

Pengaruh Promosi Gadai Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Banyuwangi Rogojampi)

Juan Felix Anuraga^{1*}, Dimas Herliandi Shodiqin¹, Istikomah¹

¹Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jember, Jember, Indonesia.

*Email: juanfelixanuraga22@gmail.com

Abstrak

Gadai merupakan praktik transaksi keuangan yang sudah lama dalam sejarah peradaban manusia. Sistem rumah gadai yang paling tua terdapat di Negara Cina pada 3.000 tahun yang silam, juga di Benua Eropa dan kawasan laut tengah pada zaman Romawi dahulu. Namun di Indonesia, praktik gadai sudah berumur ratusan tahun, yaitu dimana warga masyarakat telah terbiasa melakukan transaksi hutang-piutang dengan jaminan barang. Penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi gadai emas terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia BSI KCP Banyuwangi Rogojampi 1. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan survei. Pendekatan survei adalah salah satu dari pendekatan penelitian yang pada umumnya digunakan untuk pengumpulan data serta informasi yang luas dan banyak.

Kata kunci: Bank Syariah; Gadai Emas; Minat Nasabah; Promosi

Pendahuluan

Gadai merupakan praktik transaksi keuangan yang sudah lama dalam sejarah peradaban manusia. Sistem rumah gadai yang paling tua terdapat di Negara Cina pada 3.000 tahun yang silam, juga di Benua Eropa dan kawasan laut tengah pada zaman Romawi dahulu. Namun di Indonesia, praktik gadai sudah berumur ratusan tahun, yaitu dimana warga masyarakat telah terbiasa melakukan transaksi hutang-piutang dengan jaminan barang.

❖ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَنْ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَمِنْ
بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا
تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ

عَلِيمٌ

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu 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 barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. Barang tanggungan (borg) itu diadakan bila satu sama lain tidak percaya mempercayai” (QS. Al-Baqarah : 283).

Fluktuasi harga emas dapat terjadi karena tidak seimbang nya pasar permintaan dan penawaran. Selain itu, adanya interaksi antar pasar komoditas dan pasar uang juga dapat mendorong fluktuasi harga emas, mengikuti fluktuasi nilai tukar. Harga emas cenderung turun ketika nilai tukar naik (khususnya terhadap dolar Amerika), demikian pula sebaliknya. Dengan demikian stabilitas nilai tukar dan harga emas merupakan faktor penting yang perlu dicermati dalam pembiayaan berbasis emas, baik gadai maupun investasi, yang menentukan stabilitas keuangan perbankan Syariah. Tingginya potensi kerugian pada perbankan Syariah dalam pembiayaan gadai dan investasi emas mendorong BI untuk mengambil kebijakan berdasarkan surat Edaran No 14/7/DPBS, pembiayaan gadai emas pada bank Syariah dibatasi paling banyak jumlah terkecil antara 20% dari seluruh pembiayaan yang diberikan atau 150% dari modal bank. Untuk Unit Usaha (UUS), dibatasi paling banyak 20% dari seluruh pembiayaan. Pembiayaan debitur dibatasi paling banyak Rp 250 juta dengan jangka waktu paling lama empat bulan dan dapat diperpanjang. Loan to value (LTV) ditetapkan kurang dari 80% harga

taksiran emas. Spread minimal 20% itu dimaksudkan sebagai antisipasi jika harga emas turun sampai dengan maksimum 20% dari harga emas saat pembiayaan (Infobanknews.com, 2012:2). Adiwarman A. Karim berpendapat risiko yang terjadi pada produk gadai emas yang ada di perbankan Syariah melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

