PERSEPSI DAN MOTIVASI NASABAH TERHADAP PRAKTEK AKAD *RAHN EMAS* DI BPRS BHAKTI SUMEKAR

ARTIKEL SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Strata Satu

Jurusan Akuntansi

Oleh :

DEWI MASITHA

2008310060

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2012

PENGESAHAN ARTIKEL SKRIPSI

Nama	:	Dewi Masitha
Tempat, Tanggal Lahir	:	Bangkalan, 21 Mei 1991
N.I.M	:	2008310060
Jurusan	:	Akuntansi
Program Pendidikan	:	Strata I
Konsentrasi	:	Akuntansi Manajemen
Judul	:	Persepsi dan Motivasi Nasabah Terhadap Praktek Akad *Rahn* Emas di BPRS Bhakti Sumekar

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

Tanggal : Maret 2012

Kautsar Riza Salman, SE. MSA. Ak. BKP

Ketua Program S1 Akuntansi

Tanggal : Maret 2012

Supriyati SE., M.Si., Ak.

THE PERCEPTIONS AND MOTIVATION OF CUSTOMERS TOWARDS AKAD RAHN EMAS PRACTICE IN BPRS BHAKTI SUMEKAR

Dewi Masitha

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2008310060@students.perbanas.ac.id

Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

Shariah banking system that began to emerge in Indonesia prompted many banks to be more active in offering its products. It proved since its establishment in 2004, BPRS Bhakti Sumekar started to introduce Rahn emas products that aim to help the Sumenep public economic activities. The things that the writer wants investigates is that in using this product can be ensured that every customer has differences judgment / perception, and many kind of motivations that underlying them to perform the contract of Rahn emas in the BPRS Bhakti Sumekar. A wide range of indicators will be used to measure customer perceptions and motivations. This study is a qualitative descriptive study that sought to describes complexly on the subject under study that will bring many perspectives to be revealed. The descriptive analysis in this study included the mean of each indicators that will be made in a percentage form which will then be compared with each other. The objects or respondents that is used are the employees and customers of the Rahn emas in BPRS Bhakti Sumekar. The data collection in this study using a Likert scale questionnaire which is distributed to 30 clients, interviews and direct observations. The highest indicator of perceptions that is owned by SRB Bhakti Sumekar is reliability, while the biggest motivation is owned by the customers come from within themselves / psychological side of themselves.

***Key Words** : Perception, Motivation, Rahn Emas*

PENDAHULUAN

Akuntansi selalu mengalami perubahan seiring berkembangnya jaman. Berbagai macam sistem ekonomi pernah kita dengar, mulai dari sosialis, liberal, kapitalis hingga sistem syari'ah yang akhir-akhir ini hangat diperbincangkan. Ternyata sistem kapitalis tidak lagi mampu menopang perekonomian negara - negara maju. Terbukti saat ini perekonomian dunia mulai mengalami krisis yang mengakibatkan berbagai perusahaan harus gulung tikar, contohnya saja Amerika Serikat. Hal ini berdampak pula bagi Indonesia sebagai negara berkembang yang sebagian perusahaan di negeri ini adalah milik investor dari luar.

Akuntansi syari'ah mulai menunjukkan eksistensinya. Di Indonesia sendiri yang didominasi oleh masyarakat beragama Islam sangat mudah untuk menemukan berbagai macam lembaga keuangan syari'ah. Mereka menginginkan segala kegiatan yang mereka lakukan telah sesuai dengan syariat Islam, termasuk kegiatan perekonomiaannya. Di Indonesia bank berbasis syari'ah diawali oleh Bank Muamalat, lalu ada pula berbagai bank konvensional seperti: Bank Mandiri, BRI, BNI dan yang lainnya yang mulai merambah ke bank syari'ah.

Lembaga keuangan syari'ah tidak hanya berupa bank saja, adapula Unit Usaha Syari'ah, Bank Perkreditan Rakyat

Syari'ah yang saat ini telah berubah menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah, dan lembaga keuangan keuangan syari'ah lainnya seperti Pegadaian Syari'ah. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan peraturan-peraturan terkait dengan akuntansi syari'ah, diantaranya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah, KDPPLK (Konsep Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan) Bank Syariah, PSAK No. 59, PSAK No. 101 - 110, PAPSI (Pedoman Akuntansi Perbankan Syari'ah).

Sistem syari'ah merupakan harapan dan kebutuhan masyarakat Indonesia, pangsa pasar ini juga menjadi landasan dari BPRS Bhakti Sumekar untuk melakukan kegiatan usahanya. Dan salah satu produk yang ditawarkan ialah *Rahn* emas atau lebih dikenal dengan gadai emas. *Rahn* emas memiliki syarat bahwa barang yang dijaminkan adalah emas milik nasabah. Emas dipilih dikarenakan bahwa emas menjadi salah satu barang yang dijadikan investasi oleh masyarakat.

Tanpa harus melakukan transaksi hutang piutang ataupun penjualan, dengan menggadaikan barang saja sudah cukup bagi nasabah untuk mendapatkan dana yang mereka inginkan. Pada hakikatnya barang yang menjadi penjaminan atas gadai terdiri dari berbagai macam (kendaraan bermotor, surat berharga, emas, dan barang tidak bergerak lainnya). Maksud dan tujuan dari produk ini yaitu ingin meningkatkan kesejahteraan masyarakat dari berbagai golongan melalui penyediaan dana atas dasar hukum gadai, serta menghindari masyarakat dari gadai gelap, praktik riba dan pinjaman tidak wajar lainnya.

