

**Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Produk Gadai Emas pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi**

**Inggit Eka Saputri**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

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

**ABSTRACT**

*Pawn gold is a loan facility with a gold guarantee to obtain cash with a high estimate, low and easy costs, can be automatically extended, stored safely and insured online or offline services. This study aims to find out what are the factors that influence customer interest in gold pawning products. The marketing mix in this research is location, promotion and service. With this type of qualitative research using descriptive methods, the results show that the three marketing mix of pawning gold promotions are the most dominant in influencing customer interest in pawning gold products.*

**Keywords: pawn gold, Islamic banking**

**ABSTRAK**

Gadai emas merupakan sarana pinjaman dengan jaminan emas guna mendapatkan uang tunai dengan taksiran besar, bayaran ringan serta mudah, bisa diperpanjang otomatis dikemas secara nyaman serta diasuransikan layanan online ataupun offline. Penelitian ini bertujuan guna memahami apa saja Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Produk Gadai. Bauran pemasaran pada penelitian ini adalah lokasi, promosi dan layanan. Dengan jenis penelitian kualitatif menggunakan metode deskriptif didapatkan hasil bahwa ketiga bauran pemasaran gadai emas promosi adalah yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai emas.

**Kata kunci: Gadai Emas, Bank Syariah**

**PENDAHULUAN**

Bank Syariah ialah operasi lembaga keuangan yang berdasarkan perjanjian berlandaskan hukum Islam antara bank dengan pihak lain guna tujuan menyimpan uang serta/ ataupun membayar guna Usaha dan kegiatan lain yang dinyatakan sesuai dengan Syariah Islam, khususnya yang berkaitan dengan sistem Muamalah Islam.

Perbankan syariah menawarkan berbagai macam produk yang tidak tersedia pada perbankan konvensional, termasuk transaksi akad, produk pembiayaan, kontrak pembiayaan, dan banyak lagi. Bank syariah berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat (open entity) melalui berbagai kegiatan agar usahanya dapat berjalan lancar, dapat dilihat bahwa salah satu produk perbankan syariah yang berkembang akhir-akhir ini di perbankan syariah adalah produk pembiayaan gadai (rahn). Produk pembiayaan gadai yang diterapkan oleh bank syariah adalah produk gadai emas syariah (Ar-Rahn).

Gadai Emas adalah produk perbankan syariah berupa fasilitas pembiayaan yang menyalurkan kredit kepada calon konsumen dengan anggunan gadai emas (perhiasan) dalam akad gadai guna memperoleh uang tunai dengan taksiran tinggi, biaya rendah dan mudah, dan kemampuan untuk diperbarui secara otomatis dan disimpan dengan aman.

Banyak bank syariah yang menawarkan produk gadai emas sebagai salah satu dari sekian banyak bentuk produk pembiayaan sebagai jawaban atas tingginya permintaan akan produk gadai emas tersebut. PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang memberikan pembiayaan agunan emas kepada masyarakat umum. PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi, salah satu lembaga keuangan syariah, untuk mendorong nasabah memanfaatkan produk gadai emas, strategi pemasaran harus ditingkatkan. Yang menjadi perhatian disini adalah minat nasabah yang berarti keinginan nasabah serta kesediaan nasabah yang dilandasi oleh keyakinan dan kepercayaan yang kuat untuk melakukan transaksi Gadai Emas sehingga tercipta perilaku dalam melakukan pembelian produk.

Dalam melakukan pemasaran produk memiliki beberapa bauran pemasaran yaitu promosi, harga produk dan lokasi. Namun peneliti hanya menggunakan lokasi, promosi, dan layanan sebagai bahan penelitian.

Berdasarkan fenomena tersebut di atas. Sebagai hasil dari magang, peneliti tertarik dan melakukan studi dengan judul "Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai Emas pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi".

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan dalam hubungannya dengan penelitian kualitatif. Untuk memberikan gambaran yang jelas dan terkonsentrasi dari topik yang diteliti, data dikumpulkan, diproses, diurutkan, dievaluasi, dan akhirnya diintegrasikan. Merupakan pendekatan studi yang digunakan

dengan terjun langsung ke objek penelitian yang diteliti pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi.