Seorang calon nasabah memiliki emas dan membutuhkan uang tunai untuk suatu keperluan mendesak. Emas yang digadaikan, nasabah menerima uang, menitipkan atau menjaminkan ke bank Syariah, Bank Syariah mengenakan biaya menitipan atau menjaminkan emas. Ketika jatuh tempo, nasabah menebus emasnya. Evaluasi produk gadai emas Syariah dimulai secara tidak sengaja. Ketika nasabah yang kewajibannya seharusnya menebus emasnya pada saat jatuh tempo kesepakatan, ternyata tidak mampu untuk menebusnya. Anshori, Abdul Ghofur, 2006, gadai Syariah di Indonesia: konsep, Implementasi dan Institusionalisasi, cetakan pertama, Yogyakarta: Renaisan Berbeda cara dengan kelaziman, bank Syariah akan melakukan gadai ulang. Emas tersebut secara prinsip di tebus nasabah, segera selanjutnya emas tersebut digadaikan kembali ke bank. Nasabah membayar sesuai kesepakatan selisih antara uang tebusan yang harus dibayarnya dengan nilai gadai ulang yang seharusnya diterimanya. Tentu bila proses gadai ulang berlanjut kedua, ketiga, keempat, dan seterusnya, risikonya akan bertambah besar.

Selama melakukan penelitian di BSI KCP Rogojampi peneliti tertarik dengan produk Gadai Emas karena emas setiap tahunnya harganya pasti naik dan data nasabah yang menggadaikan emasnya di Bank Syariah otomatis mengalami perubahan atau naik turun dan juga penasaran mengapa setiap tahunnya emas mengalami perubahan BSI KCP Rogojampi yang memiliki produk Gadai Emas yang dimana produk ini memiliki nilai taksiran tinggi dan biaya titipan rendah dengan proses cepat, aman dan terjamin, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dengan adanya nilai taksiran yang tinggi dan biaya titipan yang rendah terhadap minat nasabah gadai emas. Minat nasabah dalam produk Gadai Emas itulah yang menyebabkan peneliti ingin Meneliti tentang permasalahan yaitu seberapa besar pengaruh promosi gadai terhadap minat nasabah pada BSI KCP

Rogojampi. Adapun dari penelitian terdahulu mengenai promosi terhadap minat nasabah yang diteliti oleh Egil Hadi Prayitno (2013), memiliki hasil penelitian bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah. Penelitian yang diteliti oleh Nita Ainul Khasanah (2014) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dan penelitian yang diteliti oleh Hidayat dkk. (2020), menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah. Sedangkan dalam penelitian Alfriyeni., dan Doni Marlius. (2019). menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Begitu juga dengan penelitian Anita Sari Ningrum menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) untuk lembaga keuangan syariah, 2001, Edisi 1 Jakarta : Diterbitkan atas kerjasama DSN-MUI dan Bank Indonesia.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan survei. Pendekatan survei adalah salah satu dari pendekatan penelitian yang pada umumnya digunakan untuk pengumpulan informasi serta data yang luas dan banyak. Dalam metode penelitian ini akan diuji pengaruh variabel promosi terhadap minat nasabah berdasarkan data penelitian yaitu data primer berdasarkan jawaban responden. Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis yaitu:

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian eksploratif, deskriptif, maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan yaitu data yang akan didapatkan peneliti berdasarkan jawaban responden dari pernyataan yang berupa kuesioner penelitian

2. Data Sekunder

Data sekunder sendiri merupakan struktur dan historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pakar serta pihak lain. Sumber data saekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), berbagai Internet Websites, dan perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu buku-buku yang membahas mengenai (promosi, minat, dan metode penelitian), jurnal mengenai promosi dan minat serta website resmi Bank Syariah Indonesia.

Instrumen

Instrumen penelitian merupakan bagian yang terpenting dalam suatu penelitian, berkenaan dengan validitas dan rehabilitas instrumen. Di dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif yang menjadi instrumen atau alat untuk mengukur nilai variabel penelitian, adapun jenis instrumen yang sering digunakan didalam penelitian ini yaitu berupa tes dan kuisioner, instrumen yang digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Dalam penelitian ini menggunakan instrumen dengan Skala Liket, dimana skala ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Skala ini menggunakan 5 skor yaitu sebagai berikut:

