

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Nilai Taksiran Dalam Prespektif Islam

a. Pengertian Nilai Taksiran

Nilai taksiran adalah nilai/harga perkiraan tertentu yang akan dijadikan jaminan yang didasarkan pada harga jadi, pasar dan peraturan yang berlaku pada masa tertentu. Dalam menentukan nilai taksiran tidak boleh melebihi dari harga pasar atau nilai taksiran tidak boleh rendah dari harga pasar.¹

Menurut Rambat Lupiyoadi nilai taksiran yang tinggi mampu mendorong keputusan nasabah menggunakan jasa pegadaian. Nasabah akan merespon positif apabila nilai yang dihasilkan dari produk atau jasa mampu memenuhi manfaat bagi kebutuhannya.²

Nilai taksiran yang digunakan merupakan acuan pencairan dana yang diberikan untuk mengurangi resiko dikemudian hari. Dikhawatirkan apabila terdapat nasabah yang tidak dapat melunasi pinjaman atau hanya membayar jasa simpanan, maka pegadaian syariah melakukan pelelangan terhadap barang jaminan tersebut.

¹ Damanhur, *Pengaruh Jumlah Taksiran dan Uang Pinjaman Terhadap Laba Bersih Pada Perum Pegadaian Syariah Kota Lhokseumawe*, Volume 9 Nomor 2 (Maret, 2011), 501.

² Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba, 2008), 70-71.

Apabila ada kelebihan antara nilai penjualan dengan pokok pinjaman, jasa simpanan, dan pajak maka kelebihan tersebut merupakan hak nasabah. Dan nasabah diberikan kesempatan mengambil kelebihan tersebut dalam jangka waktu satu tahun. Jika nasabah tidak mengambil sampai habisnya jangka waktu pengambilan, maka kelebihan dana tersebut akan di serahkan kepada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebagai dana ZIS.³

Sebelum menentukan nilai taksiran, penaksir harus terlebih dahulu mengetahui berapa tingkat kadar karat emas yang akan dijaminkan. Dalam kandungan emas memiliki berbagai jumlah kadar karat dari 24 karat sampai 18 karat. Semakin tinggi jumlah kadar karat yang dimiliki maka semakin tinggi pula harganya. Menurut Standart Nasional Indonesia (SNI) No: SNI 13-3487-2005:⁴

- 1) 24 K 99,00% - 99,99%
- 2) 23 K 94,80% - 98,89%
- 3) 22 K 90,60% - 94,79%
- 4) 21 K 86,50% - 90,59%
- 5) 20 K 82,30% - 86,49%
- 6) 19 K 78,20% - 82,29%
- 7) 18 K 75,40% - 78,19%

Standart kadar karat pada perhiasan pada umumnya berkisar pada 18 K – 22 K. Hal ini dimaksudkan supaya perhiasan emas tak

³ Nurul Huda, dkk., *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010), 281

⁴ Standar Nasional Indonesia (SNI) Nomor SNI 13-3487-2005 Tentang Kadar Karat Emas

gampang rusak, sebab emas murni mempunyai tingkat kelenturan yang tinggi. Emas murni sebenarnya mudah patah atau rusak, maka dibutuhkan logam lain untuk memperkuat.

Terdapat beberapa teknik pengujian yang dilakukan oleh penaksir untuk mengetahui kadar emas tersebut. Tujuan menguji emas adalah untuk memastikan suatu barang benar-benar emas, selanjutnya jika telah diyakini bahwa barang tersebut adalah emas maka perlu diketahui berapa kemurnian emasnya. Kemurnian ini disebut juga kadar karatase, dalam bahasa sederhana disebut karat. Berikut tiga teknik dalam pengujian emas:⁵

1) Pengujian Sederhana

Pengujian ini dilakukan tanpa alat ukur atau alat bantu lain. Penaksir emas biasanya memakai beberapa ciri fisik yang dijadikan acuan antara lain berat jenis (merasa berat benda dan membandingkan dengan ukurannya), warna dan baunya sangat dipengaruhi jenis dan kadar logam campuran pada emas.

