

PERILAKU NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK GADAI EMAS DI BMT UGT SIDOGIRI CABANG PEMBANTU TLANAKAN

Mohammad Anis Sumadi¹, Milanita Rahmawati²

¹Institut Agama Islam Al-Urwatul Wutsqo Jombang, ²Universitas Islam Negeri Madura

²E-mail: aannylabuh@gmail.com, milanitanasrullah@gmail.com

Abstrak

Pemenuhan kebutuhan hidup mendorong manusia untuk memperoleh uang sebagai alat tukar dalam mendapatkan barang dan jasa. Salah satu upaya yang dilakukan sebagian masyarakat adalah mengakses pembiayaan melalui lembaga keuangan, termasuk dengan memanfaatkan produk gadai emas syariah. Di Kecamatan Tlanakan, masyarakat banyak memanfaatkan produk gadai emas di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan sebagai sumber modal dan pemenuhan kebutuhan mendesak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah pada lembaga tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan nasabah dan studi dokumentasi terkait pelaksanaan gadai emas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah melakukan transaksi pada rentang waktu pukul 10.00–12.00 WIB. Produk gadai emas mendapatkan respon positif karena dinilai memudahkan memperoleh dana secara cepat. Namun demikian, mayoritas nasabah kurang memperhatikan akad dan prinsip syariah yang diterapkan. Faktor utama yang mendorong minat nasabah menggunakan produk gadai emas adalah lokasi BMT yang dekat dengan tempat tinggal, kualitas pelayanan yang memuaskan, serta proses pencairan pembiayaan yang mudah dan cepat. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek kemudahan akses dan pelayanan lebih dominan dibandingkan pemahaman terhadap prinsip syariah dalam menentukan pilihan produk pembiayaan.

Kata Kunci: Perilaku Nasabah, Gadai Emas Syariah.

Abstract

The fulfillment of daily needs encourages people to obtain money as a medium of exchange for acquiring goods and services. One of the efforts undertaken by the community is accessing financing through financial institutions, including utilizing Islamic gold pawn products. In Tlanakan District, many people use the gold pawn service at BMT UGT Sidogiri Tlanakan Sub-Branch as a source of capital and to meet urgent financial needs. This study aims to analyze customers' behavior in choosing Islamic gold pawn products at the institution. The research employed a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through direct interviews with customers and documentation related to the implementation of the gold pawn service. The findings indicate that most customers conduct transactions between 10:00 a.m. and 12:00 p.m. The gold pawn product receives positive responses because it enables customers to obtain funds quickly. However, most customers pay little attention to the contracts and Islamic principles applied. The main factors influencing customers' interest in using the gold pawn service are the strategic location of the BMT near their residences, satisfactory service quality, and an easy and fast financing disbursement process. These findings show that accessibility and service convenience play a more dominant role than understanding Islamic principles in influencing customers' financing choices.

Keywords: Customer Behavior, Islamic Gold Pawn.

Pendahuluan

Manusia sebagai makhluk hidup dan makhluk sosial tentunya perlu untuk memenuhi segala kebutuhan yang dibutuhkan dalam kehidupannya, baik dalam hal pemenuhan konsumsi maupun menjalin hubungan sosial dengan manusia lainnya. Untuk memenuhi segala kebutuhan tersebut manusia harus berusaha agar dapat bertahan hidup di dunia ini. Seperti realita yang ada, salah satu cara dalam memenuhi kebutuhannya tersebut manusia memerlukan uang. Kebutuhan hidup seseorang bisa saja berupa barang atau jasa yang terkadang harus didapat dari orang lain, kelompok, industri atau semacamnya dengan cara membelinya dari pihak lain atau imbalan jasa. Untuk mendapatkannya terkadang tidak gratis, ada nominal mata uang yang akan mereka berikan agar kebutuhannya dapat terpenuhi.

Ada beberapa cara yang bisa ditempuh untuk mendapatkan uang, diantaranya dengan bekerja, menjual aset yang dimiliki, menggadaikan atau meminjamnya dari pihak lain. Pihak lain yang dimaksud di sini seperti perorangan dan lembaga keuangan. Terkait dengan lembaga keuangan, hampir semuanya menyediakan produk pembiayaan atau pinjaman bagi nasabahnya, tanpa terkecuali

BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan.

