

## PENGARUH NILAI TAKSIRAN, UJRAH DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN GADAI EMAS SYARIAH (Studi Kasus Pada Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam)

Septhani Eka Putri

[Septhaniekaputri555@gmail.com](mailto:Septhaniekaputri555@gmail.com)

Institut Pesantren KH. Abdul Chalim Pacet Mojokerto

### Abstract:

The Islamic gold pawn is one of the products in banking that is loved by the public in overcoming short-term capital shortages, coupled with the increasing gold price which has increased significantly during the pandemic, stepping on the price of 1 million / gram. This becomes interesting when the world economy experiences a decline and losses, the price of gold actually increases significantly. Therefore, gold has a pretty promising business potential, not least in terms of gold pawning. The purpose of this study is to determine the effect of the estimated value, ujarah and promotion on customer interest in using Islamic gold pawn financing products. This study uses a quantitative approach and uses primary data. The population used in this research are Bank Riau Kepri Syariah CAPEM Batam customers who use Islamic gold pawn financing products. The sample used in this study was purposive sampling method. Analysis of the data used in this study was SmartPLS 2.0. The results of this study indicate that there is a significant positive effect of the estimated value on customer interest with an O value of 0.185146 and a T-Statistic value of 14,465,931. There is a significant positive effect of ujarah on customer interest with an O value of 0.708490 and a T-Statistic value of 93.002.845. There is a significant positive effect of promotion on customer interest with an O value of 0.118095 and a T-Statistic value of 10,599.935.

**Keywords:** *Estimated Value, Ujarah, Promotion, Interests*

### Pendahuluan

Dunia bisnis, merupakan dunia yang paling ramai di bicarakan berbagai forum, baik yang bersifat nasional maupun internasional. Salah satu tolak ukur kemajuan punggung dari kemajuan ekonomi adalah dunia bisnis. (Kasmir, 2015) dunia bisnis di Indonesia kini berkembang cukup pesat seiring dengan berkembangnya ekonomi syariah. Secara umum gadai disebut juga dengan *rahn*. *Rahn* yaitu kegiatan menjaminkan barang-barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara *rahin* dengan *murtahin*. (Kashmir, 2008). Melalui Akad *Rahn* nasabah menyerahkan barang yang akan digadaikan dan kemudian lembaga menyimpan

atau merawat ditempat yang telah disediakan. Akibat yang timbul dari proses penyimpanan adalah timbul biaya atas jasa pengelolaan *marhun*, yaitu biaya yang diambil untuk biaya penitipan tempat, pengamanan dan pemeliharaan *mahrin* milik *rahin* selama digadaikan.

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan syariah di Indonesia yang dikategorikan cepat ini adalah keyakinan masyarakat muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam. Berdirinya lembaga keuangan syariah juga merupakan implementasi dari pemahaman umat Islam terhadap prinsip-prinsip syariah dalam ekonomi Islam, di harapkan dengan menggunakan prinsip syariah. Islam dapat memberikan mashlahat bagi umat ma nusia, dan salah satu kelebihan dari lembaga keuangan syariah adalah tidak meminta kelebihan dari pokok pinjaman, karena yang demikian itu termasuk riba. Setiap institusi dalam lembaga keuangan syariah menjadi bagian integral dari sistem keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah bertujuan membantu mencapai tujuan social-ekonomi masyarakat Islam (Andri,2016).

Gadai emas syariah menjadi salah satu produk dalam perbankan yang digandrungi masyarakat dalam mengatasi kekurangan modal jangka pendek, ditambah lagi dengan meningkatnya harga emas yang mengalami kenaikan secara signifikan di masa pandemi, menginjak harga 1 juta/ gram.<sup>2</sup> Hal ini menjadi menarik saat perekonomian dunia mengalami penurunan dan kerugian, harga emas malah meningkat secara signifikan. Oleh sebab itu, emas memiliki potensi bisnis yang cukup menjanjikan tidak terkecuali dalam hal gadai emas.

