

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH
PADA PRODUK GADAI EMAS DI PT.PEGADAIAN
SYARIAH UPS MADINA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

**MARLIANA WAHYUNI NASUTION
NIM : 19080018**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2022**

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH
PADA PRODUK GADAI EMAS DI PT. PEGADAIAN
SYARIAH UPS MADINA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)



Oleh :

MARLIANA WAHYUNI NASUTION
NIM: 19080018

PEMBIMBING I



ENNI SARI SIREGAR, M.E.
NIP. 199007302019082001

PEMBIMBING II



EDI MARJAN NASUTION, M.E.
NIP. 198408072019031004

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL**

2023

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marlina Wahyuni Nasution
NIM : 19080018
Semester / T. A : VIII (Delapan) / 2023
Tempat/Tgl. Lahir : Gunung Tua MS, 30 Mei 2001
Alamat : Gunung Tua Muara Soro, kec. Kotanopan
No. Telp. HP : 082272946210

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul: **Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas Di PT. Pegadaian Syariah UPS Madina** adalah benar hasil karya sendiri kecuali kutipan yang dicantumkan nama penulisnya dan saya bertanggung jawab penuh atas semua data yang termuat di dalamnya.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mandailing Natal, 10 Agustus 2023



Marlina Wahyuni Nasution
NIM: 19080018

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulis skripsi atas nama saudari Marlina Wahyuni Nasution, NIM: 19-08-0018 dengan judul skripsi "**Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas Di PT. Pegadaian Syariah UPS Madina**" Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan telah disetujui untuk di ajukan sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, 10 Agustus 2023

PEMBIMBING I



ENNI SARI SIREGAR, M.E
NIP. 199007302019082001

PEMBIMBING II



EDI MARJAN NASUTION, M.E
NIP. 198408072019031004

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas di PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA” a.n. Marlina Wahyuni Nasution, NIM. 19080018, Program Studi Ekonomi Syariah telah di Munaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 14 Agustus 2023.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

NO	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam TIM	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Ian Alfian, M.E NIP. 199211152019031018	Ketua / Penguji I		31/08/2023
2	Erni Yusnita Siregar, M.E NIP. 199006102019032021	Sekretaris/ Penguji II		29/08/2023
3	Enni Sari Siregar, M.E NIP. 199007302019082001	Penguji III		31/08-2023
4	Edi Marjan Nasution, M.E NIP. 198408072019031004	Penguji IV		31/08/2023

Mandailing Natal, ~~15~~September 2023
Mengetahui,
Ketua STAIN Mandailing Natal



Dr. H. Supper Mula Harahap, M.Ag
NIP. 197203132003121002

ABSTRAK

Marliana Wahyuni Nasution (NIM: 19080018). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas di PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA . penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap minat nasabah pada produk gadai emas. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA. Metode penelitian yang digunakan adalah mengolah angka-angka numeric dengan metode statistik dan pengambilan sample dilakukan dengan teknik *random sampling*, sample penelitian ini sebanyak 82 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validitas dengan hasil *person correlation* tiap-tiap point pertanyaan $> r$ tabel sehingga dapat dinyatakan semua point valid, sedangkan uji reliabilitas pada variabel X sebesar 711 dn variabel Y sebesar 882, uji normalitas berdistribusi normal Karena *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$, dan uji linearitasnya membuktikan ada hubungan yang linear karena nilai *deviation from linearity* $> 0,05$. Uji hipotesis penelitian ini menggunakan uji t diperoleh t- hitung 7,015 dan t- tabel pada tariff signifikansi 5% sebesar 1, 664, maka t- hitung $> t$ - tabel. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas Di PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA. Dan hasil uji koefisien determinasinya menunjukkan sebesar 0, 381, hal ini memberikan asumsi bahwa pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk gadai emas sebesar 38,1 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata kunci: *Promosi, Minat Nasabah, Gadai emas*

KATA PENGANTAR



Puji syukur sedalam-dalamnya atas karunia dan nikmat Allah SWT yang tidak pernah putus dan tidak ternilai sehingga penulis bisa melakukan penelitian dan dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Promosi Terhadap Inat Nasabah Pada Produk Gadai Emas Di PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA “.