Yang akan menjadi subjek penelitian kali ini adalah para nasabah yang melakukan akad *Rahn* emas di BPRS Bhakti Sumekar. BPRS Bhakti Sumekar yang memiliki lokasi di Kabupaten Sumenep memiliki nasabah *Rahn* emas yang cukup banyak karena mayoritas masyarakat disana lebih memilih menginvestasikan dana mereka berupa emas karena lebih mudah untuk diuangkan. Terlebih dengan adanya produk gadai yang memungkinkan mereka untuk memperoleh dana tanpa harus kehilangan emasnya.

Setiap nasabah memiliki persepsi yang berbeda-beda terkait dengan praktek akad *Rahn* emas yang terdapat di BPRS Bhakti Sumekar. Menurut Gale (1994) dalam penelitian yang dilakukan oleh Alida Palilati (2007), mengungkapkan bahwa persepsi konsumen terhadap nilai atas kualitas yang ditawarkan relatif leih tinggi dari pesaing akan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan maka semakin besar kemungkinan terjadinya transaksi.

Dengan persepsi yang seperti ini akan jauh lebih menguntungkan bagi pihak bank, mereka menginginkan hubungan jangka panjang dari para nasabahnya sebab usaha dan biaya yang dikeluarkan akan lebih besar apabila mereka harus menarik nasabah baru dibandingkan mempertahankannya. Persepsi nasabah merupakan penilaian, pendapat, tanggapan mengenai bagaimana kualitas dari praktek akad *Rahn* itu sendiri.

Motivasi dalam memutuskan suatu hal antar individu pasti terdapat perbedaan. Inilah yang juga menjadikan alasan penulis memilih judul **" Persepsi dan Motivasi Nasabah Terhadap Praktek Akad *Rahn* Emas di BPRS Bhakti Sumekar ".** Penulis ingin mengetahui apa sebenarnya motif para nasabah memilih produk *Rahn* emas, baik motivasi secara internal maupun eksternal.

RERANGKA TEORITIS

Penelitian Terdahulu

Rachmad Hidayat (2009)

Judul penelitian yang dilakukan oleh Racmad Hidayat adalah "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri". Secara garis besar masalah yang ingin diteliti oleh Racmad Hidayat disini adalah apakah ada pengaruh antara kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Hasilnya adalah terdapat pengaruh positif antara kualitas produk, kualitas layanan dan nilai bagi nasabah terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan dan kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, namun akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan diantarai oleh kepuasan nasabah dan yang terakhir bahwa nilai bagi nasabah serta kepuasan nasabah akan berpengaruh posistif terhadap loyalitas nasabah.

Wakhyudin dan Sasli Rais (2009)

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Wakhyudin dan Sasli Rais yang berjudul " Pengembangan Pegadaian Syari'ah di Indonesia Dengan Analisis SWOT ". Mereka melihat bahwa perkembangan pegadaian syari'ah di Inonesia telah menunjukkan kemajuan yang sangat cepat, namun bagaimana perkembangan tersebut tetap perlu terus dipantau. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Wakhyudin dan Sasli Rais adalah kekuatan dari Pegadaian Syari'ah merupakan organisasi yang saat ini memiliki jumlah anggota yang sangat besar, namun hal ini menjadi kelemahan bahwa dengan anggota yang besar menurunkan tingkat efektifitas koordinasi dan komunikasi antar anggota. Lalu peluangnya adalah konsumen atau calon nasabah masih cukup lebar, sedangkan tantangannya adanya masyarakat yang membuka 'gadai' swasta dengan memberikan kemudahan untuk semua jenis barang gadai sehingga keberadaannya terus berkembang meskipun masih illegal.

Alida Palilati (2007)

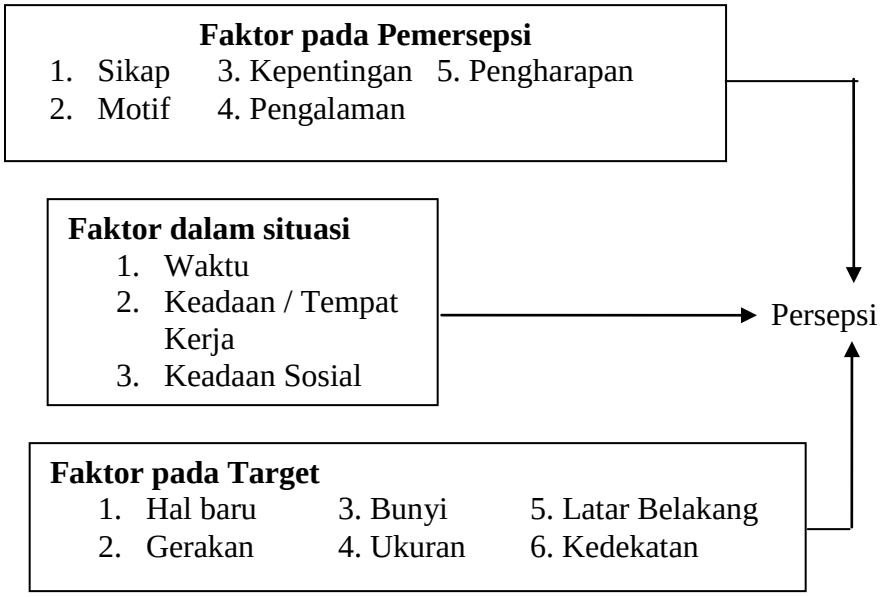
" Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan ". Dalam penelitian ini Alida Palilati ingin mengangkat masalah bagaimana nilai pelanggan yang terdiri dari : harga, produk, pelayanan, orang, citra perusahaan serta profesionalisme staf dan hadiah serta kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Hasil dari penelitian ini bahwa ternyata rata-rata tingkat kepuasan untuk nasabah berada di bawah harapan yang diinginkan oleh nasabah, namun ketidakpuasan itu masih berada dalam batas-batas toleransi. Serta faktor yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap tingkat kepuasan adalah profesionalisme staff dalam melakukan tugasnya.