Sangat Setuju = Skor 5

Setuju = Skor 4

Ragu-ragu = Skor 3

Tidak Setuju = Skor 2

Sangat Tidak Setuju = Skor 1

Bapak/Ibu cukup memberikan tanda *Checklist* (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu. Setiap pernyataan mengharapkan hanya ada satu jawaban. Setiap skor/nilai akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Bapak/Ibu.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dan informasi dapat dilakukan dalam berbagai metode, sumber dan cara. Apabila dilihat dari sumber primer dan sekunder dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah:

1. Penelitian Lapangan. Menurut Sugiyono (2018) penelitian lapangan dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder. Jenis penelitian ini untuk mendapatkan data primer dengan cara: *kuesioner*, merupakan instrumen penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan untuk menjangkau data atau informasi yang harus dijawab responden secara bebas sesuai dengan pendapatnya. *Kuesioner* dapat berupa pertanyaan tertutup dan terbuka dapat diberikan kepada responden secara langsung maupun lewat internet. Peneliti menyebarkan *kuesioner* kepada 80 nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Rogojampi Banyuwangi. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan mengenai masalah yang akan diteliti.
2. Penelitian Pustaka. Menurut Nazir penelitian pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Data sekunder yang diambil dari:
 1. Jurnal

Data pendukung yang berhubungan dan berkaitan dengan penelitian yang membahas berbagai macam, ilmu Pendidikan serta penelitian dianggap relevan dengan topik pendidikan.
 2. *Website* atau Internet

Dengan cara mencari data-data yang berhubungan dengan topik penelitian, yang dipublikasikan di internet baik yang berbentuk jurnal skripsi ataupun karya tulis.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah dari seluruh responden atau sumber data terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dua jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik, yaitu:

1. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah mengukur koefisiensi korelasi antara skor suatu pertanyaan atau indikator yang diuji dengan skor total pada variabelnya. Untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien dan korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (=5%), yang artinya suatu item dapat dianggap valid jika berkoelasi signifikansi terhadap skor total item.

2. Uji Realibitas

Uji Realibilitas berhubungan dengan konsisten, akurasi dan ketetapan yang ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisiensi realibitas. Untuk menghitung realibilitas dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Uji reliabilitas dengan menggunakan uji *Cronbach Alpha* kemudian membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari r tabel (0,207) maka dapat dikatakan reliabel. Sedangkan, apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih kecil dari (0,207) maka item pernyataan itu dinyatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dibuat untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian, secara umum data baik dan layak Untuk mengetahui apakah data penelitian ini berdistribusi normal atau mendekati normal bisa dilakukan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikan 5% (0,005). Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 0,005.

2. Uji linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas Dalam analisis regresi sederhana uji linearitas harus terpenuhi untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau tidak

maka peneliti menggunakan SPSS pada uji *deviation from linearity* > 0,05 maka terdapat hubungan yang linear.

3. Uji Hipotesis

1. Uji Korelasi

Korelasi adalah merupakan istilah yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel. Analisis korelasi adalah sesuatu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel. Dalam pengujian ini, penulis menggunakan analisis korelasi *product moment*. Koefisien korelasi merupakan suatu indeks atau bilangan yang digunakan untuk mengukur keadaan kedekatan hubungan antar variabel. Koefisien korelasi disimbolkan T koefisien korelasi r memiliki nilai antara -1.

1. Jika r bernilai positif maka variabel-variabel berkorelasi positif. Semakin dekat nilai r ke +1 semakin kuat korelasinya, demikian pula sebaliknya.
2. Jika R bernilai negatif maka variabel-variabel berkorelasi negatif. Semakin dekat nilai r ke -1 maka semakin kuat korelasinya, demikian sebaliknya.
3. Dan jika r bernilai 0 maka variabel-variabelnya tidak menunjukkan korelasi
4. Jika r bernilai +1 atau -1 maka variabel-variabelnya menunjukkan korelasi positif atau negatif yang sempurna.

2. Uji Regresi Linear Sederhana

Secara umum analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen promosi pada gda emas (X) terhadap variabel minat nasabah (Y) Pada Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi.

