

# **CITRA LEMBAGA KEUANGAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMILIHAN PEMBIAYAAN RAHN DI KOPERASI**

**Moh Maghfur**

## **ABSTRAK**

Tujuan Artikel ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Faktor Citra Lembaga Keuangan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pemilihan Pembiayaan *Rahn* Di Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Mitra Usaha Ideal (MUI) Jawa Timur.

Lahirnya Di koprasi ini menjadi harapan baru bagi masyarakat dalam upaya peningkatan kesejahteraan dan kemaslahatan masyarakat dalam akses keuangan syariah. Hal tersebutlah yang menjadikan Di koprasi berkembang pesat. Sejak berdiri, Di koprasi banyak memiliki kekuatan, tantangan, peluang dan hambatan baik dari sisi internal maupun eksternal. Pertumbuhan asset yang signifikan di DI KOPRASIJatim Rp. 8.997.487.962 (delapan milyar sembilan ratus sembilan puluh tujuh juta empat ratus delapan puluh tujuh ribu sembilan ratus enam puluh dua rupiah) Kelembagaan DI KOPRASIJatim didukung oleh pengelola dan pengurus yang solid. Pengembangan jumlah kantor cabang yang berada di Menganti, Sekapuk, Sidayu, Surabaya, Manyar, Dukun dan lainnya menjadi peluang dan tantangan bagi DI KOPRASIJatim untuk memperoleh lebih banyak anggota dan deposit. Adapun hambatan yang mungkin dirasakan oleh DI KOPRASIJatim adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap apa itu koperasi syariah, sehingga terkadang masyarakat lebih memilih koperasi konvensional daripada koperasi syariah. Karena dirasa proses koperasi syariah lebih rumit daripada bank konvensional.

Kata kunci: citra lembaga keuangan, kualitas pelayanan dan keputusan pembiayaan Rahn  
Di koprasi

## A. pendahuluan

Perkembangan kegiatan ekonomi di sektor *riil* perlu diimbangi sumber penyediaan dana atau penguatan sektor keuangan. Sumber penyedia dana atau lembaga intermediasi tersebut antara lain adalah lembaga keuangan bank dan nonbank baik skala mikro, kecil, maupun menengah. Menurut beberapa lembaga Internasional seperti UNDP dan ILO dalam msaidhisyam “lembaga keuangan mikro merupakan lembaga yang melayani masyarakat yang tidak memiliki akses ke lembaga keuangan perbankan”<sup>1</sup> Hal tersebut disebabkan karena masyarakat tersebut tidak dapat memenuhi persyaratan teknis yang diajukan oleh perbankan. Pada umumnya, peruntukan pembiayaan adalah untuk kegiatan konsumtif. Oleh karena itu, pembiayaan dirasa masih membebani masyarakat menengah ke bawah. Pembiayaan yang dibutuhkan masyarakat selain untuk konsumsi juga untuk mencukupi modal usaha.

Munculnya banyak lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, merupakan suatu fenomena yang menarik untuk dicermati, karena dapat dijadikan awal bukti diterimanya sistem ekonomi yang berlandaskan sistem syariah. Terbitnya UU No.10 Tahun 1998 sebagai landasan hukum perbankan dengan sistem syariah, menjadikan keberadaan perbankan syariah diterima masyarakat secara luas. Tumbuhnya perbankan syariah diikuti dengan tumbuhnya kesadaran umat Islam untuk membebaskan diri dari riba.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) Kabupaten Jatim melahirkan sebuah Koperasi Jasa Keuangan Syariah Mitra Usaha Ideal (KJKS-MUI) Jawa Timur yang saat ini telah beralih nama menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS-MUI) Jatim. Sebagai modal awal, didukung oleh Dewan perintis yang berjumlah 5 anggota dan dewan pendiri yang terdiri 25 anggota, gabungan dari pengurus MUI kabupaten Jatim dan tokoh-tokoh yang mempunyai kepedulian terhadap perekonomian yang menggunakan sistem syariah. Usaha Di koprasi yang ditandai dengan *launching* kantor pusat KSPPS-

---

<sup>1</sup> Ajjjah, dkk *Koperasi BMT Teori, Aplikasi dan Inovasi* ( Yogyakarta:CV. Inti Media Komunika, 2018), hlm. 4.