Baitul Mal wa Tamwil Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan (yang selanjutnya disingkat dengan BMT UGT Sidogiri) adalah suatu lembaga yang didalamnya mempunyai dua tugas yaitu, yang pertama kegiatan keumatan yakni mengumpulkan dana seperti: zakat, infaq dan shadaqah serta lainnya yang akan dibagikan/dialurkan kepada yang berhak dalam rangka mengatasi kemiskinan. (Nawawi, 2009) Selain itu, BMT UGT Sidogiri juga bergerak dalam aspek jasa keuangan yang pada prinsipnya sama dengan yang dikembangkan oleh lembaga keuangan lain berupa penghimpunan dana dan penyaluran dana dari masyarakat dan untuk masyarakat. Adapun produk-produk BMT UGT Sidogiri antara lain menghimpun dana dari masyarakat berdasarkan prinsip:

1. Tabungan (*wadī'ah dan mudlârabah*) dengan macam-macam pilihannya seperti tabungan pendidikan, tabungan hari raya idul fitrih dan tabungan qurban.
2. Deposito berjangka dengan prinsip *mudlârabah*.
3. Penyaluran dana melalui transaksi jual-beli berdasarkan prinsip:
 - a. *Murâbahah*
 - b. *Istishnâ'*

- c. *Salam*
- d. *Ijarah*
- 4. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip:
 - a. *Mudlârabah*
 - b. *musyâarakah*
- 5. Pembiayaan lain berdasarkan prinsip:
 - a. *Rahn*
 - b. *Qard*

Salah satu produk yang ada di BMT UGT Sidogiri ini adalah *rahn*, mereka memainkannya dengan Gadai Emas Syariah (yang selanjutnya disingkat dengan GES) yaitu fasilitas pembiayaan dengan agunan emas yang bisa menjadi alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat dan mudah. Cepat berarti pihak nasabah dapat memperoleh dana pinjaman tanpa prosedur yang panjang dibandingkan dengan produk pembiayaan lain. Aman karena pihak bank memiliki barang jaminan, yaitu emas yang bernilai tinggi dan relatif stabil bahkan nilainya cenderung bertambah. Mudah berarti pihak nasabah dapat kembali memiliki emas yang digadaikan dengan mengembalikan sejumlah uang pinjaman dari bank.

Menurut BMT UGT Sidogiri, dasar hukum diperbolehkannya GES ini adalah firman Allah SWT surat al-Baqarah ayat 283:

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرُّهُنَّ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آتِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝۲۸۳﴾

Artinya: “jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah 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 (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

Secara teknis *rahn* merupakan suatu akad utang piutang dengan menjadikan emas sebagai barang jaminan atas hutangnya. Pinjaman dengan menggadaikan emas sebagai jaminan hutangnya dalam bentuk *rahn* itu diperbolehkan, dengan ketentuan bahwa pihak penerima gadai, dalam hal ini BMT UGT Sidogiri, mempunyai hak menahan emas yang digadaikan sampai hutangnya dilunasi oleh nasabah. (Hasan, 2003) Pada umumnya pihak Pegadaian atau Bank akan memberikan pinjaman dibawah harga taksir dari aset yang digadaikan. Besarnya pinjaman yang diberikan sekitar 80-89% dari nilai yang diperkirakan (nilai taksir) aset yang digadaikan (Raharja dan Manurung, 2008) dan hal ini juga diterapkan di

BMT UGT Sidogiri, dengan besaran jumlah pinjaman tergantung dari nilai jaminan yang diberikan. Semakin besar nilainya, semakin besar pula jumlah pinjaman yang diperoleh oleh nasabah begitupun sebaliknya. (Kasmir, 2013) Selain itu dalam transaksi *rahn* ada mekanisme operasionalnya yang harus diperhatikan, sehingga akad yang dilakukan dapat berjalan dengan efektif dan efisien, termasuk jasa produk BMT UGT Sidogiri yang dijual juga ini harus berlandaskan syariah dengan tidak melakukan kegiatan usaha yang mengandung unsur *riba*, *maisir*, dan *gharar*. (Nurhayati dan Wasilah, 2011)

Dari kemudahan yang ditawarkan dalam produk GES, tentu saja ini memberikan kemudahan juga bagi pihak nasabah untuk mendapatkan uang yang dibutuhkannya. Terkait dengan perilaku manusia sebagai makhluk yang konsumtif terkadang memaksa mereka untuk bisa sesegera mungkin mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan cara menggadaikan aset (katakanlah emas dalam hal ini) untuk mengatasi kekurangan akan uang yang mereka butuhkan. Perilaku semacam ini biasanya juga tidak hanya keinginan mereka semata, ada faktor-faktor eksternal seperti, budaya, kelas sosial, situasi serta faktor lainnya yang mempengaruhi perilaku seorang

konsumen. (Engel., et.al, 1994)

Perilaku konsumen (yang selanjutnya disebut dengan nasabah dalam penelitian ini) sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan seperti halnya keikutsertaan nasabah dalam memilih produk GES yang ada di BMT UGT Sidogiri. Dari latar belakang ini penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “Perilaku Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Syariah (Studi Kasus di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan)”

Bertitik tolak dari uraian latar belakang penelitian di atas, maka peneliti merumuskan masalah-masalah yang menjadi objek kajian pada penelitian ini sehingga bisa terarah dan sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Adapun fokus masalah tersebut adalah : Bagaimana perilaku mereka dalam memilih produk gadai emas syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan?

Adapun tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui perilaku mereka dalam memilih produk gadai emas syariah yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan!

Tinjauan Pustaka

Perilaku Nasabah

Perilaku nasabah merupakan bagian dari perilaku konsumen, yaitu seluruh kegiatan individu atau kelompok dalam mencari, memilih, menggunakan, serta mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. (Engel., et.al, 1994) menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencakup proses keputusan yang meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. Proses ini dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, budaya, dan situasional.

Menurut (Alma, 2011), pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi dasar utama dalam pengembangan strategi pemasaran jasa, termasuk jasa keuangan. Nasabah akan memilih produk berdasarkan persepsinya terhadap manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan yang diterima. (Simamora, 2004) menambahkan bahwa perilaku konsumen terbentuk dari interaksi antara sikap, motivasi, dan pengalaman sebelumnya terhadap suatu produk atau jasa.

Dalam konteks lembaga keuangan syariah, perilaku nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan

pelayanan, tetapi juga oleh pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah. Namun, Huda dan Heykal (2010) menyatakan bahwa faktor religiusitas seringkali bukan menjadi pertimbangan utama; kemudahan akses, kecepatan layanan, dan lokasi justru lebih dominan memengaruhi keputusan nasabah. (Huda dan Heykal, 2010)

Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan syariah merupakan institusi keuangan yang menjalankan kegiatan operasional berdasarkan prinsip-prinsip Islam, seperti larangan riba, gharar, dan maysir, serta menerapkan sistem bagi hasil atau akad syariah lainnya. (Antonio, 2001) mengemukakan bahwa lembaga keuangan syariah bertujuan menyediakan layanan keuangan yang adil, transparan, dan memberikan kemaslahatan bagi masyarakat.

(Soemitra, 2009) menjelaskan bahwa Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan mikro syariah yang berperan menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat kecil. BMT memiliki dua fungsi utama, yaitu fungsi sosial (baitul maal) dan fungsi bisnis (baitut tamwil). Sebagai lembaga keuangan mikro, BMT memiliki karakteristik layanan yang cepat, mudah dijangkau, dan lebih dekat secara sosial dengan masyarakat.

Gadai dalam Perspektif Syariah

Gadai dalam Islam dikenal dengan istilah rahn, yaitu menahan harta sebagai jaminan utang agar pihak yang memberikan pinjaman memperoleh kepastian pengembalian. (Muslich, 2013) menyatakan bahwa rahn merupakan akad tolong-menolong yang dibolehkan syariah, sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW.

(Hasan, 2003) menjelaskan bahwa rukun rahn meliputi pihak yang menggadaikan (rahin), penerima gadai (murtahin), barang jaminan (marhun), utang (marhun bih), dan sighthat akad. Barang yang dijadikan jaminan harus memiliki nilai ekonomis dan dapat diserahkan. Dalam praktik perbankan dan lembaga keuangan syariah, rahn sering diterapkan dalam produk gadai emas karena emas memiliki nilai stabil dan mudah diuji keasliannya.