Perbankan syariah adalah salah satu lembaga yang memiliki produk gadai emas syariah yang sistem operasionalnya tetap harus diawasi agar tidak melakukan penyimpangan. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) merupakan landasan hukum dalam melakukan operasional. Landasan hukum tersebut merupakan formulasi yang dibuat oleh pakar ekonomi syariah. Fatwa gadai emas syariah di atur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 26/DSN-MUI/III/2002 yang menjelaskan tentang *Rahn* Emas. Isi dari Fatwa tersebut menerangkan bahwasannya gadai emas diperbolehkan dan harus berdasarkan prinsip *rahn* beserta ketentuan-ketentuan yang diatur oleh Bank Syariah atau UnitUsaha Syariah. (*Fatwa Dewan Syariah Nasional DSN MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas*)

Gadai emas dianjurkan dalam islam, sebagaimana dalam Al- Qur'an Q.S Al- Baqarah ayat 283: Artinya:

*"Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, makahendaklah ada barang tanggungan yang di pegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utang) 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. (Departemen Agama RI, 2003)*

Salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki produk pembiayaan gadai secara syariah adalah Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam. Bank Riau Kepri Syariah memiliki tingkat pertumbuhan aset pembiayaan syariah yang meningkat

pada setiap tahunnya, dimana dalam aset pembiayaan syariah tersebut juga termasuk ada pembiayaan gadai emas syariah. Hal ini dapat dilihat dari *annual report* Bank Riau Kepri Syariah pada tahun 2016 dengan jumlah aset pembiayaan sebesar 988.823.000, pada tahun 2017 juga mengalami peningkatan dengan total aset pembiayaan syariah sebesar 1.421.689.000, pada tahun 2018 total aset pembiayaan syariah menginjak total 1.760.815.000 dan tetap mengalami peningkatan pada tahun 2019 dengan total aset 2.084.970.000. (Bank Riau Kepri Syariah, *Annual Report*, diakses di <https://www.bankriaukepri.co.id> pada tanggal 07 Januari 2021 pukul 14.00 WIB.)

Minat nasabah menjadi salah satu faktor penentu dalam pengambilan keputusan produk apa yang akan digunakannya. Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. (Iskandarwasid & Dadang Sunendar, 2011) Menurut Kinnear dan Taylor minat adalah bagian dari perilaku konsumen terhadap sikap yang mengkonsumsi, kecenderungan untuk berfikir terlebih dahulu sebelum benar-benar keputusan tersebut akan di ambil. (Umar Husein). Minat adalah kecenderungan seseorang yang tetap memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. (Slameto, 2008). Pemahaman terhadap perilaku konsumen (nasabah) tidak lepas dari minat daya beli masyarakat, sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Dengan kata lain ada suatu usaha untuk mendekati dan mengetahui dari perilaku konsumen mengenal produk tersebut. atau nasabah itu sendiri.

Salah satu yang dapat menimbulkan rasa minat nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariah yaitu nilai taksiran dan *ujrah*. Nilai taksiran adalah harga perkiraan yang menjadi patokan yang di dasarkan pada harga jadi, pasar dan peraturan yang berlaku pada masa tertentu. Menentukan nilai taksiran tidak diperbolehkan melebihi dari harga pasar atau dengan kata lain nilai taksiran tidak dibenarkan lebih rendah dari harga pasar. (Damanhur, 2011) Penetapan nilai taksiran yang tinggi dan sesuai dengan keinginan nasabah akan membuat nasabah tertarik untuk menggunakan produk gadai emas syariah.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. (Rambat Lupiyoadi, A.Hamdani, 2006). Di era berteknologi canggih seperti saat ini, banyak sekali inovasi promosi yang telah banyak dilakukan oleh perusahaan, mulai dari media *online* maupun *offline* seperti brosur, pamflet, iklan yang isinya bertujuan untuk menginformasikan dan membujuk khalayak ramai bahwa produk yang ditawarkan adalah yang paling terbaik dan layak untuk digunakan masyarakat. Diharapkan dengan adanya kegiatan promosi dapat meningkatkan pendapatan pada suatu perusahaan.