Persepsi

Menurut Arfan Ikhsan Lubis dalam bukunya Akuntansi Keperilakuan, persepsi adalah bagaimana orang-orang melihat atau menginterpretasikan peristiwa, objek, serta manusia. Dan proses dimana seseorang memilih, berusaha dan menginterpretasikan rangsangan ke dalam suatu gambaran yang terpadu dan penuh arti. Persepsi merupakan objek atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan dimana di dalamnya terdapat faktor personal dan situasional. (Arfan Ikhsan Lubis, 2004 : 93)

Secara implisit, Robins (1996) dalam Arfan Ikhsan Lubis mengatakan bahwa persepsi suatu individu terhadap objek sangat mungkin memiliki perbedaan dengan persepsi individu lain terhadap objek yang sama. Arfan Ikhsan Lubis mencoba menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi.

Gambar 1
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi



Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan persepsi seseorang seperti yang dikutip dalam buku karya Mitfah Thoha antara lain:

1. Psikologi
   Keadaan psikologi sangat mempengaruhi persepsi tiap-tiap individu. Individu yang sedang dalam kondisi psikologi baik akan lebih mudah untuk memahami dan menangkap apa yang ada di sekitarnya. Sejelas apapun kita mencoba untuk menjelaskan atau mengungkapkan sesuatu kepada individu yang sedang tidak dalam kondisi psikologi yang baik maka hal tersebut akan ditangkap setengah-setengah bahkan mungkin tidak berdampak apapun terhadap persepsi awal yang mereka miliki.
2. Famili
   Faktor yang kedua adalah famili atau faktor keluarga. Hal ini karena keluarga merupakan bagian terdekat dan sangat mempengaruhi bagi tiap-tiap individu. Dimisalkan dalam penelitian ini jika seorang ibu melakukan transaksi akad *Rahn* emas, lalu sang anak juga melakukan hal yang sama pada bank yang sama. Maka kemungkinan besar bahwa persepsi yang dimiliki oleh sang ibu dan anak ini akan sama.
3. Kebudayaan
   Kebudayaan dan lingkungan masyarakat juga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap perbedaan sikap, nilai dan cara seseorang memandang dan memahami lingkungan sekitar. Dimana hal itu akan turut mempengaruhi persepsi mereka.

Motivasi

Motivasi menurut Arfan Ikhsan Lubis adalah proses yang dimulai dengan definisi fisiologis atau psikologis yang menggerakkan perilaku atau dorongan yang ditujukan untuk tujuan intensif. Perilaku seseorang menurut Fred Luthans merupakan interaksi dari suatu lingkaran yang di dalamnya terdapat motivasi dan tujuan.

Beberapa teori motivasi yang coba untuk penulis ungkapkan disini antara lain :

1. **Teori kebutuhan**
   Maslow mencoba mengungkapkan ada 5 tipe kebutuhan yang biasanya mendasari motivasi manusia.
   Kebutuhan fisiologis, merupakan kebutuhan fisik manusia paling dasar.
   Kebutuhan keamanan, merupakan kebutuhan manusia akan rasa aman, terlindungi dari ancaman dan bahaya.
   Kebutuhan sosial / kepemilikan, merupakan kebutuhan akan rasa cinta dan kasih sayang serta penerimaan dari lingkungan dan orang-orang sekitar.
   Kebutuhan penghargaan, merupakan kebutuhan manusia untuk mendapatkan sebuah apresiasi, prestasi, pengakuan ataupun perhatian dari pihak luar.
   Kebutuhan aktualisasi diri, seseorang akan mengembangkan potensi yang ada dalam diri mereka secara maksimal.
2. **Teori dua faktor**
   Menurut Herzberg ada dua faktor yang memberikan kontribusi terhadap perilaku seseorang. Faktornya antara lain higiene dan motivator. Faktor higiene, merupakan faktor-faktor yang menyebabkan hadirnya kepuasan atau ketidakpuasan. Faktor yang kedua adalah motivator,
3. **Teori ERG**
   Existence needs. Merupakan kebutuhan akan kesejahteraan fisik.
   Relatedness needs. Merupakan kebutuhan akan hubungan sosial antar sesama.
   Growth needs. Kebutuhan akan perkembangan potensi manusia dan keinginan untuk berkompetensi.
4. **Teori kebutuhan yang didapat**
   Ada tiga jenis kebutuhan seperti yang diungkapkan oleh McClelland. Yaitu : kebutuhan akan pencapaian atau prestasi, kebutuhan akan afiliasi, kebutuhan akan kekuasaan.
5. **Teori X dan Y**
   Ditemukan oleh Douglas McGregor, menyimpulkan manusia memiliki dasar negatif yang diberi tanda X dan dasar positif yang diberi tanda Y. Ia menyimpulkan bahwa pandangan seseorang mengenai kodrat manusia didasarkan pada pengelompokkan pengandaian - pengandaian tertentu.
6. **Teori keadilan**
   Sebenarnya teori keadilan ini juga bisa mengarah kepada persepsi seseorang. J. Stacy Adams mengungkapkan bahwa ketidakadilan yang mereka terima dari sebuah keadaan, atau ketidakadilan yang mereka terima dari perilaku seseorang di sekitarnya akan memunculkan persepsi dan motivasi yang berlainan.
7. **Teori harapan**
   Tidak hanya lingkungan ataupun perilaku orang disekitar yang memengaruhi motivasi. Namun harapan - harapan dan ekspektasi yang muncul dari dalam diri seseorang akan memunculkan motivasi untuk melakukan suatu hal yang sesuai dengan harapannya.

