusahaan dalam penerapan pembiayaan rahn serta memperhatikan model pembiayaan rahn yang dapat menarik perhatian nasabah sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan jumlah nasabah, dan nantinya tidak merugikan perusahaan dikemudian hari.

## E. Definisi Istilah

### 1. Pembiayaan

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk

mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>12</sup>

## 2. Gadai (Rahn)

Rahn menurut Syariah adalah menahan sesuatu dengan cara yang dibenarkan yang memungkinkan ditarik kembali. Rahn juga bisa diartikan menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan Syariah sebagai jaminan utang, sehingga orang yang bersangkutan boleh mengambil utangnya semuanya atau sebagian. Dengan kata lain, rahn adalah akad berupa menggadaikan barang dari satu pihak kepada pihak lain, dengan utang sebagai gantinya.<sup>13</sup>

## 3. Tingkat Pertumbuhan

Tingkat pertumbuhan adalah perubahan jumlah nasabah yang dipengaruhi oleh keinginan dan keputusan nasabah. Pertumbuhan nasabah berkaitan dengan minat nasabah dan minat nasabah dipengaruhi oleh perilaku nasabah, atau dalam bahasa pemasaran dikenal dengan istilah perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), 85.

<sup>13</sup> Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 173.

<sup>14</sup> Roni Andespa, *Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah : Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan*, (Jurnal Kajian Ekonomi Islam, 02, Juli-Desember, 2016), 174.

#### 4. Nasabah

Nasabah adalah pihak ketiga diluar sistem perusahaan yang karena sebab tertentu, membeli barang atau jasa perusahaan. Akan tetapi jika didunia perbankan pengertian nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank / perbankan.<sup>15</sup>

#### 5. BMT NU

Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Syariah, dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas dalam kegiatan ekonomi pengusaha kecil dan menengah dengan maksud mendorong kegiatan menabung dan menunjang kegiatan ekonominya.<sup>16</sup>

NU merupakan organisasi Islam besar di Indonesia yang berdiri pada 31 Januari 1926 dan bergerak di bidang pendidikan, sosial, dan ekonomi.<sup>17</sup>

BMT NU lahir dari sebuah keprihatinan pengurus MWC Nahdlatul Ulama Gapura atas kondisi masyarakat Sumenep pada umumnya dan masyarakat kecamatan Gapura pada khususnya atas semakin merajalelanya praktik rentenir.<sup>18</sup>

<sup>15</sup> Budi Gautama Siregar, *Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah Di Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan*, (Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman, 02, Desember, 2016), 24.

<sup>16</sup> Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Bank*, 451-452.

<sup>17</sup> [Http://www.nu.or.id](http://www.nu.or.id) diakses pada tanggal 13 Februari 2019 pada jam 09:00 WIB.

<sup>18</sup> <https://bmtnujatim.com/> diakses pada tanggal 10 Februari 2019 pada jam 21:00 WIB.

## F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup. Adapun sistematika pembahasan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

**Bab I Pendahuluan**, yang berisi latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika pembahasan. Fungsi bab ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam skripsi.

**Bab II Kajian Kepustakaan**, yang memuat tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini serta memuat kajian teori.

**Bab III Metode Penelitian**, yang berisi tentang metode yang akan digunakan oleh peneliti meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data,

**Bab IV Hasil Penelitian**, yang berisi tentang hasil penelitian yang meliputi gambaran objek penelitian, penyajian data serta analisis dan pembahasan temuan.

**Bab V Kesimpulan dan Saran**, yang berisi kesimpulan serta saransaran dari peneliti.

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian pada bagian ini mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, penelitian terdahulu menyajikan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh calon peneliti. Relevan yang calon peneliti yang dimaksud bukan berarti sama dengan yang akan diteliti, tetapi masih dalam lingkup yang sama, kemudian peneliti membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah di publikasikan ataupun belum dipublikasikan, beberapa penelitian terdahulu yang di temukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Ayu Ratnasari (2018), dalam penelitiannya yang berjudul “Implementasi *Sharia Compliance* (Studi Kasus Produk Rahn Emas Syariah di PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Ahmad Yani Jember)”, Institut Agama Islam Negeri Jember.<sup>19</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yaitu metode untuk mengungkapkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan situasi atau peristiwa dari penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi rahn di PT. Pegadaian (persero) Syariah Cabang Ahmad Yani Jember dan untuk menilai penerapan kepatuhan syariah pada

---

<sup>19</sup> Ayu Ratnasari, “Implementasi *Sharia Compliance* (Studi Kasus Produk Rahn Emas Syariah di PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Ahmad Yani Jember)”, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Jember: 2018).

produk rahn emas di PT. Pegadaian (persero) Syariah Cabang Ahmad Yani Jember.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Proses pelaksanaan produk rahn emas di PT. Pegadaian (persero) Syariah Cabang Ahmad Yani Jember yang dilakukan dalam setiap transaksi rahn (gadai) emas dapat diterima nasabah, karena proses yang sederhana, praktis, dan waktu yang dibutuhkan lebih efisien, sehingga kebutuhan keterdesakan nasabah lebih cepat terpenuhi. 2) Produk rahn di PT. Pegadaian (persero) Syariah Cabang Ahmad Yani Jember telah memenuhi ketentuan kepatuhan syariah (*sharia compliance*) berdasarkan Fatwa DSN-MUI.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang implementasi pembiayaan rahn dan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi yang penulis angkat dalam penelitian ini tidak membahas mengenai tingkat pertumbuhan jumlah nasabah.

2. Andhinie Rahmatul Jannah (2018), dalam penelitiannya yang berjudul “Implementasi *Marketing Mix* (7P’S) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Rahn di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo”, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.<sup>20</sup>

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif untuk memperoleh pengertian, menyelidiki proses dan situasi.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan informan yakni

<sup>20</sup> Andhinie Rahmatul Jannah, “*Implementasi Marketing Mix (7P’S) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Rahn di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo*”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya: 2018).



karyawan dan nasabah Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo. Teknik analisis data penelitian ini adalah jenis kualitatif. Hasil penelitian yang diperoleh adalah penerapan *marketing mix* tidak hanya memberikan kepuasan kepada nasabah rahn untuk melakukan transaksi akan tetapi juga mampu mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo. Terbukti di tahun 2015 jumlah nasabah rahn sebanyak 2.255 orang dan di tahun 2016 sebanyak 2.918 orang, meningkat sebesar 29%. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang tingkat pertumbuhan jumlah nasabah. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi yang penulis angkat dalam penelitian ini tidak membahas mengenai pembiayaan rahn.

3. Siti Zakiah (2018), dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan BMT di Kota Bogor dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.<sup>21</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis metode deskriptif, yaitu metode untuk mengungkapkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan situasi atau peristiwa dari penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan BMT Tadbiirul Ummah, BMT Berkah Bersama, dan BMT Al-Ghazaly Bogor dalam meningkatkan jumlah nasabahnya, mengetahui faktor penghambat dalam melaksanakan strategi pemasarannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi

---

<sup>21</sup> Siti Zakiah, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan BMT di Kota Bogor dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah , Jakarta : 2018).

pemasaran yang digunakan BMT di Kota Bogor dalam meningkatkan jumlah nasabahnya adalah meningkatkan pelayanan kepada nasabah, meningkatkan kualitas SDM, menerapkan SOP yang terstandar, dan meningkatkan kegiatan promosi. Adapun faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam kegiatan pemasaran BMT di Kota Bogor adalah kondisi perekonomian yang menurun, minimnya permodalan dan sumber pendanaan untuk kegiatan pemasaran, promosi melalui media cetak dan elektronik belum terlalu aktif, minimnya jaringan antar BMT, dan Tingkat persaingan tinggi.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang tingkat pertumbuhan jumlah nasabah dan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi yang penulis angkat dalam penelitian ini tidak membahas mengenai pembiayaan rahn.

4. Hikmah Fujiati (2018), dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pemasaran Dana Talangan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya”, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.<sup>22</sup>

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan menggunakan data primer dan sekunder yang diambil melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data dengan cara penelitian lapangan yaitu dokumentasi dan wawancara dengan

---

<sup>22</sup> Hikmah Fujiati, “*Strategi Pemasaran Dana Talangan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya*”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya: 2018).

*Editing, Organizing*, dan penemuan hasil di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Pegadaian Syariah Cabang Blauran menggunakan *marketing mix* atau bauran pemasaran, strategi pemasaran yang digunakan Pegadaian Syariah menggunakan 4P, sedangkan efektif dan tidak efektifnya Implementasi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabahnya, cukup efektif dengan memberikan jaminan barang senilai Rp 7.000.000,- sudah mendapatkan porsi nomor kursi. Dan optimalisasi strategi pemasaran lembaga memberikan kemudahan terhadap masyarakat, dengan memberikan jemput bola serta kerja sama dengan pengajian dan beberapa KBIH dan travel. Sebaiknya Pegadaian Syariah lebih meningkatkan pemasaran terhadap pelaksanaan promosi dan sosialisasinya kepada masyarakat, agar banyak masyarakat yang lebih banyak mengetahui tentang dana talangan haji, dan arena persaingan dalam usaha juga semakin marak dan ketat.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang meningkatkan jumlah nasabah dan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi yang penulis angkat dalam penelitian ini tidak membahas mengenai implementasi pembiayaan rahn.

5. Siti Fatonah (2017), dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Implementasi Rahn, Qardh dan Ijarah Pada Transaksi Gadai Emas Syariah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang”, Universitas Bina Bangsa.<sup>23</sup>

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang menyajikan analisis mengenai suatu objek yang menggambarkan secara sistematis mengenai gadai emas syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi rahn, qardh dan ijarah pada transaksi gadai emas syariah di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gadai emas syariah di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang sangat praktis, mudah serta prosesnya yang cepat. Dengan prosedur yang relatif singkat dan tidak memerlukan waktu yang lama untuk mendapatkan uang. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang implementasi pembiayaan rahn dan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi yang penulis angkat dalam penelitian ini tidak membahas mengenai tingkat pertumbuhan jumlah nasabah.

---

<sup>23</sup> Siti Fatonah, “Analisis Implementasi Rahn, Qardh dan Ijarah Pada Transaksi Gadai Emas Syariah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang”, *Jurnal BanqueSyar’I*, 02 (Juli-Desember, 2017), 245.

6. Licke Ayu Wulandari (2017), dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Prosedur Pembiayaan Gadai (Rahn) pada BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.<sup>24</sup>

Penelitian ini merupakan penelitian *field research* (penelitian lapangan), yang mana penelitian ini lebih menitik beratkan kepada hasil pengumpulan data dari informan atau responden yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan documenter. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Mengetahui Prosedur Pelaksanaan Pembiayaan Rahn pada BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang, 2) Mengetahui Pelaksanaan Rahn BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang.

Hasil penelitian ini adalah; 1) Prosedur Pembiayaan Gadai atau Rahn pada BMT NU Cabang Mayang; prosedur pembiayaannya terdapat beberapa langkah-langkah antara lain adalah sebagai berikut: prosedur permohonan pembiayaan, prosedur pengujian barang, prosedur perpanjangan pembiayaan, prosedur penyerahan kembali barang, dan prosedur penyelesaian pembiayaan, dan 2) Praktek Pelaksanaa Rahn pada BMT NU Cabang Mayang; dalam prakteknya di BMT NU Cabang Mayang, objek atau barang yang bisa dijadikan jaminan pada transaksi gadai adalah barang berharga milik orang yang menggadaikan misalnya, emas, laptop, dan handphone. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pembiayaan rahn dan menggunakan metode

---

<sup>24</sup> Licke Ayu Wulandari, “Analisis Prosedur Pembiayaan Gadai (Rahn) pada BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember”, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Jember: 2017).

penelitian *field research*. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi yang penulis angkat dalam penelitian ini tidak membahas mengenai tingkat pertumbuhan jumlah nasabah.

7. Sri Purwati (2017), dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Produk Cicil Emas dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung Bandar Lampung)”, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.<sup>25</sup>

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan juga menggunakan penelitian kepustakaan guna melengkapi data. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah dan mengetahui perspektif ekonomi Islam tentang pemasaran produk cicil emas pada BSM KC Teluk Betung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan di BSM KC Teluk Betung dalam meningkatkan jumlah nasabahnya yaitu dengan pemasaran secara *canvassing* (silaturahmi dan dilakukan dengan presentasi dengan instansi-instansi), *open table* (penawaran secara langsung dengan nasabah yang melakukan transaksi dengan *customer service*), pemasaran dengan penawaran ke perusahaan yang menjadi rekanan BSM, penawaran kerjasama implan dengan beberapa instansi dan pengembangan bauran pemasaran seperti 4P,

<sup>25</sup> Sri Purwati, “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Produk Cicil Emas dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.” (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung: 2017).

*product, price, place, dan promotion*. Dalam perspektif ekonomi Islam strategi pemasaran yang dilakukan BSM KC Teluk Betung sudah sesuai dengan prinsip syariah dan tidak bertentangan dengan dengan etika bisnis Islam. Untuk pengembangan bauran pemasaran yaitu 4P, yaitu *product, price, place, dan promotion*. dalam pelaksanaannya juga tidak melanggar prinsip Islam dan sesuai dengan etika bisnis Islam.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang tingkat pertumbuhan jumlah nasabah dan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi yang penulis angkat dalam penelitian ini tidak membahas mengenai implementasi pembiayaan rahn.

8. Iftitahul Mustaadah (2017), dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pemasaran BMT dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Study Kasus BMT Sidogiri Cabang Pujer Kabupaten Bondowoso)”, Institut Agama Islam Negeri Jember.<sup>26</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis metode deskriptif, yaitu metode untuk mengungkapkan masalah dengan cara memaparkan atau menggambarkan situasi atau peristiwa dari penelitian. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi pemasaran BMT UGT Sidogiri Pujer Kabupaten Bondowoso dan untuk

---

<sup>26</sup> Iftitahul Mustaadah, “*Strategi Pemasaran BMT dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Study Kasus BMT Sidogiri Cabang Pujer Kabupaten Bondowoso)*”, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Jember: 2017).

mendeskripsikan upaya meningkatkan jumlah nasabah di BMT UGT Sidogiri Pujer Kabupaten Bondowoso.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa a). strategi pemasaran BMT NU UGT Sidogiri Pujer menggunakan beberapa konsep strategi pemasaran yang dijalankan diantaranya strategi produk, harga, tempat, dan promosi. Dalam hal promosi lembaga BMT NU UGT Sidogiri Pujer salah satunya dengan *door to door* (dari rumah ke rumah), sosialisasi melalui forum-forum, dan juga menyediakan brosur tentang BMT Sidogiri Pujer. b). sedangkan dalam meningkatkan jumlah nasabah BMT Sidogiri Pujer melakukan pendekatan dengan calon nasabah yang belum closing (belum mengenal BMT Sidogiri) dengan melakukan hubungan baik dengan calon nasabah.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang tingkat pertumbuhan jumlah nasabah dan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi yang penulis angkat dalam penelitian ini tidak membahas mengenai pembiayaan rahn.

9. Linda Lestari (2016), dalam penelitiannya yang berjudul “Perkembangan Produk Investasi Emas Untuk Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Pada Produk Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (MULIA)



di Pegadaian Syariah Cabang Cirebon)”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.<sup>27</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif dimana penelitian akan meneliti pada suatu objek yang dituju dan peneliti adalah sebagai instrument kunci dalam penelitian. Data yang digunakan adalah sebagai instrument kunci dalam penelitian. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data pada penelitian ini bersifat induktif dan pengecekan keabsahan data yang digunakan adalah metode triangulasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme transaksi produk mulia di Pegadaian Syariah Cipto Cirebon, untuk mengetahui strategi pemasaran produk mulia di pegadaian Syariah Cipto Cirebon dan untuk mengetahui perkembangan investasi emas pada produk mulia di Pegadaian Syariah Cipto Cirebon.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa investasi emas dapat menjadi alternatif baik dalam dunia investasi saat ini khususnya di Pegadaian Syariah Cabang Cirebon, dengan terbuat 99,99% emas murni Pegadaian Syariah Cabang Cirebon mampu memberikan daya tarik tersendiri. Survey membuktikan peminat investasi emas pada produk mulia di Pegadaian Syariah Cipto meningkat di bulan agustus dengan jumlah nasabah 14 orang pada bulan oktober jumlah nasabah meningkat menjadi 23 orang.

---

<sup>27</sup> Linda Lestari, “Perkembangan Produk Investasi Emas Untuk Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Pada Produk Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (MULIA) di Pegadaian Syariah Cabang Cirebon)”, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, Cirebon: 2016).

Persamaan dalam penelitian ini adalah penelitian yang ditulis sama-sama berjenis penelitian kualitatif dan membahas tentang minat nasabah yang dapat berdampak pada tingkat pertumbuhan jumlah nasabah. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi yang penulis angkat dalam penelitian ini yakni tidak membahas mengenai pembiayaan rahn.

10. Nadhirotul Ulbab (2016), dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang)”, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.<sup>28</sup>

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk melihat serta mengambil data-data secara langsung. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif pada hakikatnya adalah mengamati orang dalam hidupnya, berinteraksi dengan mereka berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. Metode analisis data penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu data-data yang diperoleh, dikumpulkan, dan dianalisa akan diinterpretasikan sebagaimana hasil dari analisa kualitatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang dalam meningkatkan jumlah nasabah dan untuk mengetahui apakah strategi

<sup>28</sup> Nadhirotul Ulbab, “*Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang)*”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang: 2016).

pemasaran yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang tersebut dapat meningkatkan jumlah nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang ternyata mampu meningkatkan jumlah nasabah. Terbukti dengan peningkatan jumlah nasabah. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang meningkatkan jumlah nasabah. Sedangkan perbedaannya adalah skripsi yang penulis angkat dalam penelitian ini tidak membahas mengenai pembiayaan rahn.

**Tabel 2.1**  
**Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1.	Ayu Ratnasari, (2018).	Kesamaan dari penelitian ini yakni sama-sama membahas mengenai implementasi pembiayaan rahn, menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis metode deskriptif.	Penelitian ini tidak membahas tentang tingkat pertumbuhan jumlah nasabah.
2.	Andhinie Rahmatul Jannah, (2018).	Penelitian ini memiliki kesamaan yakni sama-sama membahas tingkat pertumbuhan jumlah nasabah dan menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Penelitian ini tidak membahas tentang pembiayaan rahn.
3.	Siti Zakiah, (2018).	Penelitian ini memiliki kesamaan yakni sama-sama membahas tentang tingkat pertumbuhan jumlah nasabah dan menggunakan pendekatan kualitatif	Penelitian ini tidak membahas tentang pembiayaan rahn.
4.	Hikmah Fujiati, (2018).	Penelitian ini memiliki kesamaan yakni sama-sama membahas tentang tingkat pertumbuhan jumlah nasabah dan menggunakan	Penelitian ini tidak membahas tentang pembiayaan rahn.

		pendekatan kualitatif.	
5.	Siti Fatonah, (2017).	Penelitian ini memiliki kesamaan yakni sama-sama membahas tentang implementasi pembiayaan rahn dan menggunakan pendekatan kualitatif.	Perbedaannya yakni peneliti ini tidak membahas tentang tingkat pertumbuhan jumlah nasabah.
6.	Licke Ayu Wulandari, (2017).	Penelitian ini memiliki kesamaan yakni sama-sama membahas tentang pembiayaan rahn dan menggunakan metode penelitian <i>field research</i> .	Penelitian ini tidak membahas tentang tingkat pertumbuhan jumlah nasabah.
7.	Sri Purwati, (2017).	Kesamaan dari penelitian ini yakni sama-sama membahas mengenai tingkat pertumbuhan jumlah nasabah, menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis metode deskriptif.	Penelitian ini tidak membahas tentang pembiayaan rahn.
8.	Iftitahul Mustaadah, (2017).	Kesamaan dari penelitian ini yakni sama-sama membahas mengenai tingkat pertumbuhan jumlah nasabah, menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis metode deskriptif.	Penelitian ini tidak membahas tentang pembiayaan rahn.
9.	Linda Lestari, (2016).	Penelitian yang digunakan mempunyai kesamaan yakni sama-sama berjenis penelitian kualitatif, penelitian ini membahas tentang minat nasabah yang dapat berdampak pada tingkat pertumbuhan jumlah nasabah.	Penelitian ini tidak membahas tentang pembiayaan rahn.
10.	Nadhirotul Ulbab, (2016).	Penelitian yang digunakan mempunyai kesamaan yakni menggunakan metode <i>field research</i> dan penelitiannya bersifat kualitatif. Penelitian ini juga sama-sama membahas tentang meningkatkan jumlah nasabah.	Penelitian ini tidak membahas tentang pembiayaan rahn.