MUI yang diresmikan oleh Wakil Bupati Jatim Drs. H. Mohammad Qosim, M.Si dan ketua MUI Propinsi Jawa Timur Drs. KH. Abd. Shomad Bukhori pada tanggal 05 Mei 2012 bertempat di kantor pusat Di kopras di Jalan Raya Bungah Jatim. Modal awal yang dikumpulkan dari simpanan pokok, simpanan wajib dan simpanan khusus 46 anggota sebesar Rp. 339.800.000 (Tiga Ratus Tiga Puluh Sembilan Juta Delapan Ratus Ribu Rupiah).

Lahirnya Di kopras ini menjadi harapan baru bagi masyarakat dalam upaya peningkatan kesejahteraan dan kemaslahatan masyarakat dalam akses keuangan syariah. Hal tersebutlah yang menjadikan Di kopras berkembang pesat. Sejak berdiri, Di kopras banyak memiliki kekuatan, tantangan, peluang dan hambatan baik dari sisi internal maupun eksternal. Pertumbuhan asset yang signifikan di DI KOPRASIJatim Rp. 8.997.487.962 (delapan milyar sembilan ratus sembilan puluh tujuh juta empat ratus delapan puluh tujuh ribu sembilan ratus enam puluh dua rupiah) Kelembagaan DI KOPRASIJatim didukung oleh pengelola dan pengurus yang solid. Pengembangan jumlah kantor cabang yang berada di Menganti, Sekapuk, Sidayu, Surabaya, Manyar, Dukun dan lainnya menjadi peluang dan tantangan bagi DI KOPRASIJatim untuk memperoleh lebih banyak anggota dan deposan. Adapun hambatan yang mungkin dirasakan oleh Kopras adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap apa itu koperasi syariah, sehingga terkadang masyarakat lebih memilih koperasi konvensional daripada koperasi syariah. Karena dirasa proses koperasi syariah lebih rumit daripada bank konvensional.

Jumlah lembaga keuangan koperasi syariah Jawa Timur semakin meningkat, target Dinas Koperasi dan UMKM Jatim terbentuk sebanyak 3.500 koperasi wanita syariah pada tahun 2015. Bentuk koperasi wanita tersebut mendasari adanya persaingan kualitas lembaga keuangan syariah. Banyaknya jumlah koperasi syariah baru tersebut merupakan tantangan Di kopras dalam peningkatan citra lembaga keuangan dan kualitas pelayanan. Salah satu indikator kualitas lembaga keuangan syariah adalah kemampuan pengelola dalam mempengaruhi proses keputusan anggota untuk melakukan transaksi produk jasa DI KOPRASIJatim.

Pembiayaan *Rahn* merupakan produk pembiayaan paling diminati oleh anggota DI KOPRASIJatim, dalam fatwa DSN-MUI “Produk jasa pembiayaan *rahn* atau pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan diperbolehkan dengan ketentuan khusus”, sebagaimana hadist Nabi riwayat al-Syafi’i, al-Daraquthni dan Ibnu Majah dari Abu Hurairah, Nabi SAW bersabda:<sup>2</sup>

لَا يَغْلُقُ الرَّهْنُ مِنْ صَاحِبِهِ الَّذِي رَهَنَهُ، لَهُ غُنْمُهُ وَعَلَيْهِ غُرْمُهُ

Artinya: “tidak terlepas kepemilikan barang gadai dari pemilik yang menggadaikannya. Ia memperoleh manfaat dan menanggung resikonya.”

Dilihat dari tahun ketahun anggota yang anggota yang menggunakan jasa *rahn* semakin meningkat, Peningkatan Jumlah Pembiayaan *Rahn* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1  
Jumlah peningkatan pembiayaan *rahn* di KSPPS-MUI Jawa Timur

Tahun	Jumlah Anggota Pembiayaan <i>Rahn</i>
2012	716
2013	859
2014	1.071
2015	1.345

## B. Pembahasan

Pembahasan merupakan “sejumlah teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dirumuskan untuk memberikan solusi pada pemecahan masalah, yang akan dijelaskan dibawah ini”<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Hasanuddin, et all. *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI*. (Ciputat:DSN MUI, 2006) hlm. 153.

<sup>3</sup> Budiyo Pristiyadi, *Modul Metodologi Artikel dan Studi Kasus* (Jatim, 2016) hlm. 31.