Promosi merupakan faktor yang penting bagi suatu perusahaan dalam memperkenalkan produk dan jasanya. Promosi yang menarik dan menjanjikan mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Pengadaan harus memilih cara yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang produk dan jasanya. Dalam pemasaran jasa, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang penting. Kualitas pelayanan menjadi penentu atas kepercayaan nasabah untuk memilih jasa. (Maimunah, 2017)

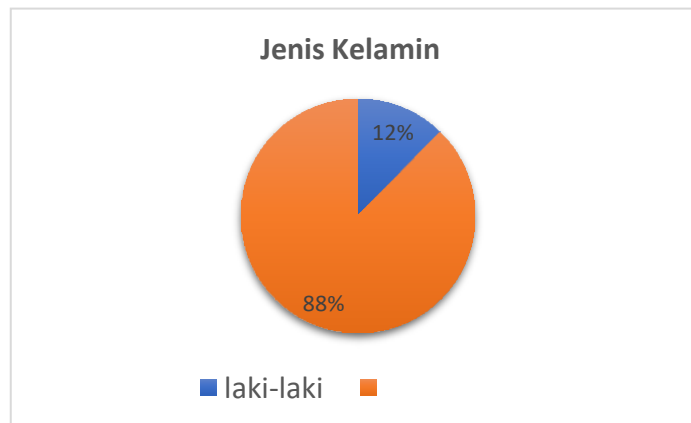
## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 1. Karakteristik Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 260 responden yang merupakan nasabah Bank Riau Kepri Syariah Cabanag Pembantu Batam. Responden dalam penelitian ini diidentifikasi dalam beberapa kategori karakteristik. Karakteristik yang diidentifikasi dari responden dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, agama, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan lama menjadi nasabah. Penelitian karakteristik yang dilakukan oleh responden bersifat penting. Karena menjadi salah satu sumber yang akan mempengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Informasi karakteristik responden dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan pihak instansi untuk memperbaiki strategi-strategi pemasarannya.

#### a. Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Sumber: Data oleh peneliti

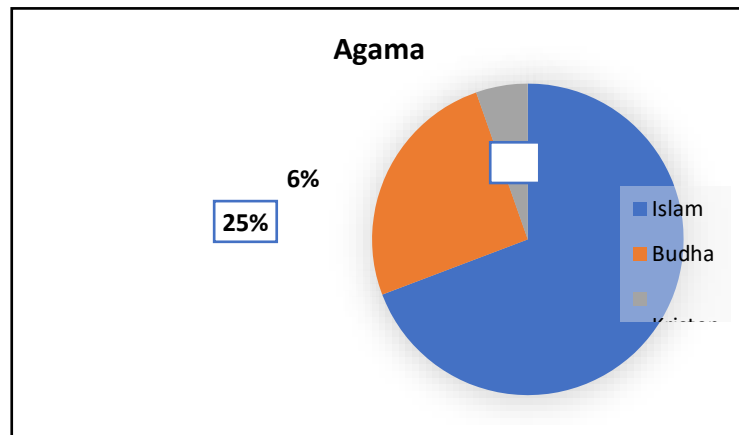
Gambar 4. 2

#### Data Responden Menurut Jenis Kelamin

Dari gambar 4.1 dapat diketahui bahwa responden dikategorikan dalam dua kategori yaitu perempuan dan laki laki. Dari jumlah responden 260 diketahui 32 responden berjenis kelamin laki-laki dan 228 berjenis kelamin perempuan. Dari keterangan diatas dapat dilihat bawasannya responden yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden yang berjenis kelamin laki-laki dengan perbandingan selisih sebanyak 196.

#### b. Agama Responden

Karakteristik responden berdasarkan agama dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