Sumber: Data diolah

Dari beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa antara penelitian terdahulu dengan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti tidak jauh berbeda, memiliki persamaan yakni implementasi pembiayaan rahn memang berpengaruh terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah pada suatu lembaga. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan nasabah disetiap tahunnya, dari penelitian yang sudah dilaksanakan oleh peneliti pada BMT NU Cabang Bungatan, bahwasanya pembiayaan rahn sangat mendominasi daripada pembiayaan lainnya hal ini juga didasari dengan beberapa faktor yang menjadi daya tarik tersendiri pada pembiayaan rahn tersebut.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Pembiayaan Rahn**

#### **a. Pengertian Pembiayaan**

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank/non-bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>29</sup>

Pembiayaan merupakan aktifitas lembaga keuangan syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain lembaga keuangan berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk

---

<sup>29</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013), 85

pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana.<sup>30</sup>

Pembiayaan (*financing*) merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*.<sup>31</sup>

#### **b. Unsur Pembiayaan**

Pembiayaan pada dasarnya diberikan atas dasar kepercayaan. Dengan demikian, pemberian pembiayaan adalah pemberian kepercayaan. Hal ini berarti prestasi yang diberikan benar-benar harus diyakini dapat dikembalikan oleh penerima pembiayaan sesuai dengan waktu dan syarat-syarat yang disepakati bersama. Berdasarkan hal ini unsur-unsur dalam pembiayaan yaitu meliputi<sup>32</sup>:

- 1) Lembaga keuangan, yaitu badan usaha yang memberi pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan dana.
- 2) Kepercayaan, yaitu keyakinan dari si pemberi pinjaman bahwa si penerima pinjaman akan mengembalikan pinjaman yang diterimanya sesuai dengan jangka waktu dan syarat-syarat yang disetujui oleh kedua belah pihak.
- 3) Akad, yaitu suatu kontak perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan antara lembaga keuangan dan pihak nasabah/mitra.
- 4) Jangka waktu, yaitu masa pengembalian pinjaman yang telah disepakati.

---

<sup>30</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 105

<sup>31</sup> Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2005), 185.

<sup>32</sup> *Ibid.*, 107.

- 5) Risiko, yaitu adanya suatu tenggang waktu pengembalian akan menyebabkan suatu risiko tidak tertagihnya pembiayaan (*non performing loan*).
- 6) Balas jasa, merupakan keuntungan atas pemberian suatu pinjaman, jasa tersebut yang biasa kita kenal dengan bagi hasil atau margin.

### c. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan yang diberikan oleh lembaga keuangan berfungsi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usahanya. Masyarakat merupakan individu, pengusaha, lembaga, badan, usaha, dan lain-lain yang membutuhkan dana, begitupun sebaliknya.

Secara perinci pembiayaan memiliki fungsi antara lain<sup>33</sup>:

- 1) Pembiayaan yang dapat meningkatkan arus tukar-menukar barang dan jasa.

Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar-menukar barang, hal ini seandainya belum tersedia uang sebagai alat pembayaran, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang-jasa.

- 2) Pembiayaan merupakan alat yang dipakai untuk memanfaatkan *idle fund*.

Lembaga keuangan dapat mempertemukan pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana. Pembiayaan

---

<sup>33</sup> *Ibid.*, 108-109.

merupakan suatu cara untuk mengatasi gap antara pihak yang memiliki dana dan pihak yang membutuhkan dana.

### 3) Pembiayaan sebagai alat pengendali harga.

Ekspansi pembiayaan akan mendorong meningkatnya jumlah uang yang beredar, dan peningkatan peredaran uang akan mendorong kenaikan harga.

## 2. Pengertian Rahn

Rahn menurut Syariah adalah menahan sesuatu dengan cara yang dibenarkan yang memungkinkan ditarik kembali. Rahn juga bisa diartikan menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan Syariah sebagai jaminan utang, sehingga orang yang bersangkutan boleh mengambil utangnya semuanya atau sebagian. Dengan kata lain, rahn adalah akad berupa menggadaikan barang dari satu pihak kepada pihak lain, dengan utang sebagai gantinya.

Dalam teknis perbankan, akad ini dapat digunakan sebagai agunan tambahan pada pembiayaan yang berisiko tinggi. Akad ini juga dapat menjadi produk tersendiri untuk melayani kebutuhan nasabah guna keperluan yang bersifat jasa dan konsumtif, seperti pendidikan, kesehatan, dan sebagainya. Bank atau lembaga keuangan bukan bank tidak menarik manfaat apapun kecuali biaya pemeliharaan atau keamanan barang yang digadaikan tersebut.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 173.



Rahn adalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain (bank) dalam hal-hal yang boleh diwakilkan. Atas jasanya maka menerima kekuasaan dapat meminta imbalan tertentu dari pemberi amanah.<sup>35</sup>

Menurut bahasa rahn tetap dan lestari, seperti juga dinamai *al-habsu*, artinya penahan, seperti dikatakan *ni'matun rahinah*, artinya karunia yang tetap dan lestari. Teknisnya rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.<sup>36</sup>

Rahn menurut Syariah adalah menahan sesuatu dengan cara yang dibenarkan yang memungkinkan untuk ditarik kembali. Yaitu menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan Syariah sebagai jaminan utang, sehingga orang yang bersangkutan boleh mengambil utang semuanya atau sebagian. Dengan kata lain rahn adalah akad menggadaikan barang dari satu pihak kepada pihak lain, dengan utang sebagai gantinya.<sup>37</sup>

### **3. Landasan Hukum Gadai sebagai Produk Perbankan Syariah**

#### **a. Landasan Syariah**

Boleh tidaknya transaksi gadai menurut Islam, diatur dalam Al-Qur'an dan hadis.

<sup>35</sup> Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), 108.

<sup>36</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: CV. Adipura, 2003), 57.

<sup>37</sup> Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, 27.

## 1) Al-Qur'an

Ayat Al-Qur'an yang dapat dijadikan landasan hukum perjanjian gadai adalah QS. Al-Baqarah [2]: 283 yang artinya adalah sebagai berikut:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ مِّن مَّجْدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ, فَإِنْ أُمِنَ بِعَظْمِكُمْ فَإِنْ أُمِنَ  
بِعَظْمِكُمْ بَعْظًا فليؤدِّدْ أَوْ تَمَنَّأَ أَمَانَتَهُ...

*“Jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah orang yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya)...”*

## 2) Hadits

- (1) Aisyah berkata bahwa Rasul telah bersabda: *“Rasulullah membeli makanan dari seorang Yahudi dan meminjamkan kepadanya baju besi”* (HR Bukhari dan Muslim).
- (2) Dari Abu Hurairah ra. Nabi Saw., bersabda: *“Tidak terlepas kepemilikan barang gadai dari pemilik yang mengabaikannya. Ia memperoleh manfaat dan menanggung risikonya”* (HR Asy Syafii, al Daraquthni dan Ibnu Majah).
- (3) Nabi bersabda: *“Tanggungan (kendaraan) yang digadaikan boleh dinaiki dengan menanggung biayanya dan binatang ternak yang digadaikan dapat diperah susunya dengan menanggung biayanya. Bagi yang menggunakan kendaraan dan memerah susu wajib menyediakan biaya perawatan dan pemeliharaan”* (HR Jamaah, kecuali Muslim dan An Nasai).<sup>38</sup>
- (4) Dari Abu Hurairah ra, *“Rasulullah bersabda: Apabila ada ternak digadaikan, maka punggungnya boleh dinaiki (oleh yang menerima gadai), karena ia telah mengeluarkan biaya (menjaga) nya. Apabila ternak itu digadaikan, maka air susunya yang deras boleh diminum (oleh orang yang menerima gadai) karena ia telah mengeluarkan biaya (menjaga) nya. Kepada yang naik dan minum, maka ia harus mengeluarkan*

<sup>38</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), 169.

*biaya (perawatannya) nya”* (HR Jamaah kecuali Bukhari, Muslim, dan Nasai).

### 3) Ijma’

Berkaitan dengan pembolehan perjanjian gadai ini, *jumhur* ulama juga berpendapat boleh dan mereka tidak pernah berselisih pendapat mengenai hal ini. *Jumhur* ulama berpendapat bahwa disyariatkan pada waktu tidak bepergian maupun pada waktu bepergian, berdasarkan kepada perbuatan Rasulullah Saw., dalam hadis tersebut diatas.

Demi keabsahan suatu perjanjian gadai yang dilakukan oleh pihak bank dengan nasabah, ada beberapa rukun dan syarat yang harus dipenuhi yaitu:

#### a) Ijab qabul (*Sighat*)

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

#### b) Orang yang bertransaksi (*aqid*)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi bagi orang-orang yang bertransaksi gadai, yaitu *rahin* (pemberi gadai) dan *murtahin* (penerima gadai) adalah telah dewasa, berakal sehat dan atas keinginan sendiri.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Ibid., 170.

c) Adanya barang yang digadaikan (*marhun*)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk barang yang akan digadaikan oleh (*rahin*) pemberi gadai adalah: dapat diserahkan, bermanfaat, milik *rahin* secara sah, jelas, tidak bersatu dengan harta lain, dikuasai oleh *rahin* dan harta yang tetap atau dapat dipindahkan. Dengan demikian, barang-barang yang tidak dapat diperjualbelikan tidak dapat digadaikan.

d) Utang (*marhun bih*)

Menurut ulama *Hanafiyah* dan *Syafiiyah* syarat sebuah utang yang dapat dijadikan alas hak atas gadai adalah berupa utang yang tepat dapat dimanfaatkan, utang tersebut harus lazim pada waktu akad, utang harus jelas dan diketahui oleh *rahin* dan *murtahin*.

Jika ada perselisihan mengenai besarnya utang antara *rahin* dan *murtahin*, maka ucapan yang diterima ialah ucapan *rahin* dengan disuruh bersumpah, kecuali bila *rahin* bisa mendatangkan barang bukti. Tetapi jika yang diperselisihkan adalah mengenai *marhun*, maka ucapan yang diterima adalah ucapan *murtahin* dengan disuruh bersumpah, kecuali jika *rahin* bisa mendatangkan barang bukti yang menguatkan dakwaannya, karena Rasulullah Saw., bersabda: “*barang bukti dimintakan dari orang yang mengklaim dan sumpah*

*dimintakan dari orang yang tidak mengaku”* (Diriwayatkan oleh Al-Baihaqi dengan sanad hasan).

Jika *murtahin* mengklaim telah mengembalikan rahn dan *rahin* tidak mengakuinya, maka ucapan yang diterima adalah ucapan *rahin* dengan disuruh bersumpah, kecuali jika *murtahin* bisa mendatangkan barang bukti yang menguatkan klaimnya.<sup>40</sup>

#### **b. Landasan Hukum Positif**

Dalam Pasal 19 ayat (1) huruf q Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa kegiatan usaha bank Umum Syariah antara lain melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan di bidang perbankan dan di bidang sosial sepanjang tidak bertentangan dengan Prinsip Syariah dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ketentuan inilah yang menurut hemat penulis menjadi dasar hukum bagi bank syariah untuk memberikan produk berdasarkan akad rahn.<sup>41</sup>

Fatwa DSN-MUI yang merupakan hukum positif karena keberadaannya di tunjuk oleh Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah juga telah mengatur rahn. Fatwa dimaksud yakni Fatwa No: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn dan Fatwa No: 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas. Substansi fatwa No: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn adalah sebagai berikut:

<sup>40</sup> Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*, 176.

<sup>41</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, 171.

**Pertama: Hukum**

- 1) Bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn dibolehkan dengan ketentuan sebagai berikut.

**Kedua: Ketentuan Umum**

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

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

### **Ketiga: Ketentuan Penutup**

- 1) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan diantara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui badan arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
- 2) Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan dirubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

**Ditetapkan: Jakarta, 14 Rabiul Akhir 1423 H / 26 Juni 2002 M<sup>42</sup>**

## **4. Implementasi Akad Rahn dalam Praktik Perbankan Syariah**

Rahn sebagai suatu perjanjian tentang gadai ternyata tidak hanya ditetapkan perusahaan pegadaian saja. Perbankan syariah juga menyediakan produk berupa rahn ini dalam kegiatan operasionalnya.

Rahn yang ada di dalam perbankan syariah dapat diartikan sebagai menahan *asset* nasabah sebagai jaminan tambahan pada pinjaman yang

<sup>42</sup> Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika*, 177.

diluncurkan oleh pihak bank. Rahn termasuk dalam salah satu jenis akad pelengkap, sedangkan dalam konteks perusahaan umum pegadaian rahn merupakan produk utama.

Adapun manfaat yang dapat diambil oleh bank dari prinsip ar-rahn sebagai berikut:

- a. Menjaga kemungkinan nasabah untuk lalai atau bermain-main dengan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh bank.
- b. Memberikan keamanan bagi semua penabung dan pemegang deposito bahwa dananya tidak akan hilang begitu saja jika nasabah peminjam ingkar janji karena ada sesuatu asset atau barang (*marhun*) yang dipegang oleh bank.
- c. Jika rahn diterapkan dalam mekanisme pegadaian, sudah barang tentu akan sangat membantu saudara kita yang kesulitan dana, terutama di daerah-daerah.

Adapun manfaat yang langsung didapat oleh bank adalah biaya-biaya yang harus dibayar oleh nasabah untuk pemeliharaan keamanan *asset* dari nasabah tersebut. Jika penanaman *asset* berdasarkan perjanjian *fiducia* (penahanan barang bergerak sebagai jaminan pembayaran), nasabah juga harus membayar biaya asuransi yang besarnya sesuai dengan yang berlaku secara umum. Kemudian risiko yang ada pada implementasi gadai bagi perbankan syariah adalah risiko tidak terbayarnya hutang



nasabah (*wanprestasi*) dan risiko penurunan nilai *asset* yang ditahan berupa kerusakan atau turunnya harga jual atas suatu *asset*.<sup>43</sup>

## 5. Model Pembiayaan Rahn

Pembiayaan dengan menyerahkan Barang dan atau Bukti Kepemilikan Barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 80% dari harga barang. Masa pinjaman maksimal 4 (empat) bulan dan diperpanjang maksimal 3 (tiga) kali. Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti perhiasan emas dan sebagainya. Biaya taksir dan uji barang ditanggung pemilik barang. KSPP Syariah BMT NU mendapatkan ujroh/ongkos penitipan barang setiap harinya sebesar Rp. 6 untuk setiap kelipatan rp. 10.000 dari harga barang.<sup>44</sup>

## 6. Fatwa tentang Pembiayaan yang disertai Rahn (*at-Tamwil al-Mautsuq bi al-Rahn*)

Landasan ini kemudian kemudian diperkuat dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor: 92/DSN-MUIIIV 12014 tanggal 2 April 2014 Tentang pembiayaan yang disertai rahn (*at-Tamwil al-Mautsuq bi al-Rahn*) dengan ketentuan sebagai berikut:

### a. Ketentuan Umum

Dalam fatwa ini yang dimaksud dengan:

- 1) Akad Rahn adalah sebagaimana dalam fatwa DSN-MUI Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn; fatwa DSN-MUI Nomor:

<sup>43</sup> Ibid., 178.

<sup>44</sup> <https://bmtnujatim.com/> di akses pada tanggal 13 Februari 2019 pada jam 22:45 WIB.

- 26/DSN-MUIIIII/2002 tentang Rahn Emas; dan fatwa DSN-MUI Nomor: 68/DSN-MUI/III/2008 tentang Rahn Tasjily;
- 2) Akad Jual-beli (*al-bai'*) adalah sebagaimana dalam fatwa DSN-MUI Nomor: 04/DSN-MUI/IV 12000 tentang *Murabahah*; fatwa DSN-MUI Nomor: 05IDSN-MUIIIVI2000 tentang Jual-Beli *Salam*; dan fatwa DSN-MUI Nomor: 06IDSN-MUI/IV/2000 tentang Jual-Beli *Istishna'*;
  - 3) Akad *Qardh* adalah sebagaimana dalam fatwa DSN-MUI Nomor: 19IDSN-MUIIIIV/2001 tentang *al-Qardh*; Akad *Ijarah* adalah sebagaimana dalam fatwa DSN-MUI Nomor: 09IDSN-MUIIIIV/2000 tentang Pembiayaan *Ijarah*;
  - 4) Akad *Musyarakah* adalah sebagaimana dalam fatwa DSN-MUI Nomor: 08/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Musyarakah*;
  - 5) Akad *Mudharabah* adalah sebagaimana dalam fatwa DSN-MUI Nomor: 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan *Mudharabah (Qiradh)*;
  - 6) Ta'widh adalah sebagaimana dalam fatwa DSN-MUI Nomor: 43/DSN-MUIIVIII/2004 tentang Ganti Rugi (*Ta'widh*);
  - 7) Akad amanah adalah akad-akad yang tidak melahirkan kewajiban untuk: bertanggung jawab terhadap harta pihak lain ketika harta tersebut rusak, hilang, atau berkurang (kualitas dan kuantitasnya);

**b. Ketentuan Hukum**

Semua bentuk pembiayaan penyaluran dana Lembaga Keuangan Syariah (LKS) boleh dijamin dengan agunan (Rahn) sesuai ketentuan dalam fatwa ini.

**c. Ketentuan terkait Barang Jaminan (Marhun)**

Barang jaminan (*marhun*) harus berupa harta (*mal*) berharga baik benda bergerak maupun tidak bergerak yang boleh dan dapat diperjualbelikan, termasuk aset keuangan berupa sukuk, efek syariah atau surat berharga syariah lainnya;

- 1) Dalam hal barang jaminan (*marhun*) merupakan musya' (bagian dari kepemilikan bersama *part of undivided ownership*), maka musya' yang digadaikan harus sesuai dengan porsi kepemilikannya;
- 2) Barang jaminan (*marhun*) boleh diasuransikan sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku dan atau kesepakatan.

**d. Ketentuan terkait Utang (*Marhun bih/Dain*)**

- 1) Utang boleh dalam bentuk uang dan atau barang;
- 2) Utang harus bersifat mengikat (*lazim*), yang tidak mungkin hapus kecuali setelah dibayar atau dibebaskan (fatwa DSN-MUI Nomor: 111DSN-MUIIIV/2000 tentang Kafalah (Ketentuan Kedua, 4.c)
- 3) Utang harus jelas jumlah (kuantitas) danlatau kualitasnya serta jangka waktunya;
- 4) Utang tidak boleh bertambah karena perpanjangan jangka waktu pembayaran;

5) Apabila jangka waktu pembayaran utang/pengembalian modal diperpanjang, Lembaga Keuangan Syariah boleh:

- a) Mengenakan ta 'widh dan ta 'zir dalam hal Rahin melanggar perjanjian atau terlambat menunaikan kewajibannya;
- b) Mengenakan pembebanan biaya riil dalam hal jangka waktu pembayaran utang diperpanjang.