Produk Gadai Emas Syariah

Produk gadai emas syariah merupakan layanan pembiayaan jangka pendek dengan jaminan emas, menggunakan akad rahn, disertai akad ijarah untuk biaya penitipan barang. Menurut (Kasmir, 2013), produk gadai emas banyak diminati karena prosesnya relatif cepat, syarat mudah, dan keamanan barang jaminan terjamin.

Sudarsono (2007) menyatakan bahwa keunggulan gadai emas syariah terletak pada keterhindarannya dari unsur riba karena tidak menerapkan bunga pinjaman, melainkan biaya pemeliharaan barang (ujrah). Hal ini menjadikan produk gadai emas sebagai alternatif pembiayaan bagi masyarakat yang membutuhkan dana cepat tanpa melepas kepemilikan emas mereka. (Sudarsono, 2007)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mana penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dapat memamfaatkam berbagai metode alamiah. (Moleong, 2008)

Sedangkan Jenis penelitiannya, peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif yang mana dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar-gambar, dan bukan angka-angka.(Buna'i, 2008)

Hasil dan Pembahasan

Manusia selaku makhluk yang bersosial dan berbudaya tentu memiliki beragam aktifitas dalam kehidupannya. Aktifitas yang dilakukan seseorang terkadang tidak sama antar yang satu dengan lainnya, seperti aktifitas yang dilakukan oleh beberapa nasabah GES di BMT UGT Sidogiri yang sebagian besar adalah seorang Ibu rumah tangga dan Pedagang.

Selaku ibu rumah tangga dan pedagang, mereka mempunyai aktifitas yang cukup padat saat pagi hari. Seperti yang sering ditemui di dalam masyarakat, pagi hari biasanya seorang ibu rumah tangga harus mengerjakan tugas-tugas rumah mulai dari mencuci, membersihkan rumah, memasak sampai membantu anak-anak mereka untuk bersiap-siap berangkat ke Sekolah, serta membantu suaminya mempersiapkan pekerjaan mereka jika memang dibutuhkan atau mempersiapkan dagangan mereka jika mereka adalah seorang pedagang.

Aktifitas tersebut yang menjadi salah satu penyebab mereka memilih jam 10.00 sampai jam 12.00 WIB untuk melakukan transaksi GES di BMT UGT Sidogiri, baik saat pengajuan pembiayaan maupun pembayaran angsuran pembiayaan GES tersebut.

Mengenai akad yang digunakan dalam produk GES di BMT UGT Sidogiri, akad yang digunakan dalam produk ini adalah *rahn* dan *ijarah* hal ini sesuai dengan ketentuan Gadai Emas menurut hukum islam dan Fatwa DSN yaitu :

- 1) Gadai Emas dibolehkan berdasarkan prinsip *Rahn* (lihat Fatwa DSN nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*).
- 2) Ongkos dan biaya penyimpanan barang/emas (*marhun*) ditanggung oleh penggadai/nasabah (*rahin*).
- 3) Ongkos sebagaimana dimaksud ayat 2 besarnya didasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata diperlukan.
- 4) Biaya penyimpanan barang/emas (*marhun*) dilakukan berdasarkan akad *ijarah*. (Mardani, 2013)

Mengenai penilaian nasabah yang pernah melakukan pembiayaan GES di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan, produk GES lebih cepat proses pencairannya daripada produk pembiayaan lainnya. Selain itu kebanyakan nasabah GES adalah wanita, wanita memang memiliki kecenderungan berbelanja jauh lebih banyak dari pria, (Alma, 2011) apalagi sudah menjadi seorang ibu rumah tangga, tentu akan lebih banyak kebutuhan yang mereka perlukan, selain ibu rumah tangga sebagian dari mereka juga ada yang berprofesi pedagang, yang mana

Pekerjaan yang dilakukan seseorang akan sangat mempengaruhi pola konsumsinya. Misalnya seorang pegawai negeri akan berbeda pola konsumsinya dengan petani ataupun pedagang.