Definisi, Asas, Fungsi Bank Syari'ah

Pasal 1 undang - undang No. 21 tahun 2008 menyebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk - bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank syari'ah adalah bank yang menjalankan seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah dan berpegang pada hukum Islam. Bank syari'ah terbagi atas Bank Umum Syari'ah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS). BPRS adalah bank syari'ah yang melaksanakan kegiatan usahanya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Baik BUS maupun BPRS sama-sama bertujuan untuk menunjang

pembangunan nasional yang adil, memiliki asas kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan masyarakat luas.

Adapun fungsi bank syari'ah menurut pasal 4 undang - undang No. 21 tahun 2008 yaitu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Tujuan tersebut dibagi menjadi 4 fungsi utama, yaitu : Fungsi Manajer Investasi, investor, sosial dan jasa keuangan.

Jenis-Jenis Akad

1. ***Tabarru',*** dalam akad ini hanya dimaksudkan untuk menolong sesama tanpa mengharapkan adanya laba. Sehingga semata - mata hanya mengharap ridha Allah SWT. Contoh dari akad ini adalah : *hibah, ibra, wakalah, kafalah, hawalah, rahn, qard al qardul hasan, wadi'ah.*
2. ***Tijari atau Tijarah,*** Akad *tijari* ini memperbolehkan seluruh pihak yang melakukan akad ini untuk memperoleh keuntungan. Berbagai macam contoh dari akad ini yaitu : *murabahah, mudharabah, ijarah, ijarah muntahiya bittamlik, salam, ba'i, istishna, musyarakah, sharf, muzara'ah, mukhabarah, barter.*

***Rahn* Emas**

Rahn yaitu menahan barang sebagai jaminan atas utang atau pinjaman, dalam pembahasan kali ini barang yang menjadi jaminan adalah emas. Akad *Rahn* bertujuan agar pemberi pinjaman lebih memercayai pihak yang berutang. Pemeliharaan dan penyimpanan barang gadai hakekatnya adalah kewajiban pihak yang menggadaikan (*rahin* atau nasabah), namun dapat juga dilakukan oleh pihak yang menerima barang gadai (*murtahin* atau bank) dan biayanya ditanggung *rahin.* Untuk barang gadai berupa emas, tidak ada biaya pemeliharaan hanya ada biaya penyimpanan.

Pada saat jatuh tempo, pihak nasabah wajib untuk melunasi utangnya, jika ia tidak dapat melunasinya maka barang gadaian tersebut akan dijual. Hasil penjualan bersih tersebut nantinya akan digunakan untuk melunasi utang dan biaya pemeliharaan yang terutang. Apabila terdapat selisih lebih antara hasil penjualan bersih dengan jumlah terutang, maka selisih tersebut akan diserahkan kepada nasabah. Namun jika terjadi kekurangan maka kekurangan tersebut wajib ditanggung oleh pihak yang berutang.

Adapun dasar hukum *Rahn* yaitu :

1 . Al - Baqarah ayat 283

> " 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 "

2 . Hadits riwayat Bukhari dan Muslim

> " Sesungguhnya Rasulullah s.a.w. pernah membelimakanan dengan berutang dari seorang Yahudi, danNabi menggadaikan sebuah baju besi kepadanya "

3 .Hadits riwayat Al - Syafi'i al - Daraquthni dan Ibnu Majah

> " Tidak terlepas kepemilikan barang gadai dari pemilik yang menggadaikannya. Ia memperoleh manfaat dan menanggung resikonya "

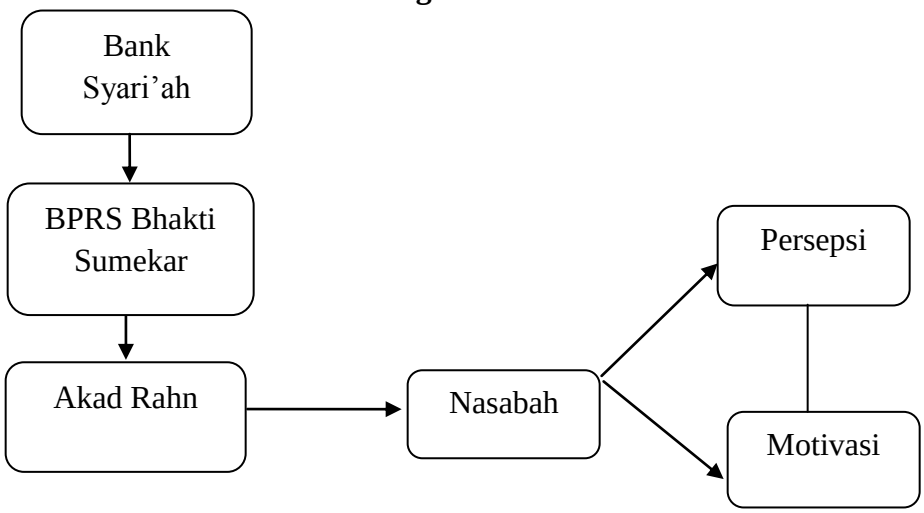
4 HR. Jamaah kecuali Muslim dan Al Nasa'i :

> Tunggangan (kendaraan) yang digadaikan boleh dinaiki dengan menanggung biayanya dan binatang ternak yang digadaikan dapat diperah susunya dengan menanggung biayanya. Orang yang menggunakan kendaraan dan memerah susu tersebut wajib menanggung biaya perawatan dan pemeliharaan.