**e. Ketentuan terkait Akad**

1) Pada prinsipnya, akad rahn dibolehkan hanya atas utang-piutang (*al dain*) yang antara lain timbul karena akad *qardh*, jual-beli (*al-bai'*) yang tidak tunai, atau akad sewa-rnyewa (*ijarah*) yang pembayaran ujrahnya tidak tunai;

2) Pada prinsipnya dalam akad amanah tidak dibolehkan adanya barang jaminan (*marhun*); namun agar pemegang amanah tidak melakukan penyimpangan perilaku (*moral hazard*), Lembaga Keuangan Syariah boleh meminta barang jaminan (*marhun*) dari pemegang amanah (*al-Amin*, antara lain *syarik*; *mudharib*, dan *musta j'ir*) atau pihak ketiga.

3) Barang jaminan (*marhun*) dalam akad amanah hanya dapat dieksekusi apabila pemegang amanah *tal-Amin*, antara lain *syarik*, *mudharib*, dan *musta j'ir*) melakukan perbuatan *moral hazard*, yaitu:

- (1) *Ta 'addi (Ifrath)*, yaitu melakukan sesuatu yang tidak boleh/tidak semestinya dilakukan;

(2) *Taqshir (tafrith)*, yaitu tidak melakukan sesuatu yang boleh/semestinya dilakukan; atau

(3) *Mukhalafat al-syuruth*, yaitu melanggar ketentuan-ketentuan (yang tidak bertentangan dengan syariah) yang disepakati pihak-pihak yang berakad;

**f. Ketentuan terkait Pendapatan *Murtahin***

1) Dalam hal terjadi karena akad jual-beli rahn (*dain/marhun bih*) (al-bai') yang pembayarannya tidak tunai, maka pendapatan *Murtahin* hanya berasal dari keuntungan (*al-ribh*) jual-beli;

2) Dalam hal rahn (*dain/marhun bih*) terjadi karena akad sewa-menyewa (*ijarah*) yang pembayaran ujrahnya tidak tunai, maka pendapatan *Murtahin* hanya berasal dari ujarah;

3) Dalam hal rahn (*dain/marhun bih*) terjadi karena peminjaman uang (*akad qardh*), maka pendapatan *Murtahin* hanya berasal dari *mu'nah* (jasa pemeliharaan/penjagaan) atas marhun yang besarnya harus ditetapkan pada saat akad sebagaimana ujarah dalam akad *ijarah*;

4) Dalam hal rahn dilakukan pada akad amanah, maka pendapatan/penghasilan *Murtahin* (*Syarik/ Shahibul Mal*) hanya berasal dari bagi hasil atas usaha yang dilakukan oleh Pemegang Amanah (*Syarik- Pengelola/ Mudharib*);

**g. Ketentuan terkait Penyelesaian Akad Rahn**

- 1) Akad Rahn berakhir apabila *Rahin* melunasi utangnya atau menyelesaikan kewajibannya dan *Murtahin* mengembalikan *Marhun* kepada *Rahin*;
- 2) Dalam hal *Rahin* tidak melunasi utangnya atau tidak menyelesaikan kewajibannya pada waktu yang telah disepakati, maka *Murtahin* wajib mengingatkan memberitahukan tentang kewajibannya;
- 3) Setelah dilakukan pemberitahuan/peringatan, dengan memperhatikan asas keadilan dan kemanfaatan pihak-pihak, *Murtahin* boleh melakukan hal-hal berikut:
  - a) Menjual paksa barang jaminan (*marhun*) sebagaimana diatur dalam substansi fatwa DSN-MUI Nomor: 25/DSNMUI/III/2002 tentang Rahn (ketentuan ketiga angka 5); atau
  - b) Meminta *Rahin* agar menyerahkan *marhun* untuk melunasi utangnya sesuai kesepakatan dalam akad, di mana penentuan harganya mengacu/berpatokan pada harga pasar yang berlaku pada saat itu. Dalam hal terdapat selisih antara harga (*tsaman*) jual *marhun* dengan utang (*dain*) atau modal (*ra'sul mal*), berlaku substansi fatwa DSN-MUI Nomor: 25/DSNMUIIIII/2002 tentang Rahn (ketentuan ketiga angka 5).

- 4) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui lembaga penyelesaian sengketa berdasarkan syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.<sup>45</sup>

## 7. Pengertian Strategi

Definisi strategi adalah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan.

Strategi perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan.<sup>46</sup>

Strategi suatu perusahaan merupakan perpaduan bagian dari tindakan proaktif manajer untuk memperbaiki posisi pasar dan kinerja finansial perusahaan serta reaksi yang diperlukan terhadap perkembangan dan kondisi pasar yang berubah dan tidak diharapkan. Strategi aktual perusahaan tersebut mencakup proaktif dan reaktif yang meliputi:

- a. Faktor eksternal: Kondisi persaingan dan industri, preferensi pembeli, kondisi politik, ekonomi, peraturan, teknologi, dan pertimbangan lingkungan.
- b. Faktor internal: Kekuatan dan kelemahan perusahaan serta kemampuan bersaing.

<sup>45</sup> <https://pegadaiansyariah.co.id/fatwamui> diakses pada tanggal 02 Februari 2019 pada jam 22:00 WIB.

<sup>46</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 199.

- c. Strategi: Bentuk strategi yang mesti ditinggalkan, dan strategi proaktif serta strategi reaktif.

Perusahaan harus menyikapi situasi yang selalu berubah dengan memperhatikan faktor eksternal dan internalnya, mengubah fitur strategi yang ada, melakukan inisiatif baru secara terus-menerus terhadap fitur strategi sebelumnya sebagai bentuk *proactive strategy*, serta membuat penyesuaian untuk mengantisipasi keadaan yang berubah dinamis sebagai wujud *reactive strategy*. Karena itu manajemen mesti melihat dan mengamati situasi perusahaan dengan melakukan analisis dan berfikir strategis guna memosisikan diri di *market place* melalui pendekatan bisnis yang tepat.<sup>47</sup>

## 8. Pengertian Pemasaran

Pemasaran bisa diartikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang mencakup individu dan kelompok guna mendapatkan apa yang mereka butuh dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran berusaha menghasilkan laba dari jasa yang diciptakan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Islam memerintahkan umat manusia bertebaran untuk meraih karunia Allah Swt., yaitu mencari suatu manfaat ataupun memberikan manfaat bagi orang lain yang dimaknai dengan bersosialisasi,

<sup>47</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 125.



bersilaturahmi, berniaga, dan melakukan aktivitas bisnis lain dalam rangka kebahagiaan dunia dan akhirat, yaitu rida Allah Swt.<sup>48</sup>

Adapun beberapa pengertian strategi pemasaran adalah sebagai berikut:

Strategi pemasaran merupakan turunan dari strategi bisnis perusahaan. Secara umum, bisnis bank berorientasi pada *profit*, *growth* (pertumbuhan), dan *sustainability* (kesinambungan) yang tercermin dari perolehan laba, kenaikan asset yang berkualitas, dan peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan.<sup>49</sup>

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>50</sup>

Pemasaran memiliki elemen penting yang terdiri atas *strategy*, *tactic*, dan *value*. Strategi meliputi segmentasi (*segmentation*), penentuan target (*targeting*), dan pemosisian diri (*positioning*). Taktik yang harus dilakukan mencakup diferensiasi (*differentiation*), bauran pemasaran (*marketing mix*), dan penjualan (*selling*). Sedangkan ruang lingkup *value* adalah merek (*brand*), layanan (*service*), dan proses (*process*).<sup>51</sup>

---

<sup>48</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, 120.

<sup>49</sup> *Ibid.*, 128.

<sup>50</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), 168

<sup>51</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, 128.

Berikut strategi pemasaran bank syariah dengan menggunakan sembilan elemen pemasaran di atas.

**a. Strategy**

1) Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah bahwa perusahaan akan lebih berhasil jika dapat mengidentifikasi segmen-segmen yang ada di pasar, memilih beberapa segmen untuk dibidik, dan menyesuaikan bauran pemasaran pada masing-masing segmen.<sup>52</sup>

Segmentasi pasar adalah strategi yang dirancang untuk mengalokasikan sumber daya pemasaran kepada segmen yang telah didefinisikan. Ini adalah upaya membedakan konsumen. Dari pengertian di atas disimpulkan bahwa segmentasi pasar merupakan suatu kegiatan untuk mengelompokkan pasar ke dalam kelompok-kelompok pembeli yang mempunyai ciri atau sifat yang sama yang akan di capai dengan *Marketing mix* yang berbeda sesuai kebutuhan.

Pada dasarnya segmentasi pasar merupakan suatu strategi yang didasarkan pada falsafah manajemen pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah, dan

---

<sup>52</sup> Adi Nugroho, *Isu & Kontroversi Teori-teori Pemasaran*, (Jakarta: Studia Press, 2003), 97.

sumber daya perusahaan di bidang pemasaran dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien.<sup>53</sup>

Dalam pasar yang sangat beragam karakternya, perlu ditentukan atribut-atribut apa yang menjadi kepentingan utama bagi pengguna. Secara umum pasar dapat dipilah berdasarkan karakteristik *demografi* (umur, jenis kelamin, pendapatan, agama, dan lain-lain), *geografi* (Negara, kota atau kompleks perumahan, dan lain-lain), *psikografi* (kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, dan lain-lain), maupun perilaku (kesempatan, manfaat yang dicari, tingkat pemakaian, status loyalitas, dan lain-lain). Dengan demikian akan lebih mudah menentukan strategi pemasaran yang akan dilaksanakan sehubungan dengan karakteristik dan kebutuhan pasar. Setelah mengetahui karakter pasar, kemudian menentukan bagian pasar mana yang akan dilayani.<sup>54</sup>

## 2) *Targeting*

*Targeting* merupakan suatu proses pemilihan produk yang terbaik guna terwujudnya keberhasilan sasaran yang ingin dicapai oleh perusahaan.

*Targeting* yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. *Targeting* hendaknya diarahkan kepada sasaran yang dituju, sehingga dapat berhasil mencapai tujuan yang

<sup>53</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 144.

<sup>54</sup> Abdul Pauji, M. Kholil Nawawi, Hilman Hakiem, "Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BPRS Amanah Ummah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 6 No. 2, (September 2015), 385-386.

diharapkan. Oleh karena itu, pertama-tama yang harus dilakukan adalah penentuan target yang akan dicapai, proses yang dilakukan dalam hal ini adalah sebagai berikut:

- a) Identifikasi basis untuk mensegmentasikan pasar.
- b) Mengembangkan profiles dari segmen pasar yang dihasilkan.
- c) Mengembangkan ukuran atau kriteria dari daya tarik segmen pasar yang ada.
- d) Memilih segmen pasar sasaran.
- e) Mengembangkan posisi produk untuk setiap pasar sasaran pemasaran.
- f) Mengembangkan acuan pemasaran (*Marketing Mix*) untuk setiap segmen pasar sasaran itu.<sup>55</sup>

### 3) *Positioning*

*Positioning* adalah penetapan posisi pasar. Tujuan *positioning* ini adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen.

Penentuan posisi pasar bagi produk ataupun jasa suatu perusahaan sangat penting. Menentukan posisi pasar, yaitu menentukan poisisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Produk atau jasa diposisikan pada posisi yang diinginkan

<sup>55</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 163–164.

oleh nasabah, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.<sup>56</sup>

**b. *Tactic***

1) *Differentiation*

Untuk menjadi pemimpin pasar, perusahaan harus memiliki kualitas produk yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing lain (*product leadership*) seperti yang diungkapkan oleh Michael Treacy dan Fred Wiersema dalam buku mereka, *The Discipline of Market Leaders: Choose Your Customers, Narrow Your Focus, Dominate Your Market*.

Diferensiasi dapat dilakukan melalui konten yang ditawarkan (*what to offer*), lewat konteks cara menawarkan (*how to offer*), dan infrastruktur pendukungnya (*enabler*) sehingga produk dan jasa bank syariah bisa memiliki nilai jual, antara lain terkait kepastian harga, transparansi, hubungan kemitraan yang setara, ketiadaan unsur spekulasi, jaminan adanya *underlying asset*, serta akad yang bervariasi.

2) *Marketing Mix* atau disebut dengan bauran pemasaran merupakan komponen dari elemen-elemen yang membentuk strategi campuran

---

<sup>56</sup> Abdul Pauji, M. Kholil Nawawi, Hilman Hakiem, "Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BPRS Amanah Ummah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 6 No. 2, (September 2015), 386-387.

pemasaran sebuah perusahaan, yang di desain dengan maksud untuk menghasilkan respon dari pasar sasaran.<sup>57</sup>

Marketing mix terdiri dari beberapa komponen diantaranya :

- a) Produk (*Product*), Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan, atau untuk dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>58</sup>
- b) Harga (*Price*), menyebut setiap biaya moneter (seperti harga tiket menonton bola, pembayaran) yang dikenakan pada produk, program, dan jasa dan kalau ditawarkan, intensif dalam bentuk uang akan menstimulir tindakan.
- c) Distribusi (*Place*), didefinisikan sebagai setiap sarana yang meningkatkan keberadaan atau kenikmatan suatu jasa yang menambah penggunaannya atau pendapatan dari penggunaannya, baik dengan mempertahankan pemakai yang ada, meningkatkan nilai kegunaan diantara pemakai yang ada ataupun menarik pemakai baru.<sup>59</sup>
- d) Promosi (*Promotion*), merupakan gambaran sebagai komunikasi yang dikaitkan dengan intensif. Promosi biasanya terbatas pada kurun waktu, harga, atau kelompok pelanggan tertentu. Tujuannya adalah untuk mempercepat keputusan

---

<sup>57</sup> Nandan Limakrisna dan Wilhelmus Hary Susilo, *Manajemen Pemasaran Teori*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 196.

<sup>58</sup> Faridatun Sa'adah, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah*, No. 2, Vol. 1 (Juli 2009), 72.

<sup>59</sup> *Ibid.*, 74.

pembelian atau memotivasi pelanggan menggunakan jasa tertentu lebih cepat, dalam volume yang lebih besar pada setiap pembelian.<sup>60</sup> Bauran promosi terdiri dari: Iklan (*advertising*), Penjualan perorangan (*personal promotion*), Promosi Penjualan (*sales promotion*), Hubungan masyarakat (*public relation*), Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), Surat pemberitahuan langsung (*direct mail*).<sup>61</sup>

- e) Fasilitas fisik (*Physical Evidence*), *Physical Evidence* setiap *contact point* harus bagus, menarik, nyaman, dan aman sehingga nasabah atau orang yang berkunjung merasa seperti di rumah sendiri, *feel like at home*, dengan dukungan dekorasi, *lighting system*, *lay-out* ruangan, aroma ruangan, dan kenyamanan ruangan.
- f) Orang (*People*), berfungsi sebagai penyedia jasa dan sangat berpengaruh terhadap kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam orang berarti berhubungan dengan seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia.
- g) Proses (*Process*), merupakan system dan kebijakan yang di pertanggungjawabkan untuk memastikan konsistensi produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

---

<sup>60</sup> Christopher H. Lovelock dan Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Indeks, 2005), 277.

<sup>61</sup> Rambat Lupiyoadi & A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 2 (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 75.

### 3) *Selling*

Penyusunan *marketing mix* dilanjutkan dengan strategi menjual (*selling*) yang merupakan taktik untuk menciptakan hubungan harmonis jangka panjang dengan nasabah bukan sekedar transaksional jangka pendek.

*Selling* yang dilakukan memiliki tingkatan *feature selling*, *benefit selling*, dan *solution selling* sehingga akan berdampak terhadap perilaku nasabah mulai dari *awareness*, penggunaan produk atau jasa sebagai simbol *identity*, terjalannya hubungan jangka panjang, pembentukan komunitas, hingga pemberian advokasi. Model penjualan yang ideal untuk perbankan syariah adalah *consultative selling* dengan tahapan melakukan identifikasi terhadap kebutuhan nasabah, membangun komunikasi yang interaktif dengan semua pihak potensial, memahami produk dan jasa yang ditawarkan berdasarkan sudut pandang *customer*, mengapresiasi *value* yang diinginkan, mendukung bisnis nasabah dalam berbagai situasi, serta membina hubungan baik yang berorientasi jangka panjang.

#### c. *Value*

##### 1) *Brand*

Penentuan *positioning* merek dan *differentiation* yang dilakukan dengan dukungan *marketing mix* dan strategi *selling* merupakan upaya membangun *brand*. Merek produk perlu



dikembangkan dan dituangkan secara kreatif dan segmen dan target pasar yang tepat serta dilengkapi dengan layanan yang memadai.

### 2) *Service*

Layanan yang diberikan bukan sekedar informasi bebas pulsa atau layanan *call center* 24 jam, namun bisa berfungsi sebagai *value enhancer*. Sebab berbagai keluhan dan masukan nasabah dapat dijadikan materi dasar untuk melakukan perbaikan, penyempurnaan, dan peningkatan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan sebagai wujud *sustainable improvement* (kaizen).

### 3) *Process*

Proses yang dilakukan berorientasi *customer value* dan *customer experience* yang harus memperhatikan *quality, cost, and delivery*.<sup>62</sup>

Ruang lingkup strategi pemasaran bank syariah meliputi:

- a) Pembentukan sinergi antara perbankan *corporate banking*, *retail banking*, *consumer* dan *micro banking* untuk meningkatkan *market share*. Semua segmen dioptimalkan melalui *cross selling*.
- b) Meningkatkan bisnis yang berfokus pada sektor ekonomi, daerah, dan segmen yang prospektif pada sektor yang telah ditetapkan.
- c) Menjaga kualitas aset lewat pemilihan pasar yang efektif.

<sup>62</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, 135-137.

d) Menciptakan *customer experience* dengan kualitas layanan yang optimal sehingga berdampak terhadap kinerja bisnis, khususnya pertumbuhan dana murah dan *fee based income* yang berorientasi *customer needs* dan *customer intimacy*.

Strategi dalam pemasaran bertujuan untuk mencari atau menciptakan kondisi paling menguntungkan untuk menjual produk. Beberapa komponen dalam strategi pemasaran antara lain: pertama menentukan segmen pasar yaitu menentukan siapa yang paling mungkin dan memastikan menjadi pangsa pasar dari produk yang kita jual. Kedua, menentukan target penjualan yaitu merencanakan berupa jumlah produk yang paling optimal masuk ke segmen pasar. Ketiga, memberikan pemahaman pasar terhadap produk, yaitu upaya agar sedapat mungkin keunggulan produk kita mampu membentuk *image* di masyarakat, sehingga produk kita mudah dikenal dan dikenang.

Dari adanya penjelasan diatas, maka strategi pemasaran sebenarnya adalah hal yang sangat penting dalam suksesnya perusahaan. Adapun pengertian strategi pemasaran sendiri yaitu serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya,

terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>63</sup>

## 9. Teori Pemasaran

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) menurut Kotler dan Keller, pengertian bauran pemasaran adalah sebagai berikut : “Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya”. Maka, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.<sup>64</sup>

## 10. Teori Pemasaran Perspektif Al-Qur’an

Etika Pemasaran Perspektif Al-Qur’an diantaranya sebagai berikut:

### a. Bersikap Lemah Lembut

Pemasaran dapat dikatakan beretika ketika memenuhi dua unsur utama yaitu bersikap lemah lembut dan sopan santun. *Pertama*, promosi harus menggunakan kata-kata yang lembut. Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan promosi. Dalam kaitannya dengan persoalan bisnis, Nabi Muhammad SAW menegaskan bahwa Allah SAW memberikan rahmat kepada seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis sebagaimana hadits riwayat

<sup>63</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 198.