Alasan utama nasabah memilih produk Gadai Emas Syariah (GES) adalah karena produk ini dinilai mampu membantu memenuhi kebutuhan dana secara mudah dan cepat tanpa harus menjual aset yang mereka miliki. Gadai emas memungkinkan nasabah memperoleh uang tunai sekaligus tetap mempertahankan kepemilikan atas emas yang dijadikan jaminan. Perilaku tersebut sejalan dengan ciri-ciri konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian sebagaimana dikemukakan oleh Engel et al. (1994), yaitu bahwa:

1. Konsumen memilih produk berdasarkan kebutuhan yang dirasakan. Dalam konteks ini, kebutuhan nasabah terhadap dana tunai yang mendesak mendorong mereka memilih produk GES sebagai solusi pembiayaan.
2. Produk yang dipilih adalah produk yang dirasakan memberikan manfaat atau kegunaan paling optimal. GES dianggap memberikan nilai guna tinggi karena proses pencairannya cepat, persyaratannya sederhana, dan tidak mengharuskan nasabah melepaskan

kepemilikan atas aset emas mereka.

Dengan demikian, keputusan nasabah memilih produk GES mencerminkan perilaku konsumen rasional yang mempertimbangkan kesesuaian antara kebutuhan dan manfaat produk yang ditawarkan.

Selain itu yang menjadi latar belakang mengapa mereka memilih produk ini selain yang telah disebutkan di atas yaitu karna adanya motif *Patronage Buying Motif* yakni pemilihan suatu produk berdasarkan tempat atau lokasinya yang dekat, pelayanan yang diberikan cukup baik dan memuaskan bagi mereka serta banyak yang memilih tempat tersebut. (Alma, 2011) Hanya saja sangat disayangkan karna sebenarnya mereka tidak mengetahui secara pasti tentang produk pembiayaan syariah yang mereka pilih tersebut. hal ini menjadi salah satu tugas yang harus diselesaikan oleh pihak BMT selaku Lembaga Keuangan Syariah (LKS) untuk terus mengedukasi masyarakat setempat agar supaya bisa mengetahui tentang Produk GES, sehingga dari adanya edukasi yang diberikan tersebut masyarakat mampu mengetahui secara pasti perbedaan antara gadai emas umum/konvensional dengan produk gadai emas syariah yang di BMT.

Meskipun produk Gadai Emas Syariah (GES) mendapat respons positif dan banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, sangat

disayangkan bahwa sebagian besar nasabah belum memahami secara utuh karakteristik pembiayaan syariah yang mereka pilih. Pemahaman nasabah cenderung terbatas pada aspek kemudahan pencairan dana dan kecepatan layanan, sementara aspek akad, prinsip syariah, serta perbedaan mendasar antara sistem gadai syariah dan gadai konvensional kurang menjadi perhatian. Kondisi ini menunjukkan masih rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat sekitar.

Situasi tersebut menjadi salah satu tantangan sekaligus tanggung jawab penting bagi pihak BMT sebagai Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Selain menjalankan fungsi intermediari keuangan, BMT juga memiliki peran edukatif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk-produk syariah. Edukasi yang berkelanjutan diperlukan agar nasabah tidak hanya menjadi pengguna layanan, tetapi juga memahami landasan akad, mekanisme transaksi, serta nilai-nilai syariah yang mendasarinya.

Melalui program sosialisasi, penyuluhan, maupun pendampingan langsung, pihak BMT diharapkan dapat menjelaskan secara komprehensif perbedaan antara gadai emas konvensional dan gadai emas syariah. Pada gadai

konvensional, transaksi umumnya mengandung unsur bunga (riba) atas pinjaman yang diberikan, sedangkan pada gadai emas syariah menggunakan akad rahn dan ujah, di mana imbalan yang dikenakan bukan berdasarkan besaran pinjaman, melainkan sebagai biaya penitipan dan pemeliharaan barang jaminan. Dengan pemahaman yang baik, masyarakat dapat lebih yakin bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip keadilan, transparansi, dan keberkahan sebagaimana diajarkan dalam ekonomi syariah.

Edukasi yang optimal diharapkan mampu membentuk kesadaran nasabah untuk tidak hanya mempertimbangkan kemudahan akses, tetapi juga memperhatikan aspek kesesuaian syariah dalam memilih produk keuangan. Hal ini sekaligus dapat memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap BMT sebagai lembaga yang tidak hanya melayani kebutuhan ekonomi, tetapi juga membimbing masyarakat menuju praktik keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perilaku nasabah dalam memilih produk Gadai Emas Syariah (GES) di BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan Pamekasan, diketahui bahwa sebagian besar nasabah

melakukan transaksi pada rentang waktu pukul 10.00–12.00 WIB. Nasabah merespon positif keberadaan produk GES karena dinilai memudahkan dalam memperoleh dana secara cepat tanpa harus kehilangan kepemilikan emas sebagaimana jika emas tersebut dijual. Meskipun demikian, sebagian besar nasabah tidak terlalu memperhatikan aspek akad maupun prinsip syariah yang diterapkan dalam transaksi gadai emas tersebut.

Mayoritas pengguna produk GES adalah perempuan yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga dan pedagang. Faktor utama yang melatarbelakangi mereka memilih BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan adalah lokasi lembaga yang dekat dengan tempat tinggal, kualitas pelayanan yang memuaskan, serta proses pencairan pembiayaan yang mudah dan cepat.

Saran

1. Bagi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak BMT agar tidak hanya fokus pada penyediaan layanan pembiayaan, tetapi juga meningkatkan edukasi kepada masyarakat dan nasabah mengenai konsep Gadai Emas Syariah, termasuk akad yang digunakan serta manfaat dan prinsip syariahnya.

Dengan demikian, masyarakat tidak hanya menikmati kemudahan layanan, tetapi juga memiliki pemahaman yang baik terhadap praktik keuangan syariah.

2. Bagi Mahasiswa dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menggunakan subjek yang berbeda atau pendekatan yang lebih mendalam terhadap objek yang sama. Kajian lanjutan dapat diarahkan pada aspek manajemen pemasaran, segmentasi pasar produk Gadai Emas Syariah, maupun analisis tingkat literasi syariah nasabah, sehingga dapat memperkaya khazanah penelitian mengenai pembiayaan gadai emas syariah.

Daftar Pustaka

- Al-Bukhârî, M. ibn I. A. ‘A. (n.d.). *Shahîh al-Bukhârî* (Al-Maktabah al-Syâmilah, Version 3.28, Hadith No. 2386, Vol. 3).
- Alfansi, L. (2010). *Financial services marketing: Membidik konsumen perbankan Indonesia*. Salemba Empat.
- Alma, B. (2011). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Buna’i. (2008). *Penelitian kualitatif*. STAIN Pamekasan Press.
- Engel, J. F., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku konsumen* (Ed. 6, Vol. 1). Binapura Aksara.
- Hasan, M. A. (2003). *Berbagai transaksi dalam Islam (fiqh muamalat)*. Raja Grafindo Persada.
- Huda, N., & Heykal, M. (2010). *Lembaga keuangan Islam: Tinjauan teoritis dan praktis*. Kencana.

- Kasmir. (2013). *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Rajawali Pers.
- Mardani. (2013). *Hukum perikatan syariah di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Martono, N. (2010). *Metode penelitian kuantitatif*. Raja Grafindo Persada.
- Muslich, A. W. (2013). *Fiqh muamalat*. AMZAH.
- Moleong, L. J. (2008). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Naszir, M. (2009). *Metodologi penelitian*. Chalia Indonesia.
- Nawawi, I. (2009). *Ekonomi kelembagaan syariah dalam pusaran perekonomian global: Sebuah tuntutan dan realitas*. Putra Media Nusantara.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2011). *Akuntansi syariah di Indonesia* (Edisi 2 revisi). Salemba Empat.
- Nuryana, F. (2013). *Statistik bisnis* (Vol. 1). Pena Salsabila.
- Raharja, P., & Manurung, M. (2008). *Teori ekonomi makro: Suatu pengantar* (Ed. 4). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rahmat, J. (2002). *Metode penelitian komunikasi*. Remaja Rosda Karya.
- Santoso, S. (2010). *Teori-teori psikologi sosial*. Refika Aditama.
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif: Dilengkapi perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Kencana.
- Simamora, B. (2004). *Riset pemasaran: Falsafah, teori dan aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudarsono, H. (2007). *Bank & lembaga keuangan syariah: Deskripsi dan ilustrasi*. Ekonisia.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan lembaga keuangan syariah*. Kencana.
- Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. (2011). *Pedoman penulisan karya ilmiah*. STAIN Press.
- Wahjono, S. I. (2010). *Manajemen pemasaran bank*. Graha Ilmu.