2) Pengujian Kimia

Pengujian ini dilakukan menggunakan alat bantu berupa bahan kimia, bahan yang dimaksud yakni H_2SO_4 dan $NaOH$. Berikut prosedur dalam pengujian kimia:

- a) Barang uji emas digoreskan beberapa kali ke batu hitam RX.

⁵ Jezias Dhioka Bromm, "Tanggung Jawab penaksir Akibat Salah Taksiran Objek Gadai Dalam Pemberian kredit di Pegadaian (Persero) Denpasar", *Jurnal Ilmu*, No. 8 Vol.3 (2014), 4

b) Sebagian goresan pada batu di teteskan larutan H_2SO_4 dan akan terjadi reaksi kimia, tunggu beberapa detik kemudian dikeringkan dengan kapas. Maka terdapat kemungkinan yang terjadi pada warna goresan, yakni:

- (1) Hilang sama sekali, maka barang dinyatakan bukan emas.
- (2) Sedikit pudar, maka barang dinyatakan emas berkadar di bawah 16 karat.
- (3) Warna tetap sama, maka dinyatakan emas berkadar di atas 16 karat.

c) Selanjutnya, pada goresan emas sisi lainnya ditetaskan larutan NaOH, dan terdapat tiga reaksi kimia yang terjadi pada warna goresan:

- (1) Pudar sekali, maka kadar emas di bawah 23 karat, di atas 16 karat.
- (2) Sedikit pudar, maka kadar emas berkisar 23 karat atau 22 karat.
- (3) Warna tetap sama, maka emas tersebut berkadar 24 karat (emas murni).

3) Pengujian Fisika

Pengujian ini adalah pengujian dengan menerapkan ilmu-ilmu fisika. Yaitu dengan mengukur berat jenis barang uji. Alat bantu yang dipakai adalah timbangan emas digital (timbangan ini

memiliki ketelitian yang cukup tinggi), segelas air serta benang (tali rafia yang disobek tipis, dipilih karena tidak menyerap air).

Berikut prosedur pengujian fisika untuk mengetahui kadar karat emas:

- a) Emas ditimbang. Sebagai contoh emas tersebut ditimbang hasilnya 10 gr. Hasilnya disebut dengan berat kering.
- b) Kemudian segelas air diletakkan di atas timbangan, karena angka pada timbangan berubah maka perlu direset dengan menekan tombol sehingga angka menjadi nol kembali.
- c) Emas uji diikat benang plastik kemudian dimasukkan ke dalam air di atas timbangan, diamkan sampai angka pada timbangan stabil.
- d) Selanjutnya menghitung massa jenis yaitu berat kering/berat basah.
- e) Kadar karatase emas diketahui dengan mencocokkan massa jenis emas uji dengan tabel massa jenis karatase.

b. Pedoman Dasar Penaksiran

Dalam prespektif hukum ekonomi islam pedomaan dasar penaksiran yang digunakan agar penaksiran atas suatu barang dapat sesuai dengan nilai sebenarnya. Pedoman penaksiran yang dikelompokkan atas dasar jenis barangnya. Terdapat 2 kategori taksiran barang jaminan yaitu:



1) Taksiran Wajar

Taksiran wajar merupakan taksiran yang sesuai dengan hasil perhitungan dari ketentuan penaksiran yang telah ditetapkan atau dapat dikatakan tidak ada biaya penyimpanan.

2) Taksiran Tinggi

Taksiran tinggi adalah taksiran yang melebihi dari kriteria atau batas toleransi dari taksiran wajar karena kesengajaan penaksir untuk memenuhi loyalitas nasabah. Kriteria barang jaminan taksiran tinggi adalah:

- a) Untuk golongan A/B disebut taksiran tinggi jika perbedaan taksiran mencapai 16% -20%.
- b) Untuk golongan C/D disebut taksiran tinggi jika perbedaan taksiran mencapai 11%-15%.⁶

c. Simulasi Perhitungan Nilai Taksiran Emas dan Perhitungan Pemberian Pinjaman

Dalam penentuannya penaksir memiliki hal pertama yang dilakukan oleh penaksir emas adalah menentukan nilai taksiran, berikut rumusnya:⁷

$$\text{Nilai taksiran} = \text{Tabel Harga STL Emas} \times \text{Berat Emas}$$

⁶ Iwan Setiawan, "Penerapan gadai Emas Pada Bank Syariah Prespektif Hukum Ekonomi Islam", *Al-Daulah: Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam*, No.1 Vol. 6 (April 2016), 193.