<sup>64</sup> Christian A.D Selang, “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3 (Juni, 2013), 72.

Bukhari dan Tirmidzi. Dalam dunia perbankan memberikan layanan terbaik kepada nasabah dapat dilakukan dengan cara *say greeting* (tegur sapa yang sopan dan santun), *say thank's you* (terima kasih), dan *smiling* (senyum ramah), jangan risih dengan mengucapkan *i am sorry* (minta maaf jika salah). Dan jangan pernah mengajak nasabah berdebat walaupun anda benar. Rasulullah SAW menganjurkan agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli.

Seorang *marketer* yang baik harus memiliki kemampuan bertutur sapa dengan lemah lembut. Seorang *marketer* yang memiliki sikap ramah dan lemah lembut akan menimbulkan rasa simpati dan kepercayaan dari para konsumen. Selain itu, akan muncul kepuasan pada diri konsumen bukan hanya karena kualitas produk yang bagus tetapi juga disebabkan oleh kenyamanan mereka ketika bertransaksi dengan *marketer*.

*Kedua*, pemasaran dilaksanakan secara sopan santun. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat melakukan praktis bisnis dengan sesama manusia. Al-Qur'an memberikan batasan kepada umat Islam untuk berlaku sopan dalam kehidupan sehari-hari sekalipun kepada orang-orang yang kurang cerdas (*sufaha*).<sup>65</sup> Pemasaran dalam perbankan hendaknya menggunakan sikap sopan santun karena pada dasarnya jiwa seseorang akan merasa senang jika diperlakukan dengan cara sopan santun.

---

<sup>65</sup> Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2001), 109-110.

## b. Profesional Dalam Promosi

Pemasaran yang profesional dalam Al-Qur'an harus memenuhi beberapa unsur diantaranya: *Pertama*, sikap adil dalam berpromosi. Perilaku curang, adanya unsur *gharar* atau kebohongan, manipulasi, dan mencampuradukkan kebenaran dengan kebatilan, baik dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan memberitahukan harga atau banyaknya pemesanan sering kali merusak citra bisnis di berbagai wilayah. Realitas ini bertolak belakang dengan etika pemasaran Islam yang mengutamakan prinsip kejujuran. Rasulullah Saw memberikan pedoman bahwa pedagang yang jujur dan dapat dipercaya merupakan golongan yang masuk surga bersama Nabi, orang-orang yang membenarkan risalah Nabi (*shiddiqin*) dan para *syuhada'* (orang yang mati syahid). Al-Quran memerintahkan kepada manusia untuk jujur, tulus, ikhlas, dan benar dalam semua perjalanan hidupnya. Karakter ini merupakan bagian dari sikap adil yang menjadi pedoman dasar dalam melaksanakan bisnis syariah. Ringkasnya adalah bahwa *marketer* harus berbuat adil dalam berpromosi sehingga dia tidak akan mengecewakan nasabah kelak di kemudian hari. Dalam berpromosi ia tidak hanya menawarkan produk yang bersifat transaksional semata tetapi hendaknya memberikan kepuasan kepada nasabah dengan kemurahan hati dan jauh dari transaksi yang merugikan.

*Kedua*, bersikap adil terhadap orang lain walaupun mereka adalah orang non-muslim sebagaimana ditegaskan oleh Ali Hasan

bahwa sistem perbankan Islam seharusnya dapat menyentuh semua orang, termasuk masyarakat non-Islam sehingga konsep *rahmatan lil alamin* benar-benar terimplementasi bagi siapapun yang berinteraksi dengannya. Keadilan merupakan tujuan utama dari Syariat Islam. Keadilan harus diwujudkan dalam berbagai aspek kehidupan manusia seperti dalam masalah keluarga, sosial, ekonomi, politik, dan lingkungan.

### c. Transparan dalam Pemasaran

Dalam teori pemasaran perspektif al-Qur'an, pemasaran dikatakan transparan jika tidak menggunakan cara *bathil*, realistis, dan bertanggung jawab. *Pertama*, suatu bisnis dilarang oleh syariat Islam jika di dalamnya mengandung unsur tidak halal, atau melanggar dan merampas hak dan kekayaan orang lain. Ketidakadilan berakar pada semua tindakan dan perilaku bisnis yang tidak dikehendaki. Maka semua ajaran yang ada didalam al-Qur'an berupaya menjaga hak-hak individu dan menjaga solidaritas sosial, untuk mengenalkan nilai moralitas yang tinggi dalam dunia bisnis dan untuk menerapkan hukum Allah dalam dunia bisnis.

*Kedua*, realistis merupakan salah satu unsur etika pemasaran yang terdapat dalam al-Qur'an. Prinsip pemasaran berbasis syariah tidak bersifat eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku. Selain itu, pemasaran berbasis syariah bersifat fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluesan hukum Islam. Seorang *marketer* adalah para pemasar

professional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, apapun model dan gaya berpakaian yang dikenakannya. Mereka bekerja dengan professional dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktifitas pemasarannya.

Seorang *marketer* diharapkan memahami bahwa dalam situasi pergaulan di lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama, dan ras, ada ajaran yang diberikan oleh Allah SWT. Dan dicontohkan oleh Nabi SAW. untuk bisa bersikap lebih bersahabat, santun, dan simpatik terhadap saudara-saudaranya dari umat lain. Dengan kata lain bahwa syariah *marketing* berusaha tegar, *istiqamah*, dan menjadi cahaya penerang di tengah-tengah kegelapan dunia bisnis sekarang ini, dengan tetap bergaul, bersilatullahmi, melakukan transaksi bisnis di tengah-tengah realitas kemunafikan, kecurangan, kebohongan, atau penipuan yang sudah biasa terjadi dalam dunia bisnis.

*Ketiga*, dalam berpromosi harus bertanggung jawab karena apapun yang kita lakukan pasti dimintai pertanggungjawaban baik di dunia maupun di akhirat. Di antara contoh promosi yang tidak bertanggung jawab adalah sebagai berikut: memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian, kedzaliman, serta dapat menimbulkan permusuhan dan perpecahan. Dalam bisnis modern, paling tidak kita menyaksikan cara-cara tidak terpuji yang dilakukan

sebagian pebisnis dalam melakukan penawaran produknya, yang dilarang dalam ajaran Islam. Berbagai bentuk penawaran (promosi) yang dilarang tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut: a. penawaran dan pengakuan (testimoni) fiktif. Bentuk penawaran yang dilakukan oleh penjual seolah barang dagangannya ditawar banyak pembeli atau seorang artis yang memberikan testimony keunggulan suatu produk, padahal ia sendiri tidak mengkonsumsinya, b. iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan. Berbagai iklan yang muncul di media televisi atau dipajang di media cetak, media *indoor* maupun *outdoor*, atau lewat radio sering kali memberikan keterangan palsu, c. eksploitasi wanita. Produk-produk seperti kosmetika, perawatan tubuh maupun produk lainnya sering kali melakukan eksploitasi tubuh wanita agar iklannya dianggap menarik, atau dalam suatu pameran banyak perusahaan yang menggunakan wanita berpakaian minim menjadi penjaga *stand* pameran produk dan menugaskan wanita tersebut merayu pembeli agar melakukan pembelian terhadap produk mereka. Hal ini tentu bertentangan dengan prinsip pemasaran dalam al-Qur'an karena pemasaran menurut al-Qur'an harus dilakukan secara bertanggung jawab.<sup>66</sup>

### **11. Loyalitas Pelanggan**

Secara umum loyalitas diartikan sebagai pembelian ulang yang terus-menerus pada merek yang sama, atau dengan kata lain adalah

<sup>66</sup> Moh Toriquddin, "Etika Pemasaran Perspektif Al-Quran Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syariah", *Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 7 No. 2, (Desember 2015), 119-123.



tindakan seseorang yang membeli merek, perhatian hanya pada merek tertentu, dan tidak mencari informasi yang berkaitan dengan merek tersebut. Pelanggan yang loyal atau setia adalah seseorang yang melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, memberitahukan kepada konsumen potensial lain dari mulut ke mulut.

Loyalitas merupakan fungsi dari kepuasan pelanggan, rintangan pengalihan dan keluhan nasabah. Pelanggan yang puas akan dapat menggunakan pembelian ulang pada waktu yang akan datang dan memberitahukan kepada orang lain atas apa yang dirasakan.<sup>67</sup> Loyalitas adalah sesuatu perilaku pembelian pengulangan yang telah menjadi kebiasaan yang telah ada keterkaitan dan keterlibatan tinggi pada pilihannya terhadap objek tertentu, dan bercirikan dengan ketiadaan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternatif.

Ada empat tahap loyalitas pelanggan jasa, diantaranya sebagai berikut:

- a. Loyalitas berdasarkan kesadaran (*cognitive loyalty*). Merasakan bahwa merek yang satu lebih disukai daripada merek yang lain berdasarkan informasi atribut tentang merek yang diterimanya. Informasi merek yang dipegang oleh konsumen (keyakinan konsumen) harus menunjuk pada merek yang dianggap sebagai superior dalam persaingan.

---

<sup>67</sup> Kusuma Wijayanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank", (Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Surakarta, 2015), 39.

- b. Loyalitas berdasarkan pengaruh (*affective loyalty*). Pada tahap ini loyalitas memiliki tingkat kesukaan konsumen harus lebih tinggi daripada merek saingan, baik dalam perilaku maupun komponen yang mempengaruhi kepuasan . Kondisi ini sangat sulit untuk dihilangkan karena kesetiaan sudah tertanam dalam pikiran konsumen bukan hanya sebagai kesadaran dan harapan.
- c. Loyalitas berdasarkan komitmen (*conative loyalty*). Tahap loyalitas ini mengandung komitmen perilaku yang tinggi dalam pembelian suatu jasa. Hasrat untuk melakukan pembelian ulang atau bersikap loyal merupakan tindakan yang dapat diantisipasi namun tidak disadari.
- d. Loyalitas berdasarkan tindakan (*action loyalty*). Tahap ini merupakan tahapan terakhir dari kesetiaan. Tahap ini diawali dengan suatu keinginan yang disertai dengan motivasi, selanjutnya diikuti oleh siapapun untuk bertindak dan ingin untuk mengatasi seluruh hambatan untuk melakukan tindakan.

Indikator dari loyalitas pelanggan adalah *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk); *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan); *referalls* (merefereasikan secara total esistensi perusahaan).<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> Conny Sondakh, "Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado)," (Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado, 2014), 26-27.

## 12. Pembelian Ulang

Pembelian ulang (*repeat purchase*) adalah “Kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali”. Jadi pembelian ulang adalah suatu proses membeli barang atau jasa untuk kesekian kalinya, setelah melakukan proses membeli sebelumnya. Keputusan pembelian ulang merupakan pengembangan dari teori keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian ulang tercipta setelah konsumen melakukan serangkaian proses pembelian konsumen, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian ulang hanya dua, yaitu: faktor harga dan bukan harga. Faktor bukan harga terdiri dari faktor produk dan non produk. Apabila seseorang sudah melakukan pembelian terhadap suatu produk dan ia melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut, maka perilaku yang mungkin ditujukan ada dua yaitu: pemecahan masalah berulang dan perilaku kebiasaan.<sup>69</sup>

Keinginan konsumen untuk membeli ulang suatu produk didasarkan pada kepercayaan dan nilai yang berkaitan dengan tindakan membeli atau menggunakan produk tersebut. Minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku pembelian konsumen dimana kesesuaian antara performa dari produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan menghasilkan minat konsumen untuk mengkonsumsinya lagi dimasa yang akan datang. Hal ini

---

<sup>69</sup> Yuda Melisa, “Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh”, (Jurnal Manajemen, Universitas Negeri Padang, 2012), 2-3.

didukung oleh pernyataan bahwa minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu.<sup>70</sup>



---

<sup>70</sup> Ike Kusdyah, “*Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya)*”, (Jurnal Manajemen Pemasaran, STIE Asia Malang, 2012), 26.

### BAB III

## METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>71</sup>

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*), penelitian lapangan merupakan pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat ke lapangan untuk mengamati tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Dalam hal demikian maka pendekatan ini terkait erat dengan pengamatan berperanserta. Peneliti lapangan biasanya membuat catatan lapangan serta ekstensif yang kemudian dibuatkan kodenya dan dianalisis dalam berbagai cara.<sup>72</sup>

Dengan menggunakan pendekatan dan jenis penelitian ini peneliti ingin langsung mengetahui langsung dari pelaku tempat penelitian yaitu menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasikannya. Dengan menggambarkan dan mendeskripsikan langsung implementasi pembiayaan rahn terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.

---

<sup>71</sup> Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, (Malang: UIN Sunan Maliki, 2010), 175.

<sup>72</sup> Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 26.

## B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo yang terletak di Jl. Raya Pasir Putih Bungatan, Situbondo. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena secara umum KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo telah menerapkan pembiayaan rahn dan peneliti memilih alamat diatas karena peneliti telah meminta izin kepada Kepala KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.

## C. Subyek Penelitian

Dalam menentukan subyek penelitian sebagai sumber informasi peneliti menggunakan teknik sampel (*Purposive*). Pada penelitian kualitatif, peneliti memasuki situasi sosial tertentu, melakukan observasi dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang tau tentang situasi sosial tersebut. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan dengan *Purposive*. *Purposive* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.<sup>73</sup>

1. Bapak Khairul Fatah sebagai Kepala Cabang KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.

---

<sup>73</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 216

2. Ibu Sabariyanti sebagai Karyawan Administrasi/Keuangan KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.
3. Bapak Samsul Hadi sebagai Karyawan Bagian Pembiayaan KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.
4. Ibu Supiyatun sebagai Nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.
5. Ibu Hendra sebagai Nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam proses pengumpulan data, seperti: wawancara, observasi dan dokumentasi yang mana masing-masing proses tersebut mempunyai peranan penting dalam upaya mendapatkan informasi yang akurat dan sebanyak-banyaknya.

Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan.

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 145.

Dalam hal ini peneliti menggunakan observasi non partisipatif, dimana peneliti tidak terlibat secara langsung dan hanya sebagai pengamat independen. Adapun yang akan diamati oleh peneliti meliputi:

- a. Lokasi BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo
- b. Situasi dan kondisi di BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan

Situbondo

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Peneliti menggunakan wawancara "*tidak terstruktur*". Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya.<sup>75</sup>

Adapun hasil dari wawancara tersebut yakni:

- a. Sejarah berdirinya BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan, produk dan lain-lain.
- b. Pembiayaan rahn terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.

---

<sup>75</sup> Ibid., 137.



- c. Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.

### 3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu studi literatur dan dokumenter. Teknik dokumenter adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan buku-buku.<sup>76</sup>

Adapun data yang diperoleh dari metode dokumenter ini adalah:

- a. Sejarah berdirinya KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.
- b. Visi dan Misi KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.
- c. Struktur Organisasi dan data-data yang tentang pembiayaan rahn di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.

### 4. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu mengumpulkan informasi dengan cara membaca literatur dan catatan lainnya yang berhubungan dengan pembiayaan rahn dan tingkat pertumbuhan jumlah nasabah untuk menunjang penelitian ini, dengan mengutip beberapa teori yang dikemukakan oleh beberapa ahli yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

---

<sup>76</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 134.

## E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai dengan tahap tertentu, sampai diperoleh data yang dianggap kredibel.

Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *Reduction*, data *Display*, *Verification*.<sup>77</sup>

### 1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.<sup>78</sup>

### 2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data biasanya dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, *flowchart* dan

---

<sup>77</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 246.

<sup>78</sup> *Ibid*, 247.

sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.<sup>79</sup>

### 3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti akan menjadi lebih jelas.<sup>80</sup>

## F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep keahlian (*validitas*) dan kendala (*reliabilitas*). Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan, pelaksanaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan, ketrampilan, kebergantungan, dan kepastian.

Pola penelitian ini, dalam hasil pengujian keabsahan data yang diperoleh yaitu menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.<sup>81</sup>

---

<sup>79</sup> Ibid, 249.

<sup>80</sup> Ibid, 253.

<sup>81</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 477.

Adapun teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.<sup>82</sup>

### **G. Tahap-tahap Penelitian**

Tahap-tahapan yang dimaksud dengan peneliti ini yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahapan-tahapan penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahapan-tahapan pra lapangan, tahapan pelaksanaan penelitian dan tahapan penyelesaian. Berikut penjelasannya:

#### **1. Tahap Pra Lapangan**

- a. Menentukan lokasi penelitian yaitu KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.
- b. Menyusun proposal penelitian. Mengurus surat izin (jika diberlakukan).

#### **2. Tahapan Pelaksanaan**

Penelitian Pada tahap ini peneliti mengadakan observasi dengan melibatkan beberapa informan untuk memperoleh data, yaitu kepada Kepala KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.

#### **3. Tahap Penyelesaian**

Tahap penyelesaian merupakan tahap yang paling akhir dari sebuah penelitian. Pada tahap ini, peneliti menyusun data yang telah dianalisis dan

---

<sup>82</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 274.

disimpulkan dalam bentuk karya ilmiah yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.



## **BAB IV**

### **DATA PENYAJIAN DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Obyek Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo**

KSPP Syariah BMT NU Cabang Bungatan lahir berangkat dari sebuah keprihatinan atas kondisi masyarakat Situbondo pada umumnya dan masyarakat kecamatan Bungatan pada khususnya dimana tingkat kesejahteraan masyarakat yang tidak stabil padahal masyarakat Bungatan memiliki etos kerja cukup tinggi.

Melihat kenyataan yang timpang, Pengurus MWC NU Bungatan merasa prihatin sehingga merasa perlu untuk membantu memikirkan ekonomi masyarakat. Pada tanggal 12 Januari 2015 akhirnya Pengurus MWC NU Bungatan menyelenggarakan musyawarah untuk merancang Program Penguatan Ekonomi Masyarakat. Berbagai ide yang muncul dalam musyawarah masih banyak menimbulkan permasalahan-permasalahan lain, sehingga seringkali setiap pertemuan tidak dapat merumuskan kesimpulan yang kongkrit mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan untuk membantu ekonomi masyarakat. Faktor utama yang membuat pembahasan cukup alot adalah kenyataan kemampuan MWC NU Bungatan dalam segi finansial sehingga banyak ide yang terbuang karena MWC NU Bungatan masih tidak memiliki kemampuan modal finansial.

*"Tidak ada niat baik yang sia-sia"*. seolah-olah Allah SWT memberi jalan atas kebuntuan MWC NU Bungatan dalam mikirkan ekonomi masyarakat. Tiba-tiba MWC NU Bungatan mendapat tawaran kerjasama dari Pengurus Direksi KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur untuk membuka Kantor Cabang di Kecamatan Bungatan. Akhirnya seluruh Pengurus MWC NU Bungatan langsung sepakat untuk menindak lanjuti tawaran tersebut dan segera melakukan kunjungan ke Kecamatan Gapura Kabupaten Sumenep yaitu Kantor Pusat KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur, dalam kunjungan ini MWC NU Bungatan yang diwakili oleh Mahrus (Bletok), Sugianto (Bungatan), Darwis Qodir (Selowogo), Abdul Lasir (Patemon) H. Mahrus Shaleh (Selowogo) dan H. Piu (Selowogo).