Penulis menyadari bahwa selama proses perkuliahan sampai dengan penyusunan dan penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah terlibat dan membantu, baik dalam bentuk tenaga, waktu, masukan, informasi serta dukungan moril dan materil. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan ucapan terimakasih atas bantuan tersebut. Semoga apa yang diberikan menjadi suatu yang bermanfaat dan bernilai ibadah dihadapan Allah SWT . untuk itu tanpa mengurangi rasa hormat pada semuanya izinkan penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua, alm.ayah tercinta yang selalu mendo'akan, memotivasi, mendukung baik moril dan materil bagi penulis dan selama hidupnya selalu menjadi support system terbaik bagi penulis dalam dunia perkuliahan dan ibu tersayang yang selalu mendo'akan dan selalu memberikan dukungan kepada penulis, baik itu berupa moril dan materil.
2. Bapak Sumper Mulia Harahap selaku ketua Sekolah tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal
3. Bapak Faisal Affandi,M.E.I selaku ketua program studi Ekonomi Syariah dan Bapak Faisal Rahmat, M.E selaku sekretaris program studi Ekonomi Syariah
4. Bapak Edi Marjan,M.E dan Ibu Enni Sari Siregar,M.E selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikn arahan, masukan, serta bimbingan dan telah banyak mengorbankan waktunya dalam penulisan skripsi ini

5. Bapak dan ibu dosen program studi ekonomi syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan
6. Sahabat terbaik Sulina yang telah menemani penulis dari mulai awal masuk kuliah sampai hari ini
7. Lia Ulpa Sari yang telah banyak membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh angkatan 2019 terutama sahabat seperjuangan ekonomi syariah kelas A
9. Pihak Pegadaian Syariah UPS MADINA yang telah banyak membantu penulis terutama dalam mendapatkan data penyusunan skripsi ini
10. Kepada adik-adik terbaik Rahmat Zulhamdi, Anugrah Ramadani, Sahwani, Dan Arpan Gibran yang telah mendukung penulis
11. Sahabat seperjuangankkl desa Sijungkang dan sahabat PPL Dinas Perdagangan
12. Seluruh keluarga besar penulis

Panyabungan, 10 Agustus 2023



Marlina Wahyuni Nasution

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Penelitian.....	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
G. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Landasan Teori	10
1. Minat Nasabah/Konsumen (Y)	10
2. Promosi (X).....	12
3. Gadai Emas	21
4. Pengaruh Promosi Terhadap Minat	25
B. Kerangka Berpikir	27
C. Penelitian Yang Relevan	27
D. Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	29
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	29

C. Sumber Data	29
D. Defenisi Operasional Variabel	30
E. Populasi dan Sample	31
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Teknik Analisis Data	34
H. Uji Hipotesis Penelitian	36
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	39
1. Sejarah Pegadaian Syariah	39
2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah	41
3. Produk Gadai Emas Pegadaian UPS MADINA.....	41
4. Struktur Organisasi PT. Pegadaian UPS MADINA.....	42
B. Hasil Penelitian	43
C. Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	Perkembangan Jumlah Nasabah Produk Gadai Emas Tahun 2020-2022	7
2.1	Jenis-Jenis Emas Berdasarkan Warna Hasil Campuran Logam	25
3.1	Defenisi Operasional Variabel	31
3.2	Skala Likert Pengukuran	33
4.1	Uji Frekuensi Jenis Kelamin	44
4.2	Uji Frekuensi Umur	44
4.3	Uji Frekuensi Pendidikan	45
4.4	Uji Frekuensi Pekerjaan	46
4.5	Tanggapan Responden Mengenai Promosi	47
4.6	Tanggapan Responden Mengenai Minat Nasabah	48
4.7	Uji Validitas Variabel X (Promosi) dan Varibel Y (Minat Nasabah).....	49
4.8	Uji Reliabilitas Promosi (X) P	51
4.9	Uji Realibilitas Minat Nasabah (Y)	52
4.10	Uji Normalitas.....	52
4.11	Uji Linearitas	53
4.12	Uji Korelasi	54
4.13	Analisis Regresi Linier Sederhana	54
4.14	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	
2.1 Kerangka berpikir	27
4.1 Struktur organisasi PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 Hasil Pengisian Angket Pernyataan Variabel Promosi (X)	80
Lampiran 3 Hasil Pengisian Angket Pernyataan Variabel Minat Nasabah (Y)	83
Lampiran 4 Hasil Pengujian SPSS	86
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian.....	103
Lampiran 6 Biodata	111
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	112
Lampiran 8 Surat Keterangan Selesai Penelitian	113