⁷ Muhammad, Hadi, Sholikul, *Pegadaian Syariah*, (Jakarta:Salemba Diniyah, 2003), 250.

Setelah nilai taksiran diketahui langkah selanjutnya adalah menentukan nilai pembiayaan dengan rumus:⁸

$$\text{Nilai pembiayaan} = \text{Taksiran} \times \text{prosentase sesuai pinjaman nasabah}$$

Menurut rumus perhitungan taksiran di atas maka dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Nasabah N memiliki emas seberat 1 gram dengan tingkat karatase 20 karat. N ingin menggadaikan emas tersebut. standart harga di lembaga gadai yang dipilih sebesar Rp. 483.237. Pembiayaan yang dapat diperoleh nasabah N adalah sebagai berikut:

1) Perhitungan pemberian pembiayaan

$$\begin{aligned} \text{Nilai taksiran} &= \text{Tabel Harga STL} \times \text{Berat Emas} \\ &= 483.237 \times 1 \text{ gram} \\ &= \text{Rp. 483.237,-} \end{aligned}$$

2) Pembiayaan yang didapatkan nasabah

$$\begin{aligned} \text{Nilai pembiayaan} &= \text{Taksiran} \times \text{prosentase sesuai nilai taksiran yang diberikan} \\ &= \text{Rp. 483.237} \times 95\% \\ &= \text{Rp. 459.075,-} \end{aligned}$$

Jadi berdasarkan perhitungan nilai taksiran dan nilai pembiayaan yang akan diterima nasabah sebesar Rp. 459.075,- setelah dilakukan pembulatan angka.

⁸ Ibid., 251.

2. Teori Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan Nasabah

Menurut Kotler, keputusan nasabah adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan nasabah sebelum mengambil suatu produk. Pengambilan keputusan nasabah ditentukan berdasarkan persepsi konsumen tentang produk tersebut.⁹

Menurut Swastha dan Irawan, keputusan nasabah adalah pemahaman nasabah tentang keinginan dari kebutuhan akan suatu produk dengan menilai sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambilan keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian.¹⁰

Keputusan nasabah dalam mengambil produk adalah suatu tindakan memilih satu alternatif dari serangkaian alternatif yang ada. Keputusan nasabah dalam mengambil adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pengambilan produk, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia alternatif lainnya.¹¹ Berdasarkan pendapat ini, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah adalah suatu proses

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), 208.

¹⁰ Supranto, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran (Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis)*, (Jakarta: Mitra wacana Media, 2011), 211.

¹¹ Griffin, J., *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta: Erlangga, 2003), 118.

yang dilakukan nasabah pada saat mengambil produk tertentu, kemudian nasabah memilih satu alternatif dari beberapa alternatif yang ada.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, diantaranya:

1) Sikap orang lain

Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang, pengurangan alternatif tersebut akan bergantung pada dua hal yaitu:

- a) Intensif sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai nasabah.
- b) Motivasi nasabah untuk mengikuti keinginan orang lain.

Karena semakin besar sikap negatif orang lain, maka akan semakin besar pula nasabah akan mengubah keputusan pembeliannya. Sebaiknya, persepsi seseorang terhadap suatu produk akan meningkat jika seseorang juga menyukai produk yang dia inginkan.¹²