Setelah terjadi kesepakatan untuk mengikat kerjasama antara MWC NU Bungatan dan Pengurus Direksi KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur. Ada kendala yang melintang, yaitu tidak ada persetujuan dari Pengurus Cabang NU Situbondo untuk mendirikan Lembaga Keuangan Baitul Mal wa Tamwil (BMT) dibawah naungan MWC NU Bungatan. Keberatan PC NU Situbondo bukan tanpa alasan, salah satu alasan mendasar bagi mereka karena trauma masa lalu yang seringkali dibentuk lembaga keuangan, ujung-ujungnya uang masyarakat disalah gunakan.

Kadung niat telah bulat, komitmen telah tertanam kuat. MWC NU Bungatan tetap bersikokoh untuk tetap mendirikan Kantor Cabang KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur, sebab kenyataan dalam kerjasama dengan pengurus direksi KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur tidak dibutuhkan

Persyaratan untuk mendapat Persetujuan dari PC NU Situbondo. Akhirnya kerjasamapun terus berlanjut, langkah ini telah disepakati dan dikaji secara mendalam oleh pengurus MWC NU Bungatan yang telah bermusyawarah dengan tokoh-tokoh masyarakat setempat. Tentunya dengan mempertimbangkan segala kemungkinan dan resiko yang akan terjadi.

Setelah menempuh berbagai agenda kegiatan dari mencari Lokasi, Survei tingkat potensi masyarakat, Pembangunan Kantor, seleksi Pengelola, Proses Perijinan Dinas Koperasi dan Diklat Pengelola akhirnya pada Tanggal 16 Mei 2016 KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan diresmikan untuk menjadi lembaga keuangan syariah dan mulai melayani untuk mengelola keuangan Masyarakat Bungatan pada khususnya dan masyarakat Situbondo pada umumnya.<sup>83</sup>

## **2. Letak Geografis BMT NU Cabang Bungatan**

BMT NU Cabang Bungatan terletak ditempat yang strategis, tepat di selatan pasar Bungatan yakni Jl. Raya Pasir Putih Desa Bungatan, Kecamatan Bungatan, Kabupaten Situbondo. Dan berdekatan dengan pemukiman masyarakat.<sup>84</sup>

## **3. Legalitas Hukum KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo**

KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur dilahirkan pada tanggal 01 Juli 2004. Pada awal berdirinya sesuai dengan kesepakatan di awal pendiriannya. Kelahiran KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur tidak

<sup>83</sup> Khairul Fatah, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

<sup>84</sup> BMT NU Cabang Bungatan, *Observasi*, 01 Juni 2019.



dibarengi dengan legalitas hukum. Hal ini dimaksudkan agar tidak menambah daftar koperasi yang ada badan hukumnya namun usahanya tidak ada. Para pendiri dengan MWC NU Gapura Sumenep waktu itu menyepakati agar legalitas hukumnya diupayakan setelah melihat adanya menguatnya kepercayaan masyarakat dan perkembangan yang signifikan serta prospek usaha yang menggembirakan.

Akhirnya melalui Rapat Anggota Tahunan (RAT) tahun buku 2006 anggota memberikan amanat kepada pengurus agar legalitasnya diupayakan pada tahun 2007. Adapun legalitas hukum diperoleh pada tahun 2007 sebagai berikut:

- a. Akte Notaris Nomor : 10 tanggal 04 Mei 2007
- b. Badan Hukum : 188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007
- c. SIUP : 503/6731/SIUP-K/435.114/2007
- d. TDP : 132125200588
- e. NPWP : 02.599.962.4-608.000

Selanjutnya melalui Rapat Anggota Tahunan (RAT) tahun buku 2013 anggota memberikan amanat kepada pengurus agar melakukan ekspansi usaha dengan membuka kantor cabang di luar Kabupaten Sumenep. Amanat tersebut oleh pengurus ditindak lanjuti dengan diawali perubahan Anggaran Dasar dan perubahan Alih Bina dari tingkat kabupaten Sumenep menjadi Tingkat Propinsi Jawa Timur.

Sesuai dengan ketentuan dalam Anggaran Dasar KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Pasal 19 Perubahan Anggaran Dasar harus melalui

Rapat Anggota Khusus. Rapat Anggota Khusus dimaksud telah dilaksanakan pada tanggal 21 Juni 2014. Akhirnya pada tahun 2014 telah diperoleh legalitas hukumnya sebagai berikut:

- a. Akte Notaris No. 14 Tanggal 12 Nopember 2014
- b. Surat Pengesahan Perubahan Anggaran Dasar No: P2T/9/09.02/01/XII/2014
- c. Surat Izin Usaha Simpan Pinjam Nomor : P2T/25/09.06/01/XII/2014

Selanjutnya pada tanggal 26 Mei 2015, KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur telah mendapatkan sertifikat Nomor Induk Koperasi (NIK) yang dikeluarkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM RI, dengan Nomor NIK : 3529170020039 dan sudah diperbaharui pada tanggal 12 Maret 2018.

Dalam perkembangan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, kementerian Koperasi dan UKM RI pada tanggal 23 September 2015 telah mengeluarkan Peraturan Menteri Koperasi dan UKM RI Nomor : 16/Per/M.KUKM/IX/2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi, serta Surat Edaran Deputi Kelembagaan Koperasi dan UKM Kementerian Koperasi dan UKM RI Nomor : 592/SE/Dep.1/VII/2015 perihal penertiban izin usaha simpan pinjam bahwa menyikapi diberlakukannya UU. No. 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro yang secara efektif berlaku mulai tanggal 8 Januari 2016, maka kegiatan usaha simpan pinjam syariah yang selama ini menamakan “KJKS ( Koperasi Jasa Keuangan Syariah)” agar

merubah anggaran dasar menjadi KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah). Sehubungan dengan hal tersebut berdasarkan Hasil Rapat Anggota Khusus yang dilaksanakan pada tanggal 31 Oktober 2015 telah dilakukan perubahan dari KJKS. BMT NU menjadi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur dan telah memperoleh akta dari notaris No. : 21 Tanggal 18 Desember 2015.

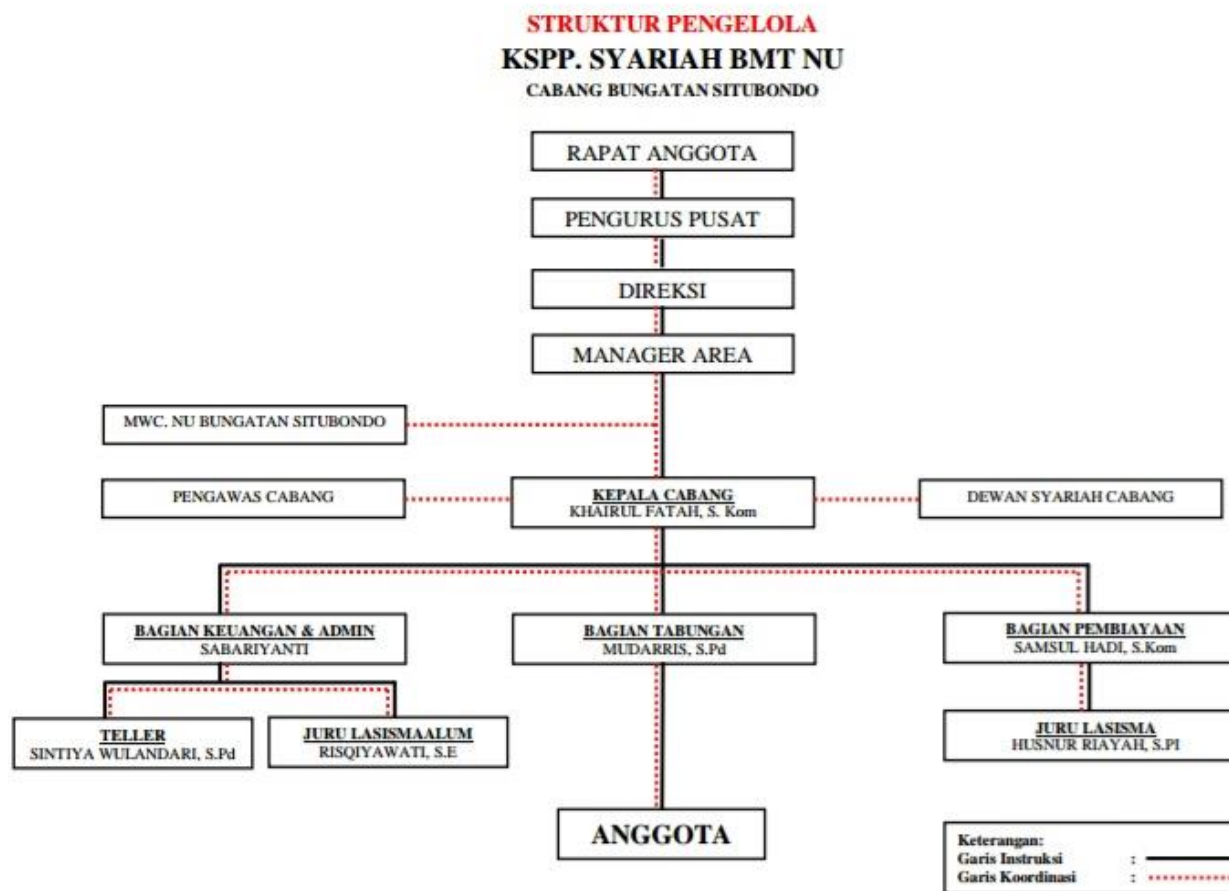
Surat izin pembukaan kantor cabang yang diterbitkan oleh Pemerintah Propinsi Jawa Timur salah satunya yakni cabang Bungatan Situbondo dengan Nomor : P2T/21/09.04/01/XI/2017.<sup>85</sup>



---

<sup>85</sup> Buku Materi RAT. PARIPURNA XV Tahun Buku 2018, 11 Mei 2019.

4. Struktur Pengelola KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo  
Gambar 4.1



Sumber: Dokumentasi Struktur Pengelola KSPP. Syariah BMT NU Cabang Bungatan Situbondo, 05 Juli 2019.

## 5. Visi dan Misi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo

### a. Visi

Terwujudnya KSPP. Syariah BMT NU yang jujur, amanah dan profesional.

### b. Misi

- 1) Menerapkan prinsip-prinsip syari'at dalam kegiatan ekonomi,
- 2) Membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya prinsip koperasi,
- 3) Memberikan layanan yang prima kepada seluruh anggota dan mitra,
- 4) Mencapai pertumbuhan dan hasil usaha yang layak serta proporsional,
- 5) Turut berperan serta dalam gerakan pengembangan ekonomi syariah.
- 6) Menjadi Cabang KSPP Syariah BMT NU percontohan.<sup>86</sup>

## 6. Motto KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Sirubondo

Motto BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan yakni:

- a. Menebar Manfaat
- b. Berbagi Keuntungan

<sup>86</sup> Dokumentasi Visi dan Misi BMT NU Cabang Bungatan Situbondo, 1 Juni 2019.

## **7. Tujuan KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo**

Tujuan didirikannya BMT NU Cabang Bungatan adalah:

- a. Meningkatkan pemberdayaan ekonomi umat berdasarkan prinsip syariah yang amanah dan berkeadilan.
- b. Mengembangkan ekonomi umat dalam bentuk usaha mikro, kecil, dan menengah dengan berpegang pada prinsip syariah.
- c. Meningkatkan pengetahuan umat dalam pengelolaan keuangan yang bersih, jujur, dan transparan.
- d. Meningkatkan semangat dan peran serta masyarakat dalam kegiatan BMT NU Cabang Bungatan.

## **8. Prinsip dan Etika Bisnis KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo**

- a. Prinsip Ekonomi BMT NU Cabang Bungatan
  - 1) Kekayaan merupakan amanah dari Allah dan tidak dapat dimiliki secara mutlak.
  - 2) Manusia diberikan kebebasan untuk bermuamalah selama tidak melanggar ketentuan.
  - 3) Manusia merupakan khalifah dan pemakmur dimuka bumi.
  - 4) Penghapusan praktik riba.
  - 5) Penolakan terhadap monopoli.

b. Etika Bisnis di BMT NU Cabang Bungatan

- 1) Jujur, giat dan ikhlas.
- 2) Amanah dan adil.
- 3) Profesional (ihsan).
- 4) Saling bekerja sama (Ta'awun).
- 5) Sabar dan tabah.

**9. Budaya Kerja KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo**

- a. Shiddiq
- b. Amanah
- c. Fathonah
- d. Tabligh
- e. Istiqamah<sup>87</sup>

**10. Job Description KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo**

**a. Kepala Cabang**

Tugas dan wewenang

- 1) Memastikan terlaksananya pelayanan yang memuaskan kepada mitra atau anggota.
- 2) Memantau, merealisasikan dan mengusahakan limit BMPP dan limit kas.
- 3) Mencari alternatif sumber dana tambahan.

---

<sup>87</sup> Samsul Hadi, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

- 4) Membantu tugas-tugas bagian.
- 5) Melaksanakan pemeriksaan kas akhir pekan.
- 6) Melakukan kontrol atau cek keuangan
- 7) Mengendalikan aktifitas funding dan lending.
- 8) Memberikan persetujuan atau penolakan terhadap permohonan pembiayaan sesuai dengan kewenangannya.
- 9) Membuat persetujuan surfe pembayaan untuk diteruskan kepada bagian pembiayaan.
- 10) Menandatangani perjanjian akad pembiayaan.
- 11) Melakukan realisasi pembiayaan.
- 12) Memimpin rapat-rapat untuk membahas capaian target dan kendala-kendala yang dihadapi.
- 13) Menyusun serta menela'ah management risiko.
- 14) Merencanakan pengembangan SDI.
- 15) Menerima laporan keuangan dari bagian keuangan.
- 16) Memimpin rapat koordinasi dan evaluasi bulanan.
- 17) Menyelenggarakan rapat dengan pengawas dan melaporkan perkembangan cabang KSSP Syariah BMT NU secara berskala.
- 18) Menyelesaikan sesegara mungkin apabila ada kasus yang bersangkutan dengan anggota dan mitra.
- 19) Melakukan analisa laporan kondisi dan situasi pasar beserta analisa pesaing.



**b. Teller**

Tugas dan tanggung jawab teller:

- 1) Memberikan pelayanan secara prima kepada setiap anggota.
- 2) Mengambil cash box selambat-lambatnya pada jam 07:20 WIB.
- 3) Menghitung keadaan keuangan atau transaksi setiap hari.
- 4) Melakukan cek fisik uang tunai setiap hari.
- 5) Mencatat dan menginput seluruh transaksi harian.
- 6) Melakukan verifikasi dan validasi slip dan tanda bukti lainnya.
- 7) Memastikan bahwa upload transaksi harian sudah terkirim ke server pusat.
- 8) Membuat laporan transaksi harian.

**c. Bagian Keuangan dan Administrasi Umum**

Tugas dan tanggung jawab bagian keuangan dan administrasi umum:

- 1) Memberikan pelayanan secara prima kepada setiap anggota.
- 2) Memberikan penjelasan tentang produk BMT NU kepada anggota.
- 3) Bertindak selaku accounting cabang.
- 4) Bertindak selaku layanan jika masih belum terbentuk.
- 5) Membantu tugas-tugas layanan.
- 6) Menilai dan mengevaluasi kinerja teller dan layanan.
- 7) Memonitoring laporan teller dan fisik kas teller.
- 8) Menghitung dan memeriksa uang tunai setiap hari kerja.
- 9) Melakukan pemeriksaan kas akhir pekan dan melaporkan arus kas harian.

#### **d. Bagian Pembiayaan**

Tugas dan tanggung jawab bagian pembiayaan:

- 1) Bertindak selaku juru tagih dan juru survei manakala juru tagih dan juru survei masih belum terbentuk.
- 2) Membantu tugas-tugas juru tagih dan juru survei.
- 3) Menilai dan mengevaluasi kinerja juru survei dan juru tagih.
- 4) Bertanggung jawab terhadap administrasi pembiayaan.
- 5) Memonitoring realisasi, angsuran dan pelunasan pembiayaan.
- 6) Memantau jadwal angsuran dan pelunasan pembiayaan.
- 7) Memonitoring saldo pembiayaan masing-masing anggota.
- 8) Melakukan penagihan tunggakan pembiayaan.
- 9) Mencari terobosan dan merumuskan pola penyaluran dana.

#### **e. Bagian Tabungan**

Tugas dan tanggung jawab bagian tabungan:

- 1) Memberikan pelayanan secara prima kepada setiap anggota.
- 2) Melakukan penghimpunan dana.
- 3) Membantu tugas-tugas juru tabungan.
- 4) Melakukan proses simpanan sesuai dengan SOP.
- 5) Menyelenggarakan administrasi simpanan.
- 6) Memonitoring pelaksanaan SOM dan SOP tabungan.
- 7) Mencari terobosan sumber-sumber dana alternatif.
- 8) Menginventarisasikan Transfer Mendaftar.<sup>88</sup>

---

<sup>88</sup> Samsul Hadi, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

## 11. Produk-produk KSP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo

### a. Produk Tabungan Syariah

#### 1) SIAGA (Simpanan Anggota)

Simpanan dengan bagi hasil yang menguntungkan yaitu 70% dari SHU dengan menggunakan akad musyarakah. Simpanan anggota ini terdiri dari: Simpanan anggota pokok dibayar satu kali sebesar Rp. 100.000,- Simpanan anggota wajib dibayar perbulan sebesar Rp. 20.000,- dan Simpanan anggota khusus dibayar kapan saja dengan setoran minimal Rp. 100.000,- Simpanan anggota pokok dan wajib hanya dapat ditarik ketika berhenti dari keanggotaan sedangkan simpanan anggota khusus dapat ditarik setiap bulan Januari.

#### 2) SIDIK Fathonah (Simpanan Pendidikan Fathonah)

Simpanan yang digunakan untuk meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan hasil 45% yang menguntungkan dengan menggunakan akad *Mudlarabah Muthlaqah*. Setoran awal sebesar Rp. 2.500 dan selanjutnya minimal Rp. 500. Penarikan hanya bisa diambil pada waktu ajaran baru dan semesteran.

#### 3) SAJADAH (Simpanan Berjangka Wadi'ah Berhadiah)

Simpanan dengan keuntungan yang dapat dinikmati diawal dengan memperoleh hadiah langsung tanpa diundi. Simpanan ini

menggunakan akad *Wadiah Yad Al-Dhamanah* dan dapat ditarik pada waktu berdasarkan ketentuan yang berlaku.

4) SIBERKAH (Simpanan Berjangka Mudlarabah)

Simpanan dengan keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% dengan menggunakan akad *Mudlarabah Muthlaqah*. Setoran awal minimal Rp. 500.000 dengan jangka waktu minimal 1 tahun.

5) SAHARA (Simpanan Haji dan Umrah)

Simpanan yang dapat memudahkan menunaikan ibadah haji dan umrah dengan memperoleh keuntungan yang melimpah dengan bagi hasil 65% sebagai bekal tambahan biaya haji dan umrah. Simpanan ini menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah*. Setoran awalnya minimal Rp. 1.000.000,- dan setoran selanjutnya sesuai kemampuan. Simpanan ini boleh ditarik ketika akan melaksanakan haji dan umrah kecuali ada udzur Syar'i.

6) SABAR (Simpanan Lebaran)

Simpanan yang bisa mempermudah memenuhi kebutuhan lebaran dengan memperoleh keuntungan dari bagi hasil sebesar 55% dengan menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah* dengan setoran awal Rp. 25.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-. Penarikan hanya bisa dilakukan setiap bulan ramadhan saja.