Analisis regresi linear minat sederhana pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y = Minat Nasabah

X = Promosi Gadai Emas

a = Konstanta

b = Koefisien

3. Koefisien Determinasi

Melalui koefisien determinasi maka kita akan mengetahui seberapa jauh suatu variabel bebas menentukan perubahan nilai variabel terkait dapat diketahui besarnya nilai koefisien determinasi terletak di antara 0 dan 1. Atau dengan kata lain mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (x) terhadap dependen (y)

4. Uji koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individu yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (x) secara individual mempengaruhi variabel dependen (y). Keputusan menerima atau menolak hipotesis yang ada adalah jika nilai $\text{sig} < 0,005$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka hipotesis diterima. Tapi jika nilai $\text{sig} > 0,005$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, hipotesis ditolak.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan dengan sampel yang telah digunakan yaitu 50 nasabah maka karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden dengan menggunakan uji frekuensi yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, dan lama menjadi nasabah. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan kelamin

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	20	40%
Perempuan	30	60%
Total	50	100%

Sumber: Data diolah peneliti

Dari table 1. diketahui dari 50 responden menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 20 orang dengan persentase 40% dan responden perempuan berjumlah 30 orang dengan persentase 60%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi 1 didominasi oleh responden yang perempuan.

2. Berdasarkan Umur

Keragaman Responden berdasarkan umur atau usia dapat ditunjukkan pada table berikut ini:

Tabel 2. Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
15 – 25	4	6%
26 – 35	28	56%
36 – 45	16	32%
46 – 55	2	4%
Total	50	100%

Sumber: Data diolah peneliti

Dari tabel 2 diketahui dari 50 responden menunjukkan bahwa responden berusia 15-25 tahun berjumlah 3 orang dengan persentase sebesar 6%, responden berusia 26-35 berjumlah 28 orang dengan persentase sebesar 56%, responden berusia 36-45 tahun berjumlah 16 orang dengan persentase 32%, responden berusia 46-55 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 4%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi didominasi oleh responden yang berusia 26-35 tahun.

3. Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Keragaman responden berdasarkan lama menjadi nasabah dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Responden Lama Menjadi Nasabah

Lama Jadi Nasabah	Jumlah	Persentase
3-8 Bulan	10	20%
8-12 Bulan	9	18%
Lebih dari satu tahun	31	62%
Total	50	100%

Sumber: Data diolah peneliti

Dari tabel 3 diketahui dari 50 responden menunjukkan bahwa responden telah menggunakan jasa Gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi 1 selama 3-8 bulan sebanyak 10 orang dengan presentase 20%. 8-12 bulan 9 orang dengan persentase 18% dan dari 1 Tahun sebanyak 31 orang dengan persentase 62%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi 1 didominasi oleh responden yang menggunakan jasa gadai emas syariah selama lebih dari 2 tahun

Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Validitas

Pengujian validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan dalam suatu alat ukur. Jika instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid, sehingga instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (ketepatan). Untuk apakah pernyataan atau pertanyaan yang diajukan kepada nasabah dapat dikatakan valid atau tidak, maka penulis melakukan per test kuesioner kepada nasabah BSI KCP Banyuwangi Rogojampi 1 kepada 50 orang responden pada Januari – Maret 2024.

Apabila hasil uji validitas r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya. Sampel yang digunakan untuk melakukan uji validitas ini adalah 50 responden dengan *degree of freedom* sebesar (df) $= 50 - 2 = 48$ dengan $\alpha = 5\%$ (0.005), maka didapat nilai r tabel = 0.284.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	r hitung	r table 5% (48)	Keterangan
Promosi (X)	X.1	0,566	0,284	Valid
	X.2	0,611	0,284	Valid
	X.3	0,674	0,284	Valid
	X.4	0,588	0,284	Valid
	X.5	0,374	0,284	Valid
	X.6	0,600	0,284	Valid
	X.7	0,566	0,284	Valid
	X.8	0,503	0,284	Valid
	X.9	0,557	0,284	Valid
	X.10	0,501	0,284	Valid
	X.11	0,633	0,284	Valid
	X.12	0,660	0,284	Valid