2) Situasi yang tidak terduga

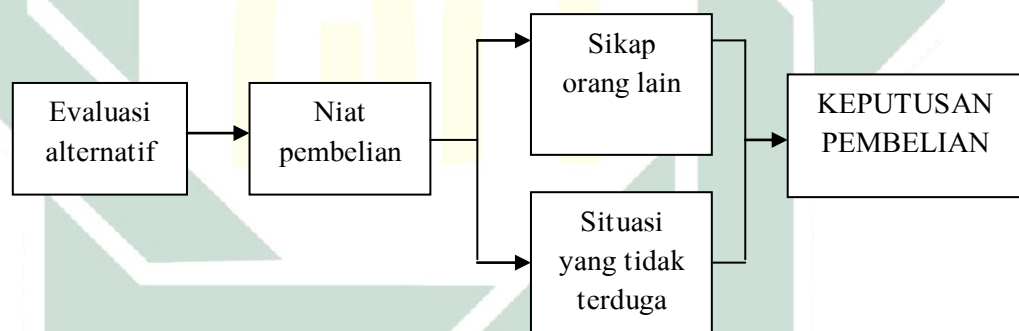
Situasi seperti ini yang dapat muncul dan mengubah niat keputusan pembelian nasabah, keputusan nasabah untuk menunda atau menghindari suatu keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh resiko yang dirasakan. Resiko yang dirasakan

¹² Wahyu Mariaji, *Pengaruh Perilaku konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Compact Disc (CD) di Surabaya*, Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 8, (2014), 3.

nasabah sangatlah berbeda-beda menurut besarnya uang yang dipertaruhkan, dan besarnya kepercayaan diri konsumen. Untuk mengurangi resiko-resiko tersebut, maka konsumen mengembangkan rutinitas tertentu seperti penghindaran keputusan, pengumpulan informasi dari teman-teman dan preferensi atas merek dalam negeri. Dalam konteks ini pemasar harus memahami faktor-faktor yang menimbulkan adanya resiko dalam diri nasabah dan memberikan informasi serta dukungan untuk mengurangi resiko yang dirasakan.¹³

Berikut bagan yang menjelaskan tentang alur keputusan pembelian.

Gambar 2.1 Keputusan Pembelian¹⁴



Perilaku setelah pembelian nasabah merupakan tahap proses keputusan pembelian nasabah melakukan tindakan lebih lanjut, setelah pembelian berdasarkan pada kepuasan atau ketidakpuasan nasabah akan produk tersebut. Yang menentukan nasabah puas atau tidak puas terhadap pembelian

¹³ Ibid., 4

¹⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 357.

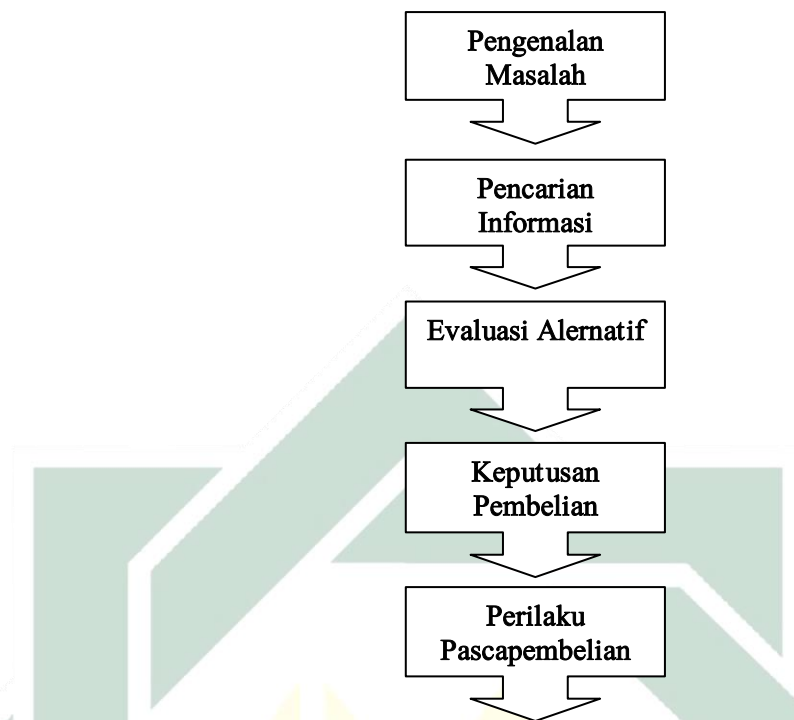
terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan kinerja produk yang dirasakan. Jika produk jauh dibawah harapan nasabah, maka nasabah akan merasa kecewa, dan sebaliknya jika produk memenuhi harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas dan senang.¹⁵