Metode pengumpulan data pengamatan (observasi), di mana pengamatan langsung dilakukan pada objek yang diteliti, dan wawancara (interview), di mana pertanyaan dan tanggapan dilakukan dengan pihak industri terkait untuk mendapatkan penjelasan yang berkaitan dengan penelitian. Ada juga sumber data yang digunakan dengan Data primer, terutama data yang diterima langsung dari responden atau lokasi penelitian yang dijadikan subjek penelitian, dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku atau literatur tentang masalah yang diteliti. Informasi ini disajikan dalam bentuk landasan teori atau rekomendasi lain yang relevan dengan kasus yang dihadapi.

Teknik pengumpulan data adalah Studi tentang suatu fenomena yang dapat dilakukan baik di lingkungan alami maupun buatan. Daerah penelitian ini merupakan wilayah natural, dan berbentuk studi lapangan, di mana data dikumpulkan dari objek penelitian pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi.

Metode analisis yang dilakukan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif, dengan tujuan guna memberikan gambaran penelitian penulis tentang cara yang digunakan untuk menetapkan faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai emas pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Adapun yang mempengaruhi faktor – faktor minat nasabah terhadap produk gadai emas pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi yaitu sebagai berikut :

### **1. Lokasi**

Lokasi adalah lokasi fisik di mana aktivitas bisnis atau perusahaan beroperasi dan melakukan operasi seperti memproduksi barang, menyediakan layanan, atau menyediakan tempat bagi pelanggan untuk membeli. Studi untuk menyelidiki urutan geografis suatu kegiatan ekonomi adalah pemilihan dan penentuan lokasi. Pemilihan lokasi bisnis yang strategis dan tepat akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan di masa depan.

Menurut Tjiptono, ada berbagai faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha, antara lain:

- Akses, misalnya, situs yang mudah diakses dengan transportasi umum.
- Visibilitas

- Lalu lintas, faktor utama yang perlu diperhatikan : 1) Banyak orang yang lewat bisa membagikan kesempatan besar buat membeli, khususnya keputusan pembelian yang kerap terjalin secara otomatis, tanpa perencanaan, serta/ ataupun tanpa upaya ekstra. 2) Kemacetan serta kemacetan lalu lintas barangkali jadi penghalang.
- Parkir kendaraan roda dua dan empat yang luas, nyaman, dan aman.
- Ekspansi, ialah ketersediaan ruang yang cukup jika terjadi ekspansi di masa mendatang.
- Lingkungan, Secara khusus, yang mendukung di mana produk ditawarkan. Misalnya, Restoran/rumah makan, terletak di dekat asrama, daerah pondokan, mahasiswa kampus, sekolah, kantor, dan sebagainya.
- Peraturan pemerintah

PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi yang berlokasi di kompleks NCC Blok. B No. 3 & 4 Jalan Setia Budi Medan, Sumatera Utara, memiliki beberapa keunggulan dalam pemilihan lokasi, yaitu sebagai berikut :

- Akses lokasi pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi sangat mudah di jangkau sarana angkutan umum atau transportasi umum.
- Lokasi pada PT. Bank Syariah Setia Budi KCP Medan Setia Budi berada di posisi yang menguntungkan karena berdekatan dengan pusat kota, pusat perbelanjaan, dan perumahan komunal, yang semuanya menarik banyak orang.
- Area parkir yang memadai dan nyaman memudahkan akses nasabah.
- Bentuk fisik bangunan yang sangat luas terdiri dari 3 lantai, serta bersih dan tentunya memiliki fasilitas yang canggih, baik mesin ATM, Camera CCTV, AC, dan Komputer. PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi memiliki fasilitas yang sangat nyaman dan lengkap sehingga hal tersebut bisa menunjang minat nasabah dalam menarik calon nasabah.