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam Islam transaksi ekonomi tidak di larang, namun dalam Islam kegiatan ekonomi harus sesuai dengan prinsip syariah yaitu harus jujur dan harus sama-sama ridho dalam melakukan transaksi. Salah satu pengembangan konsep ekonomi dalam Islam di bidang keuangan dapat dilihat dari banyaknya Lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah. Salah satu pengembangan konsep ekonomi Islam adalah Lembaga keuangan syariah baik perbankan maupun non perbankan. Lembaga keuangan syariah adalah Lembaga yang dalam aktifitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dana memberikan dan mengenakan imbalan atau dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil (Muhajidin). Lembaga keuangan memiliki peran penting dalam perekonomian salah satunya lembaga keuangan non bank yang memberikan berbagai jasa keuangan dan menarik dana dari masyarakat secara tidak langsung seperti pegadaian.

Pegadaian Syariah hadir di Indonesia dalam bentuk kerja sama bank syariah dengan pegadaian syariah membentuk unit layanan gadai syariah. PT. Pegadaian (persero) adalah badan usaha yang resmi memiliki izin untuk melaksanakan kegiatan penyaluran dana berdasarkan hukum gadai, dimana sekarang pegadaian sudah banyak menerbitkan produk berbasis syariah yang diberi nama Pegadaian Syariah. Kehadiran pegadaian syariah ini memberikan layanan kepada masyarakat.

Dalil di dalam al Qur`an, yaitu firman Allah:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ ۚ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَابْتِغِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا
الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ أَمِرٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu`amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Rabbnya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan siapa yang menyembunyikannya,

maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Mengetahui apa yang kamu kerjakan (QS.Al Baqarah :283)."

Dalam ayat ini, walaupun disebutkan "*dalam perjalanan*", namun tetap menunjukkan keumumannya. Yakni baik dalam perjalanan maupun dalam keadaan *mukim*. Karena, kata "*dalam perjalanan*" pada ayat ini, hanya menunjukkan keadaan yang biasa membutuhkan sistem ini.

Dibolehkannya *ar-rahn* juga dapat ditunjukkan dengan amalan Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam, bahwa beliau pernah melakukan sistem gadai ini, sebagaimana dikisahkan Ummul-Mukminin 'Aisyah Radhiyallahu anha :

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

Artinya: "*Sesungguhnya Nabi Shallallahu 'alaihi wa sallam membeli dari seorang Yahudi bahan makanan dengan cara hutang dan menggadaikan baju besinya. [HR al Bukhari, no. 2513 dan Muslim, no. 1603]."*

Gadai (*Rahn*) adalah menahan salah satu harta milik nasabah sebagai barang jaminan atas utang pinjaman yang diterimanya. Praktik gadai emas pada dasarnya tidak melanggar hukum atau peraturan nasional hal ini termuat di peraturan Bank Indonesia No 10/17/PBI/2008, tentang produk bank syariah dan unit usaha syariah. Gadai emas syariah menjadi alternatif bagi pemenuh kebutuhan jangka pendek yang mendesak atau modal kerja usaha. Gadai emas syariah memiliki keistimewaan dibandingkan dengan barang gadai lainnya yaitu, barang gadainya berupa emas murni, batangan bahkan dalam bentuk perhiasan, emas yang bernilai tinggi dan relatif stabil bahkan nilainya cenderung bertambah, selain itu pihak nasabah dapat kembali memiliki emas yang digadaikan dengan mengembalikan sejumlah uang pinjaman dari Pegadaian.