b. Tahap – Tahap Proses Pengambilan Keputusan

Suatu perusahaan yang bagus adalah perusahaan yang melakukan riset atas produk yang mereka miliki melalui proses pengambilan keputusan nasabahnya. Mereka melakukan riset tentang kapan nasabah pertama kali mengenal produk tersebut, serta seperti apa yang menjadi keyakinan nasabah akan produk tersebut, seberapa besar mereka terlibat dengan produk yang bersangkutan, bagaimana nasabah melakukan pemilihan merek (lembaga), dan seberapa puas nasabah atas produk tersebut setelah melakukan proses pembelian.

Terdapat metode yang menggambarkan tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan, sebagai berikut:

¹⁵ Ibid., 327.

Gambar 2.2 Proses Pembelian Model Lima Tahap¹⁶

Gambar 2.2 menunjukkan sebuah model tahapan proses pembelian dalam pengambilan keputusan. Nasabah dalam proses ini melewati lima tahap, yakni: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. Namun, urutan itu tidak berlaku, terutama atas pembelian dengan keterlibatan yang rendah. Seperti konsumen yang membeli produk pasta gigi yang biasa digunakannya langsung mulai dari kebutuhan akan pasta gigi yang menuju keputusan pembelian. Namun penulis menggunakan Gambar 2.2 karena model tahap tersebut mencakup seluruh cakupan

¹⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), 210.

pertimbangan yang muncul saat nasabah menghadapi pembelian produk baru dengan keterlibatan yang tinggi.¹⁷

c. Pengambilan Keputusan Sebagai Pemecahan Masalah

Pengambilan keputusan sebagai pemecahan masalah berfokus pada tujuan nasabah untuk memenuhi apa yang mereka inginkan.¹⁸ Seorang nasabah memersepsikan suatu masalah karena konsekuensi terhadap keinginan atau kebutuhannya belum tercapai seperti contoh: saya sangat kekurangan dana/uang untuk membayar uang sekolah anak saya, maka saya ingin menggadaikan perhiasan emas saya untuk membayar kekurangannya. Nasabah mengambil keputusan mengenai perilaku yang akan ditunjukkan demi meraih berbagai tujuan mereka, dengan demikian pengambilan keputusan nasabah merupakan proses penyelesaian masalah yang terarah pada tujuan.

Penyelesaian masalah nasabah adalah suatu aliran timbal balik yang berkesinambungan diantara faktor lingkungan, proses kognitif dan afektif, serta tindakan perilaku.¹⁹ Dalam hal ini proses pembelian atau penggunaan suatu produk dimulai saat nasabah mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Kebutuhan

¹⁷Ibid., 211.

¹⁸ Doni Hariadi, "Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Project Microvision", *Jurnal Ilmu dan Riset manajemen*, Vol. 1 No. 1, (Januari,2013), 6.

¹⁹ Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), 343.

tersebut dapat disimpulkan oleh rangsangan faktor internal maupun eksternal:

1) Faktor Internal

Hal pertama yang dilakukan nasabah, sesuai dengan kebutuhan umum seseorang dalam membutuhkan dana menjadi alasan utama yang timbul adanya kebutuhan.²⁰

2) Faktor Eksternal

Kedua, kebutuhan ditimbulkan oleh rangsangan eksternal. Yang tertarik akan promosi yang diberikan oleh lembaga untuk melakukan akad gadai syariah dengan nilai taksiran yang tinggi.²¹

Pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu. Dengan mengambil informasi ke berbagai nasabah, peneliti mengidentifikasi rangsangan apa yang dapat membangkitkan nasabah dalam mengambil suatu keputusan pembelian produk, untuk mengembangkan strategi pemasaran yang memicu keputusan pembelian nasabah.

²⁰ Ibid., 344

²¹ Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah dan Implementasi dalam Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Logung Printika, 2009), 46.