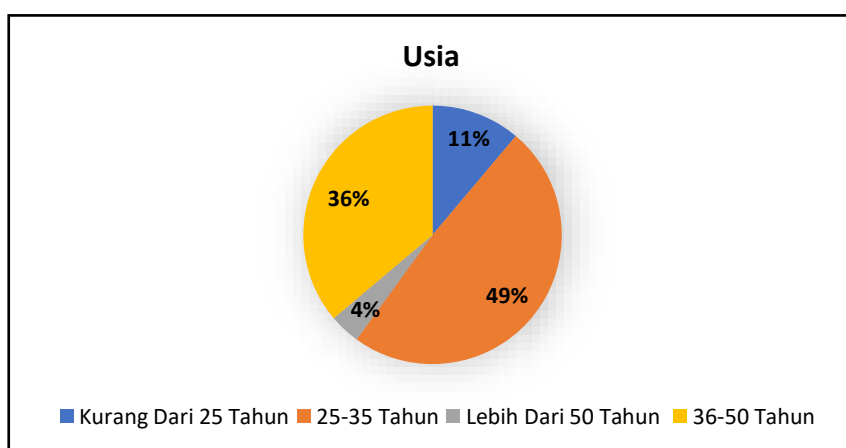
*Sumber: Data oleh peneliti*

### Data Responden Menurut Agama

Dari gambar 4.2 dapat diketahui bahwa responden dikategorikan dalam tiga kategori yaitu Islam, Budha dan Kristen. Dari jumlah responden 260 diketahui 180 responden beragama Islam, 66 responden beragama Budha dan 14 responden beragama Kristen. Dari keterangan diatas dapat dilihat bawasannya responden yang beragama islam lebih banyak atau lebih dominan dibandingkan dengan dua agama yang lainnya di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam. Hal ini menandakan bahwa produk perbankan syariah yang salah satunya adalah gadai emas syariah dipahami, diketahui dan digunakan oleh nasabah yang beragama Islam.

#### c. Usia Responden

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



*Sumber: Data oleh peneliti*

*Gambar 4. 4*

### Data Responden Menurut Usia

Dari gambar 4.3 dapat diketahui bahwa responden dikategorikan dalam empat kategori usia yaitu kurang dari 25 tahun, 25-35 tahun, 36-50 tahun dan lebih dari 50 tahun. Dari jumlah responden 260 diketahui 29 responden berusia kurang dari 25 tahun, 127 responden berusia 25-35 tahun, 94 responden berusia 36-50 tahun dan 10 responden berusia lebih dari 50 tahun. Dari keterangan diatas dapat dilihat bawasannya responden yang berusia 25-35 tahun lebih dominan, di karenakan usia tersebut disebut dengan usia produktif. Dengan kata lain usia produktif tersebut didukung dengan kebutuhan yang lebih banyak pula. Yang paling sedikit berkisar pada usia lebih dari 50 tahun.

#### 2. Deskripsi Variabel

##### a. Variabel Nilai Taksiran

Dari 3 indikator nilai taksiran, maka dapat direkapitulasi dan ditabulasi. Distribusi jawaban responden terhadap nilai taksiran dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

*Tabel 4. 1*

### Jawaban Responden Terhadap Nilai Taksiran

| NILAI TAKSIRAN (X1)   |         |     |     |    |     |
|---|---------|-----|-----|----|-----|
| Daftar Pernyataan   | Jawaban |     |     |    |     |
|   | SS      | S   | N   | TS | STS |
| <b>Indikator Nilai Taksiran Lebih Tinggi</b>  |         |     |     |    |     |
| Pada saat ini nilai taksiran emas tinggi, saya menggadaikan emas di Bank Riau Kepri Syariah   | 60      | 88  | 106 | 5  | 1   |
| Bank Riau Kepri Syariah memberi nilai taksiran yang lebih tinggi dari jasa gadai emas syariah lainnya   | 49      | 104 | 104 | 3  | 0   |
| <b>Indikator Nilai Taksiran sesuai standar</b>  |         |     |     |    |     |
| Nilai taksiran yang tidak terlalu rendah dari standar harga pembelian emas yang berlaku saat ini, mendorong saya menggadaikan emas di Bank Riau Kepri Syariah | 52      | 89  | 117 | 2  | 0   |

|   |    |    |    |   |   |
|---|----|----|----|---|---|
|   |    |    |    |   |   |
| <b>Indikator Kesesuaian Jumlah Pembiayaan</b>   |    |    |    |   |   |
| Bank Riau Kepri Syariah memberikan jumlah pembiayaan yang lebih tinggi dari jasa gadai emas syariah lainnya | 73 | 96 | 89 | 2 | 0 |

*Sumber: Data oleh peneliti*

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan jawaban respondenterhadap nilai taksiran produk gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariah dominan menyatakan netral. Dilihat dari rata-rata masing- masing item kuesioner pada **tabel 4.1** dari 4 pernyataan yang terdiri dari tiga indikator pada pernyataan keempat diindikasikan ketiga menunjukkan jawaban responden lebih dominan setuju, namun tiga pernyataan lainnya menunjukkan yang lebih dominan adalah netral. Yang akhirnya mempunyai nilai mean diatas angka 3 pada masing-masing pernyataan yang berarti mendekati angka 4 yang dikatakan memiliki nilai rata-rata yang baik.