	X.13	0,610	0,284	Valid
	X.14	0,490	0,284	Valid
	X.15	0,413	0,284	Valid
Minat Nasabah (Y)	Y.1	0,610	0,284	Valid
	Y.2	0,538	0,284	Valid
	Y.3	0,584	0,284	Valid
	Y.4	0,573	0,284	Valid
	Y.5	0,571	0,284	Valid
	Y.6	0,581	0,284	Valid
	Y.7	0,528	0,284	Valid
	Y.8	0,616	0,284	Valid
	Y.9	0,580	0,284	Valid
	Y.10	0,692	0,284	Valid

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa seluruh item pernyataan dari variabel Promosi (X) dan minat nasabah (Y) adalah valid. Hal ini diketahui karena r tabel yaitu 0,284.

2. Uji Reabilitas

Setelah uji validitas dilakukan, selanjutnya melakukan analisis reabilitas untuk menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberikan hasil apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang. Adapun hasil analisis reabilitas variabel dalam penelitian ini dapat tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Promosi

Cronbach's Alpha	N of Item
,890	15

Sumber: Data diolah peneliti

Tabel 6. Hasil Uji Reabilitas Variabel Minat Nasabah

Cronbach's Alpha	N of Item
,870	10

Sumber: Data diolah peneliti

Dari keterangan tabel 5 dan tabel 6 diatas diketahui bahwa nilai alpha memiliki Cronbach's Alpha > 0,06, dengan demikian variabel dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengujinya dapat

digunakan uji Kolmogrov Smirnov satu arah. Pengambilan keputusan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menentukan signifikasinya. Jika signifikansi $> 0,005$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikansi $< 0,005$ maka variabel tidak berdistribusi normal. Normalitas Kolmogrov Smirnov dengan alat ukur 25. Sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas
One-Sampel Kolmogrov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameter	Mean	.0000000
		2.10030100
Std.Deviation		.113
Most Extreme Differences		.057
Absolute		-.113
	Positive	.113
	Negative	.146
Test		
Asymp. Sig.(2-tailed)		
1.	Test distribution is normal.	
2.	Calculated from data.	
3.	Lillefors Significance Correction	

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,146 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji glejser dilakukan dengan cara mererikan antara variabel independen dengan ini absolute residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual lebih dari 0,1 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
Constant)	3.455	1.792		1.928	.060

Kualitas pelayanan	-.025	-.027	-.134	-.935	.355
Kepuasan nasabah	-.055	,037	-,208	-,1472	,148

Sumber: Data diolah peneliti

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kedua variabel independen yaitu nilai taksiran 0,355 lebih besar dari 0,1 dan nilai signifikansi kualitas pelayanan adalah 0,148 lebih besar dari 0,1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastistas pada model regresi.

c. Uji linieritas

Uji Linieritas digunakan untuk mengetahui hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian linieritas pada penelitian ini menggunakan SPSS 25. Kriteria dalam menguji linieritas yaitu jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hubungan variabel bebas dengan variabel terikat adalah linier begitu juga sebaliknya.

Tabel 9. Hasil Uji Linieritas
ANOVA Tabel

	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
Kual between groups combined	652.413	18	36.245	7.104	.000
Itas pela linierity	594.428	1	594.428	116.505	.000
Yanaan*	57.985	17	3.411	.669	.808
Devfromlinier	158.167	31	5.102		
Minat Within Groups	810.580	49			
Nasabah Total					

Sumber: Data diolah peneliti

Dapat dilihat dari table 9 diatas bahwa nilai koefisien signifikansi yaitu 0,808 $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel (X) yaitu kualitas pelayanan memiliki hubungan yang linier terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan nasabah.