3. Teori Gadai Syariah

a. Pengertian Gadai Syariah

Gadai dalam fiqh disebut *Rahn*, yang menurut bahasa adalah nama barang yang dijadikan sebagai jaminan kepercayaan. Sedangkan menurut *syara'* artinya menyerahkan sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan secara hak, tetapi dapat diambil kembali sebagai tebusan.²²

Menurut Muhammad Syafi'i Antonio, gadai syariah (*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 hutang atau gadai.²³

Dalam buku lain juga didefinisikan bahwa *rahn* adalah menahan suatu dengan hak yang memungkinkan pengambilan manfaat darinya atau menjadikan sesuatu yang bernilai ekonomis pada pandangan syaria'ah sebagai kepercayaan atas hutang secara keseluruhan atau sebagian dari barang tersebut.²⁴

²² Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press Anggota IKAPI, 2005), 13

²³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 128.

²⁴ Susilo, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 1999), 156.

Konsep pada pegadaian syariah harus mengacu pada syariah islam yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist Nabi SAW. Adapun landasan yang digunakan yakni:

Q.S. 2 Al Baqarah 28

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ

الَّذِي أُؤْتِيَ أَمَانَتُهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آتَمٌ قَلْبُهُ

وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya:

jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) 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 yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.²⁵

Gadai Syariah (*Ar-Rahn*) adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya dan barang yang ditahan memiliki nilai ekonomis atau barang berharga seperti perhiasan emas. Dengan demikian pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali

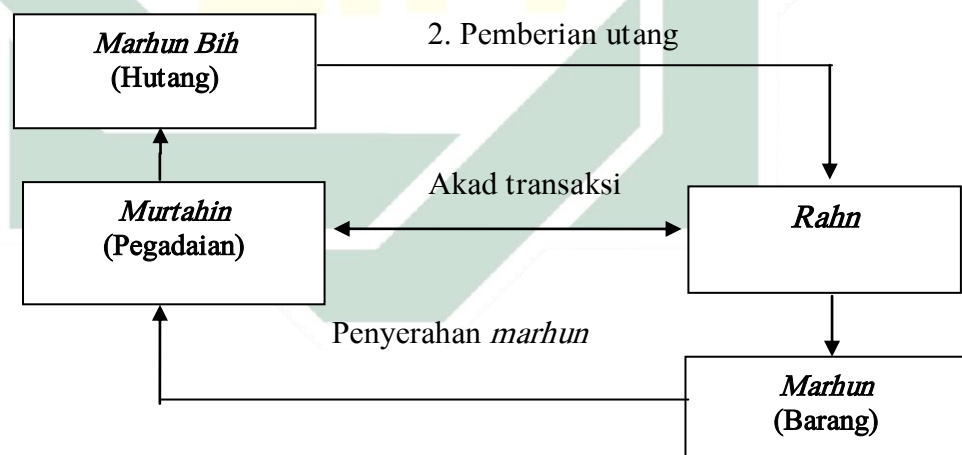
²⁵ Departemen Agama RI, *al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung: CV.Diponegoro, 2003), 5.

seluruh piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan hutang atau gadai.²⁶

b. Mekanisme Gadai Emas Dalam Konsep Ekonomi Islam

Mekanisme pegadaian syariah (*rahn*) cukup mudah dipahami. Adapun melalui akad *rahn* nasabah memberikan barang jaminan dan selanjutnya pihak pegadaian akan menyimpan barang jaminan ditempat yang sudah disediakan. Jangka waktu penyimpanan barang dan pinjaman ditetapkan maksimum empat bulan dari hari transaksi tersebut. Dalam hal ini pihak pegadaian diperbolehkan untuk mengenakan biaya sewa kepada pihak nasabah dengan jumlah sesuai kesepakatan bersama sehingga pihak pegadaian mendapatkan keuntungan dari biaya sewa tempat dan bukan bunga dari besarnya uang yang dipinjamkan.

Gambar 2.3 Skema operasional gadai syariah²⁷



²⁶ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, cetakan kedua (Yogyakarta: Ekonisis, 2012), 55.