#### **b. Variabel Ujrah**

Dari 2 indikator *ujrah*, maka dapat direkapitulasi dan ditabulasi. Distribusi jawaban responden terhadap *ujrah* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

*Tabel 4. 2*

#### **Distribusi Jawaban Responden terhadap Ujrah**

| <b>Ujrah (X2)</b>   |                |          |          |           |            |
|---|----------------|----------|----------|-----------|------------|
| <b>Daftar Pernyataan</b>  | <b>Jawaban</b> |          |          |           |            |
|   | <b>SS</b>      | <b>S</b> | <b>N</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
| <b>Indikator Keterjangkauan Ujrah</b>   |                |          |          |           |            |
| Nasabah memilih gadai emas di Bank Riau Kepri Syariah karena biaya penitipan ( <i>ujrah</i> ) yang dikenakan relatif murah dan terjangkau | 70             | 119      | 71       | 0         | 0          |
| Biaya penitipan ( <i>ujrah</i> ) yang ditetapkan tidak memberatkan nasabah dalam menggunakan jasa gadai emas di Bank RiauKepri Syariah    | 61             | 103      | 93       | 3         | 0          |

|   |    |     |    |   |   |
|---|----|-----|----|---|---|
|   |    |     |    |   |   |
| <b>Indikator Ujrah Sesuai Dengan Nilai Emas Yang Berlaku</b>  |    |     |    |   |   |
| Adanya potongan/diskon pada biaya penitipan ( <i>Ujrah</i> ) yang dikenakan kepada nasabah kerana nasabah meminjam dibawahharga maksimum setelah barang gadai di taksir | 72 | 103 | 82 | 3 | 0 |
|   |    |     |    |   |   |
| Biaya penitipan ( <i>Ujrah</i> ) yang dikenakanoleh Bank Riau Kepri Syariah sesuai dengan nilai taksiran emas   | 84 | 83  | 91 | 2 | 0 |

*Sumber: Data oleh peneliti*

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan jawaban responden terhadap *ujrah* produk gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariaiah dominan menyatakan setuju. Dilihat dari rata-rata masing- masing item kuesioner pada **tabel 4.2** dari 4 pernyataan yang terdiri dari dua indikator pada pernyataan keempat diindikator kedua menunjukkan jawaban responden lebih dominan netral, namun tiga pernyataan lainnya menunjukkan yang lebih dominan adalah setuju. Yang akhirnya mempunyai nilai mean diatas angka 3 pada masing- masing pernyataan yang berarti mendekati angka 4 yang dikatakan memiliki nilai rata-rata yang baik.

**c. Variabel Promosi**

Dari 4 indikator promosi, maka dapat direkapitulasi dan ditabulasi. Distribusi jawaban responden terhadap promosi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

*Tabel 4. 3*

**Distribusi Jawaban Responden terhadap Promosi**

| <b>Promosi (X3)</b>   |                |          |          |           |            |
|---|----------------|----------|----------|-----------|------------|
| <b>Daftar Pernyataan</b>  | <b>Jawaban</b> |          |          |           |            |
|   | <b>SS</b>      | <b>S</b> | <b>N</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
| <b>Indikator Periklanan</b>   |                |          |          |           |            |
| Saya tertarik dengan iklan yang dilakukan Bank Riau Kepri Syariah melalui media cetak/ media elektronik | 64             | 105      | 90       | 1         | 0          |



|  |    |     |    |   |   |
|--|----|-----|----|---|---|
|  |    |     |    |   |   |
| <b>Indikator Promosi Penjualan</b>   |    |     |    |   |   |
| Saya tertarik menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah sebab ada promosi secara langsung (perorangan) yang dilakukan oleh karyawan Bank Riau Kepri Syariah | 70 | 110 | 78 | 2 | 0 |
| <b>Indikator Masyarakat dan Publisitas</b>   |    |     |    |   |   |
| Saya tertarik menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah karena selalu mengadakan kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial                                     | 79 | 93  | 82 | 5 | 1 |
| <b>Indikator Penjualan Personal</b>  |    |     |    |   |   |
| Saya tertarik menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah karena sedang ada demonstrasi ditempat umum   | 71 | 112 | 73 | 4 | 0 |

*Sumber: Data oleh peneliti*

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan jawaban responden terhadap promosi produk gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariah dominan menyatakan setuju. Dilihat dari rata-rata masing- masing item kuesioner pada **tabel 4.3** dari 4 pernyataan yang terdiri dari empat indikator serentak jawaban responden dominan kepada setuju. Yang akhirnya mempunyai nilai mean diatas angka 3 pada masing-masing pernyataan yang berarti mendekati angka 4 yang dikatakan memiliki nilai rata-rata yang baik.

*d. Variabel Minat*

Dari 3 indikator minat, maka dapat direkapitulasi dan ditabulasi. Distribusi jawaban responden terhadap promosi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

*Tabel 4. 4*

**Distribusi Jawaban Responden terhadap Minat**

| <b>Minat (Y1)</b>  |                |          |          |           |            |
|--|----------------|----------|----------|-----------|------------|
| <b>Daftar Pernyataan</b>   | <b>Jawaban</b> |          |          |           |            |
|  | <b>SS</b>      | <b>S</b> | <b>N</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
| <b>Indikator Keinginan</b>   |                |          |          |           |            |
| Saya berminat menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah karena mempunyai rasa ingin tahu terhadap produk gadai emas syariah | 73             | 97       | 90       | 0         | 0          |
| <b>Indikator Motif Sosial</b>  |                |          |          |           |            |
| Saya berminat menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah karena untuk memenuhi kebutuhan                                     | 65             | 99       | 92       | 4         | 0          |
| <b>Indikator Emosional</b>   |                |          |          |           |            |
| Saya berminat menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah karena untuk memperoleh status sosial                               | 88             | 90       | 81       | 1         | 0          |
| Saya berminat menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah karena saat bertransaksi sangat memuaskan                           | 106            | 123      | 31       | 0         | 0          |

*Sumber: Data oleh peneliti*

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan jawaban responden terhadap promosi produk gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariah dominan menyatakan setuju. Dilihat dari rata-rata masing- masing item kuesioner pada **tabel 4.4** dari 4 pernyataan yang terdiri dari tiga indikator serentak jawaban responden

dominan kepada setuju. Yang akhirnya mempunyai nilai mean diatas angka 3 pada masing-masing pernyataan yang berarti mendekati angka 4. Bahkan 2 item yang ada pada variabel minat mencapai angka 4 yang menunjukkan rata-rata memiliki nilai yang sangat baik.

### 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas berguna untuk mengukur suatu instrument apakah penelitian yang dilakukan layak untuk digunakan. Instrument yang valid dan reliabel akan menjadikan penelitian menjadi valid dan reliabel.

#### a. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Analisis *Outer model* berguna untuk mengetahui hubungan disetiap indikator dengan variabel latennya. Model pengukuran ini menggunakan model PLS dengan software SmartPLS 2.0.

#### b. Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator- indikatornya. Nilai yang diinginkan akan lebih dari angka  $> 0,5$  atau digunakan dengan batas 0,5 sebagai batas minimal dari nilai loading faktor.

### Pembahasan

Pada pembahasan akan dipaparkan hasil analisis penelitian. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui faktor-faktor yang paling berpengaruh diantara variabel yang telah dipilih oleh peneliti terhadap minat nasabah Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam. Variabel independen yang di gunakan peneliti dalam penelitian ini ada tiga yaitu, Nilai Taksiran, *Ujrah* dan Promosi dan Minat Nasabah sebagai variabel dependen. Tiga hipotesis telah di uji dengan metode SEM PLS 2.0. sehingga hasil yang telah ada akan dibahas.

#### 1. Pengaruh Nilai Taksiran terhadap Minat Nasabah

Hasil dari uji hipotesis, menyatakan bahwa Nilai Taksiran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam. Ini dibuktikan dari hasil T Statistik dan Original Sampel (O). nilai T Statistik menunjukkan nilai 14,465,931 lebih besar dari 1,96 dan Original Sampel (O) sebesar 0,185146. Dapat disimpulkan bahwa Nilai Taksiran berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Nasabah. Contoh, jika Nilai Taksiran yang diterapkan sesuai dengan standar emas yang berlaku atau sesuai dengan yang diharapkan nasabah maka nasabah akan lebih senang menggadaikan emasnya di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam. Sehingga Bank Riau Kepri Syariah Cabanag Pembantu Batam bisa memperluas pasar dengan adanya minat nasabah yang tinggi.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Evie, 2020) yang dalam penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel Nilai Taksiran terhadap Keputusan Nasabah.