## 2. Promosi

Promosi menurut Alma adalah jenis komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menyebarluaskan, mempengaruhi, atau membujuk informasi dan/atau mengingatkan pasar sasaran tentang perusahaan dan produknya sehingga mereka mau menerima, membeli, dan loyal terhadap barang yang diberikan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Pemilihan bauran promosi (promotionmix) menjadi pertimbangan penting dalam promosi, dengan bauran promosi terdiri dari:

- Iklan
- Promosi penjualan
- Hubungan masyarakat
- Penjualan personal
- Komunikasi mulut ke mulut

Adapun promosi guna dilakukan PT. Bank Syariah KCP Medan Setia Budi, antara lain:

- Sosialisasi ke seluruh perusahaan atau instansi yang ada di kota Medan.
- Melakukan pertemuan (Gathering) kepada calon nasabah.
- Membagi brosur produk gadai emas.
- Melakukan promosi di media sosial.

### 3. Pelayanan

Hadipranata berpendapat bahwa pelayanan adalah kegiatan ekstra yang diberikan kepada klien - pelanggan, nasabah, dll - di luar tugas inti (deskripsi pekerjaan) dan dipandang sebagai rasa terima kasih dan rasa hormat.

Dalam Islam, ada banyak jenis layanan yang harus diberikan kepada klien, antara lain:

- Fathanah, sikap intelektual di mana kecerdasan digunakan untuk tujuan yang baik
- Tabligh, sikap yang dilakukan pegawai kepada nasabah dengan menyampaikan informasi menggunakan tutur kata yang baik dan benar yang mudah dipahami nasabah.
- Shiddiq, jujur adalah kunci dalam melakukan segala sesuatu kegiatan.
- Amanah, yang dimaksud dari amanah yaitu dapat dipercaya dan dapat bertanggung jawab

Pelayanan yang diberikan pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi yaitu, sangat ramah kepada nasabah, memberikan penjelasan dengan baik dan

dapat dipahami kepada calon nasabah, sangat cepat dalam proses pencairan pembiayaan dalam produk gadai emas, dan bertanggung jawab jika karyawan melakukan kesalahan pada titik tertentu baik secara sengaja maupun tidak sengaja

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan uraian pembahasan yang penulis lakukan baik secara teoritis maupun di lapangan di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi, penulis menarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu keberhasilan yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai emas dari segi promosi, promosi yang dilakukan sehingga dalam setiap tahunnya untuk produk gadai emas selalu mengalami peningkatan, promosi yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- Sosialisasi ke seluruh perusahaan atau instansi yang ada di kota Medan.
- Melakukan pertemuan (Gathering) kepada calon nasabah.
- Membagi brosur produk gadai emas.
- Melakukan promosi di media sosial.

Adapun melihat dari temuan penelitian dan pembahasan, serta kesimpulan sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis memberikan saran yaitu pengambilan langkah-langkah sebagai solusi dalam mengembangkan produk pembiayaan gadai emas disarankan agar terus dilakukan dan diperhatikan dari beberapa faktor yang sudah dijelaskan diatas oleh peneliti agar calon nasabah nantinya akan lebih berminat di bagian produk gadai emas ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Riadi, Muchlisin. 2020. "Lokasi Usaha (Pengertian, Tujuan, Jenis, Aspek dan Faktor Pemilihan)." *KajianPustaka.com*.  
<https://www.kajianpustaka.com/2020/12/lokasi-usaha.html?m=1> (Maret 14, 2022).
- Soemitra, Andri. 2018. *BANK DAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH*. Cet ke-9. JAKARTA: PRENADAMEDIA GROUP.
- Kasmir. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ismail. 2013. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Sudarsono, Heri. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, cet. ke-1. Yogyakarta: EKONISIA.

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Volume 5 No 1 (2023) 334-340 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v5i1.1207

Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*, cet. ke-1. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mustofa, Imam. 2016. *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, cet. ke-2. Jakarta: Rajawali Press.

Balgis, Putri Dona. 2017. "GADAI EMAS SYARIAH: Evaluasi Dan Usulan Akad Sesuai Prinsip Syariah," *Jurnal Jurisprudence* 7, no. 1.