7) TABAH (Tabungan Mudharabah)

Simpanan yang bisa mempermudah memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan setoran awal Rp. 10.000,- dan selanjutnya minimal Rp. 2.500,- dengan menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah* dan memperoleh keuntungan bagi hasil 40%.

8) TARAWI (Tabungan Ukhrawi)

Tabungan sekaligus beramal, karena bagi hasil tabungan di sedekahkan kepada fakir miskin dan anak yatim piatu dengan menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah*. Setoran awal Rp. 25.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,- dengan bagi hasil 50%.

Manfaat menabung di BMT NU Cabang Bungatan:

- 1) Aman karena dikelola profesional dan amanah.
- 2) Menentramkan karena bebas dari praktik riba yang diharamkan.
- 3) Bagi hasil perbulan atau hadiah langsung tanpa diundi yang menguntungkan, halal dan berkah.
- 4) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 5) Transaksi mudah, transparan dan bisa cek saldo melalui handphone via sms center atau mobile BMT NU.
- 6) Dapat melakukan setoran dan penarikan di seluruh kantor cabang dengan menggunakan kartu online SIBIJAK.
- 7) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan atau pinjaman.
- 8) Membantu perjuangan Nahdlatul Ulama.

- 9) Insya Allah pahalanya berlipat ganda karena telah membantu sesama umat (*Ta'awun*), mengamalkan ekonomi syariah, membantu perjuangan NU serta membantu fakir miskin dan anak yatim piatu.

#### **b. Produk Pembiayaan Syariah**

##### 1) Al-Qardlul Hasan

Pembiayaan dengan jasa seikhlasnya (tanpa bagi hasil dan keuntungan) dengan jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran mingguan, bulanan dan cash tempo.

##### 2) Murabahah dan Bai' Bitsamanil Ajil

Pembiayaan dengan pola jual beli barang dengan harga pokok diketahui bersama. Selisih harga pokok dengan harga jual merupakan keuntungan atau margin KSSP Syariah BMT NU. Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan (*Bai' Bitsamanil Ajil*) atau dengan cara cash tempo (*Murabahah*).

##### 3) Mudharabah dan Musyarakah

Pembiayaan seluruh modal kerja yang dibutuhkan (*Mudharabah*) atau sebagian modal kerja (*Musyarakah*) dengan pola bagi hasil. Bagi hasil dihitung berdasarkan kesepakatan (*Mudharabah*) atau sesuai dengan proporsi modal (*Musyarakah*). Jangka waktu maksimal 36 bulan dengan angsuran bulanan atau cash tempo.

#### 4) Rahn atau Gadai

Pembiayaan dengan menyerahkan barang dan bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 80% dari harga barang. Masa pinjaman maksimal 4 bulan dan diperpanjang maksimal 3 kali. Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti perhiasan emas dan sebagainya. Biaya taksir dan uji barang ditanggung pemilik barang. BMT NU mendapatkan *Ujroh* atau ongkos penitipan barang setiap bawa sebesar Rp. 6,- untuk setiap kelipatan Rp. 10.000, - dari harga barang.

#### 5) Pembiayaan Tanpa Jaminan

Layanan berdasarkan jamaah (*Lasisma*) merupakan layanan pinjaman atau pembiayaan tanpa jaminan bagi anggota yang berpenghasilan rendah dengan membentuk suatu kelompok.

#### 6) Pembiayaan Hidup Sehat

Pembiayaan hidup sehat islami (hidup sehat) disiapkan bagi anggota yang belum memiliki jamban atau toilet dan sarana air bersih yang sehat dengan menggunakan akad *Murabahah*.

Manfaat menggunakan pembiayaan di BMT NU;

- 1) Keuntungan melimpah, halal dan berkah karena bebas dari praktik riba yang diharamkan Allah.
- 2) Bebas biaya administrasi.
- 3) Bebas denda keterlambatan pembiayaan.

- 4) Proses mudah dan cepat.
- 5) Cicilan ringan. Transaksi transparan dan bisa cek saldo melalui telepon genggam via sms center atau mobile BMT NU.
- 6) Dapat melakukan angsuran di seluruh kantor cabang.
- 7) Membantu perjuangan NU.
- 8) Insya Allah pahalanya berlipat ganda karena telah membantu sesama (*Ta'awun*), mengamalkan ekonomi syari'ah, membantu perjuangan NU serta membantu fakir miskin dan anak yatim piatu.<sup>89</sup>

## 12. Mekanisme Operasional KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo

Jam pelayanan untuk anggota dan mitra BMT NU Jawa Timur

Cabang Bungatan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Mekanisme Operasional**

Hari	Jam
Senin s/d Sabtu	07.30 WIB s/d 16.00 WIB
Minggu	Libur

Sumber: Data Diolah<sup>90</sup>

<sup>89</sup> Buku Pedoman BMT NU.

<sup>90</sup> Dokumentasi Mekanisme Operasional, Bungatan, 01 Juni 2019.



## B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data merupakan bagian yang mengungkapkan data yang dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan analisis data yang relevan. Sebagaimana telah di jelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan catatan lapangan sebagaimana alat untuk mendukung penelitian ini. Secara berurutan akan disajikan data-data hasil penelitian yang mengacu pada fokus masalah.

Data-data yang diperoleh akan disajikan dan dianalisis sebagai berikut:

### 1. Implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo

Pembiayaan rahn merupakan pembiayaan yang mendominasi pada semua pembiayaan di BMT NU Cabang Bungatan. Dalam prakteknya di BMT NU Cabang Bungatan objek atau barang yang bisa dijadikan jaminan pada transaksi rahn adalah barang yang berharga misalnya emas, laptop, handphone dan juga kendaraan yang memiliki surat-surat lengkap, namun dari barang-barang tersebut umumnya masyarakat lebih sering menggunakan emas sebagai jaminannya.

Sebagaimana dikemukakan oleh Bapak Khairul Fatah selaku Kepala Cabang saat kami temui dikantornya:

“Dari sekian banyak pembiayaan yang ada disini pembiayaan rahn menjadi pembiayaan yang paling diminati oleh masyarakat setempat. Biasanya masyarakat menggadaikan emasnya untuk memenuhi kebutuhannya karena emas nilainya tinggi dan bukan merupakan barang yang digunakan untuk kepentingan sehari-hari, tapi kalau handphone kan biasanya jadi kebutuhan primer orang gak

biasa tanpa handphone jadi mereka masih mikir dua kali untuk menggadaikan barang tersebut apalagi nilainya tidak seberapa. Selain itu, kebutuhan masyarakat disini tidak berbentuk barang melainkan lebih banyak yang membutuhkan uang karena digunakan untuk membiayai usaha mereka.”<sup>91</sup>

Senada dengan hal tersebut Bagian Pembiayaan, yaitu Bapak

Samsul Hadi mengatakan:

“Praktek rahn sangat diminati dibanding pembiayaan lainnya, karena dilihat dari prosedurnya sangat mudah dan cepat dan biasanya barang yang digunakan adalah barang yang cukup berharga dan bukan barang yang menjadi kebutuhan pokok. Mayoritas masyarakat setempat berprofesi sebagai petani sehingga pembiayaan yang dilakukan digunakan untuk keperluan usaha mereka misalnya untuk pengairan dan sebagainya.”<sup>92</sup>

Ibu Sabariyanti selaku bagian Administrasi dan Keuangan juga menambahkan, beliau mengatakan bahwa:

“Biasanya kalau nasabah ingin menggadaikan barangnya, mereka memilih barang yang harga jualnya tinggi, agar mendapatkan harga gadai yang tinggi tetapi bukan barang yang diperlukan setiap harinya. Barang yang sering menjadi objek gadai adalah emas. Dan pembiayaan rahn ini pembiayaan yang lebih diminati oleh masyarakat setempat, jarang sekali mitra yang meminjam dana untuk keperluan yang berbentuk barang.”<sup>93</sup>

Hal ini selaras dengan pernyataan Ibu Supiatun selaku Nasabah

BMT NU Cabang Bungatan, Beliau mengatakan bahwa:

“Jika saya melakukan pembiayaan rahn di BMT NU Bungatan, saya menggadaikan emas sebagai barang jaminan. Karena emas nilainya tinggi jadi dana yang saya dapat lebih banyak serta emas bukan merupakan kebutuhan sehari-hari.”<sup>94</sup>

<sup>91</sup> Khairul Fatah, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

<sup>92</sup> Samsul Hadi, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

<sup>93</sup> Sabariyanti, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

<sup>94</sup> Supiatun, *Wawancara*, Bungatan, 13 September 2019.

Sependapat dengan Ibu Hendra selaku Nasabah BMT NU Cabang Bungatan, Beliau mengatakan bahwa:

“Saya sering menggadaikan emas di BMT NU Bungatan mbak, barang yang menjadi jaminan adalah emas karena emas memiliki nilai yang tinggi dibandingkan dengan barang yang lain.”<sup>95</sup>

Berdasarkan wawancara dari narasumber diatas dapat diketahui bahwa pembiayaan rahn menjadi pembiayaan yang banyak diminati dibandingkan dengan pembiayaan lainnya dan barang yang digunakan sebagai objek rahn adalah barang yang bernilai harga jual tinggi tetapi bukan barang pokok sehari-hari. Pembiayaan rahn lebih sering diminati karena masyarakat setempat lebih banyak yang berprofesi sebagai petani sehingga mereka lebih membutuhkan uang tunai dibandingkan dengan barang, uang yang didapat tersebut digunakan untuk keperluan usaha mereka.

Hal ini selaras dengan pendapat Ibu Supiatun dan Ibu Hendra selaku nasabah BMT NU Cabang Bungatan, mereka mengatakan bahwa pembiayaan yang sering dilakukan adalah pembiayaan rahn dengan barang jaminan berupa emas karena emas bernilai harga jual tinggi dibandingkan dengan barang yang lain.

Implementasi atau penerapan pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Bungatan tergolong sederhana, praktis, dan waktu yang dibutuhkan lebih efisien sehingga kebutuhan keterdesakan nasabah cepat terpenuhi.

---

<sup>95</sup> Hendra, *Wawancara*, Bungatan, 14 September 2019.

Dalam praktiknya, BMT NU Cabang Bungatan memiliki beberapa ketentuan yang harus diketahui dan dipenuhi oleh nasabah sebelum melakukan transaksi. Ketentuan-ketentuan tersebut antara lain yakni, syarat-syarat permohonan, jangka waktu pembiayaan, jenis barang yang diterima sebagai agunan, dan batasan pemberian pembiayaan.

Sebagaimana dikemukakan oleh Bapak Khairul Fatah selaku Kepala Cabang saat kami temui dikantornya:

“Untuk melakukan pembiayaan rahn ini sangat mudah dan cepat mbak. Nasabah cukup memenuhi syarat-syarat dan ketentuan yang berlaku di kantor kami.”<sup>96</sup>

Dalam hal syarat permohonan, nasabah harus menyertakan fotocopy identitas diri berupa Kartu Tanda Penduduk (KTP) suami istri, Kartu Keluarga, surat nikah, dan jaminan. Jika jaminannya BPKB maka *fotocopy* BPKB dan STNK. Identitas diri seperti yang disebutkan diatas menjadi syarat utama pembiayaan ini. Sedangkan jenis barang yang bisa digadaikan yakni emas, hand phone, laptop, dsb. Besar pinjaman yang diberikan BMT NU Cabang Bungatan kepada nasabah maksimum 80 % (Emas), 50 % (selain Emas) dari nilai taksiran barang. Sedangkan jangka waktu yang diberikan BMT NU Cabang Bungatan kepada nasabah dalam pembiayaan ini adalah 4 bulan untuk emas dan untuk selain emas 2 bulan.

Berikut penerapan pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Bungatan:

- a. Barang rahn diuji keaslian barangnya dan ditaksir harga yang berlaku pada saat itu. Biaya uji dan taksir dibebankan kepada pemilik barang.

<sup>96</sup> Khairul Fatah, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

- b. Jika pelaksanaan uji dan taksir barang rahn diserahkan kepada pihak lain, maka biaya uji dan taksirnya diberikan kepada yang bersangkutan.
- c. Akan tetapi, jika pelaksanaan uji dan taksir barang rahn dilakukan sendiri oleh pihak BMT NU, maka biaya uji dan taksir barang rahn menjadi pendapatan BMT NU
- d. BMT NU memberikan pinjaman sebesar 80 % dari harga barangnya.
- e. Pemilik barang berkewajiban membayar biaya perawatan, penitipan dan keamanan barang sebesar Rp 6 per Rp 10.000,- yang dihitung berdasarkan harga barang bukan berdasarkan besar pinjaman dan hitung secara harian.
- f. Jika barangnya mengalami kerusakan atau hilang, maka BMT NU berkewajiban mengganti barang tersebut.
- g. Sebagai ilustrasi pinjaman yang diberikan dan biaya perawatan, penitipan serta keamanan barang:
  - 1) Berdasarkan nilai taksir yang dilakukan pada hari tersebut, diketahui bahwa harga emasnya senilai Rp 1.000.000,-
  - 2) Maka pinjaman yang dapat diberikan sebesar  $Rp\ 1.000.000 \times 80\% = Rp\ 800.000,-$
  - 3) Jika setelah 23 hari emasnya ditebus, maka debitur berkewajiban membayar pokok pinjaman sebesar Rp 800.000,- ditambah dengan biaya perawatan, penitipan dan keamanan.

- 4) Biaya perawatan, penitipan, dan keamanan selama 23 hari sebesar Rp 13.800,- dengan perhitungan:

$$\frac{\text{Rp } 1.000.000}{\text{Rp } 10.000} \times \text{Rp } 6 \times 23 = \text{Rp } 13.800$$

Keterangan:

Rp 1.000.000 = Harga emasnya/sesuai nilai tasksir

Rp 6 = Biaya

23 = Jumlah hari gadai

- h. Jika ternyata setelah 4 bulan barang rahnnya tidak ditebus, maka BMT NU baik melalui pemberitahuan dan atau tanpa pemberitahuan sebelumnya, langsung menjual barang rahn, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika hasil penjualan barang rahn terdapat kelebihan uang, maka pihak BMT NU berkewajiban untuk mengembalikan kelebihan uang dimaksud kepada pemilik barang.
- 2) Jika hasil penjualan barang rahn terdapat kekurangan atas pembiayaan rahn yang harus dibayar, maka pihak pemilik barang rahn berkewajiban untuk memberikan tambahan uang guna menutupi kekurangan dimaksud.<sup>97</sup>

Hal ini juga dikemukakan oleh Bapak Samsul Hadi selaku bagian

Pembiayaan, Beliau mengatakan bahwa:

“Penerapan pembiayaan rahn memang sangat sederhana dan praktis, waktu yang dibutuhkan juga tidak lama hanya membutuhkan 2 hari untuk melakukan pengajuan pembiayaan sampai pada pencairan

<sup>97</sup> Buku pedoman BMT NU Cabang Bungatan.

dana. Jenis barang yang bisa digadaikan yakni emas, handphone, laptop, dan lain-lain. Besarnya pinjaman maksimum 80 % ini berlaku untuk emas, jika selain emas sebanyak 50 %. Sedangkan lama pinjaman untuk selama 4 bulan dan untuk selain emas hanya 2 bulan.<sup>98</sup>

Di tambahkan juga oleh Ibu Sabariyanti, selaku bagian Administrasi dan Keuangan Beliau mengatakan sebagai berikut:

“Untuk pengajuan pembiayaan rahn memang sangat mudah dan praktis, nasabah terlebih dahulu harus memenuhi syarat-syarat dan ketentuan yang berlaku.”<sup>99</sup>

Hal ini selaras dengan pendapat Ibu Supiatun selaku Nasabah BMT NU Cabang Bungatan, Beliau mengatakan bahwa:

“Jika mengajukan pembiayaan rahn saya harus mengikuti proses dan ketentuan dari BMT NU Bungatan yang sederhana, praktis, dan mudah. Saya cukup memenuhi persyaratan dan ketentuan yang berlaku disana mbak dan tidak membutuhkan waktu lama.”<sup>100</sup>

Senada dengan hal tersebut dari pernyataan Ibu Hendra selaku Nasabah BMT NU Cabang Bungatan, Beliau mengatakan bahwa:

“Proses pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Bungatan memang sangat mudah dan cepat mbak. Saya terlebih dahulu harus memenuhi syarat-syarat dan ketentuan yang diberikan oleh BMT, waktu yang dibutuhkan hanya 2 hari saja untuk mendapatkan dana yang saya butuhkan.”<sup>101</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa implementasi pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Bungatan memang sederhana, praktis, dan waktu yang dibutuhkan lebih efisien sehingga kebutuhan nasabah lebih cepat terpenuhi. Setiap nasabah yang

<sup>98</sup> Samsul Hadi, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

<sup>99</sup> Sabariyanti, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

<sup>100</sup> Supiatun, *Wawancara*, Bungatan, 13 September 2019.

<sup>101</sup> Hendra, *Wawancara*, Bungatan, 14 September 2019.

mengajukan pembiayaan rahn harus memenuhi syarat-syarat yang berlaku. Dalam hal syarat permohonan, nasabah harus menyertakan *fotocopy* identitas diri berupa Kartu Tanda Penduduk (KTP) suami istri, Kartu Keluarga, surat nikah, dan jaminan. Jika jaminannya BPKB maka *fotocopy* BPKB dan STNK. Identitas diri seperti yang disebutkan diatas menjadi syarat utama pembiayaan ini. Sedangkan jenis barang yang bisa digadaikan yakni emas, hand phone, laptop, dsb. Besar pinjaman yang diberikan BMT NU Cabang Bungatan kepada nasabah maksimum 80 % (Emas), 50 % (selain Emas) dari nilai taksiran barang. Sedangkan jangka waktu yang diberikan BMT NU Cabang Bungatan kepada nasabah dalam pembiayaan ini adalah 4 bulan untuk emas dan untuk selain emas 2 bulan.

Berikut penerapan pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Bungatan:

- a. Barang rahn diuji keaslian barangnya dan ditaksir harga yang berlaku pada saat itu. Biaya uji dan taksir dibebankan kepada pemilik barang.
- b. Jika pelaksanaan uji dan taksir barang rahn diserahkan kepada pihak lain, maka biaya uji dan taksirnya diberikan kepada yang bersangkutan.
- c. Akan tetapi, jika pelaksanaan uji dan taksir barang rahn dilakukan sendiri oleh pihak BMT NU, maka biaya uji dan taksir barang rahn menjadi pendapatan BMT NU
- d. BMT NU memberikan pinjaman sebesar 80 % dari harga barangnya.
- e. Pemilik barang berkewajiban membayar biaya perawatan, penitipan dan keamanan barang sebesar Rp 6 per Rp 10.000,- yang dihitung



berdasarkan harga barang bukan berdasarkan besar pinjaman dan hitung secara harian.

f. Jika barangnya mengalami kerusakan atau hilang, maka BMT NU berkewajiban mengganti barang tersebut.

g. Sebagai ilustrasi pinjaman yang diberikan dan biaya perawatan, penitipan serta keamanan barang:

1) Berdasarkan nilai taksir yang dilakukan pada hari tersebut, diketahui bahwa harga emasnya senilai Rp 1.000.000,-

2) Maka pinjaman yang dapat diberikan sebesar Rp 1.000.000 X 80 %  
= Rp 800.000,-

3) Jika setelah 23 hari emasnya ditebus, maka debitur berkewajiban membayar pokok pinjaman sebesar Rp 800.000,- ditambah dengan biaya perawatan, penitipan dan keamanan.