## 2. Pengaruh *Ujrah* terhadap Minat Nasabah

Hasil dari uji hipotesis, menyatakan bahwa *Ujrah* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam.

Ini dibuktikan dari hasil T Statistik dan Original Sampel (O). nilai T Statistik menunjukkan nilai 93,002,845 lebih besar dari 1,96 dan Original Sampel (O) sebesar 0,708490. Dapat disimpulkan bahwa *Ujrah* berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Nasabah. Contoh, jika *Ujrah* yang diterapkan tidak memberatkan nasabah, biayanya rendah dibandingkan dengan pegadaian konvensional maka nasabah akan lebih memilih menggadaikan emasnya di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam. Sehingga Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam bisa memperluas pasar dengan adanya minat nasabah yang tinggi.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rizka, 2019) yang dalam penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel *Ujrah* terhadap Keputusan Nasabah.

## 3. Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah

Hasil dari uji hipotesis, menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam. Ini dibuktikan dari hasil T Statistik dan Original Sampel (O). nilai T Statistik menunjukkan nilai 10,599,935 lebih besar dari 1,96 dan Original Sampel (O) sebesar 0,118095. Dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Nasabah. Contoh, jika Promosi sering dilakukan oleh pihak lembaga, rutin mensosialisasikan produk gadai emas syariah kepada masyarakat maka nasabah akan tertarik, antusias dan lebih memahami produk gadai emas itu seperti apa yang ada di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam. Sehingga Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Batam bisa memperluas pasar dan meningkatkan strategi marketing dalam meningkatkan minat nasabah. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Melawati, 2013) yang dalam penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel Promosi terhadap Keputusan Nasabah.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa variabel nilai taksiran berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariah. Dalam hal ini nilai positif nilai taksiran terhadap minat nasabah menandakan jika nilai taksiran yang ditetapkan di Bank Riau Kepri Syariah tinggi dibandingkan dengan yang lain maka akan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan produk gadai emas syariah yang ada di Bank Riau Kepri Syariah.

Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa variabel *ujrah* berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariah. Hal ini dikarenakan *ujrah* yang ditetapkan di Bank Riau Kepri Syariah Batam terbilang rendah, sehingga nasabah lebih senang

menggunakan poduk gadai emas yang *ujrahnya* rendah agar disaat pengembalian pembiayaan nasabah dapat membayar biaya *ujrah* dengan jumlah yang tidak terlalu banyak.

Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Riau Kepri Syariah. Hal ini dikarenakan jika suatu perusahaan/lembaga keuangan menggunakan strategi pemasaran yang tepat, promosi yang dilakukan mampu membujuk dan memikat nasabah, yang ditawarkan lewat promosi menarik maka secara tidak langsung minat nasabah untuk menggunakan produk yang ada di Bank Syariah akan meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bank Riau Kepri Syariah, *Annual Report*, diakses di <https://www.bankriaukepri.co.id> pada tanggal 07 Januari 2021 pukul 14.00 WIB.
- Damanhur, (2011) *Pengaruh Jumlah Taksiran dan Uang Pinjaman Terhadap Laba Bersih Pada Perum Pegadaian Syariah Kota Lhokseumawe*, Volume 9 Nomer 2 (Maret).
- Departemen Agama RI, (2003) *al- Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Diponegoro).
- Fatwa Dewan Syariah Nasional DSN MUI Nomor 26/DSN-MUI/ /III/2002 tentang Rahn Emas.
- Iskandarwasid & Dadang Sunendar, (2011) *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, Cet. Ke-3).
- Kashmir, (2008) *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Press)
- Rambat Lupiyoadi, A.Hamdani, (2006) *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat,)
- Selfie Miftahul Jannah, *Di Balik Harga Emas yang Melambung Tinggi Saat Pandemi*, di akses di <http://www.tirto.id> pada tanggal 13 April 2021.
- Slameto, (2008) *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta,)
- Sugiyono, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta,).
- Umar Husein, *Managemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT.Gramedia Pusaka).