## 1. Teori Jasa Produk Lembaga Keuangan

Menurut Kasmir Manajemen pemasaran bank adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan anggotanya. Sehingga pemasaran bank merupakan usaha yang dilakukan untuk pemenuhan kebutuhan, keinginan para anggota terhadap produk jasa perbankan, baik produk pinjaman (kredit atau pembiayaan), simpanan seperti (tabungan, deposito, dan giro), atau jasa-jasa yang lain.<sup>4</sup>

Secara umum, tujuan pemasaran bank yakni untuk memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan mendorong konsumsi secara berulang-ulang juga untuk memaksimalkan kepuasan konsumen melalui berbagai jenis pelayanan yang diinginkan anggota, dimana anggota yang puas akan menjadi senjata yang ampuh untuk pemasaran selanjutnya dengan cerita dari satu anggota kepada anggota lainnya.

Secara umum, jasa merupakan seluruh aktivitas ekonomi dengan *output* selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah secara prinsip dan tidak berwujud bagi pembeli pertamanya.<sup>5</sup> Dalam setiap kegiatan yang di tawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tak berwujud dan tidak mengakibatkan seseorang memiliki sesuatu.<sup>6</sup> Kotler mengemukakan “jasa sebagai setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu”<sup>7</sup>

Definisi diatas terlihat bahwa di dalam jasa terdapat aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun kedua belah pihak tidak selalu menyadari para pihak yang terlibat. dan jasa merupakan suatu proses atau aktivitas, yang aktivitas-aktivitas tersebut tidak berwujud.

---

<sup>4</sup> Dwi Setyowati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra lembaga keuangan Minat Pengajuan Pembiayaan Ulang Anggota Studi Kasus BSM Cabang Bogor”, *Artikel*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015, hlm. 12.

<sup>5</sup> *Ibid.*, hlm.10.

<sup>6</sup> *Ibid.*, hlm. 12-13

<sup>7</sup> Etta dan Shopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Artikel* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2013), hlm.93.

## 2. Karakteristik Jasa

Perusahaan harus mempertimbangkan empat karakteristik khusus jasa ketika merancang program pemasaran, yang akan dijelaskan sebagai berikut:<sup>8</sup>

1. Jasa tak berwujud (*service intangibility*) berarti bahwa jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum jasa itu dibeli. Contohnya, orang yang sedang menjalani bedah plastik tidak dapat melihat hasilnya sebelum membeli.
2. Jasa tak terpisahkan (*service inseparability*) berarti bahwa jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediaannya, tanpa mempedulikan apakah penyedia jasa itu orang atau mesin. Jika karyawan jasa menyediakan jasa, maka karyawan itu menjadi bagian jasa. Karena pelanggan juga hadir pada saat jasa itu diproduksi, interaksi penyedia jasa-pelanggan menjadi fitur khusus pemasaran jasa. Baik penyedia jasa maupun pelanggan mempengaruhi hasil jasa.
3. Variabilitas jasa (*service variability*) berarti bahwa kualitas jasa bergantung pada siapa yang menyediakan jasa itu dan kapan, dimana, dan bagaimana jasa itu disediakan. Sebagai contoh, restaurant Rahmah mempunyai reputasi sebagai penyedia jasa yang lebih baik daripada restaurant lain. Tetapi dalam satu restaurant Rahmah tertentu, seorang karyawan bagian pendaftaran mungkin menyenangkan dan efisien, sementara karyawan lain yang berjarak beberapa kaki saja mungkin tidak menyenangkan dan lamban. Bahkan kualitas pelayanan seorang karyawan Rahmah beragam sesuai energi dan kondisi pikirannya pada saat menghadapi masing-masing pelanggan.
4. Jasa dapat musnah (*service perishability*) berarti bahwa jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau digunakan beberapa saat kemudian. Beberapa dokter mendenda pasien untuk perjanjian yang tidak ditepati karena nilai jasa hanya ada pada saat itu dan hilang ketika si pasien tidak muncul. Kemampuan jasa untuk musnah tidak menjadi masalah jika permintaan

---

<sup>8</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2014 Edisi ke-12, Jilid 2, hlm 292-293).

stabil. Namun, ketika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa sering mendapat masalah sulit.