Payung hukum gadai syariah dalam pemenuhan prinsip-prinsip syariah berpegangan pada Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang rahn yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* di perbolehkan, dan Fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas. Sedangkan dalam aspek kelembagaan tetap mengikat pada peraturan pemerintah No. 10 Tahun 1990 tanggal 10 April 1990 (Soemitra. 2010)

Lembaga Pegadaian Syariah berhasil membuat hal baru positif dimata masyarakat dalam hal memenuhi kebutuhan dana melalui berbagai macam produk pembiayaan dan layanan, seperti gadai emas, investasi emas dan tabungan emas. Pada masa sekarang ini, sudah banyak orang yang ingin berinvestasi dalam bentuk emas karena harga emas yang stabil, dan memiliki likuiditas yang tinggi. Produk gadai emas ini menggunakan akad *rahn* dimana pihak pegadaian menahan emas milik nasabah sebagai jaminan atas pinjaman yang di peroleh nasabah dan akan dikembalikan Ketika nasabah sudah melunasi hutang nya.

Minat adalah rasa suka atau rasa tertarik yang timbul dari dalam diri tanpa ada paksaan dari orang lain pada suatu objek untuk mencapai tujuan tertentu. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa maupun produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan atas pembelian dari keputusan yang di peroleh dari kegiatan sebelumnya (Assauri. 2011). Minat nasabah dapat di artikan sebagai faktor yang berasal dari dalam diri konsumen dan berfungsi sebagai pendorong untuk bisa melakukan dan membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang dapat diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian (Andespa. 2017). Menurut (Umar. 2005) Minat nasabah merupakan penentuan sejumlah orang untuk melakukan pemilihan antara suka dan tidak suka terhadap objek, nilai-nilai pengalaman, perbuatan, atau kesenangan dan partisipasi terhadap kegiatan yang disukainya. Jadi dapat penulis simpulkan bahwa minat nasabah adalah faktor yang datang dari diri konsummen untuk memilih antara suka atau tidak terhadap suatu produk sehingga konsumen dapat memilih untuk membeli atau tidak produk tersebut.

Minat masyarakat Mandailing Natal dalam gadai emas bisa dibilang cukup tinggi hal ini karena masyarakat di Mandailing Natal sendiri hampir semua memiliki emas baik itu berupa perhiasan ataupun emas batangan, hal ini terlihat dari banyaknya para wanita yang memakai perhiasan dan memiliki simpanan emas. Emas tersebut disimpan karena apabila sewaktu-waktu membutuhkan dana mendesak dapat menjual ataupun menggadaikan emasnya baik di Pegadaian maupun pada perbankan syariah yang ada di Mandailing Natal. Tingginya minat

masyarakat Mandailing Natal dalam produk gadai emas di Pegadaian Syariah UPS MADINA juga dibuktikan dengan hasil wawancara dengan salah satu staf Pegadaian Syariah (Yusuf. 2022) bahwa minat nasabah pada produk gadai emas semakin hari semakin meningkat hal ini terbukti dari bertambahnya nasabah pegadaian dalam pembiayaan gadai emas. Apalagi setelah pandemi perekonomian masyarakat Mandailing Natal menurun jadi semakin banyak masyarakat yang menggadaikan emasnya karena gadai emas di pegadaian bisa terbilang mudah dan cepat prosesnya. Peningkatan minat nasabah ini bisa terjadi salah satunya karena promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah.