²⁷ Nur lailah, *Lembaga Keuangan Islam Non Bank*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013), 34.

B. Penelitian Terdahulu

Dari hasil penelusuran yang dilakukan terhadap penelitian tentang “Pengaruh Nilai Taksiran Emas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai di Pegadaian Syariah Blauran Surabaya”, berikut penelitian sebelumnya yang membahas mengenai nilai taksiran dan gadai emas, yaitu:

1. Penelitian yang ditulis oleh Yalisma Dewi, dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2013 dengan judul “Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusuma Negara, Yogyakarta)”, hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor nilai taksiran, promosi, dan pelayanan secara bersama-sama pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil pengujian parsial menyimpulkan bahwa faktor nilai taksiran dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan faktor promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah pengguna jasa pembiayaan gadai emas syariah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kusuma Negara, Yogyakarta.

Dalam penelitian ini perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan oleh penulis yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, sehingga analisis yang digunakan oleh penulis juga berbeda dan

lembaga yang diteliti oleh penulis sebelumnya merupakan lembaga perbankan yang respondennya tidak sama dengan responden lembaga keuangan syariah jika dilihat dari segi karakteristiknya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Samsul Arifin, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2013 dengan judul “Pengaruh Faktor Nilai Taksiran, Biaya-Biaya dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Emas Tunai Hebat (ETH) di Solusi Tunai Cabang Krian Sidoarjo”. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif untuk mengetahui pengaruh faktor nilai taksiran, biaya-biaya dan pelayanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Emas Tunai Hebat (ETH) di solusi tunai cabang krian sidoarjo. Hasil pengujian parsial menyimpulkan bahwa dari ketiga faktor tersebut, variabel biaya-biaya yang memiliki nilai signifikan kurang dari 5%(sig=0,008), merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk Emas Tunai Hebat (ETH) di solusi tunai cabang krian sidoarjo.

Perbedaannya penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan, lokasi penelitian, dan terletak pada rumusan masalah yang digunakan, karena pada penelitian ini belum dijelaskan tentang perhitungan dalam menetapkan nilai taksiran emas pada produk gadai emas. Maka yang akan dilakukan penulis selanjutnya adalah

menjelaskan tentang pedoman PT. Pegadaian Syariah dalam menetapkan nilai taksiran untuk menentukan jumlah taksiran yang akan diberikan kepada nasabah yang akan melakukan pembiayaan gadai emas syariah.

3. Penelitian selanjutnya ditulis oleh Leni Darwina, dari Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh NAD pada tahun 2008, dengan judul “Pengaruh Jumlah Taksiran Dan Uang Pinjaman Terhadap Laba Bersih Pada Perum Pegadaian Syariah Kota Lhokseumawe”. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara pengujian hipotesis secara parsial terbukti bahwa jumlah taksiran tidak mempengaruhi laba bersih, hal ini sesuai dengan perolehan nilai t -hitung sebesar 0,601 lebih kecil dibandingkan dengan nilai t -tabel yaitu sebesar 2,1604 dan tingkat signifikansi 0,558. Sedangkan uang pinjaman berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada Perum Pegadaian Syaria’ah Kota Lhokseumawe dengan nilai t -hitung sebesar 10,437 dan tingkat signifikansi 0,000.

Perbedaan penelitian ini terletak pada segi variabel (X) yang berganda dan variabel terikat (Y) nya menggunakan laba bersih, sedangkan penulis selanjutnya menggunakan variabel keputusan nasabah. Dalam penelitian sebelumnya jumlah taksiran yang dimaksud belum terspesifikasi, sedangkan penulis menggunakan penelitian terhadap pengaruh nilai taksiran emas yang lebih spesifikasi produk taksirannya.