4) Biaya perawatan, penitipan, dan keamanan selama 23 hari sebesar Rp 13.800,- dengan perhitungan:

$$\frac{\text{Rp } 1.000.000}{\text{Rp } 10.000} \times \text{Rp } 6 \times 23 = \text{Rp } 13.800$$

Keterangan:

Rp 1.000.000 = Harga emasnya/sesuai nilai taksir

Rp 6 = Biaya

23 = Jumlah hari gadai

h. Jika ternyata setelah 4 bulan barang rahnnya tidak ditebus, maka BMT NU baik melalui pemberitahuan dan atau tanpa pemberitahuan

sebelumnya, langsung menjual barang rahn, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika hasil penjualan barang rahn terdapat kelebihan uang, maka pihak BMT NU berkewajiban untuk mengembalikan kelebihan uang dimaksud kepada pemilik barang.
- 2) Jika hasil penjualan barang rahn terdapat kekurangan atas pembiayaan rahn yang harus dibayar, maka pihak pemilik barang rahn berkewajiban untuk memberikan tambahan uang guna menutupi kekurangan dimaksud.

## **2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di BMT NU Cabang Bungatan dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah adalah sebagai berikut:

Mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah, Bapak Khairul Fatah selaku Kepala Cabang di BMT NU Cabang Bungatan menjelaskan bahwa:

“Faktor-faktornya terdiri dari faktor internal dan eksternal. Kalau faktor internal yakni dari kelebihan akad pembiayaan rahn dibandingkan dengan akad pembiayaan lainnya. Kelebihan akad pembiayaan rahn terletak pada jasa yang dihitung setiap harinya. Selain itu juga terdapat faktor-faktor lain yakni proses pembiayaan dipercepat sesuai dengan SOP yang berlaku. Untuk pembiayaan

yang diajukan pertama kali biasanya maksimal 5 hari baru bisa dilakukan pencairan, dari pertama kali pengajuan sampai realisasi. Akan tetapi jika sebelumnya sudah pernah mengajukan pembiayaan, maka untuk pembiayaan yang diajukan kedua kali dan seterusnya pencairan hanya membutuhkan waktu selama 2 hari saja. Kalau faktor eksternalnya yakni dari nasabah BMT, mayoritas nasabah disini berprofesi sebagai petani maka nasabah lebih membutuhkan uang tunai daripada keperluan yang berbentuk barang. Jarang sekali nasabah yang meminjam dana untuk keperluan yang berbentuk barang.”<sup>102</sup>

Sebagaimana juga dikemukakan oleh Bapak Samsul Hadi selaku

Bagian Pembiayaan, Beliau mengatakan bahwa:

“Kalau faktor-faktor yang mempengaruhi hal tersebut sebenarnya faktor dari lembaga dan nasabah, faktor-faktor dari lembaga yakni dari penerapan akad pembiayaan rahn, mungkin karena penerapan jasa akadnya harian mbak. Maksudnya begini, akad pembiayaan rahn itu jasanya dihitung setiap hari, jika tidak sampai jatuh tempo sudah dilunasi, maka sisa jasanya tidak dihitung karena jasanya harian. Berbeda dengan akad pembiayaan lainnya, misalnya akad murabahah. Jika nasabah mengajukan pembiayaan dengan akad murabahah misalnya jangka waktunya selama satu tahun, jika sebelum satu tahun sudah dilunasi maka jasa akan tetap berlaku selama satu tahun itu sesuai dengan perjanjian diawal. Selain itu faktor dari dalam yakni kita selalu memaksimalkan pelayanan dan strategi pemasarannya, mempercepat proses sesuai dengan SOP yang berlaku. Karena kan nasabah lebih suka sesuatu yang cepat jadi kami memaksimalkan proses tersebut. Kalau faktor-faktor dari luar yakni dari nasabah itu sendiri, didaerah bungatan mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai petani jadi mereka lebih membutuhkan uang tunai dari pada meminjam dana untuk keperluan yang berbentuk barang, karena uang tersebut akan digunakan untuk keperluan usaha mereka misalnya untuk kebutuhan pengairan dan lain-lain.”<sup>103</sup>

Ibu Sabariyanti selaku bagian Administrasi dan Keuangan juga

menambahkan, Beliau mengatakan bahwa:

“Ada dua faktor yang mendasari minat nasabah terhadap pembiayaan rahn yakni faktor internal dan eksternal. Faktor

<sup>102</sup> Khairul Fatah, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

<sup>103</sup> Samsul Hadi, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

internalnya adalah dari penerapan akad rahn itu sendiri, berbeda dengan penerapan akad lainnya mbak, bedanya ada pada jasa. Kalau jasa pembiayaan rahn dihitung setiap hari sedangkan untuk akad selain pembiayaan rahn sesuai dengan akad atau perjanjian diawal. Saya contohkan untuk pembiayaan rahn misalnya begini, nasabah mengajukan pembiayaan selama 1 tahun, sebelum satu tahun nasabah tersebut sudah melunasi dalam jangka dua bulan, maka jasa sudah tidak dihitung lagi selama 1 tahun karena nasabah tersebut sudah melunasi selama 2 bulan. Mungkin dari kelebihan penerapan akad ini sehingga banyak nasabah yang lebih berminat dengan pembiayaan rahn. Terdapat faktor internal yang lain juga yakni kita mengutamakan pelayanan prima dan mempercepat proses pembiayaan dengan tetap memperhatikan SOP yang berlaku agar nasabah selalu merasa puas atau loyal terhadap pelayanan kami. Kalau faktor eksternalnya adalah jika dilihat dari kebutuhan nasabah, nasabah lebih banyak membutuhkan uang tunai daripada meminjam dana untuk keperluan yang berbentuk barang. Karena mayoritas masyarakat disini berprofesi sebagai petani sehingga dana tersebut akan digunakan untuk keperluan usaha mereka, misalnya digunakan untuk keperluan pengairan dan lain-lain.”<sup>104</sup>

Hal ini juga dikemukakan oleh Ibu Supiatun selaku Nasabah BMT

NU Cabang Bungatan, Beliau mengatakan bahwa:

“Saya lebih memilih pembiayaan rahn karena pembiayaan tersebut mudah dan juga dari kelebihan penerapan akadnya itu mbak. Misalnya saya mengajukan selama 4 bulan tetapi sebelum 4 bulan sudah saya lunasi, maka sisa dari waktu tersebut jasanya tidak dihitung lagi. Selain itu saya sebagai petani disini dan membutuhkan dana untuk usaha saya, jadi ini alasan saya memilih pembiayaan rahn karena lebih membutuhkan dana daripada keperluan yang berbentuk barang.”<sup>105</sup>

Senada dengan pernyataan Ibu Hendra selaku Nasabah BMT NU

Cabang Bungatan, Beliau mengatakan bahwa:

“Saya berprofesi sebagai petani dan saya membutuhkan dana untuk keperluan usaha saya, jadi saya mengajukan pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Bungatan untuk mendapatkan dana tersebut. Prosesnya juga mudah dan cepat mbak saya tidak perlu menunggu

<sup>104</sup> Sabariyanti, *Wawancara*, Bungatan, 05 Juli 2019.

<sup>105</sup> Supiatun, *Wawancara*, Bungatan, 13 September 2019.

lama untuk mendapatkan dana yang saya butuhkan. Saya juga suka sama pelayanan disana karyawannya ramah-ramah.”<sup>106</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah pada BMT NU Cabang Bungatan terdiri dari dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internalnya adalah dari akad pembiayaan rahn memiliki kelebihan dibandingkan dengan pembiayaan yang lain, kelebihan tersebut yakni jasa akadnya harian, maksudnya akad pembiayaan rahn jasanya dihitung setiap hari jika tidak sampai jatuh tempo sudah dilunasi, maka sisa jasanya tidak dihitung karena jasanya harian. Berbeda dengan akad pembiayaan lainnya, misalnya akad murabahah. Jika nasabah mengajukan pembiayaan dengan akad murabahah misal dalam jangka waktu selama satu tahun, jika sebelum satu tahun sudah dilunasi maka jasa akan tetap berlaku selama satu tahun itu sesuai dengan perjanjian diawal.

Selain faktor internal diatas, ada juga faktor-faktor internal lainnya yang mempengaruhi yakni lembaga tersebut selalu memaksimalkan pelayanan dan strategi pemasarannya, mempercepat proses sesuai dengan SOP yang berlaku. Sedangkan faktor eksternal adalah dari kebutuhan nasabah, didaerah bungatan mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai petani sehingga mereka lebih membutuhkan uang tunai dari pada meminjam dana untuk keperluan yang berbentuk barang, karena uang tersebut akan digunakan keperluan usaha mereka misalnya untuk

---

<sup>106</sup> Hendra, *Wawancara*, Bungatan, 14 September 2019.

kebutuhan pengairan dan lain-lain. Dengan dua faktor tersebut akan sangat berdampak pada tingkat pertumbuhan jumlah nasabah di BMT NU Cabang Bungatan Situbondo.

### **C. Pembahasan Temuan**

Dari beberapa data yang disajikan dan kemudian dilakukan analisis, maka hasil tersebut perlu untuk diadakan pembahasan terhadap hasil temuan dalam bentuk interpretasi dan diskusi dengan teori-teori yang ada dan relevan dengan topik penelitian ini. Untuk itu pembahasan ini akan disesuaikan dengan sub yang menjadi pokok pembahasan, guna mempermudah dalam menjawab landasan dalam melakukan penelitian.

Pembahasan temuan akan disusun berdasarkan pokok indikator dan sub rumusan masalah seperti pemaparan dalam penyajian data dan analisis.

#### **1. Implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo**

Model atau implementasi pembiayaan rahn menurut ketentuan BMT NU yang menjadi peraturan secara umum yakni pembiayaan dengan menyerahkan barang dan atau bukti kepemilikan barang sebagai tanggungan pinjaman dengan nilai pinjaman maksimal 80% dari harga barang. Masa pinjaman maksimal 4 (empat) bulan dan diperpanjang maksimal 3 (tiga) kali. Barang yang diserahkan berupa barang berharga seperti perhiasan emas dan sebagainya. Biaya taksir dan uji barang ditanggung pemilik barang. KSPP Syariah BMT NU mendapatkan

ujroh/ongkos penitipan barang setiap harinya sebesar Rp. 6 untuk setiap kelipatan Rp. 10.000 dari harga barang.<sup>107</sup>

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa BMT NU Cabang Bungatan dalam menerapkan implementasi pembiayaan rahn sudah sesuai dengan ketentuan yang telah dikeluarkan oleh BMT NU secara umum yakni jenis barang yang bisa digadaikan berupa emas, handphone, laptop, dsb. Besar pinjaman yang diberikan BMT NU Cabang Bungatan kepada nasabah maksimum 80 % (Emas), 50 % (selain Emas) dari nilai taksiran barang. Sedangkan jangka waktu yang diberikan BMT NU Cabang Bungatan kepada nasabah dalam pembiayaan ini adalah 4 bulan untuk emas dan selain emas 2 bulan. Berikut praktek penerapan pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Bungatan:

Barang rahn diuji keaslian barangnya dan ditaksir harga yang berlaku pada saat itu. Biaya uji dan taksir dibebankan kepada pemilik barang. Jika pelaksanaan uji dan taksir barang rahn diserahkan kepada pihak lain, maka biaya uji dan taksirnya diberikan kepada yang bersangkutan. Akan tetapi, jika pelaksanaan uji dan taksir barang rahn dilakukan sendiri oleh pihak BMT NU, maka biaya uji dan taksir barang rahn menjadi pendapatan BMT NU. BMT NU memberikan pinjaman sebesar 80 % dari harga barangnya. Pemilik barang berkewajiban membayar biaya perawatan, penitipan dan keamanan barang sebesar Rp 6 per Rp 10.000,- yang dihitung berdasarkan harga barang bukan

---

<sup>107</sup> <https://bmtnujatim.com/> di akses pada tanggal 13 Februari 2019 pada jam 22:45 WIB.

berdasarkan besar pinjaman dan hitung secara harian. Jika barangnya mengalami kerusakan atau hilang, maka BMT NU berkewajiban mengganti barang tersebut. Sebagai ilustrasi pinjaman yang diberikan dan biaya perawatan, penitipan serta keamanan barang:

- a. Berdasarkan nilai taksir yang dilakukan pada hari tersebut, diketahui bahwa harga emasnya senilai Rp 1.000.000,-
- b. Maka pinjaman yang dapat diberikan sebesar Rp 1.000.000 X 80 % = Rp 800.000,-
- c. Jika setelah 23 hari emasnya ditebus, maka debitur berkewajiban membayar pokok pinjaman sebesar Rp 800.000,- ditambah dengan biaya perawatan, penitipan dan keamanan.
- d. Biaya perawatan, penitipan, dan keamanan selama 23 hari sebesar Rp 13.800,- dengan perhitungan:

$$\frac{\text{Rp } 1.000.000}{\text{Rp } 10.000} \times \text{Rp } 6 \times 23 = \text{Rp } 13.800$$

Keterangan:

Rp 1.000.000 = Harga emasnya/sesuai nilai taksir

Rp 6 = Biaya

23 = Jumlah hari gadai

Jika ternyata setelah 4 bulan barang rahnnya tidak ditebus, maka BMT NU baik melalui pemberitahuan dan atau tanpa pemberitahuan sebelumnya, langsung menjual barang rahn, dengan ketentuan sebagai berikut: Jika hasil penjualan barang rahn terdapat kelebihan uang, maka pihak BMT NU berkewajiban untuk mengembalikan kelebihan uang



dimaksud kepada pemilik barang. Jika hasil penjualan barang rahn terdapat kekurangan atas pembiayaan rahn yang harus dibayar, maka pihak pemilik barang rahn berkewajiban untuk memberikan tambahan uang guna menutupi kekurangan dimaksud.

Pada proses mekanisme penerapan pembiayaan rahn telah sesuai dengan teori yang disebutkan sebelumnya, sehingga rangkaian proses yang sederhana dan praktis, maka waktu yang dibutuhkan lebih efisien. Dengan penerapan pembiayaan rahn yang sederhana, praktis, dan cepat tentunya akan sangat berpengaruh terhadap minat nasabah untuk melakukan pembiayaan rahn ini serta akan berdampak terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah di BMT NU Cabang Bungatan. Hal ini dapat dilihat dari kenaikan pertumbuhan jumlah nasabah dari awal berdirinya BMT NU Bungatan pada tahun 2016 sampai pada bulan Agustus 2019 saat ini, data dibawah ini menunjukkan bahwasanya nasabah pengguna pembiayaan rahn mengalami kenaikan jumlah nasabah disetiap tahunnya. Berikut tabel kenaikan jumlah nasabah pengguna pembiayaan rahn.

**Tabel 4.3**  
**Peningkatan Jumlah Nasabah Pembiayaan Rahn**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2016	276 Nasabah
2.	2017	449 Nasabah
3.	2018	818 Nasabah
4.	2019	1207 Nasabah

Sumber: Data diolah<sup>108</sup>

<sup>108</sup> Khairul Fatah, *Wawancara*, Bungatan, 14 September 2019.

**2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo**

Strategi yang dilakukan setiap lembaga pasti berbeda-beda. Setiap nasabah yang mengajukan pembiayaan atau menabung di BMT akan mempunyai persepsi terhadap kenyamanan atau tidak ketika menabung disebuah lembaga.

Perumusan strategi berdasarkan pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat, sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah di BMT NU Cabang Bungatan terdiri dari dua faktor, yakni faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internalnya yakni:

1. Kelebihan akad pembiayaan rahn. Pembiayaan rahn memiliki kelebihan dibandingkan dengan pembiayaan yang lain, kelebihan tersebut yakni jasa akadnya harian, maksudnya akad pembiayaan rahn

jasanya dihitung setiap hari. Jika tidak sampai jatuh tempo sudah dilunasi, maka sisa jasanya tidak dihitung karena jasanya harian. Berbeda dengan akad pembiayaan lainnya, misalnya akad murabahah. Jika nasabah mengajukan pembiayaan dengan akad murabahah misal dalam jangka waktu selama satu tahun, jika sebelum satu tahun sudah dilunasi maka jasa akan tetap berlaku selama satu tahun itu sesuai dengan perjanjian diawal.

2. BMT NU Cabang Bungatan selalu memaksimalkan pelayanan dan strategi pemasarannya, mempercepat proses sesuai dengan SOP yang berlaku.

Sedangkan faktor eksternalnya yakni:

1. Dari nasabah itu sendiri, didaerah bungatan mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai petani jadi mereka lebih membutuhkan uang tunai dari pada keperluan yang berbentuk barang, karena uang tersebut akan digunakan untuk keperluan usaha mereka misalnya untuk kebutuhan pengairan dan lain-lain.

Hal ini sudah sesuai dengan teori strategi pemasaran bank syariah dengan menggunakan sembilan elemen, salah satunya adalah elemen dalam strategi, yakni pertama segmentasi pasar, yakni strategi yang dirancang untuk mengalokasikan sumber daya pemasaran kepada segmen yang telah didefinisikan. Ini adalah upaya membedakan konsumen. Dari pengertian diatas disimpulkan bahwa segmentasi pasar merupakan suatu kegiatan untuk mengelompokkan pasar ke dalam

kelompok-kelompok pembeli yang mempunyai ciri atau sifat yang sama yang akan di capai dengan *marketing mix* yang berbeda sesuai kebutuhan.

Dalam pasar yang sangat beragam karakternya, perlu ditentukan atribut-atribut apa yang menjadi kepentingan utama bagi pengguna. Secara umum pasar dapat dipilah berdasarkan karakteristik *demografi* (umur, jenis kelamin, pendapatan, agama, dan lain-lain), *geografi* (Negara, kota atau kompleks perumahan, dan lain-lain), *psikografi* (kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, dan lain-lain), maupun perilaku (kesempatan, manfaat yang dicari, tingkat pemakaian, status loyalitas, dan lain-lain). Dengan demikian akan lebih mudah menentukan strategi pemasaran yang akan dilaksanakan sehubungan dengan karakteristik dan kebutuhan pasar.

Setelah mengetahui karakter pasar, kemudian menentukan bagian pasar mana yang akan dilayani.<sup>109</sup> Kedua adalah *targeting*, yaitu suatu proses pemilihan produk yang terbaik guna terwujudnya keberhasilan sasaran yang ingin dicapai oleh perusahaan. *Targeting* adalah suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. *Targeting* hendaknya diarahkan kepada sasaran yang dituju, sehingga dapat berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Ketiga adalah *Positioning* adalah penetapan posisi pasar. Tujuan *positioning*

<sup>109</sup> Abdul Pauji, M. Kholil Nawawi, Hilman Hakiem, "Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BPRS Amanah Ummah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 6 No. 2, (September 2015), 385-386.

ini adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen.

Penentuan posisi pasar bagi produk ataupun jasa suatu perusahaan sangat penting. Menentukan posisi pasar, yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Produk atau jasa diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh nasabah, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.<sup>110</sup>

Jadi, dengan strategi segmentasi pasar, *targetting*, dan *positioning* yang tepat maka akan berdampak terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah dalam suatu perusahaan. Sesuai dengan penelitian pada BMT NU Cabang Bungatan yang sudah peneliti lakukan, bahwasanya strategi yang digunakan oleh lembaga tersebut dapat menarik minat nasabah dan sesuai dengan kebutuhan nasabah setempat sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan jumlah nasabah pada BMT NU Cabang Bungatan.