Sebagian masyarakat belum mengetahui dan memahami tugas dan fungsi Pegadaian Syariah, oleh karena itu Pegadaian Syariah melakukan promosi baik secara langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat. PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA yang saat ini bersaing dengan perusahaan jasa keuangan lainnya. Untuk menarik minat dan daya beli nasabah untuk bertransaksi di Pegadaian Syariah maka perlu dilakukan promosi dengan strategi dan cara yang tepat karena salah satu kegiatan utama pemasaran yaitu promosi upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan produk dan memberikan informasi mengenai produk kepada masyarakat. Produk pegadaian syariah bukan hanya produk emas namun ada juga produk lain seperti KUR syariah, pinjaman usaha, kredit kendaraan bermotor, arum BPKB, loga mulia, sertifikat dan produk haji dan umrah. (wawancara dengan M. Yusuf, 07 Desember 2022)

Tujuan setiap perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang maksimal dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat terealisasi apabila promosi berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Inovasi dalam pemasaran dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan secara langsung melalui peningkatan penjualan, melalui iklan yang lebih menarik, semboyan atau saluran pemasaran serta sarana promosi yang lainnya. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.

Walaupun promosi bukan satunya-satunya cara untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah, tetapi cukup punya andil dalam

mempengaruhi pencapaian target yang diinginkan. Untuk itu promosi harus dilaksanakan dengan cara serta media yang tepat dan sesuai sehingga promosi menjadi efektif dan diharapkan dapat mencapai sasaran dalam upaya meningkatkan upaya minat nasabah dalam pemilihan produk gadai emas. Minat diperlukan dalam mempengaruhi keputusan nasabah. Menurut Slameto, Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku sikap dan selera. Dan bukan hanya faktor psikologi saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa layanan Perbankan adalah konsumsi, pendapatan, produk, lokasi, pelayanan kesadaran masyarakat dan promosi.

Promosi merupakan faktor penentu bagi perusahaan, apakah produk yang dipasarkan dapat diterima oleh masyarakat luas atau tidak. Oleh karena itu promosi memerlukan waktu yang efektif. Promosi akan menjadi sia-sia apabila tidak di kelola secara efektif agar tidak terjadi kesalahpahaman, karena tujuan utama dari sebuah promosi adalah untuk mempengaruhi perilaku konsumen dengan cara memberitahukan, membujuk dan mengingatkan kepada konsumen akan produk yang di tawarkan (Jabani. 2019)

Promosi adalah keinginan menciptakan keputusan akan produk atau jasa tertentu yang dapat memuaskan, sehingga pemasar berusaha memproduksi baik barang maupun jasa yang bisa dijual karena konsumen menginginkan dan membutuhkan produk (Huda dkk. 2017) . Sedangkan menurut Buchari alam dalam (Hurriyati .2015) promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi adalah salah satu bentuk komunikasi yang berfokus untuk menginformasikan suatu produk, membujuk konsumen dan dapat menciptakan

calon konsumen tertarik dengan produk itu sendiri. Kegiatan promosi ini tidak hanya memperkenalkan produk kepada masyarakat tetapi promosi juga harus berhasil membuat masyarakat tertarik dan senang terhadap produk dan sampai akhirnya membeli produk tersebut. Semakin banyak nya masyarakat yang berminat bertransaksi pada pegadaian syariah, hal ini merupakan salah satu alasan pegadaian syariah membuka beberapa cabang pegadaian syariah di seluruh Indonesia. Salah satu kantor cabang pegadaian syariah yaitu PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa orang masyarakat Mandailing Natal, jika di tanya mengenai Pegadaian syariah maka jawabannya adalah gadai. Selain itu banyak juga yang mengira bahwa itu sama saja dengan pegadaian konvensional karena adanya tambahan , dalam konvensional tambahan ini disebut dengan riba/bunga sedangkan dalam syariah tambahan ini dianggap sebagai biaya penitipan/upah. PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA ini menyediakan berbagai layanan seperti investasi emas pegadaian, cek harga emas pegadaian, tabungan emas, dan gadai emas PT. pegadaian syariah hadir di Panyabungan untuk membantu masyarakat Mandailing Natal dalam bertransaksi terutama dalam hal produk gadai emas karena masyarakat Mandailing Natal masih sangat dominan memakai emas dan masih sangat tergiur oleh emas apalagi saat menjelang lebaran. Namun belum semua masyarakat yang mengetahui tentang keberadaan Pegadaian Syariah yang ada di Panyabungan oleh karena itu perlu dilakukan promosi agar informasi mengenai produk-produk Pegadaian Syariah lebih di kenal masyarakat.

Dari upaya promosi yang telah dilakukan tersebut diharapkan agar masyarakat tertarik untuk menggadaikan emas di Pegadaian, dan dapat meningkatkan jumlah nasabahnya. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh oleh Ance Marsheres (2019) dengan judul “ Pengaruh Pelayanan Dan Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Al- Muawanah IAIN Bengkulu”. Hasil penelitian ini menunjukkan Variabel pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap jumlah nasabah pada BMT Al-Muawanah IAIN Bengkulu, dari penelitian tersebut dapat dilihat bahwa

promosi mampu mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah. Untuk melihat sejauh mana kemampuan PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA dalam melakukan promosi produk gadai emas dapat dilihat dari perkembangan jumlah nasabah gadai emas tahun 2022. Berikut ini adalah data perkembangan jumlah nasabah gadai emas pada PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA pada tabel berikut:

Tabel 1.1

Perkembangan jumlah nasabah produk gadai emas tahun 2020-2022

NO	Tahun	Jumlah nasabah	Peningkatan
1	2020	5861	0
2	2021	6245	384
3	2022	6627	382

Sumber: Pegadaian Syariah UPS MADINA

Dari table di atas dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan nasabah dari tahun ketahun. Dari peningkatan tersebut penulis tertarik untuk mengetahui apakah peningkatan tersebut berkaitan dengan promosi yang dilaukan oleh PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA, oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas di PT. Pegadaian syariah UPS MADINA”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Promosi mempengaruhi minat dan jumlah nasabah pada produk gadai di Pegadaian Syariah UPS MADINA
2. Nasabah pada Pegadaian Syariah UPS MADINA tiap tahunnya selalu bertambah

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari yang di persoalkan maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini yaitu “Pengaruh

Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Gadai Emas Di PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA ”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalahnya adalah :

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah pada produk gadai emas di PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA?
2. Seberapa besar pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada prodk gadai emas di PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk gadai emas di PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk gadai emas di PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA

F. Manfaat penelitian

1. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengaflikasian materi selama kuliah dan sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) dan mendapat gelar sarjana ekonomi syariah.
2. Bagi akademisi, sebagai media untuk menambah ilmu pengetahuan dan informasi bagi akademisi tentang perkembangan ekonomi syariah
3. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan dan pemikiran khususnya bagi PT. Pegadaian Syariah UPS MADINA.
4. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan acuan atau refesensi untuk penelitian selanjutnya

G. Sistmatika Penulisan

Dalam sistematika penelitian ini, penulis membaginya kedalam lima bab seperti yang akan di jabarkan di bawah ini:

- BAB I: Pendahuluan yang berisi Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penelitian.
- BAB II: Landasan teori yang berisi tentang teori yang digunakan untuk membahas masalah yang berkaitan dengan penelitian, kerangka berpikir, penelitian terdahulu dan hipotesis.
- BAB III: Metode penelitian yang memaparkan tentang jenis dan lokasi penelitian, sumber data, populasi dan sample, metode pengumpulan data, teknik analisis data dan analisis uji hipotesis.
- BAB IV: Hasil penelitian dan pembahasan yang berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian .
- BAB V: Penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran.