

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kegiatan sehari-hari, uang sangat dibutuhkan untuk membeli atau membayar berbagai keperluan. Permasalahan yang sering muncul adalah ketika kebutuhan yang ingin dibeli tidak dapat dicukupi dengan uang yang dimiliki. Banyak juga orang yang ingin mendirikan usaha kecil hingga usaha menengah dan juga mengembangkan usaha yang sudah ada tetapi tidak memiliki cukup uang. Sebagian besar masyarakat memiliki uang atau simpanan yang terbatas sehingga mendorong mereka untuk melakukan pinjaman uang guna memenuhi kebutuhan *financial* masyarakat ataupun pengusaha dalam kegiatan ekonomi. Dengan banyaknya permintaan untuk peminjaman dana, perusahaan membuka gerai peminjaman untuk mengatasi masalah keuangan masyarakat, salah satunya PT. Pegadaian (persero), dimana konsumen bisa memanfaatkan produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan data yang dihimpun dari *tirto.id* nasabah pegadaian terbanyak datang dari kelompok usia 35-44 tahun sebanyak 33%, kelompok usia 25-34 tahun sebanyak 29%, kelompok usia 45-54 tahun sebanyak 11% (Lako, 2017). Dari data tersebut terlihat bahwa konsumen usia menengah keatas sangat membutuhkan pinjaman uang untuk memenuhi kebutuhan ataupun merintis dan mengembangkan usaha. PT. Pegadaian (Persero) merupakan salah satu badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti dimaksud dalam Undang-undang (www.pegadaian.co.id). Menariknya pinjaman uang di pegadaian disebabkan prosedurnya yang mudah, cepat dan biaya yang dikenakan lebih ringan. Masyarakat hanya perlu menunjukkan bukti identitas diri dan barang sebagai jaminan dan mengikuti prosedur peminjaman yang telah ada. Uang pinjaman

dapat diperoleh dalam waktu yang cepat, begitu juga untuk melunasi pinjaman. Nasabah cukup dengan memberikan sejumlah uang dan surat bukti dengan waktu proses yang juga singkat, atau dengan kata lain lembaga pegadaian menjadi pilihan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Hal ini dilakukan sesuai dengan salah satu tujuan dari pegadaian dalam memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan motto “Mengatasi masalah tanpa masalah”.

Masyarakat sudah mengenal pegadaian sebagai institusi yang mengadakan kegiatan pemberian pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan. Seperti halnya lembaga keuangan yang sudah memiliki unit syariah, begitu pula pegadaian. Direktur IKNB Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Moch. Muchlasin mengatakan pegadaian syariah merupakan kegiatan pemberian pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang berdasarkan prinsip syariah. Produk utama pegadaian syariah ada empat. Pertama, penyaluran uang pinjaman dengan jaminan berdasarkan hukum gadai yang dilakukan berdasarkan akad *rahn*. Kedua, penyaluran uang pinjaman dengan jaminan berdasarkan hukum *fidusia* yang dilakukan berdasarkan akad *rahn tasjily*. Ketiga, pelayanan jasa titipan barang berharga, yang dilakukan dengan akad *ijarah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Keempat, pelayanan jasa taksiran, yang dilakukan dengan akad *ijarah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Terdapat beberapa perbedaan antara pegadaian konvensional dengan pegadaian syariah. Perbedaan terletak pada barang jaminan, akan yang digunakan, sistem pendapatan, penentuan besaran pendapatan dan perlakuan atas denda. Barang jaminan pada pegadaian syariah merupakan benda bergerak dan tidak bergerak yang boleh/dapat diperjual belikan. Sementara pada pegadaian konvensional adalah benda bergerak. Pada pegadaian syariah akad yang digunakan yakni *Rahn*, serta *ijarah*. Pada Pegadaian konvensional akad berupa perjanjian kredit dengan hak gadai. Pada Pegadaian Syariah sistem pendapatan atas dasar *ujrah* (sewa), *mu'nah* (jasa pemeliharaan) atau atas dasar lain sesuai dengan kesepakatan dan sesuai prinsip

syariah. "Pada pegadaian konvensional atas dasar bunga," ujar dia, melalui siaran pers kepada (economy.okezone.com, 2017).

Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian mempunyai 2 sistem Gadai yaitu gadai menurut kitab Undang–Undang Hukum Perdata dan sistem Gadai menurut Hukum Islam (Syariah). Teknisnya, konsumen bisa memilih salah satu sistem ini untuk mereka pergunakan. Landasan Hukum yang ada pada sistem Gadai menurut Kitab Undang–Undang Hukum Perdata adalah Pasal 1150–Pasal 1160 Kitab Undang–Undang Hukum Perdata. Pelaksanaan pada Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian, sistem Gadai ini menurut Kitab Undang–Undang Hukum Perdata diatur berdasarkan peraturan pemerintah nomor 103 tahun 2000 tentang Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian. Sistem gadai menurut hukum islam (Syariah) menerapkan prinsip bagi hasil dan diatur dalam Fatwa DSN nomor 25/DSN-MUI/III/2000 yang membahas tentang *Rahn*, menyatakan pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan hutang dalam bentuk *Rahn* dibolehkan asalkan memenuhi syarat sebagai berikut :

1. *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *Marhun* (barang) sampai semua hutang *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 hutangnya.
- b) Apabila *Rahin* tetap tidak dapat melunasi hutangnya, maka *Marhun* dijual paksa/dieksekusi melalui lelang sesuai syariah.
- c) Hasil penjualan *Marhun* digunakan untuk melunasi hutang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.
- d) Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *Rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *Rahin*”.

Menurut Buttle (2007), perusahaan juga harus memperhitungkan nilai-nilai pelanggan supaya pelanggan tetap bertahan dan memakai produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Strategi inti dalam bisnis yaitu mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk mencapai tujuan beserta nilai bagi para konsumen sasaran secara menguntungkan.

Menurut Kotler (2005), menyatakan bahwa “Customer value adalah selisih antara evaluasi calon pelanggan atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif-alternatif lain yang dipikirkan.” Definisi yang diungkapkan Kotler menunjukkan bahwa customer value menyangkut manfaat dan pengorbanan, dimana pelanggan akan membandingkan perolehan dari manfaat dan pengorbanan yang dilakukan. Apabila manfaat dirasakan lebih besar dari pengorbanan maka kemungkinan besar ia memilih nilai tawaran tersebut, dan begitu pun sebaliknya apabila manfaat yang dirasakan lebih sedikit dari pengorbanan yang dilakukan maka pelanggan tersebut akan meninggalkan tawaran perusahaan.

Perusahaan dapat dikatakan lebih unggul dari pesaingnya apabila memiliki nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan. Terkadang konsumen lebih memilih produk yang murah dengan kualitas biasa saja, dan ada juga konsumen yang lebih memilih produk yang lebih

mahal demi mendapatkan kualitas yang terbaik. Perusahaan perlu mempertimbangkan produk atau jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen agar terciptanya nilai pelanggan atas suatu produk atau jasa.

Menurut Sunyoto (2012), sebuah produk adalah sekelompok atribut nyata dan tidak nyata, didalamnya termasuk kemasan, warna, harga, mutu dan merek ditambah dengan pelayanan dan reputasi penjual. meningkatnya mutu suatu produk pada sebuah perusahaan dapat dilihat berdasarkan kepuasan pelanggan. Dengan memberikan nilai pelanggan yang maksimal dapat membuat konsumen percaya dan lebih memilih produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga konsumen memberikan loyalitas kepada perusahaan.

Terkait dengan sangat dibutuhkannya sarana peminjaman uang bagi masyarakat dan untuk menciptakan nilai pelanggan menuntut PT. Pegadaian perlu menentukan strategi dalam nilai pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. PT. Pegadaian menawarkan produk sesuai kepercayaan terhadap prinsip syariah yaitu produk rahn. Menurut (Munawir, 1997) rahn adalah semacam jaminan piutang atau gadai yaitu menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis jelaskan PT. Pegadaian berusaha membangun loyalitas konsumen yang mempertimbangkan aspek syariah dalam bertransaksi di pegadaian, maka penulis mengambil topik yaitu: **“Penerapan *Customer Value* Untuk Peningkatan Minat Nasabah dalam Memilih Produk *Rahn* pada PT. Pegadaian Syari’ah Cabang Cengkeh Padang”**.