---

<sup>110</sup> Abdul Pauji, M. Kholil Nawawi, Hilman Hakiem, "Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BPRS Amanah Ummah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 6 No. 2, (September 2015), 386-387.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Setelah memberikan pengantar dan gambaran secara terpadu dan menganalisis beberapa permasalahan-permasalahan yang diteliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

##### **1. Implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.**

Implementasi pembiayaan rahn di BMT NU Cabang Bungatan dapat diterima nasabah karena proses yang sederhana, praktis, dan waktu yang dibutuhkan lebih efisien sehingga kebutuhan nasabah lebih cepat terpenuhi. Setiap nasabah yang mengajukan pembiayaan rahn harus memenuhi syarat-syarat yang berlaku.

##### **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap pertumbuhan jumlah nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.**

Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi pembiayaan rahn terhadap tingkat pertumbuhan jumlah nasabah di BMT NU Cabang Bungatan terdiri dari dua faktor, yakni faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internalnya yakni:

1. Kelebihan akad pembiayaan rahn. Pembiayaan rahn memiliki kelebihan dibandingkan dengan pembiayaan yang lain, kelebihan tersebut yakni jasa akadnya harian, maksudnya akad pembiayaan rahn jasanya dihitung setiap hari. Jika tidak sampai jatuh tempo sudah dilunasi, maka sisa jasanya tidak dihitung karena jasanya harian. Berbeda dengan akad pembiayaan lainnya, misalnya akad murabahah. Jika nasabah mengajukan pembiayaan dengan akad murabahah misal dalam jangka waktu selama satu tahun, jika sebelum satu tahun sudah dilunasi maka jasa akan tetap berlaku selama satu tahun itu sesuai dengan perjanjian diawal.
2. BMT NU Cabang Bungatan selalu memaksimalkan pelayanan dan strategi pemasarannya, mempercepat proses sesuai dengan SOP yang berlaku.

Sedangkan faktor eksternalnya yakni:

1. Kebutuhan Nasabah, didaerah bungatan mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai petani, mereka lebih membutuhkan uang tunai dari pada keperluan yang berbentuk barang, karena uang tersebut akan digunakan untuk keperluan usaha mereka misalnya untuk kebutuhan pengairan dan lain-lain.

Jadi dengan adanya dua faktor diatas akan memiliki dampak besar terhadap minat nasabah setempat dan dapat meningkatkan pertumbuhan jumlah nasabah pada BMT NU Cabang Bungatan.

## B. SARAN

Dari pembahasan tersebut, peneliti mencoba memberikan saran konstruktif atas Implementasi Pembiayaan Rahn Terhadap Tingkat Pertumbuhan Jumlah Nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo.

1. Nasabah merupakan salah satu bagian inti atau *asset* berlangsungnya usaha, maka pihak BMT NU Cabang Bungatan sebaiknya tetap menjaga silaturahmi kepada masyarakat setempat khususnya yang menjadi nasabah di BMT NU Cabang Bungatan agar tetap terjalin hubungan yang baik sehingga nasabah selalu merasa royal, mempertahankan kepercayaan yang diberikan nasabah kepada BMT NU Cabang Bungatan dengan senantiasa meningkatkan kinerja perusahaan baik dalam kualitas produk, pelayanan, serta SDM (Sumber Daya Manusia).
2. Dalam memaksimalkan pelayanan dan strategi pemasarannya, sebaiknya BMT NU Cabang Bungatan juga harus memperhatikan strategi pemasaran yang digunakan. Dengan strategi yang tepat maka akan berdampak pula terhadap minat nasabah dan dapat meningkatkan jumlah nasabah pada BMT NU Cabang Bungatan.



## DAFTAR PUSTAKA

- A. Hamdani, dan Lupiyoadi Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- A.D Selang, Christian. 2013. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado, *Jurnal EMBA*, Universitas Sam Ratulangi Manado: 71-80.
- Ahmad, Mustaq. 2001. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Pustaka al-Kautsar.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andespa. Roni. 2016. Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah : Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol Padang: 171-188.
- Anshori, Abdul Ghofur. 2009. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Arifin, Zainul. 2005. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet.
- Arifuddin. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajGrafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ascarya. 2007. *Akad & Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Gautama Siregar, Budi. 2016. Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi'ah Di Pt. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan, *Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, IAIN Padangsidimpuan.
- Hary Susilo, Wilhelmus, dan Limakrisna Nanda. 2012. *Manajemen Pemasaran Teori*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- IAIN Jember. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2015. *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.

- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- K. Wright, Lauren, dan H. Lovelock Christopher. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Kusdyah, Ike. 2012. Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, STIE Asia Malang.
- Licke Ayu Wulandari, Analisis Prosedur Pembiayaan Gadai (Rahn) pada BMT NU Jawa Timur Cabang Mayang Jember, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Jember: 2017.
- Melisa, Yuda. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh. *Jurnal Manajemen*, Universitas Negeri Padang.
- Moleong, Lexy. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, 2002. *Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman*, Yogyakarta: Ekosina.
- Nawawi, M. Kholil, dan Pauji Abdul. 2015. Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di Bprs Amanah Ummah, *Jurnal Ekonomi Islam*: 379-429.
- Nugroho, Adi. 2003. *Isu & Kontroversi Teori-teori Pemasaran*. Jakarta: Studio Press.
- Rahmatul Jannah, Andhinie. 2018. Implementasi Marketing Mix (7P'S) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Rahn di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Ridwan, Muhammad. 2004. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*. Yogyakarta: UII Press.
- Sa'adah, Faridatun. 2009. Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Setianingrum, Nurul. 2013. *Lembaga Keuangan Syariah*. Jember: STAIN Jember.
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sondakh, Conny. 2014. Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi

Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Universitas Sam Ratulangi Manado:

Sudarsono, Heri. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: CV. Adipura.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Toriquddin, Moh. 2015. Etika Pemasaran Perspektif Al-Quran dan Relevansinya Dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Syariah dan Hukum*. Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Ulbab, Nadhirotul. 2016. Strategi Pemasaran Produk-Produk Gadai Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang). Skripsi: Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.

Umam, Khotibul, dan Budi Utomo, Setiawan. 2017. *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Wijayanto, Kusuma. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Surakarta*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Zakiah, Siti. 2018. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan BMT di Kota Bogor dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

### **Internet**

[Http://www.nu.or.id](http://www.nu.or.id) diakses pada tanggal 13 Februari 2019 pada jam 09:00 WIB.

<https://bmtnujatim.com/> diakses pada tanggal 1 Maret 2019 pada jam 19:00 WIB.

<https://pegadaiansyariah.co.id/fatwamui> diakses pada tanggal 02 Februari 2019 pada jam 22:00 WIB.

## Skripsi

- Fatonah, Siti. 2017. “Analisis Implementasi Rahn, Qardh dan Ijarah Pada Transaksi Gadai Emas Syariah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang”, *Jurnal BanqueSyar’I*, Serang.
- Fujiati, Hikmah. 2018. “Strategi Pemasaran Dana Talangan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya”, Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya.
- Lestari, Linda. 2016. “Perkembangan Produk Investasi Emas Untuk Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Pada Produk Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (MULIA) di Pegadaian Syariah Cabang Cirebon)”, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, Cirebon.
- Mustaadah, Iftitahul. 2017. “Strategi Pemasaran BMT dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Study Kasus BMT Sidogiri Cabang Pujer Kabupaten Bondowoso)”, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Jember.
- Purwati, Sri. 2017. “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Produk Cicil Emas dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.” Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung.
- Ratnasari, Ayu. 2018. “Implementasi Sharia Compliance (Studi Kasus Produk Rahn Emas Syariah di PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Ahmad Yani Jember)”, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Jember.

IAIN JEMBER

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Miftahul Jannah  
NIM : E20151168  
Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institusi : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 24 September 2019

Saya yang menyatakan



Miftahul Jannah  
NIM. E20151168



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136  
Website : www.iain-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

**J E M B E R**

Nomor : B- 344 /In.20/7.a/PP.00.9/05/2019  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.  
Kepala Cabang KSPPS. BMT NU Cabang Bungatan Situbondo  
di-  
TEMPAT

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Miftahul Jannah  
NIM : E20151168  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah  
No Telpn : 085939434211  
Dosen Pembimbing : Nurul Setianingrum, SE., M.M  
NIP : 196905231998032001  
Judul Penelitian : Implementasi Pembiayaan Rahn Terhadap Tingkat Pertumbuhan Jumlah Nasabah di KSPPS. BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Jember, 20 Mei 2019

Wakil Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik



**Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I**

NIP. 19730830 199903 1 002

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip

Nomor: 240/0117/KSPPS/BMT NU/VI/2019  
Lamp. : - 0 -

Perihal: Putusan pemohonan Ijin Penelitian

Sumenep 27 Juni 2019

Kepada Yang terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Jember  
d/a Jl Mataram No. 1 Mangli Telp (0331)  
487550 Kode Pos 68136 Jember.

Assalamu'alaikum War. Wab.

Salam Silaturrahim kami sampaikan, semoga kita sekalian tetap berada dibawah lindungan Allah SWT, sehingga tetap diberi kemampuan melaksanakan tugas – tugas keseharian. Amin

Selanjutnya, disampaikan dengan hormat, Sehubungan dengan surat dari Sdr. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember Nomor : B-344/In.20/7a./PP.00.9/05/2019 Tanggal 20 Mei 2019 Perihal sebagaimana pokok surat di atas, maka bersama ini kami sampaikan, bahwa pada prinsipnya kami **Tidak keberatan dan memberikan persetujuan Ijin Penelitian** Kepada Mahasiswa atas Nama Miftahul Jannah NIM: E20151168 Untuk melakukan Penelitian di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo Dengan Judul Penelitian "Implementasi Pembiayaan Rahn terhadap Tingkat pertumbuhan Jumlah Nasabah di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo"

Demikian harap maklum, atas segala perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Direktur Utama,  
**MASYUDI S. Ag**

NIP. 2404 010704 0001

NRK KJK 026 000 449 2010

Tembusan disampaikan kepada yth

Kepala Cabang Bungatan Situbondo untuk di tindak lanjuti



Badan Hukum : 188.4/11/Br/XVI.26/35.113/2007 - Akte Notaris: No. 08 Tgl. 04 Mei 2007  
PAD : P2T/9/09.02/01/001/2014 - SB/SP : P2T/25/09/06/01/001/2014 - NPWP : 02.599.962.4-608.000

#### Alamat Kantor

Jalan Raya Pasir Putih (Timur  
Polsek Bungatan) Desa Bungatan  
Kec. Bungatan Kab. Situbondo Kode Pos 68358  
HP. 0823 2299 2551 - Telp./Fax. : 0326 681654  
Website : www.btmnujatim.com  
e-mail : bmtnu\_bungatan2@yahoo.co.id

## **SURAT KETERANGAN**

No: 2404/C-22/06/KSPPS/BMT NU/IX/2019

*Assalamu'alaikum War. Wab.*

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sebenar-benarnya bahwa:

**NAMA** : Miftahul Jannah

**NIM** : E20151168

Yang bersangkutan telah melakukan Kegiatan Penelitian Skripsi di KSPPS BMT NU Cabang Bungatan Kabupaten Situbondo pada tanggal 05 Juli 2019 s/d 21 September 2019.

Demikian Surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum War. Wab.*

Bungatan, 23 September 2019

KSPPS BMT NU Cabang Bungatan,

Kepala Cabang,



**KHAIRUL FATAH, S. Kom**

N I P. 2404.160516.0138

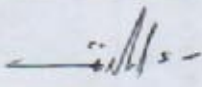




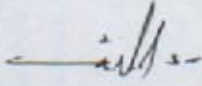
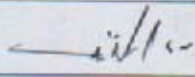



## MATRIK PENELITIAN

JUDUL PENELITIAN	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS MASALAH
“IMPLEMENTASI PEMBIAYAAN RAHN TERHADAP PERTUMBUHAN JUMLAH NASABAH DI KSPP. SYARIAH BMT NU JAWA TIMUR CABANG BUNGATAN SITUBONDO”	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembiayaan Rahn</li> <li>2. Pertumbuhan Jumlah Nasabah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Biaya Rahn</li> <li>b. Model Pembiayaan Rahn</li> <li>c. Pembiayaan Yang Disertai Akad Rahn</li> <li>a. Strategi Pemasaran</li> <li>b. Pembelian Berulang</li> <li>c. Loyalitas Pelanggan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informan               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kepala Cabang KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo</li> <li>b. Karyawan Bagian Keuangan dan Administrasi KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo</li> <li>c. Karyawan Bagian Pembiayaan KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo</li> </ol> </li> <li>2. Observasi</li> <li>3. Wawancara</li> <li>4. Dokumentasi</li> <li>5. Studi Kepustakaan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jenis Penelitian: <i>Field Research</i></li> <li>2. Pendekatan Penelitian: Pendekatan Kualitatif</li> <li>3. Subjek Penelitian: Teknik <i>Purposive</i></li> <li>4. Metode Pengumpulan Data:               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Observasi</li> <li>b. Dokumentasi</li> <li>c. Wawancara</li> <li>d. Studi Kepustakaan</li> </ol> </li> <li>5. Teknik Analisis: Deskriptif Kualitatif</li> <li>6. Keabsahan Data: Triangulasi Sumber</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana Implementasi Pembiayaan Rahn Terhadap Pertumbuhan Jumlah Nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo?</li> <li>2. Apa Saja Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Implementasi Pembiayaan Rahn Terhadap Pertumbuhan Jumlah Nasabah di KSPP. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo?</li> </ol>

## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi Penelitian: KSPS. Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Bungatan Situbondo  
 Jl. Raya Pasir Putih Desa Bungatan, Kecamatan Bungatan,  
 Kabupaten Situbondo.

NO	Tanggal	Uraian Kegiatan	Tanda Tangan
1.	1 Juni 2019	Mengajukan surat ijin penelitian ke BMT NU Cabang Bungatan Situbondo	
2.	27 Juni 2019	Mendapatkan surat keputusan dari pusat (surat ijin penelitian di ACC)	
3.	5 Juli 2019	Silaturahmi sekaligus melakukan wawancara dengan Kepala BMT NU Cabang Bungatan (Bapak Khairul Fajar)	
4.	5 Juli 2019	Melakukan wawancara dengan bagian pembiayaan (Samsul Hadi)	
5.	5 Juli 2019	Melakukan wawancara dengan bagian administrasi (Sabariyanti)	
6.	14 September 2019	Melakukan wawancara mengenai data nasabah dengan Kepala BMT NU Cabang Bungatan (Bapak Khairul Fajar)	
7.	21 September 2019	Meminta data perlengkapan penelitian	
8.	21 September 2019	Meminta ijin selesai penelitian sekaligus pengambilan surat selesai penelitian	

Situbondo, 21 September 2019  
 Kepala Cabang BMT NU Bungatan



**Khairul Fatah, S.Kom**

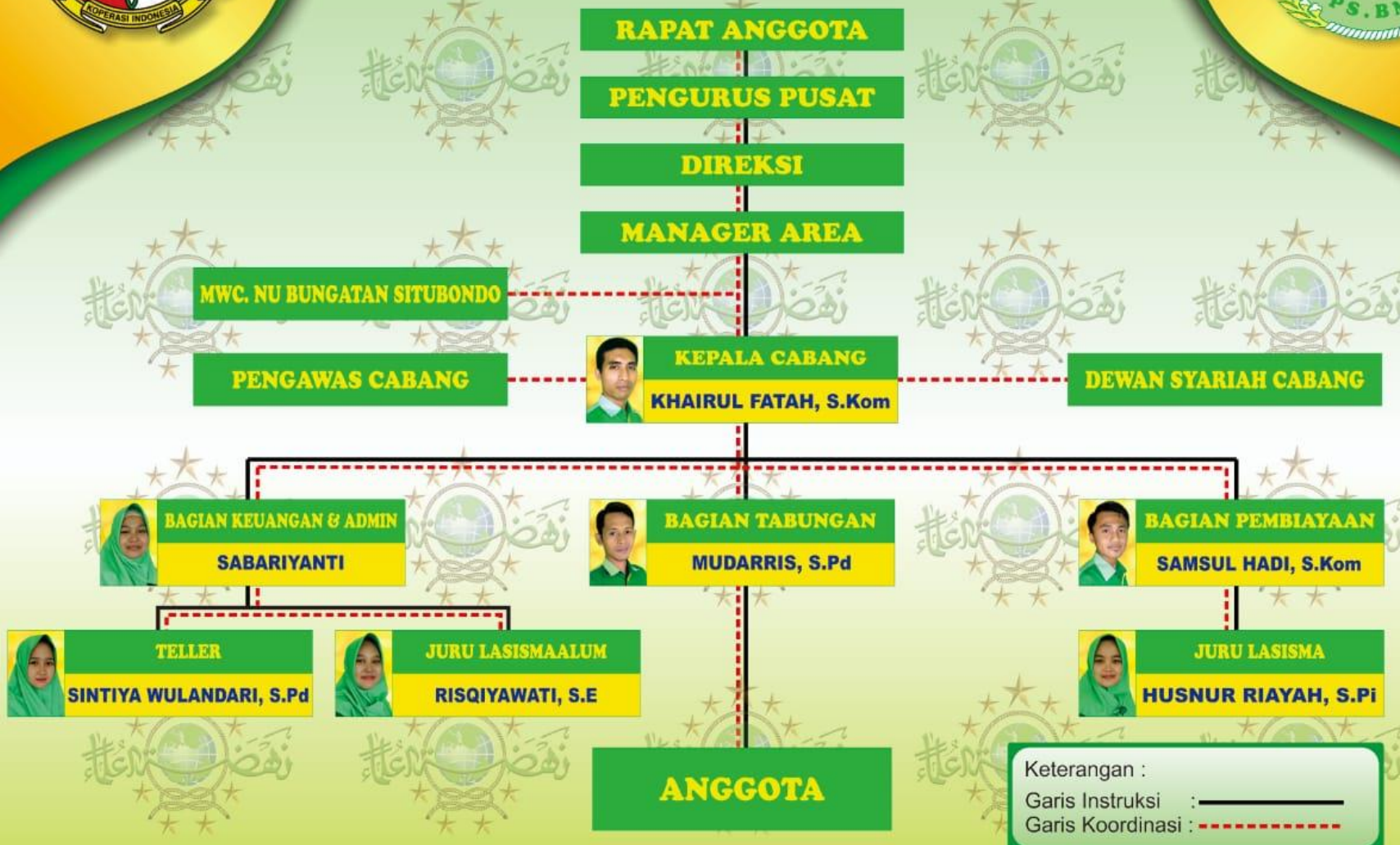
NIP. : 2404. 160516. 0138



# STRUKTUR PENGELOLA

## KSPP. SYARIAH BMT NU

### CABANG BUNGATAN SITUBONDO



Keterangan :  
 Garis Instruksi : \_\_\_\_\_  
 Garis Koordinasi : - - - - -







## BIODATA PENULIS



Nama : MIFTAHUL JANNAH  
Tempat, tanggal lahir : Bondowoso, 18 Juli 1995  
NIM : E20151168  
Universitas : Institut Agama Islam Negeri Jember  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah  
Alamat : Wringin, RT.001 RW.011, Desa Wringin, Kec.  
Wringin, Kab. Bondowoso.  
No Telepon : 083122001838

### Latar Belakang Pendidikan

1. TK MIFTAHUL ULUM WRINGIN BONDOWOSO
2. SDN WRINGIN 05 BONDOWOSO
3. SMPN 01 WRINGIN BONDOWOSO
4. SMKN 01 WRINGIN BONDOWOSO
5. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER (Prodi Perbankan Syariah)

### Pengalaman Organisasi

1. Anggota OSIS SMPN 1 Wringin Bondowoso
2. Anggota OSIS SMKN 1 Wringin Bondowoso