Adapun menguji hubungan linier antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Pengambilan keputusan untuk uji linieritas ini dengan cara mengkosultasikan F(hitung) dengan F(tabel). Jika $F(\text{hitung}) < F(\text{tabel})$ pada taraf

signifikansi 5% maka regresi linier. Begitupun sebaliknya apabila $F(\text{hitung}) > F(\text{tabel})$ pada taraf signifikansi 5% maka regresi tidak linier. Adapun rangkuman hasil perhitungan uji linieritas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10. Ringkasan Hasil Uji Linieritas

Variabel	Fhitung	Ftabel	Kesimpulan
X dengan Y	0,669	2.011	Linier

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan pada tabel 10 di atas hasil uji linieritas dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) memiliki hubungan linier. Hal ini diambil karena $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ dengan taraf signifikansi 5%. Persyaratan telah dipenuhi dengan dilakukannya uji linieritas yang hasilnya menyatakan bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat linier. Dengan demikian persyaratan analisis telah dipenuhi sehingga teknik analisis regresi untuk hipotesis dapat dilakukan.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Analisa ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel.

Tabel 11. Kofisien Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856*	.733	.728	2.12207

a. Predictors: (costant), kualitas pelayanan

Sumber: Data diolah peneliti

Nilai R yang merupakan simbol dari koefisien, pada tabel 11 diatas nilai kolerasi adalah 0,856. Nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan kedua variabel penelitian berada pada kategori cukup. Melalui tabel diatas juga diperoleh nilai R Square atau koefisien Determinasi (KD) yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat. Nilai KD yang diperoleh adalah 73,3% sehingga disimpulkan bahwa variabel bebas (X) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 73,3% terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 12. Hasil Uji Signifikan
ANOVA

Model	Sum of Square	Df	Mean	F	Sig.
1	594.428	1	594.428	132.002	.000*
Regression					
Residul	216.152	48	4.503		
Total	810.580	49			

1. Dependent variabel: kepuasan nasabah

2. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

Tabel 12 uji signifikan di atas digunakan untuk menentukan taraf signifikasi atau linieritas dari regresi. Kriteria dapat ditentukan berdasarkan uji nilai signifikasi (Sig), dengan ketentuan jika nilai $\text{sig} < 0,005$. Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai sig. 000 berarti $\text{Sig} <$ dari kriteria signifikan (0,05). Dengan demikian model persamaan regresi berdasarkan data penelitian adalah signifikan atau model persamaan regresi memenuhi kriteria.

Tabel 13. Koefisien Regresi Sederhana
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
1 (Constant)	2.803		3.531	.856	11.4
Kualitas pelayanan	.608		.053		89

a. Dependent Variabel: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel coefficient diatas pada kolom B terdapat nilai constant (a) adalah 2.803 sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan (b) adalah 0,608 sehingga persamaan regresinya dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2.803 + 0,608X$$

Konstanta (a) adalah sebesar 2.803 ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan atau nilai nilai $X = 0$ dianggap konsta, maka nilai kepuasan nasabah sebesar 2.803.

Nilai koefisien regresi variabel kepuasan nasabah (b) bernilai positif sebesar 0,608 artinya jika terjadi peningkatan atau penambahan kualitas pelayanan kepuasan

nasabah juga akan meningkat sebesar 0,608. Sebaliknya jika angka ini bernilai negative maka kualitas pelayanan akan menurun sebesar 0,608.

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan Adjusted R² sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Uji Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856	.733	.728	2.12207

a. Predictors (Constanta kualitas pelayanan)

Sumber: Data diolah peneliti

Tabel 4.14 diatas menjelaskan besarnya nilai kolerasi atau hubungan R yaitu sebesar 0,856 dan menjelaskan besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien dertiminasi merupakan hasil dari pengkuadratan R. Dari outpout tersebut diperoleh koefisien determinasi (R) sebesar 0,733 yang mengandung bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah sebesar 73,3%, sedangkan sisanya yaitu 26,7% dipengaruhi oleh variable lain.