Pendapat lain dalam Bateson dan Hurriyati mengemukakan karakteristik jasa sebagai berikut:<sup>9</sup>

1. Jasa tidak dapat disimpan dan pada umumnya dikonsumsi pada saat dihasilkan.
2. Jasa bergantung pada waktu. Secara umum, pelanggan cenderung lebih sering memanfaatkan jasa pada waktu tertentu.
3. Jasa bergantung pada tempat.
4. Konsumen selalu terlibat dalam proses produksi jasa karena konsumen merupakan bagian integral dari proses tersebut.
5. Perubahan pada konsep kemanfaatan berarti perubahan proses produksi yang terlihat ataupun yang tidak.
6. Setiap orang dan apapun yang berhubungan dengan konsumen juga mempunyai andil dalam pemberian pesanan.
7. Karyawan penghubung (*contact employee*) merupakan bagian dari proses produksi jasa.
8. Kualitas jasa tidak dapat diperbaiki pada saat proses produksi, karena produksi jasa terjadi secara waktu nyata (*real time*), dan konsumen terlibat pada proses produksinya. Jika terjadi kesalahan pada saat produksi, sudah terlambat bagi bagian pengendalian kualitas untuk memperbaikinya.

### **3. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS)**

#### **1. Pengertian KSPPS**

Iqbal Habibie dalam Widayanti mengemukakan bahwa koperasi sebagai salah satu sektor ekonomi merupakan kerjasama yang bersifat ekonomi. Koperasi berasal dari kata *Co* dan *Operation* yang mengandung arti bekerja sama untuk mencapai tujuan. Berarti koperasi adalah kumpulan orang atau badan hukum yang bekerja

---

<sup>9</sup> Etta dan Shopiah, *op.cit.*, hlm. 94

sama memberikan kebebasan masuk dan keluar sebagai anggota untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat umumnya.<sup>10</sup>

KSPPS merupakan lembaga keuangan mikro syariah khas Indonesia yang unik dan spesifik. Kegiatan KSPPS dalam melaksanakan fungsi dan perannya menjalankan peran ganda yakni sebagai lembaga bisnis (*tamwil*) dan di sisi yang lain melakukan lembaga sosial (*maal*) yakni menghimpun, mengelola dan menyalurkan dana ZISWAF. Dana ZIS dalam penghimpunan dan pendayagunaannya dapat dimanfaatkan untuk kepentingan *charity* (amal), namun sebagian KSPPS menyalurkan dan mendayagunakannya lebih kearah pemberdayaan, khususnya bagi pelaku usaha mikro. Sementara itu khusus untuk Wakaf Uang, dalam penghimpunan bersifat sosial namun pengelolaan dan pengembangannya harus dalam bentuk *profitable* karena ada amanah *wakif* (pemberi wakaf) untuk memberikan manfaat hasil wakaf untuk diberikan kepada *maukuf alaih* (penerima manfaat).

## 2. Landasan Hukum KSPPS

Berikut adalah landasan koperasi:

### 1. Al-Qur'an

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.<sup>11</sup>

Berdasarkan pada ayat Al-Quran diatas kiranya dapat dipahami bahwa tolong-menolong dalam kebajikan dan dalam ketakwaan dianjurkan oleh Allah.

<sup>10</sup> Biutty Widayanti, “ Pengaruh Pembiayaan Mudhorobah dan Musyarokah terhadap Perkembangan Usaha Anggota (UMKM)”, *Artikel*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2016, hlm. 15.

<sup>11</sup> Al-Maidah (5):2

Koperasi merupakan tolong menolong, kerjasama, dan saling menutupi kebutuhan. Menutupi kebutuhan dan tolong-menolong kebajikan adalah salah satu wasilah untuk mencapai ketakwaan yang sempurna (*haqatuqatih*).

Dasar hukum berdirinya KSPPS yaitu dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah telah membawa implikasi pada kewenangan Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota di bidang Perkoperasian. Selain itu berlakunya UU No. 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan dan UU No. 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro juga memerlukan penyesuaian nomenklatur tupoksi Kementerian Koperasi dan UKM RI terkait kegiatan usaha jasa keuangan syariah.

#### 4. Akad Pembiayaan

##### 1. Pengertian Akad

Akad (*al-'Aqdu*), kata *al-'Aqdu* merupakan bentuk jamak (*masdar*) dari *'aqada, ya'qidu, 'aqdan*, yang berarti *menyimpul, membuhul, mengikat, atau mengikat janji*. Secara bahasa, akad adalah ikatan antara dua hal, baik ikatan secara nyata maupun ikatan secara maknawi, dari satu segi maupun dua segi.

Menurut istilah para ahli hukum Islam, akad diartikan sebagai kesepakatan antara kedua belah pihak yang ditandai dengan sebuah ijab dan kabul yang sesuai dengan Syariat yang menetapkan adanya pengaruh (akibat) hukum pada objek perikatan. Sedangkan DSN dalam fatwanya No. 45/DSN-MUI/II/2005, mengartikan akad sebagai transaksi atau perjanjian Syar'i yang menimbulkan hak dan kewajiban.

Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan akad merupakan kesepakatan para pihak untuk mengikatkan diri tentang suatu perubahan hukum tertentu yang akan dilakukan sesuai dengan prinsip Syariah. Wujudnya akad dikarenakan adanya ijab dan kabul serta adanya kesesuaian dengan prinsip Syariah. Ijab adalah pernyataan atau penawaran pihak pertama mengenai perikatan yang diinginkan, sedangkan Kabul adalah penerimaan pihak kedua untuk menerimanya.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), 129-130.

## 2. Pengertian Pembiayaan

Kegiatan penyaluran dana bank syariah yaitu investasi dan pembiayaan. Disebut investasi karena dasar yang digunakan adalah dasar penanaman dana atau penyertaan, dan keuntungan yang akan diperoleh bergantung pada kinerja usaha yang menjadi obyek penyertaan tersebut sesuai dengan *nisbah* bagi hasil yang telah diperjanjikan sebelumnya. Disebut pembiayaan karena bank Syariah penyedia dana guna membiayai kebutuhan anggota yang memerlukannya dan layak memperolehnya.

Pengertian pembiayaan menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>13</sup>

## 3. Tujuan Pembiayaan

Pada dasarnya terdapat dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan, yaitu sebagai berikut:<sup>14</sup>

### a. *Profitability*

Yaitu bertujuan untuk memperoleh hasil dari usaha yang dikelola bersama anggota.

### b. *Safety*

Keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *Profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti.

Sehubungan dengan aktivitas bank syariah, maka pembiayaan merupakan sumber pendapatan bagi bank Syariah. Dimana tujuan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan *stakeholder*.<sup>15</sup>

## 4. Fungsi Pembiayaan

---

<sup>13</sup> Mukhlis, *Pengertian dan Tujuan Pembiayaan* (<https://perpuskampus.com/pengertian-dan-tujuan-pembiayaan/>), diakses 24 pebruari 2018 jam12:40am).

<sup>14</sup> Dwi Setyowati, *op.cit.*, hlm. 32.

<sup>15</sup> Dwi Setyowati, *op.cit.*, hlm. 36.

Pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi pembiayaan di dalam perekonomian, perdagangan dan keuangan dapat dikemukakan sebagai berikut :<sup>16</sup>

- a. Pembiayaan dapat meningkatkan *utility* (Daya Guna) dari modal/uang  
Para pengusaha menikmati pembiayaan dari bank untuk memperluas usahanya, baik untuk peningkatan produksi, perdagangan, untuk usaha-usaha rehabilitasi, ataupun usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Itu semua dari hasil penghimpunan dana oleh bank yang kemudian disalurkan menjadi pembiayaan.
- b. Pembiayaan peningkatan *utility* (daya guna) suatu barang  
Prosedur dengan bantuan pembiayaan dapat memproduksi bahan jadi sehingga *utility* dari bahan tersebut meningkat, misalnya peningkatan *utility* kelapa kopra dan selanjutnya akan menjadi minyak goreng.
- c. Pembiayaan meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang.  
Pembiayaan yang disalurkan melalui rekening-rekening koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet giro, wesel, promes dan sebagainya.
- d. Pembiayaan dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang ada.
- e. Stabilitas ekonomi.

Keberadaan bank syariah yang menjalankan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah bukan hanya untuk mencari keuntungan dan meramalkan bisnis perbankan di Indonesia saja, namun juga untuk menciptakan lingkungan bisnis yang aman, diantaranya sebagai berikut:<sup>17</sup>

- a. Membantu kaum *dhuafa* yang tidak tersentuh oleh bank konvensional karena tidak mampu memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh bank konvensional.

---

<sup>16</sup> Muradi, *fungsi Pembiayaan* (<https://perpustakaan.com/fungsi-pembiayaan/>), diakses pada 24 Februari 2018 jam 12:47 AM).

<sup>17</sup> Dwi Setyowati, *op.cit.*, hlm. 37.

- b. Memberikan pembiayaan dengan prinsip Syariah yang menerapkan sistem bagi hasil yang tidak memberatkan *debitur*.
- c. Membantu masyarakat ekonomi lemah yang selalu dipermainkan oleh *rentenir* dengan membantu melalui pendanaan untuk usaha yang dilakukan.

## 5. Citra Lembaga Keuangan

Fox dalam Sutisna mengemukakan “Citra sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan-kesan, dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Dari pengertian tersebut citra terhadap perusahaan berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan prioritas terhadap suatu perusahaan”<sup>18</sup>

### 1. Pengertian Citra Lembaga Keuangan

Citra lembaga keuangan didefinisikan sebagai persepsi organisasi yang direfleksikan dalam memori pelanggan. Dimana dalam literatur pemasaran jasa diidentifikasi sebagai faktor penting dalam evaluasi keseluruhan jasa perusahaan, sebagai fungsi akumulasi pembelian sepanjang waktu.<sup>19</sup>

Citra lembaga keuangan juga dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Citra lembaga keuangan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting.<sup>20</sup> Contoh dalam keputusan tersebut seperti memutuskan untuk mengajukan pembiayaan *rahn*. Dalam lembaga keuangan syariah citra lembaga keuangan merupakan dasar penilaian-penilaian dari anggota maupun calon anggota mengenai koperasi seperti investor, penerima pembiayaan dan lain-lain.

### 2 Manfaat Citra Bagi Lembaga Keuangan

Citra lembaga keuangan yang baik dan kuat mempunyai manfaat sebagai berikut:<sup>21</sup>

<sup>18</sup> Etta dan Shopiah, *op.cit.*, hlm. 327.

<sup>19</sup> Dwi Setyowati, *op.cit.*, hlm. 25.

<sup>20</sup> Siswanto Sutojo, *Membangun Citra lembaga keuangan* (Jakarta:Damar Mulia Pustaka, 2004), hlm.1-2.

<sup>21</sup> *Ibid.*,3.

1. Daya saing jangka menengah dan panjang yang mantap (*mid and long term competitive position*).
2. Menjadi perisai selama masa krisis (*an insurance for adverse times*).
3. Menjadi daya Tarik eksklusif handal (*attracting the best executives available*).
4. Meningkatkan efektifitas strategi pemasaran (*increasing the effectiveness of marketing instruments*), dan
5. Penghematan biaya operasional (*cost saving*)

### **3 Citra Dalam Suatu Lembaga Keuangan**

Dalam suatu lembaga keuangan baik besar, menengah maupun kecil dapat dikatakan memiliki citra yang baik apabila memenuhi tiga dimensi citra sebagai berikut:<sup>22</sup>

#### 1. Citra eksklusif

Dimana citra ini sering di tonjolkan perusahaan-perusahaan besar. Citra eksklusif merupakan kemampuan menyajikan berbagai macam manfaat terbaik kepada konsumen dan pelanggan seperti mutu prima produk, harga yang kompetitif, layanan yang prima dan rasa bangga karena memiliki, menyewa atau mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan.

#### 2. Citra inovatif

Perusahaan dapat dikategorikan inovatif apabila pandai menyajikan produk baru yang mana produk yang model atau desainya tidak sama dengan produk sejenis yang beredar dipasar.

#### 3. Citra murah meriah

Citra murah meriah dapat dicapai apabila perusahaan mampu menyajikan produk dengan mutu tidak jelek, namun harganya dapat dicapai pelanggan yang kantongnya tidak tebal.

### **6. Kualitas Pelayanan**

#### **1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan jasa digambarkan sebagai bentuk sikap, tetapi tidak sama dengan kepuasan, yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan konsumen

---

<sup>22</sup> *Ibid.*,42.

dengan kemampuan perusahaan. Kualitas berfokus pada manfaat yang diciptakan bagi pelanggan, dan produktivitas mengacu pada biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dimana kualitas pelayanan sangat mempengaruhi dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan perusahaan, dengan memberikan pengalaman yang berkualitas secara lebih efisien agar dapat meningkatkan jangka panjang perusahaan.

Karyawan merupakan kunci untuk menentukan kualitas pelayanan, kualitas produk, kualitas operasional, maupun kualitas kinerja perusahaan. Bank yang berorientasi pelayanan akan membawanya sukses besar, dimana bank tersebut harus memiliki perhatian besar atas sikap emosional anggota sebagai suatu indikator yang harus ditangani dengan sebaik-baiknya. Sehingga dengan memusatkan perhatian pada upaya pemuasan keinginan anggota, pelayanan tersebut dapat menciptakan kepuasan anggota. Karena pelayanan anggota pada hakikatnya adalah setiap kegiatan yang dimaksudkan untuk memberikan kepuasan anggota, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota.<sup>23</sup>

## 2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk mengukur variabel kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa menggunakan lima dimensi sebagai berikut:<sup>24</sup>

1. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.

---

<sup>23</sup> Dwi Setyowati, *op.cit.*, hlm. 21

<sup>24</sup> Etta dan Shopiah, *op.cit.*, hlm. 100

3. Jaminan (*assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.
4. Empati, yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.
5. Produk-produk fisik (*tangibles*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

## 7. Pembiayaan *Rahn*

### 1. Pengertian *Rahn*

Secara bahasa *al-rahn* berarti tetap dan lama, sedangkan menurut istilah *rahn* disebut jaminan, agunan, dan runggahan. Menurut istilah syara' yang dimaksud dengan *rahn* yaitu menjadikan suatu barang yang mempunyai nilai harta dalam pandangan Syara' sebagai jaminan utang, yang memungkinkan untuk mengambil seluruh atau sebagian utang dari barang tersebut.<sup>25</sup> Dan pihak KSPPS mendapatkan ujarah/jasa atas penitipan agunan sesuai kesepakatan. Selain pengertian *rahn* yang dikemukakan diatas berikut beberapa pengertian gadai (*rahn*) menurut para ahli yaitu:<sup>26</sup>

1. Ulama Syafi'iyah dan Hanabillah mengemukakan bahwa *rahn* adalah menjadikan materi/barang sebagai jaminan utang yang dapat dijadikan pembayar apabila orang yang berutang tidak bisa membayar utangnya itu.
2. Malikiyah mengartikan *rahn* adalah sesuatu yang bernilai harta yang diambil dari pemiliknya sebagai jaminan untuk utang yang tetap (mengikat) atau menjadi tetap.

Menurut Al-Jazairi dalam buku Fikih Muamalah Klasik dan Temporer mengemukakan *rahn* ialah menjamin utang dengan barang yang

---

<sup>25</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta:Gadjah Mada,2005), hlm. 88.

<sup>26</sup> Anita Ritqi P, "Aspek Risiko Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Cabang Cinere", *Artikel*, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011, hlm. 20.

memungkinkan utang bisa dibayar denganya, atau dari hasil penjualanya. Contoh, si A meminta pinjaman pada si B, kemudian si B meminta si A menitipkan suatu barang kepadanya: hewan, rumah, dan sebagainya, sebagai jaminan utangnya. Jika utang telah jatuh tempo dan si A tidak bisa membayar utangnya maka utangnya diambilkan dari barang gadai tersebut. Si A yang menjamin uang dinamakan *rahn* (penggadai), si B yang meminjamkan uang dinamakan *murtahin* (penerima gadaian), dan barang yang digadaikan dinamakan (*rahn*).<sup>27</sup>

Berdasarkan definisi *rahn* diatas dapat didefinisikan bahwa dalam pembiayaan Syariah akad *rahn* biasa digunakan untuk anggota yang membutuhkan pembiayaan baik digunakan sebagai modal atau yang lainnya sebagai jaminan pembiayaanya di KSPPS-MUI. Seperti yang dijelaskan dalam Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn* bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* dibolehkan.<sup>28</sup>

## 2. Landasan syariah

### 1. Al-Quran

Firman Allah dalam QS. Al-Baqoroh (2): 283:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ... الْآيَةُ

Artinya: “dan apabila kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah secara tidak tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang juru tulis maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang.....”

Ayat diatas menjelaskan bahwa apabila seseorang dalam perjalanan dan mengadakan transaksi secara tidak tunai sampai batas waktu yang ditentukan, sedangkan tidak menemukan seorang penulis atau menemukan

<sup>27</sup> Ismail Nawawi, *Fikih Muammalah Klasik dan Temporer* (Bogor:Ghalia Indonesia, 2012). Hlm. 198.

<sup>28</sup> DSN-MUI *Himpunan Fatwa Dewan Syariaah Nasional Indonesia*, (Ciputat:DSN MUI, 2006), Hlm. 153.

penulis namun tidak menemukan kertas atau pena, maka hendaklah ada barang tanggungan (jaminan) yang dipegang. Maksudnya adalah seseorang tersebut boleh memegang jaminan sebagai ganti dari catatan. Jaminan tersebut dipegang oleh pemilik hak.

Ayat tersebut juga menjelaskan bahwa transaksi gadai masih belum terelialisasi kecuali bila barang jaminan telah dipegang (barang yang digadaikan diterima oleh tangan orang yang memberikan pinjaman).

## 2. Al-Hadist

Hadist Nabi riwayat al-Bukhori dan Muslim dari ‘Aisyah r.a., ia berkata:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا  
مِنْ حَدِيدٍ

Artinya: “*sesungguhnya Rasulullah S.A.W. pernah membeli makanan dengan berutang dari seorang Yahudi, dan Nabi menggadaikan sebuah baju besi kepadanya*”.

Hadist diatas menjelaskan bahwa apabila melakukan transaksi secara tidak tunai maka hendaknya ada barang yang digadaikan. Barang gadai itu berupa barang berharga yang dapat menutupi utangnya baik barang ataupun nilainya ketika si peminjam tidak mampu melunasi utangnya.

## PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dengan permasalahan dan tujuan serta hipotesis yang diperhatikan dalam Artikel ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Untuk mengukur variabel kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa menggunakan lima dimensi sebagai berikut:<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Etta dan Shopiah, *op.cit.*, hlm. 100

1. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
3. Jaminan (*assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.
4. Empati, yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.
5. Produk-produk fisik (*tangibles*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ajija, Shochrul ra., et all. 2018. *Koperasi BMT: Teori, Praktik dan Inovasi*. Yogyakarta
- Ajija, Shochrul ra., et all,... *Cara Cerdas Menguasai EVIEWS* Jakarta:Salemba Empat
- Amstrong, Gary dan Philip Kotler. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi ke-12, Jilid 2, Jakarta:Erlangga
- Anshori, Abdul Ghofur. 2005. *Gadai Syariah di Indonesia*, Yogyakarta:Gadjah Mada

- Arikunto Suharsimi. 2013. *Prosedur Artikel Suatu Pendekatan Praktik*  
Jakarta:Rineka Cipta
- Hasanuddin, et all. 2006. "*Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI*".Ciputat:DSN MUI.
- Mukhlis *Pengertian dan Tujuan Pembiayaan*  
(<https://perpuskampus.com/pengertian-dan-tujuan-pembiayaan/>,  
diakses 24 pebruari 2018 jam12:40am)
- Muradi Fungsi Pembiayaan (<https://perpuskampus.com/fungsi-pembiayaan/>,  
diakses pada 24 Pebruari 2018, 12:47 AM)
- Nawawi, Ismail. 2012. "*Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*".  
Bogor:Ghalia Indonesia
- Pristiyadi, Budiyo. 2016. "*Modul Metodologi Artikel dan Studi Kasus*".
- Ritqi, Anita. 2011. "*Aspek Risiko Produk Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Cabang Cinere*". (Artikel), Jakarta :UIN Syarif Hidayatullah
- Sangadji, Etta Mamang dan Shopiah. 2013. "*Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Artikel*". Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Setyowati, Dwi. 2015. "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra lembaga keuangan Minat Pengajuan Pembiayaan Ulang Anggota Studi Kasus BSM Cabang Bogor*", (Artikel), Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah.
- Soemitra, Andri. 2009. "*Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*"  
Jakarta:Prenadamedia Group
- Sutojo, Siswanto, 2004 "*Membangun Citra lembaga keuangan*".  
Jakarta:Damar Mulia Pustaka.
- Tantri, Francis dan Thamrin Abdullah. 2014. *Manajemen Pemasaran*  
Jakarta:Rajawali Pers.
- Tim penulis, 2008 "*Modul Ekonometri*". Surabaya:LPEP Unair

Widayanti, Biutty. 2016. *“Pengaruh Pembiayaan Mudhorobah dan Musyarokah terhadap Perkembangan Usaha Anggota UMKM”*, (Artikel), Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN