

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Perusahaan



Gambar 4.1 Logo Pegadaian Syariah

4.1.1 Sejarah Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah adalah salah satu badan usaha di Indonesia yang memiliki izin secara resmi untuk menyelenggarakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran kepada masyarakat yang dalam melaksanakan kegiatannya berpegang terhadap prinsip syariah mendorong masyarakat untuk berminat menggunakan jasa di Pegadaian (M. Ibrahim & Lidona Aprilani, 2022).

PT Pegadaian Syariah merupakan lembaga perkreditan yang memiliki tujuan khusus, yaitu sebagai lembaga penyalur uang pinjaman atas dasar hukum gadai. Tujuannya adalah untuk mencegah praktik pegadaian ilegal, riba, serta pinjaman tidak wajar lainnya. Perum Pegadaian juga berperan sebagai salah satu sarana pemerintah dalam meningkatkan ekonomi kerakyatan yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat (Maharani, 2020).

Secara historis, bisnis gadai telah lama dikenal dalam keseharian masyarakat Indonesia. Ini menjadi lembaga formal sejak Pemerintah Kolonial Belanda mendirikan Bank Van Leening oleh Vereenigde Oostindische Compagnie (VOC) sebagai lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Momentum awal pendirian lembaga Pegadaian di Indonesia terjadi pada tanggal 20 Agustus 1746 di Batavia.

Kehadiran warga Tionghoa (China) di Nusantara sudah ada sebelum era kolonial Belanda. Mereka dikenal sebagai mitra dagang yang baik bagi VOC. Karena

kontribusi pajak yang signifikan kepada Kolonial Belanda, komunitas Tionghoa mendapatkan beberapa hak istimewa (*privilege*), termasuk izin untuk menanam dan memperdagangkan candu (*opium*) serta menjalankan usaha rumah gadai.

Ketika Jepang mengambil alih kekuasaan dari Belanda, Kantor Pusat Jawatan Pegadaian dipindahkan dari Jalan Kramat Raya Nomor 162 Jakarta ke Jalan Kramat Raya Nomor 132 Jakarta. Pada masa pemerintahan Jepang, Pegadaian tidak mengalami banyak perubahan signifikan, baik dari segi kebijakan maupun struktur organisasi. Saat itu, Pegadaian dikenal dengan nama *Sitji Eigeikyuku* (Puspitasari, 2019).

Proklamasi Kemerdekaan Indonesia pada 17 Agustus 1945 membuka lembaran sejarah baru bagi Pegadaian. Di awal pemerintahan Republik Indonesia, karena situasi perang yang semakin memanas, Kantor Pusat Pegadaian sempat dipindahkan ke Karanganyar, Kebumen, Jawa Tengah (PT Pegadaian, 2019)

Gagasan untuk mendirikan Pegadaian Syariah bermula dari studi banding beberapa General Manager ke Malaysia. Pada tahun 1993, rencana pendirian Pegadaian Syariah mulai digodok oleh para pimpinan Perum Pegadaian. Namun, terdapat kendala saat itu, salah satunya adalah Perum Pegadaian (yang pada saat itu masih berbentuk badan hukum Perum) belum memiliki pedoman operasional unit layanan gadai syariah, ditambah lagi tidak adanya dukungan modal dari pemerintah.

Meskipun pada awalnya gagasan tersebut kurang mendapatkan respons positif dari masyarakat maupun pemerintah, seiring dengan semakin berkembangnya lembaga keuangan syariah seperti perbankan syariah, asuransi syariah, dan pasar modal syariah di Indonesia beberapa tahun kemudian, hal ini mendorong lahirnya Pegadaian Syariah (Mulazid, 2016). Pendirian Pegadaian Syariah ini secara yuridis empiris dilatarbelakangi oleh keinginan masyarakat Islam yang menghendaki adanya pegadaian yang melaksanakan prinsip-prinsip syariah. Sedangkan secara yuridis normatif didasari oleh lahirnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, yang menjadi landasan bagi lembaga keuangan syariah untuk beroperasi di Indonesia.

4.1.2 Visi Dan Misi Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah mempunyai Visi Dan Misi Sebagai berikut:

a) Visi

Pegadaian Mempunyai misi Menjadi “*The Most Valuable Financial Company:*” di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat. (PT Pegadaian, 2021)

b) Misi

Pegadaian Mempunyai misi Menjadi “*The Most Valuable Financial Company:*” di Indonesia dan Sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat. (PT Pegadaian, 2021). Pegadaian mempunyai misi sebagai berikut:

- a. Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh stakeholder dengan mengembangkan bisnis inti.
- b. Memperluas jangkauan layanan UMKM melalui sinergi Ultra Mikro untuk meningkatkan proposisi nilai ke nasabah dan stakeholder.
- c. Memberikan service excellence dengan fokus nasabah melalui:
 - Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
 - Teknologi informasi yang handal dan mutakhir
 - Praktik manajemen risiko yang kokoh
 - SDM yang profesional berbudaya kinerja baik (PT Pegadaian, 2021).

Untuk mendukung terwujudnya visi dan misi Perseroan, maka telah ditetapkan budaya perusahaan yang harus selalu dipelajari, dipahami, dihayati, dan dilaksanakan oleh seluruh insan Pegadaian yaitu jiwa AKHLAK yang terdiri dari: (PT Pegadaian, 2021).



Gambar 4.2 Logo Pegadaian Syariah

- a. Amanah (*Trustworthy*) artinya Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
- b. Kompeten (*Competent*) artinya Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
- c. Harmonis (*Harmonious*) artinya Saling peduli dan menghargai perbedaan.
- d. Loyal (*Loyal*) artinya Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
- e. Adaptif (*Adaptive*) artinya Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
- f. Kolaboratif (*Collaborative*) artinya Membangun kerja sama yang sinergis

4.1.3 Produk Pegadaian Syariah Cabang Jelutung

a. Gadai Syariah

Gadai Syariah Pembiayaan Rahn Pinjaman Gadai Syariah merupakan solusi tepat untuk kebutuhan pembiayaan sesuai kaidah syariah. Deposit hanya dapat dibayarkan dengan cepat dan disimpan dengan aman. Agunan gadai dapat berupa barang elektronik, kendaraan bermotor, perhiasan emas, logam mulia dan Tabungan emas pegadaian.

b. Amanah

Amanah Pembiayaan Amanah Pegadaian Syariah merupakan pembiayaan berbasis syariah bagi PNS dan pegawai swasta untuk membeli sepeda motor atau mobil secara angsuran.

c. Arrum Pembiayaan

Pada Pegadaian Syariah Arrum memberikan kemudahan bagi usaha kecil untuk mendapatkan modal usaha yang didukung oleh gadai BPKB . Kendaraan tetap menjadi milik pemiliknya, sehingga dapat digunakan untuk menunjang operasional sehari-hari.

d. Aneka Jasa

Aneka jasa merupakan produk layanan jasa yang diberikan Pegadaian Syariah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terbagi kedalam 4 jenis yaitu sebagai berikut:

- a. Kucica (Kiriman Uang Cara Instant Cepat dan Aman).
- b. MPO (Multi Pembayaran Online)
- c. Jasa Taksiran (Mengetahui tentang karatase dan kualitas suatu barang)
- d. Jasa Titipan (Menitipkan barang berharga seperti perhiasan emas, berlian, surat berharga maupun kendaraan bermotor).
- e. Emas

Emas mempunyai banyak aspek yang mempengaruhi kebutuhan masyarakat, terdapat konsensus budaya global bahwa emas merupakan logam mulia yang bernilai estetika tinggi, emas telah menjadi simbol status di beberapa subkultur Indonesia, menyadari hal tersebut, pegadaian syariah menawarkan produk emas kepada masyarakat yang menginginkannya. Emas bisa didapatkan baik tunai maupun mencicil, produk ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu sebagai berikut:

f. Mulia

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternative pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

g. Tabungan Emas Syariah

Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Dalam produk tabungan emas ini, pegadaian menggunakan murabahah (perjanjian jual beli) dan wadiah (perjanjian titipan). Dalam akad Murabahah, pihak pegadaian syariah mengadakan akad jual beli dengan nasabah yang membuka tabungan emas secara syariah.

4.2 Tabungan Emas Syariah

Pegadaian Dalam prakteknya, pegadaian syariah tidak memasukkan emas yang nasabah beli langsung ke pegadaian, karena dalam sistem murabahah itu, pegadaian mengganti emas tersebut dengan buku catatan emas dalam satuan gram emas. Setiap nasabah simpanan di Pegadaian Syariah dicatat dalam buku tabungan dalam gram emas sesuai dengan uang yang disimpan di Pegadaian Syariah. Setelah penandatanganan akad jual beli, Pegadaian Syariah dan nasabah melakukan proses wadiah (titipan) dimana emas milik nasabah dititipkan kepada Pegadaian Syariah.

Pegadaian syariah hanya mencetak plat emas dengan hitungan gram minimal 5 gram emas, sehingga nasabah hanya dapat memiliki emas dalam bentuk fisik jika di buku tabungannya terdapat 5 gram emas yang merupakan bukti nasabah berhenti menabung dan mencetak 5 gram emas.

Proses penjualannya berbeda karena dengan menabung emas minimal 1 gram, nasabah bisa menjualnya ke Pegadaian Syariah. Terkait dengan akad yang digunakan di Pegadaian Syariah yaitu akad jual beli (murabahah) dan akad titipan (wadiah). Akad murabahah yang digunakan dalam jual beli ini adalah murabahah non tunai, yaitu pembelian suatu barang berarti minimal gram yang harus dibayar. Dalam pelaksanaannya Pegadaian Syariah membeli atau mencetak barang pada resi pesanan nasabah yang pembayarannya dilakukan terlebih dahulu pada saat nasabah membeli emas, kemudian sejumlah gram emas ditransfer ke saldo Pegadaian Syariah.

Untuk pembukaan rekening tabungan emas di cabang Pegadaian Syariah jelutung kota jambi, nasabah harus melampirkan foto copy tanda pengenal (KTP/SIM/paspor) yang masih berlaku. Lengkapi formulir pembukaan rekening dan

bayar biaya administrasi sebesar Rp 10.000 dan deposit 12 bulan sebesar Rp 30.000 serta untuk tabungan pertama kali adalah Sebesar RP.100.000 . Setelah nasabah memenuhi persyaratan pembukaan rekening tabungan emas, maka nasabah berhak mendapatkan buku tabungan emas yang nantinya digunakan untuk menabung di Pegadaian Syariah. Proses pembelian emas dapat dilakukan dengan kelipatan 0,01 gram disesuaikan dengan harga emas pada hari pembelian (karena harga emas berubah setiap hari).

Tabungan Gadai Emas Syariah menawarkan jangka waktu pengembalian pinjaman yang bervariasi hingga 120 hari. Berbeda dengan sistem Konvensional, Gadai Emas Tabungan Syariah tidak ada pembayaran sewa modal maupun bunga pinjaman. Gadai Tabungan Emas Syariah hanya mengenakan biaya pemeliharaan (mu'nah) sebesar 0,49% per 10 hari. Jika pelanggan mengajukan pinjaman sebesar Rp 3 juta, biaya pemeliharaan sebesar Rp 24.900 per 10 hari. Oleh karena itu, jika nasabah menarik pinjaman dengan pelunasan dalam waktu 30 hari, total biaya pemeliharaan akan dikalikan tiga atau menjadi Rp 74.700 dan sudah termasuk pinjaman pelunasan hanya Rp 3.074.700..

Dengan prosedur yang sederhana dan terbilang murah, masyarakat bisa berinvestasi dengan baik. Karena tabungan emas dapat membantu dan memudahkan masyarakat dalam memiliki emas, maka tabungan emas cukup populer di kalangan masyarakat.

4.3 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah dan Kota Jambi



Gambar 4.3 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Cabang Jelutung

a. Struktur organisasi

Struktur organisasi pegadaian Syariah Cabang Jelutung adalah sebagai berikut:

- a) Kepala Cabang adalah merencanakan, mengkoordinasikan, mengatur dan mengendalikan kegiatan dasar, administrasi dan keuangan cabang.
- b) Penaksir menilai jaminan sesuai dengan aturan mutu dan penilaian kendaraan bermotor yang berlaku sehingga besaran pinjaman ditentukan secara wajar dan perusahaan tetap bereputasi baik.
- c) Pengelola agunan melaksanakan pemeriksaan, penyimpanan dan penyerahan barang tanpa kemasan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, dalam rangka ketertiban dan keamanan serta keutuhan jaminan.
- d) Accounts Officer (AO) menyiapkan laporan keuangan secara berkala yang pada akhirnya digunakan oleh pejabat perusahaan untuk mengambil keputusan.

- e) Pengelola kredit pada pegadaian adalah petugas yang memantau dan memeriksa permohonan pinjaman serta mengunjungi calon nasabah secara langsung.
- f) Kasir melaksanakan tugas pengelolaan keuangan berdasarkan kewenangan pada satuan kerja dan menangani dokumen dan bukti transaksi serta menyusun laporan sesuai tata cara yang telah ditetapkan.
- g) *Customer Relationship Officers* memecahkan masalah pelanggan individu dan meningkatkan peringkat kepuasan pelanggan organisasi secara keseluruhan.
- h) Keagenan menginformasikan, mendidik dan membantu calon konsumen dalam penggunaan produk dan layanan pegadaian.
- i) Marketing Officer membina hubungan dan menjaga hubungan baik dengan instansi atau lembaga pemerintah melakukan kunjungan literasi atau sosialisasi produk.
- j) Sales adalah bagian dari penjualan produk, barang dan jasa pegadaian yang dilakukan oleh tenaga penjualan dan pegawai pegadaian.

b. Lokasi Pegadaian

Pegadaian Syariah di Jambi mempunyai lokasi sebagai berikut:

- a. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah (CPS) Pegadaian Cabang Pembantu Syariah (CPS) Jelutung berlokasi Jl. D.I. Panjaitan Depan Spbu Kebun Handil, Jambi. Pegadaian Syariah Jelutung adalah Pegadaian Syariah Pertama di Kota Jambi yang merupakan unit utama atau cabang utama Pegadaian syariah di Kota Jambi.
- b. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS)

Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) adalah unit –unit dari Pegadaian Cabang Pembantu Syariah (CPS) Jelutung lokasi unit –unit tersebut adalah sebagai berikut:

 - Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Paal Merah berlokasi Jl. Abdurrahman Saleh, Jambi.
 - Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Koto Baru berlokasi Jl. Hayam Wuruk No. 12, Jambi.
 - Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Aston Villa berlokasi Jl. Lintas Aurduri Komp Perum Aston Villa Blok.A, Muaro Jambi.

- Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Iain Sts Jambi berlokasi Jl. Lintas Aurduri Komp Perum Aston Villa Blok.A, Muaro Jambi.
- Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Iain Sts Jambi berlokasi Jl. Arif Rahman Hakim Kampus Iain Sts Jambi, Jambi.
- Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Talang Banjar berlokasi Jl. Arif Rahman Hakim Kampus Iain Sts Jambi, Jambi.
- Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Simpang Mayang berlokasi Jl. Ir.H Juanda No. 17, Jambi.
- Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Pasar Angso Duo berlokasi Jl. Sultan Thaha No. 183, Jambi.
- Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Kebon Jeruk berlokasi Jl. Sumantri Brojonegoro, Jambi.
- Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Simpang Mayang berlokasi Jl. Ir.H Juanda No. 17, Jambi.
- Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Pasar Angso Duo berlokasi Jl. Sultan Thaha No. 183, Jambi.
- Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Kebon Jeruk berlokasi Jl. Sumantri Brojonegoro, Jambi.
- Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Pasar Singkut berlokasi Jl.Lintas Sumatera Km 9, Sarolangun, Jambi.
- Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Kampung Solok berlokasi Jl. Basyaruddin No. 12, Bungo, Jambi
- Pegadaian Unit Pelayanan Syariah (UPS) Pasar Baru Bangkok Merangin berlokasi Jl. Lintas Sumatra Kn 2, Merangin, Jambi.

4.4 Karakteristik Responden

Responden adalah individu atau kelompok yang berpartisipasi dalam sebuah penelitian atau survei dengan memberikan tanggapan atau jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti atau penyelenggara survei. Responden Pada Penelitian ini merupakan masyarakat Kota Jambi yang belum menggunakan produk tabungan emas sebanyak 100 Responden di klasifikasikan berdasarkan karakteristik seperti Jenis Kelamin, Usia, Agama, Tingkat Pendidikan, Pekerjaan ,dan lainnya.Untuk lebih jelasnya berbagai karakteristik tersebut dikelompokkan sebagai berikut.

4.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Peneliti mengelompokkan Responden berdasarkan jenis kelamin seperti yang disajikan pada table berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Laki-laki	35	35,0
Perempuan	65	65,0
Total	100	100,0

Sumber: Data Primer Diolah ,2024

Berdasarkan Tabel 4.1, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan (65%), sementara laki-laki hanya mencakup 35%. Hal ini menunjukkan bahwa temuan penelitian mungkin lebih merepresentasikan perspektif perempuan yang lebih berminat dan tertarik untuk berinvestasi menabung emas di pegadaian Syariah hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Fauzia, 2023) menunjukkan Alasan perempuan lebih menyukai investasi emas memiliki keyakinan bahwa emas adalah instrumen investasi yang aman dan nilainya cenderung naik .

4.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia

Responden Peneliti mengelompokkan Responden berdasarkan usia seperti yang disajikan pada table berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
19 - 28 Tahun	67	67,0
29 - 38 Tahun	18	18,0
39 - 48 Tahun	11	12,0
49 - 58 Tahun	4	4,0
Total	100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia 19–28 tahun (67%), diikuti oleh kelompok 29–38 tahun (18%), 39–48 tahun (12%), dan 49–58 tahun (4%). Dominasi partisipan usia muda mengindikasikan bahwa hasil penelitian lebih menggambarkan dinamika kelompok generasi Z/milenial. Untuk studi lanjutan, perlu memperluas jangkauan sampel ke kelompok usia yang lebih beragam.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan Hamzah et al. (2024) dan Mahmuda (2017) tentang dominasi usia muda dalam minat tabungan emas. Sebanyak 67% responden berusia 19–28 tahun menunjukkan bahwa generasi ini memanfaatkan kemudahan akses produk digital dan nominal investasi kecil, sebagaimana diungkapkan Hamzah. Selain itu, tingginya literasi finansial usia muda (Mahmuda, 2017) menjelaskan mengapa mereka memahami keuntungan tabungan emas sebagai instrumen rendah risiko.

4.4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Responden Peneliti mengelompokkan Responden berdasarkan pendidikan terakhir seperti yang disajikan pada table berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Presentase(%)
SMP	6	6,0
SMA	40	40,0
D3	4	4,0
S1	50	50,0
Total	100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat karakteristik responden mayoritas memiliki jenjang pendidikan S1 sebanyak 50%, diikuti oleh SMA sebanyak 40%, serta SMP dan D3 masing-masing 6% dan 4%. Tingkat pendidikan ini memengaruhi pemahaman dan minat mereka terhadap penggunaan produk tabungan emas. Umumnya, individu dengan pendidikan lebih tinggi memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang manfaat investasi syariah dan keunggulan tabungan emas sebagai instrumen pengelolaan keuangan yang sesuai prinsip ekonomi Islam.

Produk tabungan emas menawarkan keunggulan seperti nilai aset yang stabil dan keberlanjutan, serta sesuai syariah, sehingga menarik bagi masyarakat yang memahami pentingnya investasi halal. Oleh karena itu, data ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan yang lebih tinggi dapat meningkatkan minat dan kepercayaan responden dalam menggunakan produk tabungan emas sebagai alternatif investasi yang aman dan sesuai prinsip syariah.

4.4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Responden Peneliti mengelompokkan Responden berdasarkan pekerjaan seperti yang disajikan pada table berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentase(%)
Ibu Rumah Tangga	23	23,0
Pelajar / Mahasiswa	11	11,0
Karyawan Swasta	20	20,0
PNS	7	7,0
Guru	10	10,0
Pedagang	16	16,0
lainnya	13	13,0
Total	100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Tabel 4.4 menunjukkan distribusi responden berdasarkan pekerjaan. Data menunjukkan variasi pekerjaan responden, dengan ibu rumah tangga sebagai kelompok terbesar (23%), diikuti karyawan swasta (20%) dan pedagang (16%). Minat terhadap produk tabungan emas syariah berasal dari berbagai kalangan, mencerminkan kesadaran akan investasi sesuai prinsip ekonomi Islam. Produk ini menawarkan solusi keuangan yang adil, stabil, dan bebas riba, menunjukkan semakin diterimanya ekonomi Islam sebagai alternatif keuangan yang etis dan berkelanjutan.