Dari hasil pengelolaan data diatas maka terdapat besar pengaruhnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada produk gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi yaitu sebesar 73,3% maka dapat disimpulkan bahwa Ho2 diterima yaitu terdapat pengaruh kualitas pelayanan gadai emas terdapat kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogo jampi l sebesar 73,3%

3. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui variabel independen secara persial berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika thitung < ttabel maka Ho diterima sehingga X tidak berpengaruh terhadap variabel Y dan sebaliknya jika thitung > ttabel maka Ho ditolak sehingga variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Besarnya angka ttabel dengan tingkat signifikansi (α)=0,05 dan ketentuan sig. 0,05:2 = 0,025 dk = (n-k-1) = 48 sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 2,011.

Tabel 15. Hasil Uji T atau Parsial

Coefficients*					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient		
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	2.803	3.531		.794	.431
Kualitas pelayanan	.608	.053		11.4	.000
			.856	89	

a. Dependen Variabel Minat Nasabah

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.15 diatas yaitu menunjukkan nilai T hitung sebesar 11.489 yang artinya $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($11.489 > 2.011$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, yang artinya kualitas pelayanan gadai emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogo jampi 1, dengan demikian hipotesis terbukti

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Promosi Gadai Emas Berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogo jampi.

Berdasarkan hasil penelitian setelah melakukan pengujian secara persial dengan uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi gadai emas terhadap minat nasabah. Hal ini terbukti dari hasil analisis uji t nilai hitung sebesar 11.489 nilai tabel sebesar 2,011. Yang artinya $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($11.489 > 2,011$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Yang artinya kualitas pelayanan gadai emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogo jampi.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa terdapat pangaruh yang positif dan signifikan antara Promosi gadai emas terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi Kualitas promisi yang baik dapat menimbulkan persepsi yang baik dari nasabah, semakin tinggi kualitas promosi maka akan semakin tinggi pula tingkat minat nasabah.

2. Besar pengaruhnya Kualitas promosi Gadai Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogojampi.

Berdasarkan dengan hasil uji koefisien determinasi menjelaskan besarnya kolerasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,856 dan menjelaskan persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang merupakan hasil pengkuadratan R^2 , koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,733 yang dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas (Kualitas promosi) Gadai Emas terhadap variabel terikat (minat nasabah) adalah sebesar 73,3%, sedangkan sisanya yaitu 26,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Dengan demikian dari hasil pengolahan dan analisis data terdapat besar pengaruhnya kualitas promosi gadai emas terhadap minat nasabah. Terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogo jampi 1 yaitu sebesar 73,3% hal ini menunjukkan bahwa kualitas promosi sangat berpengaruh terhadap minat nasabah.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Promosi gadai emas terhadap minat nasabah. Hal ini terbukti dari hasil analisis uji t nilai t hitung sebesar 11.489 nilai t tabel sebesar 2,011. Yang artinya $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ ($11.489 > 2,011$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Yang artinya Promosi gadai emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Banyuwangi Rogo jampi 1. Promosi merupakan hal penting dalam industri jasa perbankan. Minat nasabah yang baik dapat menimbulkan persepsi yang baik dari nasabah semakin tinggi kualitas promosi maka akan semakin tinggi pula tingkat minat nasabah.

Besar pengaruhnya dapat dilihat dari uji koefisien determinasi yang menjelaskan besarnya kolerasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,856 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,733 yang dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas (Promosi) gadai emas terhadap variabel terikat (Minat nasabah) adalah sebesar 73,3% sedangkan sisanya yaitu 26,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Kendala yang harus di hadapi oleh Bank BSI KCP Banyuwangi dalam pengembangan produk gadai

emas syariah, rendahnya pengetahuan masyarakat tentang produk gadai emas di bank syariah

Keberadaan bank syariah merupakan hal baru bagi masyarakat Indonesia. Pemahaman mereka tentang bank syariah masih terbatas sehingga dapat timbul gagasan yang tidak tepat tentang bank syariah. Masyarakat yang tidak tahu banyak tentang bank syariah akan mengira bahwa mereka sama seperti bank konvensional. Selain kurangnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah, sulitnya mengubah kebiasaan seseorang juga merupakan salah satu kendala bank syariah dalam berkembang di Indonesia. Kebiasaan tersebut adalah orang yang sudah terbiasa dengan satu sistem di bank tersebut. Jadi orang akan enggan berpindah bank karena kebiasaan tersebut. Sesuai kondisi di lapangan bahwa bunga bank itu haram belum bisa menjadi penarik minat masyarakat menggunakan produk di bank syariah.