4. Penelitian yang ditulis oleh Nita Ainul Khasanah, dari Fakultas Dakwah UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2014. Dengan judul “Pengaruh Promosi, Harga Taksiran Barang, dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Non Muslim dalam pemilihan Produk Gadai Emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.” Hasil dari analisis penelitian menunjukkan bahwa faktor promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman memiliki pengaruh positif dan signifikan pada α 5% terhadap minat nasabah non-muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah setelah data itu diidentifikasi *outlier*. Dengan demikian, dari ketiga faktor tersebut, faktor prosedur pencairan pinjaman merupakan faktor yang paling utama atau dominan dalam mempengaruhi minat nasabah non-muslim dalam pemilihan produk Gadai Emas di PT. Bank BRI Syariah KCP gateway-Waru.

Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel (X) yakni dalam penelitian ini penulis sebelumnya menggunakan variabel promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman. Dan variabel (Y) yang digunakan yakni minat nasabah non-muslim, sedangkan penulis selanjutnya menggunakan penelitian dengan variabel (X) nilai taksiran emas dan variabel (Y) keputusan nasabah menggunakan produk gadai syariah.

5. Penelitian yang ditulis oleh Mas ‘adatin dari UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2016. Dengan judul “Pengaruh Biaya Penitipan

(*ujrah*) dan Denda Keterlambatan Pelunasan Produk Gadai Emas Terhadap Kepuasan Nasabah Gadai Emas di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Kas Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep.” Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa biaya penitipan (*ujrah*) dan denda keterlambatan pelunasan produk gadai emas berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah gadai emas. Secara simultan, diketahui dengan perolehan nilai signifikansi pada pengujian uji f adalah $0,000 < 0,05$ dan juga diketahui dari perolehan $f_{hitung} 25.595 > f_{tabel} 3.13$. Sedangkan secara parsial diketahui bahwa nilai signifikan pada X1 adalah 0.005 dan X2 0.001, dimana keduanya < 0.05 dan juga pada perolehan t_{hitung} pada X1 2.938 dan X2 3.518 $> t_{tabel} 1.996$.

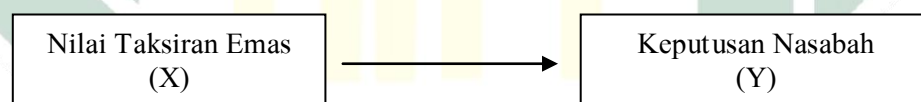
Perbedaan pada penelitian ini terletak pada variabel (X) dan variabel (Y) yang digunakan serta lokasi penelitian yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis sebelumnya menganalisis masalah tentang biaya penitipan (*ujrah*) dan denda keterlambatan pelunasan produk gadai emas yang berpengaruh kepada kepuasan nasabah di lembaga yang diteliti. Dalam penelitian selanjutnya penulis tidak menganalisis variabel yang digunakan oleh penulis sebelumnya yakni menganalisis pengaruh dari nilai taksiran emas terhadap keputusan nasabah.

C. Kerangka Konseptual

Nilai taksiran adalah penentuan harga taksiran emas yang akan digadaikan nasabah untuk mendapatkan dana pinjaman. Dalam menentukan nilai taksiran tidak boleh melebihi dari harga pasar atau nilai taksiran tidak boleh rendah dari harga pasar. Pegadaian Syariah mempunyai pedoman tersendiri terhadap Harga Dasar taksiran Emas (HDE) sebagai simulasi perhitungan pembiayaan yang akan didapatkan oleh nasabah.

Keputusan nasabah adalah tahap akhir yang dilakukan oleh nasabah untuk menggunakan produk gadai syariah atas adanya pengaruh variabel nilai taksiran emas pada produk gadai di Pegadaian Syariah Cabang Baluran Surabaya.

Gambar 2.4 Kerangka Konseptual



D. Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan langkah dalam penelitian setelah penulis mengemukakan kerangka berfikir. Hipotesis adalah Perumusan kesimpulan atau jawaban sementara dari permasalahan penelitian yang akan dibuktikan dengan data empiris.²⁸ Berdasarkan tinjauan pustaka dan

²⁸ Hendri Tanjung, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), 97.

kerangka konseptual, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara nilai taksiran emas terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai di Pegadaian Syariah Blauran Surabaya.

H_1 : Terdapat pengaruh signifikan antara nilai taksiran emas terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai di Pegadaian Syariah Blauran Surabaya.