4.4.5 Karakteristik Berdasarkan Agama

Responden Peneliti mengelompokkan Responden berdasarkan Agama seperti yang disajikan pada table berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Agama

Agama	Frekuensi (Orang)	Presentase(%)
KRISTEN	1	1,0
KHATOLIK	2	2,0
ISLAM	97	97,0
Total	100	100,00

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Berdasarkan data yang diperoleh, terlihat bahwa mayoritas masyarakat di wilayah kota Jambi yang beragama Islam menunjukkan minat yang tinggi terhadap produk tabungan emas syariah, dengan persentase mencapai 97%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengetahuan masyarakat mengenai produk ini masih terbatas, mereka tetap memiliki kepercayaan terhadap konsep investasi yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, yaitu menghindari riba dan memperkuat stabilitas keuangan individu. Minat tersebut sejalan dengan nilai-nilai ekonomi Islam yang menekankan pentingnya mudharabah dan zakat dalam pengelolaan keuangan, serta menjadikan emas sebagai instrumen penyimpan kekayaan yang halal dan tahan inflasi. Oleh karena itu, pengembangan edukasi mengenai manfaat dan mekanisme tabungan emas syariah dapat semakin meningkatkan partisipasi masyarakat muslim dalam berinvestasi secara sesuai syariah, sekaligus memperkuat penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam kehidupan ekonomi mereka.

4.4.6 Karakteristik Berdasarkan Kunjungan Kepegadaian

Responden Peneliti mengelompokkan Responden berdasarkan apakah responden pernah mengunjungi Pegadaian Syariah seperti yang disajikan pada table berikut:

Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Kunjungan Kepegadaian

Kunjungan Kepegadaian	Frekuensi (Orang)	Presentase(%)
YA	29	29,0
TIDAK	71	71,0
Total	100	100,0

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas masyarakat di Kota Jambi, sebesar 71%, belum memiliki pengalaman kunjungan ke Pegadaian Syariah. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan dan minat masyarakat terhadap produk tabungan emas syariah beserta layanan Pegadaian Syariah masih tergolong rendah. Dalam kerangka ekonomi Islam, ketidakaktifan masyarakat dalam mengakses layanan tersebut dapat dikaitkan dengan kurangnya sosialisasi dan edukasi yang efektif dari pihak penyedia layanan. Padahal, produk tabungan emas syariah secara prinsipil

sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan pengelolaan keuangan yang halal, transparan, dan berkeadilan.

Oleh karena itu, peningkatan strategi promosi serta edukasi mengenai manfaat dan mekanisme investasi emas syariah menjadi sangat penting untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, sehingga mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam investasi yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, peningkatan minat masyarakat terhadap produk ini diharapkan dapat mendukung penerapan nilai-nilai ekonomi Islam serta memperkuat inklusi keuangan berbasis syariah di wilayah tersebut.

4.5 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Peneliti menggunakan pengujian SPSS versi 27 yang merupakan program perangkat lunak yang ditujukan untuk menganalisis data dan melakukan perhitungan statistik parametrik dan nonparametrik. SPSS memiliki kemampuan analisis statistik yang sangat luas, karena tidak hanya memberikan penghitungan yang lebih sederhana, tetapi juga memungkinkan menganalisis hasil penelitian dengan menggunakan jumlah variabel yang lebih banyak. Peneliti melakukan penelitian dari variabel promosi, pengetahuan produk, kualitas pelayanan dan mempengaruhi variabel minat masyarakat yang telah dikumpulkan hasil kuesionernya sehingga peneliti menggunakan data primer.

4.5.1 Uji Validitas dan Reabilitas

Dalam penelitian ini Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan atau pernyataan yang dibuat dalam kuesioner survei valid. Untuk mengetahui kelayakan suatu daftar pertanyaan atau pernyataan dilakukan uji signifikansi dengan Cara membandingkan nilai *r hitung* dengan *r tabel*.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan atau pernyataan yang dibuat dalam kuesioner survei valid. Untuk mengetahui kelayakan suatu daftar pertanyaan atau pernyataan dilakukan uji signifikansi dengan cara membandingkan nilai *r hitung* dengan *r tabel*. Di sini, $df = n-2$ dan tingkat signifikansi nya adalah 5%. Validitas pertanyaan/pernyataan dalam penelitian ini dapat ditentukan dengan

menggunakan nilai r hitung dibandingkan dengan r tabel Suatu item pertanyaan atau pernyataan dikatakan valid atau tidak valid jika hasil tesnya $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Nilai product moment pada *degree of freedom* $df = n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah responden. Pada penelitian ini data berjumlah 100 responden jika dilihat pada tabel r_{hitung} maka r_{tabel} sebesar 0.195 sehingga penelitian dinyatakan valid jika lebih besar dari r_{tabel} tersebut.

- c. Pengujian ini dilakukan pada butir-butir pernyataan untuk mengetahui apakah suatu instrument yang diberikan reliabel atau tidak reliabel sehingga data yang dikumpulkan tersebut dapat dipercaya atau memenuhi aspek kehandalan. Suatu variabel yang dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka kuesioner yang diuji dinyatakan reliabel..

Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Promosi

NO	Pertanyaan	R hitung	R Tabel	Valid
	Iklan promosi Tabungan Emas Syariah yang dilakukan oleh PT Pegadaian Syariah melalui media sosial.	0.550	0.195	Valid
	PT Pegadaian Syariah mempromosikan produk Tabungan Emas berbentuk brosur, kalender, dan spanduk.	0.620	0.195	Valid
	Karyawan Pemasaran PT Pegadaian Syariah Mendatangi rumah calon nasabah untuk mempromosikan produk pegadaian tabungan emas .	0.547	0.195	Valid
	Pameran produk Tabungan Emas PT Pegadaian Syariah untuk menarik minat nasabah.	0.582	0.195	Valid
	Promosi hadiah gratis seperti payung, botol minum, al quran dll. Meningkatkan keinginan menabung emas .	0.625	0.195	Valid
	PT Pegadaian Syariah memberikan voucher dan kupon	0.643	0.195	Valid

	potongan harga terhadap produk tabungan emas			
	Citra positif dari PT Pegadaian Syariah seperti tidak menerapkan bunga meningkatkan keinginan menabung emas.	0.527	0.195	Valid
	PT Pegadaian Syariah menawarkan keuntungan menabung emas yang terpercaya kepada masyarakat.	0.730	0.195	Valid
	Promosi tabungan emas melalui Telepon ,sms dan email oleh PT Pegadaian Syariah.	0.642	0.195	Valid
	PT Pegadaian Syariah mengirimkan katalog produk yang berisi informasi tentang produk tabungan emas.	0.621	0.195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan SPSS 27 semua variabel dinyatakan valid karena mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari R Tabel 0.195 dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 10 item pernyataan dalam penelitian ini dinilai valid atau telah mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dalam penelitian ini karena penelitian lebih besar dari R tabel .Setelah itu dilakukan Hasil pengujian Reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Reabilitas Promosi

Cronbach's Alpha	N of Items
0,812	10

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0, 60. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa

semua pernyataan dari semua variabel yang digunakan teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliable.

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Pengetahuan Produk

NO	Pertanyaan	R hitung	R Tabel	Valid
1	Sifat tabungan emas yang bisa menabung mulai dari 0,1 gram menumbuhkan minat saya menabung emas di PT Pegadaian Syariah	0.548	0.195	Valid
2	Atribut tabungan emas Syariah berupa mun'ah sebagai biaya pemeliharaan dan marhum berupa Tabungan emas membuat saya berminat menabung emas	0.721	0.195	Valid
3	Produk Tabungan emas yang bisa mencairkan atau mengonversikan aset menjadi uang maupun emas menumbuhkan minat saya menabung emas di PT Pegadaian Syariah	0.652	0.195	Valid
4	Tabungan emas memungkinkan masyarakat untuk melakukan investasi berprinsip syariah membuat saya berminat terhadap produk tabungan emas	0.665	0.195	Valid
5	Nasabah PT Pegadaian Syariah memberikan rekomendasi keuntungan menabung kepada saya untuk menabung emas membuat saya berminat menabung emas	0.669	0.195	Valid
6	Investasi tabungan emas diminati karena murah , mudah ,aman ,terpercaya membuat saya berminat menabung emas	0.664	0.195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan SPSS 27 semua variabel dinyatakan valid karena mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari R Tabel 0.195 dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 6 item pernyataan dalam penelitian ini dinilai valid karena penelitian lebih besar dari R tabel .Setelah itu dilakukan Hasil pengujian Reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reabilitas Pengetahuan Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,733	6

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dari semua variabel yang digunakan teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliable.

Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Kualitas Pelayanan

NO	Pertanyaan	R hitung	R Tabel	Valid
1	Ruang antrean PT Pegadaian Syariah yang nyaman, rapi, bersih, wangi, dan tenang membuat saya berminat menjadi calon nasabah tabungan emas.	0,641	0.195	Valid
2	PT Pegadaian Syariah memberikan fasilitas WIFI serta snack untuk anak – anak membuat saya berminat untuk menabung emas di Pegadaian Syariah.	0,759	0.195	Valid
3	Memberikan pelayanan kecepatan yang setara menumbuhkan minat saya untuk membuka tabungan emas di PT Pegadaian syariah	0,659	0.195	Valid
4	Karyawan PT Pegadaian Syariah bersikap ramah, sopan santun serta rapi membuat saya berminat untuk menabung emas	0.667	0.195	Valid
5	Karyawan pegadaian dengan sabar mempromosikan produk tabungan emas dengan tenang membuat saya berminat untuk menabung emas	0,555	0.195	Valid

6	Karyawan pegadaian dengan ramah membantu calon nasabah untuk membuka tabungan emas membuat saya berminat menabung emas	0,566	0.195	Valid
7	Investasi tabungan emas yang menawarkan manfaat ganda yakni minim risiko dan menguntungkan membuat saya berminat untuk menabung emas	0,594	0.195	Valid
8	PT Pegadaian bertanggung jawab terhadap kerusakan atau hilangnya barang jaminan nasabah membuat saya berminat menabung emas	0,684	0.195	Valid
9	PT. Pegadaian Syariah memberikan perhatian individual melalui komunikasi yang baik dan selalu mengutamakan kepentingan calon nasabah membuat saya berminat menabung emas	0,589	0.195	Valid
10	Fasilitas ruang antrean PT. Pegadaian Syariah yang nyaman, rapi, bersih, wangi, dan tenang serta perlengkapan yang memadai membuat saya berminat menjadi calon nasabah tabungan emas.	0,710	0.195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan SPSS 27 semua variabel dinyatakan valid karena mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari R Tabel 0.195 dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 10 item pernyataan dalam penelitian ini dinilai valid atau telah mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dalam penelitian ini karena penelitian lebih besar dari R tabel .Setelah itu dilakukan Hasil pengujian Reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reabilitas Pengetahuan Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,843	10

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0, 60. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dari semua variabel yang digunakan teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliable.

Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Minat Masyarakat

NO	Pertanyaaan	R hitung	R Tabel	Valid
1	Adanya keinginan untuk membeli emas melalui produk tabungan emas membuat saya berminat untuk menabung emas di PT Pegadaian Syariah	0,586	0.195	Valid
2	Kemudahan Pembelian tabungan emas melalui outlet di seluruh cabang syariah dan aplikasi membuat saya berminat untuk memiliki menabung emas.	0,670	0.195	Valid
3	Saya berminat menabung emas jika direkomendasikan oleh sahabat atau teman	0,656	0.195	Valid
4	Iklan yang direkomendasikan melalui media sosial membuat saya berminat memiliki tabungan emas di PT Pegadaian Syariah.	0,570	0.195	Valid
5	Ketertarikan saya terhadap investasi tabungan emas membuat saya berminat untuk menabung emas di PT Pegadaian Syariah.	0,611	0.195	Valid
6	Karena memegang prinsip Syariah Membuat saya berminat menabung emas di PT Pegadaian syariah	0,653	0.195	Valid
7	PT Pegadaian Syariah menawarkan informasi keuntungan produk tabungan emas membuat saya berminat menabung emas	0,676	0.195	Valid

8	Informasi tentang tabungan emas yang jelas membuat saya berminat menabung emas	0.560	0.195	Valid
---	--	-------	-------	--------------

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan SPSS 27 semua variabel dinyatakan valid karena mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari R Tabel 0.195 dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 10 item pernyataan dalam penelitian ini dinilai valid atau telah mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dalam penelitian ini karena penelitian lebih besar dari R tabel .Setelah itu dilakukan Hasil pengujian Reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reabilitas Minat Masyarakat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,775	8

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0, 60. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dari semua variabel yang digunakan teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliable.

4.6 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

4.6.1 Uji Normalitas

Normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah uji yang digunakan untuk mengetahui distribusi data apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas Kolmogorov Smirnov banyak digunakan untuk sampel yang berukuran besar. Uji normalitas Kolmogorov Smirnov memiliki toleransi yang lebih tinggi jika dibandingkan pada metode Liliefors (Kolmogorov Smirnov). Apabila data dinyatakan tidak normal pada metode liliefors, maka apabila menggunakan Kolmogorov Smirnov data bisa berdistribusi normal, atau dengan kata lain metode ini memiliki tingkat normalitas yang lebih tinggi untuk ukuran data yang sama .

Pedoman Pengambilan Keputusan Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov. Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, maka perlu aturan pengambilan keputusan. Jika nilai Asymp Sig (2-tailed) > 0.05 , maka data penelitian berdistribusi normal dan jika nilai Asymp Sig. (2-tailed) < 0.05 , maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000	
	Std. Deviation	1,08230986	
Most Extreme Differences	Absolute	0,058	
	Positive	0,048	
	Negative	-0,058	
Test Statistic		0,058	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		0,540
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,527
		Upper Bound	0,553

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Berdasarkan hasil uji Normalitas menggunakan SPSS 27 diketahui nilai Asymp Sig (2-tailed) $0,553 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal .

4.6.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	0,229	4,360
X2	0,327	3,060
X3	0,297	3,365

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Dalam hal ini nilai tolerance yang baik adalah Penilaian VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas. Penilaian Toleransi ≥ 0.10 , maka multikolinearitas dikatakan tidak terdapat masalah. Jika dilihat pada tabel nilai Tolerance melebihi 0.10 artinya jika dilihat dari tolerance maka data terbebas dari multikolinearitas dan jika dilihat dari VIF data tersebut masih di sekitar angka 1-10 maka jika dilihat dari data VIF data tersebut terbebas dari multikolinearitas sehingga dapat disimpulkan variabel Promodi, pengetahuan produk dan kualitas pelayanan terbebas dari multikolinearitas.

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
	0,000
X1	0,644
X2	0,795
X3	0,621

Sumber: Data Primer Diolah ,2024

Jika signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka hipotesis diterima karena data tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi atau probabilitas $< 0,05$, maka hipotesis ditolak karena data menunjukkan heteroskedastisitas. Dari data diatas menunjukkan bahwa signifikansi atau nilai

probabilitas lebih besar dari 0,05 menunjukkan data variabel Promodi, pengetahuan produk dan kualitas pelayanan terbebas tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

4.7 Hasil Analisis Data kuantitatif

Hasil analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 27. Regresi linier adalah suatu metode prediksi yang menggunakan garis lurus untuk menggambarkan hubungan antara dua variabel atau lebih. Variabel sendiri adalah besaran yang nilai-nilainya bisa berubah. Variabel ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu variabel yang memberikan pengaruh dan variabel yang dipengaruhi. Variabel yang memberikan pengaruh dapat dipandang sebagai sebab, sedangkan variabel yang dipengaruhi merupakan akibat (W. A. L. Sinaga et al., 2022). Hasil pengujian regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.18 Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-.285	.136	
	Promosi	.318	.115	.322
	Pengetahuan Produk	.327	.132	.254
	Kualitas Pelayanan	.334	.101	.324

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Menurut (Sugiyono, 2012) analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunnya). Dalam hal ini, ada tiga variabel bebas dan satu variabel

terikat. Dengan demikian, Regresi Linier Berganda dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut :

$$Y = -0,285 + 0,318x_1 + 0,327x_2 + 0,334x_3 + e$$

Dari persamaan regresi linear pada tabel diatas tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai a atau konstanta sebesar - 0,285 berarti apabila variabel faktor Promosi (x1), Pengetahuan Produk (x2), dan Kualitas Pelayanan (x3) bernilai tetap (konstan) maka variabel minat menggunakan Tabungan emas akan bernilai-0,285.
2. Koefisien regresi variabel Promosi sebesar 0,318 yang berarti jika variabel Promosi (x1) naik sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan tabungan emas akan mengalami Peningkatan sebesar 0,318 .
3. Koefisien variabel Pengetahuan Produk sebesar 0,327 yang berarti jika variabel pengetahuan produk (X2) naik sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan tabungan emas akan mengalami Peningkatan sebesar 0,327.
4. Koefisien variabel kualitas Pelayanan sebesar 0,334 yang berarti jika variabel kualitas Pelayanan (x3) naik sebesar 1 satuan, maka menggunakan tabungan emas akan mengalami Peningkatan sebesar 0,334.

4.8 Pengujian Hipotesis

4.8.1 Uji t

Jika t di gunakan untuk mengetahui secara parsial variabel dependen dengan independen yaitu Promosi (X1), Pengetahuan Produk (X2), dan Kualitas pelayanan (X3) terhadap minat masyarakat untuk Menggunakan Produk Tabungan Emas (Y) di pegadaian Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi pengujian dapat dilihat pada nilai t hitung, dan untuk melihat besarnya pengaruh digunakan angka beta atau *standardized coefficient* dengan menggunakan SPSS versi 27. Berikut penjelasan pengujian masing-masing variabel secara parsial:

Tabel 4.19 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.285	.136		-2.094	.039
	Promosi	.318	.115	.322	2.758	.007
	Pengetahuan Produk	.327	.132	.254	2.481	.015
	Kualitas Pelayanan	.334	.101	.324	3.313	.001

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

t tabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi satu arah dengan cara mencari df (*degree of freedom*) terlebih dahulu dengan mengurangi nilai n sebagai Jumlah responden yaitu 100 responden dan k adalah jumlah variabel penelitian yaitu 4 variabel hasilnya 96 dibagi tingkat signifikansi 5% atau 0,05 sehingga didapatlah Ttabel dengan jumlah 1,661. Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai t hitung pada variabel promosi (X1) adalah sebesar 2,758 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.007. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($2,758 > 1,661$) dan nilai signifikansi $0.007 < 0.050$ maka H1 diterima. Maka variabel promosi (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan Tabungan Emas secara parsial.
2. Nilai t hitung pada variabel pengetahuan produk (X2) adalah sebesar 2,481 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.015. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($2,481 > 1,661$) dan nilai signifikansi $0.015 < 0.050$ maka H2 diterima. Maka pengetahuan produk (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan Tabungan Emas secara parsial.

3. Nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan (X3) adalah sebesar 3,313 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.015. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($3,313 > 1,661$) dan nilai signifikansi $0.001 < 0.050$ maka H3 diterima. Maka kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan Tabungan Emas secara parsial.

4.8.2 Uji F

F hitung dengan F tabel pada derajat kepercayaan 5% $df = (n-k-1)$ dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel Hipotesis yang digunakan dalam pengujian. Jumlah sample pada penelitian ini adalah 100 responden dan variabel pada penelitian ini adalah Promosi (X1), Pengetahuan Produk (X2), dan Kualitas pelayanan (X3) terhadap minat masyarakat untuk Menggunakan Produk Tabungan Emas (Y) sehingga jumlah variabel adalah 4 variabel. Sehingga nilai Ftabel di dapatkan adalah 2,70.

Apabila nilai F hitung $< F$ tabel dan jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ (α), maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen diterima, artinya variable independen secara simultan atau bersama-sama tidak mempengaruhi variable dependen secara signifikan. Apabila nilai F hitung $> F$ tabel dan jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari 0,05 (α), maka semua variabel independen ditolak, artinya variable independen secara simultan mempengaruhi variable dependen secara signifikan. Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA dan regresi linear berganda pada tabel berikut.

Tabel 4.20 Hasil Tabel Uji F

variabel	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Promosi	40,987	3	13,662	74,766	.000 ^b
Pengetahuan Produk	17,542	96	0,183		
Kualitas Pelayanan	58,529	99			

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Uji F dilihat dari Perbandingan nilai F hitung dengan melihat tingkat signifikansinya, kemudian membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan (5% atau 0,05). Dari data diatas menunjukkan bahwa uji signifikansinya untuk pengaruh variabel Promosi (X1), Pengetahuan Produk (X2), dan Kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai F hitung 74,766 lebih besar daripada F tabel 2,70 maka bisa dikatakan bahwa uji F pada penelitian ini secara bersama – sama secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat masyarakat untuk Menggunakan Produk Tabungan Emas (Y) di pegadaian Syariah Cabang Jelutung Kota Jambi.

4.9 Koefisien determinasi

Koefisien determinasi biasanya dilambangkan dengan (R^2), yang pada prinsipnya menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinasi dalam model regresi tetap kecil atau mendekati nol, berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen, atau semakin mendekati nilai (R^2) ke 100% yaitu semakin besar derajat Pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen lebih besar.

Tabel 4.21 Koefisien deiteirminasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	0,700	0,691	0,42747

Sumber : Data Primer Diolah ,2024

Data diatas menunjukkan seluruh variabel Promosi, pengetahuan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh dengan tingkat pengaruh sebesar 0,691 terhadap variabel minat masyarakat sisanya dipengaruhi faktor dan variabel lain.

4.10 Analisis Ekonomi

4.10.1 Pengaruh Faktor Promosi Terhadap Minat Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel faktor promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan Tabungan Emas studi kasus pada masyarakat Kota Jambi ditunjukkan hasil melalui analisis regresi yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisien regresi linear berganda untuk pengaruh faktor promosi terhadap minat untuk menggunakan Tabungan Emas studi kasus pada masyarakat Kota Jambi sebesar 0,318 dengan hasil uji t Variabel Promosi dengan Thitung sebesar 2,758 dan signifikansi 0,007.

Hal ini menunjukkan bahwa faktor promosi berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan Tabungan Emas studi kasus pada masyarakat Kota Jambi. Dengan demikian hipotesis pertama diterima hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Aswad & Patimbangi, 2022) menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung artinya semakin baik promosi yang dilakukan maka semakin tinggi pula minat untuk menabung.

Penelitian yang dilakukan oleh (Guspia Ningsih et al., 2019) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung karena Promosi dapat menginformasikan atau meningkatkan calon nasabah. Semakin sering calon nasabah mendapatkan informasi melalui promosi, maka minat masyarakat juga semakin meningkat.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, promosi Pegadaian Syariah dilakukan melalui interaksi langsung dengan nasabah serta pameran lelang bulanan untuk menarik minat konsumen. Namun, promosi produk Tabungan Emas hanya ditargetkan kepada nasabah gadai yang sudah ada, bukan kepada masyarakat umum. Hal ini menjadi salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya minat masyarakat terhadap Tabungan Emas Pegadaian Syariah.

Menurut buku Kotler, Freddie Langty, promosi adalah suatu kegiatan bauran pemasaran yang peranan utamanya adalah membujuk pelanggan agar mereka

mengetahui tentang produk yang ditawarkan dan merasa puas dengan pembeliannya. Dalam hal ini promosi sangat penting untuk meningkatkan minat masyarakat.

Promosi adalah salah satu komponen penting dalam bauran pemasaran yang tidak bisa diabaikan ketika memasarkan produk atau jasa. Dalam dunia perdagangan baik barang maupun jasa promosi memainkan peran krusial, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Meskipun demikian, pelaksanaannya harus dilakukan dengan mematuhi ketentuan yang berlaku. Berikut adalah dasar hukum al quran surah Al Hujurat ayat 6 yang mengatur mengenai promosi:

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (Al-Qur’an, 2005)

Ayat diatas termasuk ayat yang mengajarkan adab dan akhlak yang baik, yaitu keharusan mengklarifikasi suatu berita agar tidak mudah mengikuti kabar berita yang tidak bertanggung jawab. Dan juga tidak mudah menghukumi orang dengan berbekal informasi yang membingungkan dan tidak pasti kebenarannya.

Faktor Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan. Sebagus apapun produk yang dibuat, jika konsumen tidak mengetahuinya maka mereka tidak akan membelinya. Oleh karena itu, periklanan diperlukan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dan membuat mereka tertarik untuk membeli produk tersebut (Arisandy, 2018).

Meneladani Rasulullah SAW dalam kegiatan promosi, kita akan menemukan bahwa beliau selalu mengedepankan adab dan etika yang sangat tinggi. Adab dan etika ini bisa dianggap sebagai strategi dalam berpromosi. Penting untuk diingat, jangan sekali-kali mengobrol sumpah. Dalam beriklan atau mempromosikan sesuatu, kita harus berhati-hati dalam melafalkan janji, terutama jika kita tidak dapat memenuhi janji tersebut. Berlebihan dalam bersumpah tak semestinya dilakukan, karena hal ini

bertentangan dengan etika promosi dalam Islam. Mengumbar sumpah yang tidak sesuai dengan kenyataannya dapat merusak nilai-nilai yang dijunjung tinggi dalam ajaran Islam. Allah SWT. Dan Rasulullah memberi aturan dan larangan dalam hal ini. Dari Abu Qotadah Al-Anshori, Nabi shalallahualaihiwasallam bersabda:

Artinya:

“Bahwasannya ia mendengar Rasulullah SAW bersabda: Hati-hatilah dengan banyak bersumpah dalam menjual dagangan karena ia memang melariskan dagangan, namun malah menghapuskan (keberkahan).” (HR.Tirmizi).

Bersumpah secara berlebihan dilarang dalam etika promosi Islam, mengobral sumpah tanpa sesuai dengan yang sesungguhnya dapat merusak nilai-nilai Islam. Islam secara tegas melarang pemalsuan dan penipuan, karena tindakan tersebut dapat mengakibatkan kerugian, kedzaliman, serta menimbulkan permusuhan dan konflik. Hadis yang mulia ini menggambarkan betapa besarnya keutamaan bagi seorang pedagang yang menghindari sifat-sifat tercela ini dalam melakukan promosi.

4.10.2 Pengaruh Faktor Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat

Melalui analisis regresi yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisien regresi linear berganda untuk pengaruh faktor pengetahuan produk terhadap minat untuk menggunakan Tabungan Emas studi kasus pada masyarakat Kota Jambi sebesar 0,327 dengan hasil uji T sebesar 2.481 dan signifikansi 0,015. Hal ini menunjukkan bahwa faktor pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan Tabungan Emas studi kasus pada masyarakat Kota Jambi. Dengan demikian hipotesis pertama diterima.

Sehingga dapat dipahami bahwa variabel pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan Tabungan Emas studi kasus pada masyarakat Kota Jambi. Hal ini juga mengindikasikan bahwa pada penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden pada masyarakat kota jambi bahwasanya faktor pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan Tabungan Emas studi kasus pada masyarakat Kota Jambi.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan (Novian et al., 2023) Menunjukkan pengaruh positif variabel pengetahuan produk karena pemahaman yang lebih baik tentang produk tabungan yang ditawarkan dapat mendorong minat menabung.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penjelasan mengenai produk Pegadaian Syariah, termasuk Tabungan Emas, hanya diberikan oleh karyawan jika nasabah bertanya. Akibatnya, banyak nasabah tidak mengetahui adanya produk tersebut serta keuntungan yang ditawarkan, sehingga memengaruhi minat mereka.

Penelitian yang dilakukan (Aswad & Patimbangi, 2022) juga menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung mahasiswa, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan mereka tentang produk tabungan, semakin besar pula minat mereka untuk menabung.

Menurut (Sanita et al., 2019) Pengetahuan produk dapat dipahami sebagai pemahaman konsumen mengenai karakteristik atau fitur suatu produk, konsekuensi yang timbul dari penggunaannya, serta tingkat kepuasan yang dapat diperoleh dari produk tersebut.

Dari sudut pandang agama Islam, seluruh ilmu pengetahuan berasal dari Allah SWT, yang disampaikan kepada umat manusia melalui wahyu-Nya yang terkandung dalam kitab suci Al-Qur'an. Sebagai sumber pengetahuan utama, Al-Qur'an telah memberikan banyak informasi dan petunjuk yang berharga mengenai cara manusia dapat memperoleh ilmu pengetahuan (Soelaiman, 2019).

Dalam Al quran Pengetahuan sangat penting seperti dalam Surah Al-Anbiya Ayat 7 sebagai berikut:

Artinya:

"Kami tiada mengutus Rasul-Rasul sebelum kamu (Muhammad), melainkan beberapa orang laki-laki yang kami beri wahyu kepada mereka. Maka tanyakanlah olehmu kepada orang-orang yang berilmu, jika kamu tiada Mengetahui."

(Al-Qur'an, 2005).

Maksud ayat ini menurut Ibnu Katsir dalam kitabnya, jika seseorang tidak memahami sesuatu maka seseorang harus mencari pengetahuan tentang ilmu tersebut. Ayat ini mengandung pesan yang mendalam tentang pentingnya mencari ilmu pengetahuan dan kebenaran. Konsumen dengan pengetahuan yang lebih tinggi akan menjadi lebih realistis dalam pemilihan produk yang sesuai dengan harapannya. Dimana, semakin tinggi pengetahuan konsumen dalam pembelian suatu produk, dapat meningkatkan kemampuan konsumen untuk membuat dan menentukan pilihan yang lebih memuaskan (Rustandi & Marlina, 2022).

Hadis tentang kewajiban menuntut ilmu pengetahuan terdapat dalam anas bin Malik riwayat Ibnu Majah dijelaskan pada hadist berikut ini (Rustina, 2019):

Artinya:

"Telah menceritakan kepada kami Hisyam bin Ammar berkata: telah menceritakan kepada kami Hafsh bin Sulaiman berkata: telah menceritakan kepada kami Katsir bin Syinzhir dari Muhammad bin Sirin dari Anas bin Malik ia berkata: Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Menuntut ilmu adalah kewajiban bagi setiap muslim. Dan orang yang meletakkan ilmu bukan pada ahlinya, seperti seorang yang mengalungkan mutiara, intan dan emas ke leher babi."

(HR.Ibnu Majah)

Hadits diatas dengan tegas menunjukkan betapa tingginya kedudukan ilmu dalam Islam dan tidak berharganya ilmu jika tidak diberikan kepada orang yang tepat dan akan memanfaatkannya dengan baik. Menurut (Muljafar et al., 2023) Jika pegadaian syariah belum tersosialisasi dengan baik, maka dikhawatirkan akan menjadi kontra produktif terhadap hasil yang diharapkan untuk memasarkan suatu produk, khususnya produk pegadaian syariah, pihak pegadaian harus melakukan sosialisasi kepada masyarakat, karena pengetahuan tentang pegadaian syariah sangat diperlukan masyarakat sebagai bahan pertimbangan memilih pegadaian syariah

Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, sangat penting bagi seorang Muslim untuk memiliki pemahaman yang baik tentang pengetahuan produk tersebut. Tingkat keagamaan seseorang dapat berpengaruh pada seberapa dalam pemahaman mereka terhadap produk yang mereka pilih (Hanifah & Albari, 2023). Dalam Hadits riwayat Ibnu Majah dan At-Tirmidzi, bahwasanya Rasulullah Sholallahu'alaihi wasalam telah bersabda:

Artinya:

"Apa yang dihalalkan oleh Allah dalam Kitab-Nya adalah halal dan apa yang diharamkan Allah di dalam Kitab-Nya adalah haram, dan apa yang didiamkan (tidak diterangkan), maka barang itu termasuk yang dimaafkan".

(HR. Ibnu Majah dan Tirmidzi)

Hadits tersebut menjadi dalil bahwa apa yang ada di dalam Al-Qur'an terkait dengan halal dan haram adalah memang betul halal dan memang betul haram adanya, sehingga harus diperhatikan oleh semua orang Islam.

Menurut (Hanifah & Albari, 2023) Ketika seorang Muslim tertarik terhadap suatu produk, mereka perlu untuk memastikan bahwa produk tersebut termasuk dalam kategori halal. Dalam memastikan hal tersebut, maka konsumen Muslim perlu untuk memiliki pengetahuan terkait sebuah produk. Dalam produk tabungan emas ini, Pegadaian memanfaatkan akad murabahah (jual beli) dan akad wadiah (titipan Melalui akad murabahah, Pegadaian Syariah melakukan transaksi jual beli dengan nasabah yang ingin membuka tabungan emas (Hamida et al., 2022).

4.10.3 Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat

Melalui analisis regresi yang dilakukan diketahui bahwa nilai koefisien regresi linear berganda untuk pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap minat untuk menggunakan Tabungan Emas studi kasus pada masyarakat Kota Jambi sebesar 0,334 dengan hasil uji t sebesar 3,313 dan signifikansi 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa faktor Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan Tabungan Emas studi kasus pada masyarakat Kota Jambi.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indah Apriani et al., 2023) kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung emas dan juga penelitian yang dilakukan (Putri, 2018) menunjukkan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan berbagai faktor dalam proses pembelian produk atau jasa. Dengan kata lain, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar pula minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Kualitas pelayanan yang sudah baik, seperti yang ditunjukkan dari penelitian di lapangan, menjadi salah satu kekuatan Pegadaian Syariah. Jika didukung dengan strategi promosi yang lebih gencar dan spesifik mengenai keunggulan layanan, hal ini akan sangat efektif dalam meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk Pegadaian Syariah, termasuk Tabungan Emas.

Menurut Kotler (2003), hubungan antara kualitas jasa kepuasan konsumen, dan profitabilitas perusahaan sangat erat karena semakin tinggi kualitas yang ditawarkan semakin tinggi kepuasan konsumen, perusahaan dengan pelayanan yang memuaskan pelanggan dapat dianggap berhasil (Ruslim & Mukti, 2016). Kualitas pelayanan dalam islam terdapat dalam surah al QS, Al-Baqarah ayat 267 sebagai berikut:

Artinya:

Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.
(Al-Qur'an, 2005).

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat menjaga kualitas pelayanan, mendorong untuk memberikan yang baik dan menghindari yang buruk dan setiap pelanggan memiliki kebutuhan yang unik. Pelayanan yang personal berarti memahami dan memenuhi kebutuhan individu setiap pelanggan, layaknya memberikan infak yang sesuai (Sunardi & Handayani, 2014). Pegadaian syariah fokus pada Peningkatan kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan nasabah. Dengan demikian, Pegadaian

diharapkan dapat secara profesional menarik minat nasabah melalui layanan yang memuaskan (Sari, Suryaningsih, 2020).

Dalam kualitas pelayanan kepercayaan sangat penting sebagai landasan utama meningkatkan kualitas pelayanan seperti yang dinyatakan dalam hadist berikut :

Artinya :

Dari 'Abdullah bin 'Umar radhiallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, "Seorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat (nanti)."

(HR. Tirmidzi)

Dari hadist di atas menunjukkan kejujuran dan kepercayaan menjadi landasan dari kualitas pelayanan dengan cara memberikan informasi yang akurat tentang produknya serta memberikan solusi yang tepat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan hal ini sesuai dengan misi pegadaian syariah yaitu amanah artinya memegang teguh kepercayaan yang diberikan