Daftar Pustaka

- Afriyeni & Doni Marlius. (2019), *Analisis Faktor – Faktor yang berpengaruh terhadap penyampaian laporan keuangan pada perusahaan yang listing di bursa efek Indonesia*. Akademi keuangan dan perbankan pada E-jurnal Akutansi.
- Anam, Moh Khoirul, & Nadia Kulsum. (2022). “Pengaruh pengetahuan dan pemasaran terhadap minat nasabah pada produk gadai emas.” *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 3(2): 129-141.
- Anshori, Abdul Ghofur. (2006), *gadai Syariah di Indonesia: konsep, Implementasi dan Institusionalisasi*, cetakan pertama, Yogyakarta: Renaisan
- Aristianti, S, Waluyo, B., & Arman, d. A. (2021). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Tingkat Inflasi, dan Non Performing Financing Terhadap Penyaluran Pembiayaan Produk Gadai Emas. *Serambi: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 24-25.
- Bank Syariah Indonesia. (2021). *BSI Gadai Emas – Produk dan layanan*. Diambil kembali dari Bank BSI. co. Id : <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi/-gadai-emas>.
- Bank Syariah Indonesia. (2021). *Annual Report BSI 2021*. Jakarta: Bank Syariah Indonesia.
- Bank Syariah Indonesia. (2021). *Nilai-Nilai Perusahaan*. Diambil kembali dari ir. Bankbsi.co.id: <https://ir.bankbsi.co.id/corporate value.html>.

- Elvina, Ayu; Indra Ahmad Perdana. (2022), Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas dalam Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCp Medan Marelan Raya. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akutansi (EBMA)*, 3(1): 313-318.
- Egil Hadi Prayitno. (2013). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggadai Emas Di Baitulmal Wa Tamwil (BMT).
- Fandy Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offsert, Yogyakarta.
- Hidayat, Niswatin Nurul, Karomatun Ni'mah & Joko Hadi Purnomo, (2020). "pengaruh marketing nilai transaksi dan biaya titip pada gadai emas terhadap minat nasabah" vol. 14.
- Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) untuk lembaga keuangan syariah, 2001, Edisi 1 Jakarta: Diterbitkan atas kerjasama DSN-MUI dan Bank Indonesia.
- Isza Mara Qonitatillah. (2021). *Analisis Penyelesaian Pinjaman Bermasalah Atau Kredit Macet Produk Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Kebomas*. Undergraduate thesis, Universitas Internasional Semen Indonesia.
- Khasanah, Nita Ainul. (2014). "Promosi, Harga Taksiran Barang, Dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Dalam Pemilihan Produk Gadai Emas Di PT.Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.
- Putri Nabila Basyaasyah. (2021). *Penerapan Gadai Emas Syariah Tanpa Sertifikat Kepemilikan Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Bank Mitra Syariah Gresik)*. Undergraduate thesis, Universitas Internasional Semen Indonesia.
- Rambat Lupiyoadi. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua. Penerbit salemba Empat: Jakarta
- Santoso, B., & Ramadantin, &. F. (2021). Implementasi Sistem Gadai Emas pada Pegadaian Syariah Cabang Tuparev-Karawang. *Eco-Preneur*.
- Suhaimi, A. (2021). Studi Manajemen Risiko pada Bank Syariah Indonesia (BSI). *jurnal Manajemen Risiko*, 77.
- Sujarweni, V Wiratna. (2019). *Metedologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPERSS.
- Tan. Thomas. (2017). *Teacing is an Art: maximize your teaching*. Sleman: CV Budi Utama.