5 Fatwa DSN MUI No: 25/DSN-MUI/III/2002, tentang *rahn.*

6 Fatwa DSN MUI No: 26/DSN-MUI/III/2002, tentang *rahn* emas.

Gambar 2
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial dan hubungan antara fenomena yang diuji. Jika dilihat dari metode analisisnya, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian fenomenologis. Dimana penelitian fenomenologis melihat secara dekat interpretasi individual tentang pengalaman - pengalamannya.

Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi oleh persepsi dan motivasi positif yang dimiliki nasabah baik melalui faktor internal maupun eksternal. Juga melihat bagaimana pihak BPRS dalam menangani nasabah terkait dengan akad *Rahn* emas.

Identifikasi Unit Analisis

Adapun unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi dan motivasi. Kedua unit analisis ini bersifat terpisah, artinya tidak memiliki kaitan diantara unit analisis lainnya. Pengukuran dalam unit analisis dapat dilihat indikatornya dalam item pertanyaan yang terdapat dalam instrumen penelitian.

Definisi Operasional dan Unit Analisis

1. Persepsi
   Persepsi adalah bagaimana orang - orang melihat atau menginterpretasikan peristiwa, objek, serta manusia. Proses persepsi seseorang dipengaruhi oleh faktor personal dan situasional. Pengukuran dilakukan dengan melihat indikator dari persepsi, yaitu : *compliance* yang berkaitan dengan prinsip syari'ah, jaminan, keandalan, bukti nyata, empati dan daya tanggap.
2. Motivasi
   Motivasi adalah dorongan baik secara internal maupun eksternal seseorang yang membangkitkan antusiasme untuk melakukan sesuatu hal guna mewujudkan dan memenuhi keinginannya. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat motivasi nasabah dari sisi psikologis dan sosiologis.

Responden Atau Objek Penelitian

1. Para nasabah akad *Rahn* emas di BPRS Bhakti Sumekar, untuk mengetahui bagaimana persepsi dan motivasi mereka terkait dengan praktek akad *Rahn* emas.

2. Direktur utama BPRS Bhakti Sumekar, untuk mengetahui visi misi serta tujuan mereka terkait dengan adanya produk *Rahn* emas.
3. Karyawan BPRS Bhakti Sumekar yang secara khusus menangani produk *Rahn* emas.

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada pihak BPRS Bhakti Sumekar, yaitu Direktur Utama serta para karyawan yang khusus menangani Rahn emas dan kuesioner yang akan diberikan pada 30 nasabah Rahn emas untuk mengetahui sejauh mana persepsi dan motivasi mereka terhadap produk *Rahn* emas yang ditawarkan oleh BPRS Bhakti Sumekar.

Kuesioner yang dibagikan tersebut terdiri dari profil responden, persepsi nasabah, motivasi nasabah serta pertanyaan terbuka terkait produk *Rahn* emas yang digunakan oleh nasabah. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban. Analisis deskriptif yang dilakukan mencakup pencarian mean di masing – masing indikator untuk setiap unit analisis yang nantinya akan dicari mean total secara keseluruhan. Dimana akan dibuat interval kelas dan persentase untuk menghasilkan sebuah kesimpulan terkait dengan persepsi dan motivasi nasabah. Berikut rumus yang digunakan untuk menentukan interval kelas di setiap indikator :

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Tabel 1
Interval Kelas

Interval	Jawaban	Nilai
1,00 Sampai 1,8	Sangat Tidak Setuju	1
1,8 Sampai 2,6	Tidak Setuju	2
2,6 Sampai 3,4	Ragu – Ragu	3
3,4 Sampai 4,2	Setuju	4
4,2 Sampai 5,00	Sangat Setuju	5

Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis dan Sumber Data

Data Primer terdiri dari transkrip wawancara, kuesioner dan catatan observasi langsung seperti gambar atau video.

Data Sekunder berupa dokumen – dokumen yang terkait dengan praktek akad *Rahn* emas serta informasi-informasi lain berkaitan dengan gambaran umum perusahaan.

Metode Pengumpulan Data

1. Dokumen. Memeriksa, meneliti dan mempelajari dokumen yang berhubungan dengan praktek akad *Rahn* emas serta informasi - informasi lain berkaitan dengan gambaran umum perusahaan. Dokumen ini dapat diperoleh dari pihak manajemen bank.
2. Observasi Langsung. Observasi dilakukan di kantor BPRS Bhakti Sumekar untuk menyajikan gambaran realistik perilaku atau kejadian. Setiap setelah melakukan observasi dibuktikan dengan adanya catatan observasi.

3. Wawancara. Hal ini dilakukan untuk mengetahui langsung bagaimana tanggapan atau jawaban dari pihak BPRS Bhakti Sumekar. Dengan menggunakan bentuk wawancara terbuka yang sifatnya tidak membatasi jawaban dari pihak responden.
4. Kuesioner. Berupa daftar pernyataan terkait dengan persepsi dan motivasi nasabah praktek akad *Rahn* emas di BPRS Bhakti Sumekar. Kuesioner menggunakan skala likert agar memudahkan dalam proses analisis data.

Teknik Analisis Data

Mengumpulkan dokumen berisi gambaran umum perusahaan dan informasi mengenai akad *Rahn* emas yang dipraktekkan dalam BPRS Bhakti Sumekar. Melakukan teknik wawancara kepada pihak bank. Melakukan observasi langsung di perusahaan.

Menyebarkan kuesioner dan mewawancarai para nasabah *Rahn* emas. Menganalisis dan mengolah semua data-data yang terkumpul. Menyesuaikan data hasil olahan dengan teori - teori yang terkait serta proposisi yang ada. Menarik kesimpulan atas penelitian.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Deskripsi responden

Karakteristik responden yang diperoleh antara lain data tentang nama, jenis kelamin, usia, kurun waktu menjadi nasabah, pekerjaan dan status pernikahan. Dari hasil pengumpulan kuesioner diketahui bahwa mayoritas nasabah *Rahn* emas di BPRS Bhakti Sumekar berjenis kelamin pria sebanyak 19 orang atau 63,3 persen.

Mayoritas responden berusia 20 - 30 tahun dengan presentase sebesar 40 persen, mayoritas responden telah menjadi nasabah *Rahn* emas selama lebih dari 2 tahun sebanyak 13 orang atau 43,3 persen, sebagian besar pekerjaan / profesi responden adalah wiraswasta dan pedagang, dan mayoritas responden dalam penelitian kali ini berstatus menikah dengan presentase 93,3 persen.

Persepsi Nasabah

Compliance

Nilai mean tertinggi sebesar 4,37 terdapat pada pernyataan dimana nasabah sangat setuju bahwa akad *Rahn* emas sesuai dengan kesepakatan bersama. Penentuan pinjaman didasarkan pada keinginan para nasabah, sehingga pihak bank tidak memiliki batasan dan paksaan dalam menentukan jumlah pinjaman selama tidak lebih dari 80 persen dari nilai taksiran emas yang menjadi barang jaminan. Berbagai persyaratan yang terdapat dalam kontrak / akad secara keseluruhan didiskusikan terlebih dahulu kepada nasabah sebelum mereka menandatangani kontrak / akad gadai yang ada.

Sedangkan nilai mean terendah sebesar 4,10 yang berarti bahwa nasabah tidak menemukan adanya materi yang diharamkan. Misalkan, biaya yang dibebankan kepada nasabah dinilai tidak wajar dan merupakan “ bunga ” yang justru semakin lama akan semakin meningkat layaknya yang terjadi dalam pegadaian konvensional.

Namun secara umum nasabah menyatakan sangat setuju dengan produk *Rahn* emas yang menurut mereka telah sesuai dengan prinsip – prinsip syari’ah.

Assurance

Nilai mean tertinggi sebesar 4,4 yang memiliki arti nasabah sangat setuju bahwa selama ini merasa aman menggunakan produk *Rahn* emas yang dimiliki oleh BPRS Bhakti Sumekar.

Selanjutnya pernyataan yang mendapat nilai setuju dari para nasabah yaitu : keakuratan dalam pengadministrasian artinya selama ini tidak ada kesalahan pencatatan yang disebabkan oleh kesalahan

dari pihak bank, nasabah juga setuju bahwa karyawan mampu dan terampil menyelesaikan masalah mereka, dan yang terkahir adalah karyawan yang memiliki pengetahuan yang cukup tinggi terhadap produk *Rahn* emas. Karena tidak semua nasabah mengerti akan bahasa perbankan, disinilah peran utama dari seorang *teller*. Secara umum mayoritas nasabah *Rahn* emas setuju dengan jaminan yang diberikan oleh pihak BPRS Bhakti Sumekar.

Reliability

Pernyataan yang memiliki nilai mean tertinggi sebesar 4,37 adalah bahwa nasabah sangat setuju selama ini mendapatkan pelayanan yang tepat waktu tanpa membedakan status yang ada diantara mereka. Status yang berbeda tidak menjadi suatu masalah bagi BPRS Bhakti Sumekar dalam memberikan pelayanan bagi nasabahnya.

Nilai mean terendah terdapat pada pernyataan bahwa nasabah setuju semua masalah yang mereka hadapi terkait dengan produk *Rahn* emas dapat terselesaikan dengan tuntas. Secara umum nasabah memberikan penilaian sangat setuju dengan keandalan yang dimiliki oleh pihak BPRS Bhakti Sumekar khususnya untuk produk *Rahn* emas yang mereka tawarkan.

Tangibles

Mean tertinggi dengan nilai 4,13 yaitu bahwa nasabah setuju dengan seragam para karyawan yang rapi dan sesuai dengan syariah serta letak brosur dan slip yang menurut mereka mudah dijangkau. Karena jika hal ini terjadi maka akan mempersulit dan memperlambat nasabah dalam melakukan transaksi.

Sedangkan nilai mean terendah sebesar 3,67 terdapat pada pernyataan bahwa mereka setuju jumlah karyawan yang ada sudah sesuai dengan jumlah nasabah. Akan tetapi ada beberapa pendapat yang tidak menyetujui bahwa jumlah karyawan yang ada saat ini sudah sesuai dengan jumlah nasabah. Mereka berharap ada tambahan karyawan sehingga disaat jam operasional yang sedang ramai, sehingga mereka tidak perlu mengantri cukup lama.Kesimpulan dari indikator ini yaitu bahwa nasabah setuju dengan bukti nyata yang diberikan oleh pihak BPRS Bhakti Sumekar.

Empathy

Nilai mean tertinggi terdapat pada pernyataan keempat dengan nilai 4,2 yang berarti nasabah setuju bahwa karyawan memberikan perhatian kepada nasabah berupa ucapan selamat datang dan sejenisnya.

Nilai mean terendah 2,13 terdapat pada pernyataan kedua yang artinya nasabah tidak setuju bahwa selama ini karyawan menunjukkan ketidaknyamanannya terhadap keluhan nasabah. Artinya selama ini mereka tidak merasakan ada rasa tidak nyaman yang ditampakkan oleh karyawan saat melayani mereka.

Kesimpulannya adalah bahwa nasabah setuju terhadap empati yang ditunjukkan oleh pihak karyawan kepada nasabah terkait dengan akad produk *Rahn* emas.

Responsiveness

Nilai mean paling tinggi adalah 4,03 yang berarti nasabah setuju bahwa karyawan selalu dapat mereka temui saat jam operasional, sehingga memudahkan mereka dalam proses pelayanan.

Pernyataan yang memiliki nilai mean terendah adalah 2,27 yang berarti nasabah tidak setuju dengan pernyataan bahwa mereka harus terlalu lama mengantri selama proses pelayanan produk *Rahn* emas.

Secara umum indikator *Responsiveness* mendapatkan penilaian setuju dari para nasabah *Rahn* emas, artinya daya tanggap terhadap pelayanan *Rahn* emas dinilai baik oleh para nasabah.

Motivasi Nasabah

Psikologis

Bahwa pernyataan yang memiliki nilai mean tertinggi dengan nilai mean 4,4 yang artinya nasabah sangat setuju bahwa motivasi yang mendorong mereka untuk melakukan transaksi *Rahn* emas di BPRS Bhakti Sumekar adalah karena dengan melakukan gadai, nasabah tidak khawatir akan kehilangan emasnya serta untuk menghindari praktek gadai gelap atau rentenir.

Nilai mean terendah 4,1 terdapat pada pernyataan pertama yang artinya nasabah setuju bahwa mereka memilih produk *Rahn* emas di BPRS Bhakti Sumekar karena kesesuaiannya dengan prinsip – prinsip syari'ah.

Sosiologis

Mean tertinggi adalah pernyataan pertama sebesar 4,07 yang artinya nasabah setuju bahwa dengan melakukan transaksi *Rahn* emas mereka dapat mencapai atau meraih kebutuhannya. Kebutuhan tersebut berupa dana pinjaman yang digunakan untuk berbagai hal, diantaranya : sebagai modal usaha (peternakan, budidaya ikan, perdagangan, pertanian dan sebagainya), kebutuhan rumah tangga serta pendidikan.

Nilai mean terendah sebesar 3,1 terdapat pada pernyataan terakhir, untuk pernyataan ini peneliti hanya menggunakan 28 responden dari 30 jumlah responden yang ada. Hal ini dikarenakan hanya ada 28 responden yang menjawab pernyataan ini. Nilai mean 3,1 yang artinya nasabah memberikan penilaian ragu – ragu terhadap pernyataan bahwa pengalaman buruk mereka selama menjadi nasabah gadai emas di tempat lain berpengaruh terhadap motivasi mereka dalam menggunakan produk *Rahn* emas.

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara terkait dengan persepsi nasabah, dapat disimpulkan bahwa indikator yang memiliki nilai rata – rata paling tinggi adalah *reliability* (keandalan). Keandalan pihak bank terkait dengan produk *Rahn* emas dinilai cukup baik oleh nasabah.

Sedangkan indikator empati yang memiliki nilai rata – rata paling rendah perlu menjadi perhatian. Empati karyawan tidak bisa seluruhnya dinilai oleh nasabah. Diperlukan adanya komunikasi yang baik antara karyawan dan nasabah.

Selain itu kotak saran dinilai tidak efektif dalam menampung saran dan kritik nasabah. Sebaiknya pihak BPRS Bhakti Sumekar mencari solusi untuk masalah ini, karena saran dan kritik dari para nasabah sangatlah penting dan hal ini seringkali dilupakan oleh banyak pihak.

Perlu diperhatikan bahwa munculnya sebuah persepsi tidak sepenuhnya berasal dari pihak nasabah maupun dari pihak BPRS Bhakti Sumekar saja. Persepsi seseorang dapat berubah – ubah sesuai dengan keadaan psikologis mereka pada saat itu, dan hal ini tidak dapat dipungkiri. Diperlukan adanya timbal balik yang efektif sehingga memunculkan persepsi yang jauh lebih baik lagi terhadap praktek *Rahn* emas.

Motivasi terbesar nasabah berdasarkan hasil kuesioner yaitu akibat dari dorongan dalam diri individu mereka sendiri. Melakukan Rahn Emas di BPRS Bhakti Sumekar karena mereka ingin menghindari praktek gadai gelap atau rentenir. Disamping itu juga mereka mengharapkan pinjaman yang akan digunakan sebagai modal usaha, kebutuhan rumah tangga dan pendidikan.

Namun terkait dengan pengalaman buruk yang dialami oleh orang lain maupun individu itu sendiri sebenarnya tidak terlalu mempengaruhi motivasi nasabah dalam melakukan *Rahn* emas.

Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian pasti memiliki keterbatasan, keterbatasan penelitian ini diantaranya adalah keterbatasan jumlah

sampel yang hanya 30 nasabah dirasa masih kurang mencukupi, keterbatasan waktu yang mengakibatkan kurang maksimal dalam analisis dan pembahasan, serta penelitian terdahulu yang terkait dengan *Rahn* Emas yang cukup sulit ditemukan.

Saran

Beberapa saran yang diberikan oleh peneliti agar penelitian berikutnya lebih baik lagi diantaranya bagi pihak BPRS Bhakti Sumekar agar memberikan pelayanan yang jauh lebih baik lagi sehingga persepsi nasabah terhadap produk Rahn Emas makin meningkat, secara intens meng – *update* harga emas terbaru yang selalu diinformasikan kepada nasabah. Hal ini berdasarkan pada informasi nasabah yang mengatakan bahwa terkadang harga emas di BPRS Bhakti Sumekar tidak mengikuti perkembangan harga emas di pasaran.

Tidak lupa kotak saran hendaknya diletakkan di tempat yang mudah terlihat dan terjangkau oleh nasabah. Atau penyebaran kuesioner pada periode tertentu sebagai alat evaluasi terhadap pelayanan yang diberikan. *Teller* yang menangani pencairan dana dengan *teller* secara khusus melayani Rahn Emas hendaknya ditempatkan dalam satu *counter* sehingga tidak membingunkan pihak nasabah. Promosi yang harus selalu digencarkan guna menginformasikan produk – produk yang dimiliki oleh BPRS Bhakti Sumekar. Pelatihan – pelatihan atau seminar untuk meningkatkan kemampuan dan kompetensi para karyawan.

Selanjutnya, bagi nasabah BPRS Bhakti Sumekar hendaknya menjadi nasabah yang lebih cakap lagi sehingga masalah atau keluhan yang mereka alami terkait dengan transaksi Rahn Emas dapat diselesaikan oleh pihak bank. Hal ini penting sekali karena komunikasi yang baik dari pihak nasabah amat sangat membantu karyawan dan pihak BPRS Bhakti Sumekar untuk menyelesaikan masalah yang dialami nasabah.

Yang terakhir bagi peneliti selanjutnya jika ingin melanjutkan penelitian ini alangkah baiknya menambah indikator – indikator yang lebih baik lagi, memperbanyak referensi terutama tentang bagaimana aplikasi Rahn Emas di tempat lainnya sebagai contoh perbandingan, mempersiapkan dan mengatur waktu lebih baik lagi agar jumlah responden yang diperoleh lebih banyak lagi.

DAFTAR RUJUKAN

Agung Pribadi. 2009. “Analisis Pengaruh Faktor Pengetahuan, Motivasi, Dan Persepsi Perawat Tentang Supervisi Kepala Ruang Terhadap Pelaksanaan Dokumentasi Asuhan Keperawatan Di Ruang Rawat Inap Rsud Kelet Provinsi Jawa Tengah Di Jepara”. Tesis tak diterbitkan, Universitas Diponegoro Semarang.

Alida Palilati. 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 9 No 1*.

Arfan Ikhsan Lubis. 2004. *Akuntansi Perilaku edisi 2*. Jakarta. Salemba Empat.

Dewan Syari’ah Nasional MUI. 2002. FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*. Jakarta Dewan Syari’ah Nasional Majelis Ulama Indonesia.

_____ FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* emas. Jakarta Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia.

Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia. 2008. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah.* Jakarta. Dewan Perwakilan rakyat Republik Indonesia.

Dewi Urip Wahyuni. 2008. Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terahadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 10 No 1*.

Freddy Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data.* Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

Husein Umar. 2008. *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan.* Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

Iwan Triyuwono. 2009. *Perspektif Metodologi dan Teori Akuntansi Syari'ah.*Jakarta. Rajawali Pers.

L.Daft, Richard. 2006. *Manajemen edisi 6 buku 2*. Jakarta. Salemba Empat.

Miftah Thoha. 2009. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya.* Jakarta. Rajawali Pers.

Nugroho J Setiadi. 2005. *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran.* Jakarta. Prenada Media.

Rachmad Hidayat. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 11 No 1*.

Rizal Yaya, et all. 2009. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta. Salemba Empat.

Sri Mulyani. 2007. "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan Perbankan Syari'ah (Studi Kasus Pada Bri Syari'ah Cabang Solo)". Skripsi Sarjana tak diterbitkan, STAIN Surakarta.

Sri N. dan Wasilah. 2008. *Akuntansi Syariah di Indonesia.* Jakarta. Salemba Empat.

Tatik Suryani. *2008. Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran.* Yogyakarta.

Wakhyudin, Sasli Rais. 2009. Pengembangan Pegadaian Syariah di Indonesia Dengan Analisis SWOT. *Jurnal Pengembangan Bisnis & Manajemen STIE PBM, Vol. IX No. 14.*

CURRICULUM VITAE

Nama	:	Dewi Masitha
Tempat, Tanggal Lahir	:	Bangkalan, 21 Mei 1991
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Agama	:	Islam
Alamat	:	Jl. Semolowaru Elok O / 10 Surabaya
		Jl. HP. Kusuma III / 3 Sumenep
No. Telp / HP	:	031 – 71031891 / 087850050045
Email	:	masitha91@yahoo.co.id

Riwayat Pendidikan :

(1996 – 2002)	SDN Dr. Soetomo V / 327 Surabaya
(2002 – 2005)	SMP Negeri 1 Sumenep
(2005 – 2008)	SMA Negeri 1 Sumenep
(2008 – 2012)	STIE Perbanas Surabaya

Pengalaman Organisasi :

Anggota UPKM Komtif STIE Perbanas Surabaya