

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sistem ekonomi yang didasarkan pada Islam merupakan suatu bagian dalam kehidupan seorang muslim dalam upaya untuk mengimplementasikan ajaran Islam dalam aktivitas ekonomi.<sup>1</sup> Diskusi tentang Bank Syariah sebagai basis ekonomi Islam sudah mulai dilakukan pada awal tahun 1980. Penerapan nilai dalam sistem ekonomi Islam bagi seorang muslim merupakan bagian dari ketaatan dan kepatuhan kepada ajaran agama Islam yang diturunkan Allah SWT melalui Nabi Muhammad SAW. Dengan adanya hal itu Sistem ekonomi Islam sebagai salah satu aspek dalam sistem Islam yang integral dan komprehensif untuk diterapkan pada pola ekonomi masyarakat. Seperti dalam kandungan Surah Al-Qur'an Al Zalzalah: 7-8, Allah berfirman :

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Artinya:

*“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.”* (QS. Al Zalzalah: 7-8).

Dalam isi kandungan ayat di atas menjelaskan bahwa, sistem kepercayaan Islam kenistaan yang akan terjadi nanti di sana (di akhirat) lebih ditakuti dari pada kenistaan dalam hidup di dunia, karena kehidupan di akhirat itu adalah kehidupan yang kekal.<sup>2</sup> Oleh karena itu pada bank syariah dalam pelaksanaan kegiatan pasti ia akan sangat berhati-hati dalam menjalankan aktivitas pengelolaannya dengan tetap istiqamah berada dalam batas (koridor syariah), dengan konsekuen melaksanakan mana yang boleh dan menjauhi mana yang dilarang oleh ajaran agama Islam.

---

<sup>1</sup> Abdul Aziz, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, STAIDA Press (CIREBON: pustaka ELSI, 2015), 23.

<sup>2</sup> Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 4.

Meskipun masyarakat Indonesia sebagaimana besar masyarakat Muslim terbesar di dunia, namun kehadiran bank yang berdasarkan system syariah di Indonesia masih relatif baru, yaitu baru pada tahun 90an. Dimana prakarsa dalam mendirikan Bank Syariah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990.<sup>3</sup> Produk-produk pada bank yang berlandaskan asas hukum Syariah, berbeda dengan produk pada bank konvensional, seperti: tidak adanya pemungutan bunga dalam berbagai bentuk riba, menetapkan uang sebagai alat tukar dalam kegiatan ekonominya, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan bagi hasil. Bank dengan prinsip syariah menerapkan aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara pihak bank dengan pihak lain, dengan berprinsip Syariah sebagai berikut:

1. Pembiayaan berprinsip pada bagi hasil (mudharabah)
2. Pembiayaan berprinsip pada penyertaan modal (musharakah)
3. Prinsip jual beli barang untuk mendapatkan keuntungan (murabahah)
4. Pembiayaan modal berdasarkan pada sewa murni tanpa pilihan (ijarah)
5. Peminjaman kepemilikan atas barang yang disewakan (ijarah wa iqtina ).<sup>4</sup>

Dalam perkembangan perekonomian yang cukup pesat, perkembangan produk-produk dengan berdasarkan asas hukum syariah berdominan di kalangan masyarakat Indonesia, terutama pada salah satu Lembaga non bank seperti salah satunya perusahaan pegadaian. PT Pegadaian mengeluarkan produk berbasis syariah yang disebut dengan Pegadaian Syariah. Dimana perusahaan pegadaian adalah segala usaha menyangkut pemberian pinjaman dengan jaminan barang bergerak, jasa titipan, jasa taksiran, dan/atau jasa lainnya termasuk yang diselenggarakan berdasarkan prinsip syariah.<sup>5</sup> Bentuk serikat suatu perusahaan umum yang berdiri sebagai pengelolaan badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin dalam melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai. Sistem gadai yang diberlakukan oleh pegadaian sesuai dengan dasar hukum gadai yang berbunyi, “Gadai adalah suatu hak yang diperoleh

---

<sup>3</sup> Ardiansyah Putra and Dwi Saraswati, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020). 95.

<sup>4</sup> Nurul Qomariah, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain* (Jember: Cahaya Ilmu, 2015). 13.

<sup>5</sup> OJK, “Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31 /Pojk.05/2016 Tentang Usaha Pegadaian,” no. 31 (2016): 1–49.

kreditur atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh kreditur, atau oleh kuasanya, sebagai jaminan atas utangnya, dan yang memberi wewenang kepada kreditur untuk mengambil pelunasan piutangnya dan barang itu dengan mendahului kreditur-kreditur lain; dengan pengecualian biaya penjualan sebagai pelaksanaan putusan atas tuntutan mengenai pemilikan atau penguasaan, dan biaya penyelamatan barang itu, yang dikeluarkan setelah barang itu sebagai gadai dan yang harus didahulukan.<sup>6</sup>

Lembaga keuangan bukan bank yang bergerak pada bidang pengelolaan emas berupa perusahaan pegadaian. Pada sekarang ini emas sebagai sumber pembiayaan yang efektif dan efisien. Masyarakat sangat mengenal emas sebagai sumber pembiayaan ini adalah gadai. Produk emas tidak lagi dilihat sebagai sumber pembiayaan untuk sekedar digadaikan. Akan tetapi berkembang menjadi produk investasi canggih seperti halnya menabung emas, cicilan emas, kebun emas. Emas adalah salah satu alternative Investasi yang sangat menguntungkan. Nilai Investasinya yang tidak tergerus inflasi, harga yang terus meningkat, ditambah lagi transaksi jual belinya fleksibel dan pasar terbuka, membuat komoditas itu menjadi pilihan alternatif investasi. Dengan adanya potensi tersebut nilai emas dapat menghasilkan keuntungan yang jauh lebih besar dibandingkan dengan produk investasi lain seperti tabungan dan deposito pada dunia perbankan dan obiligasi, saham atau reksadana di pasar modal.

Pada era zaman modern seperti ini, pentingnya menabung adalah sebagai upaya untuk mendapatkan masa depan yang gemilang. Salah satu hal yang berguna juga pada saat masyarakat mengalami masalah ketidakpastian ekonomi. Dengan masyarakat berinvestasi berupa tabungan emas yang saat ini bukan lagi sekedar logam mulia yang dijadikan perhiasan, akan tetapi investasi yang dipercaya paling stabil. Pada tahun 2016 Pegadaian Syariah telah mengeluarkan produk baru yang diberi nama tabungan emas. Produk ini merupakan inovasi dari produk investasi logam mulia. Produk tabungan emas merupakan produk investasi emas yang pertama kali ada di Pegadaian Syariah bahkan di Indonesia karena produk ini memiliki perbedaan dari produk-produk investasi emas yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan syariah yang lain, yaitu pada produk tabungan emas yakni menggunakan sistem pembelian emas dengan cara menabung. Hal itu sebagai sebuah cara dalam memasarkan produknya agar dapat diterima oleh masyarakat serta mudah dikenal dan dimanfaatkan pada semua

---

<sup>6</sup> Burgerlijk Wetboek voor Indonesie, “kitab Undang-Undang Hukum Perdata,” n.d.

kalangan ekonomi. Pemasaran diartikan sebagai suatu proses manajerial bersistem sosial, mulai dari individu dan kelompok sebagai sarana dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran (nilai) produk dengan pihak lain, diharapkan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya.<sup>7</sup>

Beberapa hal yang perlu diperhatikan yakni :

1. Kebutuhan, sebuah produk diharapkan dan disesuaikan agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan memperhatikan ability berjangka panjang.
2. Keinginan, setelah produk dapat mencukupi kebutuhan konsumen, produk memunculkan sebuah keinginan dan harapan bagi konsumen tentang tujuan utama dalam menggunakan produknya.
3. Permintaan, produk yang berkualitas dapat menyesuaikan dan memudahkan permintaan konsumen dalam menggunakan layanan jasa yang ditawarkan.<sup>8</sup>

Pentingnya pemasaran sebuah produk sebagai tujuan untuk mempromosikan kepada khalayak konsumen agar mengenal citra, kualitas, dan keunggulan pada produk tabungan emas yang diluncurkan oleh Pegadaian syariah. Pegadaian syariah dalam mempromosikan produk tabungan emas memiliki cara tersendiri agar masyarakat berkeinginan untuk membuka tabungan emas. Promosi adalah promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan<sup>9</sup> Pada produk Tabungan emas di Pegadaian Syariah menggunakan sistem beli titip emas. Dengan nasabah membeli sejumlah emas kemudian menitipkannya ke pihak Pegadaian Syariah. Selain itu promosi dikatakan sebagai salah satu kegiatan pada industry marketing yang bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan, dengan jalan mempengaruhi konsumen secara langsung dan tidak langsung.<sup>10</sup> Konsumen diberikan kemudahan dalam terjangkaunya harga emas, dikarenakan harga emas yang relative tinggi untuk masyarakat

---

<sup>7</sup> Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (Makassar: Global-RCI, 2017).5.

<sup>8</sup> Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Erlangga,Edisi 13. Jilid 1), 12.

<sup>9</sup> Rionardo Prasetyo and Kazia Laturette, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Chepito Tour & Travel," *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 2, no. 3 (2017): 332–41.336.

<sup>10</sup> Yakob Wandikbo, T.Tumbel, and L.F. Tamengkel, "Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Sepeda Motor Honda Merek Cbr 150cc Pada Pt. Daya Adicipta Wisesa Kec. Kalawat Maumbi Kab. Minahasa Utara," *Acta Diurna*, 2013, 1–7.3

menengah kebawah maka otomatis mereka tidak bisa membeli dan memiliki emas, tetapi dengan adanya promosi dengan produk tabungan emas berharga murah, proses cepat, dan pelayanan yang professional maka masyarakat sudah bisa memiliki emas dengan menggunakan produk tabungan emas. Produk tabungan emas cukup mendapat respon positif oleh masyarakat, hal ini terlihat dari perkembangan tabungan emas sejak awal tahun 2017 yakni Januari-April 2017.

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.<sup>11</sup> Kualitas menurut pendapat teori lainnya adalah keseluruhan dan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang mapu untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah diinginkan.<sup>12</sup> Diharapkan adanya sebuah produk yang berkualitas mampu bersaing ketat dengan produk lainnya, serta penunjang dalam mempromosikan unggulan dari produk tabungan emas yang dikatakan sebagai factor dalam mengelola basis keuangan konsumen. Selain itu nasabah juga diberikan kualitas layanan, dengan memberikan bagi nasabah yang ingin mencetak emas dalam bentuk fisik emas, akan tetap pada proses menukarkan saldo dengan bentuk emas, perhitungannya disesuaikan dengan berat emas, sesuai harga emas dunia pada hari tersebut. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen dalam adanya tingkat keunggulannya suatu produk atau jasa yang diharapkan atas tingkat keunggulannya, sesuai dengan ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan dan keinginan konsumen.<sup>13</sup> Maka, secara otomatis dengan adanya produk yang berkualitas dan terjangkau mudah dalam pelayanannya konsumen akan merasakan sebuah kepuasan dalam kegiatan bertransaksi pengelolaan keuangannya.

Pendapatan menghadirkan persepsi bahwa masyarakat yang dijadikan sasaran utama dalam mempromosikan produk dengan menawarkan kualitas yang ada secara realitanya sesuai dengan besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya. Pendapatan adalah sebuah jumlah barang yang bertujuan untuk memnuhi tingkat hidup masyarakat dimna dengan adanya pendapatan

---

<sup>11</sup> Daga, *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*.33.

<sup>12</sup> Aria Syaiful Akbar and Muhammad Edwar, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Buku Di Sentral Buku Kampung Ilmu Surabaya," 2014. 4.

<sup>13</sup> Heni Rohaeni and Nisa Marwa, "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Ecodemica* 2, no. 2 (2018): 318, <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>.314.

yang dimiliki oleh masyarakat dapat memenuhi taraf kebutuhan hidupnya.<sup>14</sup> Pendapatan dalam kajian ilmu ekonomi sering disebut dengan penyebutan gaji. Gaji adalah sebuah hasil yang didapat baik berupa uang maupun jasa atas penggunaan kekayaan (jasa manusia) sebagai pekerjaan yang telah di kerjakan berdasarkan profesinya.<sup>15</sup> Maka pendapatan menjadikan faktor hal pentingnya sebuah promosi sebagai upaya mengenalkan produk kepada masyarakat dengan memberikan sebah kualitas pada produknya, diharapkan memberikan kepuasan tersendiri kepada nasabah.

Di Indonesia, emas telah menjadi sarana investasi yang lazim di tengah masyarakat. Bisa mudah diuangkan kembali dalam jangka waktu dekat adalah salah satu keunggulannya. Dalam hitungan menit ataupun jam, emas bisa dikonversikan menjadi uang saat dibutuhkan, berbeda dengan investasi lainnya seperti properti yang mesti menunggu penawar untuk membeli. Dari segi nilai, kendati terkadang mengalami penurunan, keuntungan menabung emas konsisten setiap tahunnya. Kenaikan terjadi setiap tahunnya, mengikuti kondisi perekonomian global dan domestik. Maka dari hal itu, salah satu cara untuk mewujudkannya masa depan yang gemilang adalah dengan investasi sejak dini. Saat ini masyarakat Indonesia antusias dengan investasi emas, sehingga menjadi peluang yang baik untuk nasabah membeli sejumlah emas kemudian menitipkannya ke pihak Pegadaian Syariah. Minat menabung msyarakat adalah situasi seseorang sebelum melakukan tindakan sebagai respon terhadap keinginan nasabah untuk melakukan pencarian informasi pada produk tertentu atau kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk tabungan yang nasabah rasa cocok sehingga seseorang yang memiliki minat akan memperhatikan produk itu.<sup>16</sup> Terdapat beberapa faktor yang diasumsikan dapat mempengaruhi minat nasabah dalam memilih tabungan emas diantaranya yaitu adanya faktor pengetahuan nasabah terhadap tabungan emas baik dari segi manfaat maupun keunggulan, selanjutnya dari faktor kualitas pelayanan, lokasi, biaya administrasi serta transparansinya sistem pengelolaan yang selama ini dijalanya

---

<sup>14</sup> Septi Rindawati, *Strategi Peningkatan Pendapatan Nelayan*, (Bekulu: Media Sains Indonesia, 2021),.5.

<sup>15</sup> Indah Lestari and Pawer Darasa Panjaitan, "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tabungan Emas," *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan* 1, no. 1 (2019): 17–25, <https://doi.org/doi/10.36985/ekuilmomi.v1i1.255.18>.

<sup>16</sup> Yulia Putri et al., "Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas," *Manajemen Dan Bisnis* 16, no. 1 (2019): 77–88.81.

sehingga membangkitkan minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan emas.<sup>17</sup>

Kinnear dan Taylor mengemukakan terdapat beberapa tahapan yang mengantarkan konsumen pada sikap ketertarikan (minat), kemudian adanya sikap diri dengan sebuah tindakan untuk memiliki (membeli). Dari beberapa tahapan yang dimaksud, (1) tahap perhatian kepada sebuah kondisi pada sikap diri konsumen menaruh perhatian terhadap produk atau jasa yang diminatinya. (2) tahap konsumen merasakan ketertarikan untuk mengetahui informasi yang lebih akurat tentang keistimewaan pada produk atau jasa tersebut. (3) tahap menggali informasi sebagai tahapan yang mengantarkan konsumen ke dalam tahap berkeinginan atau berminat pada produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen.<sup>18</sup> Timbulnya minat menyebabkan konsumen mengambil keputusan atau tindakan dalam niat memiliki (membeli) produk atau jasa tersebut. Bagi sebagian masyarakat yang ingin berinvestasi jangka panjang emas merupakan suatu pilihan yang cukup menjanjikan. Berinvestasi emas juga relative aman. Dengan selanjutnya pihak pegadaian disamping mempromosikan transaksi tabungan emas jagan melihat pendapatan dengan menjual penwaran produk berharga murah, proses cepat, dan pemberian kualitas pelayanan yang professional maka masyarakat dapat mengambil kepuasan dalam bertransaksi dengan hasil sudah bisa memiliki emas dengan menggunakan produk tabungan emas.

Penelitian sebelumnya yang membahas terkait judul penelitian ini telah banyak dilakukan oleh peneliti lainnya. Salah satu penelitian oleh Aria Syaiful Akbar dan Muhammad Edwar, yang membahas mengenai “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan Pembelian Buku Di Sentral Buku Kampung Ilmu Surabaya*”, 2018. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa diperoleh F hitung sebesar 739,206 dan thitung sebesar 12,374 untuk Kualitas Produk dan 19,301 untuk Harga dengan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka disimpulkan adanya pengaruh secara simultan dan parsial antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian buku di sentral buku Kampung Ilmu Surabaya, dan Harga merupakan variabel yang paling dominan

---

<sup>17</sup> Nurhikmah and Ismaulina, “Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Pada Pegadaian Syariah Takengon,” *At-Tijarah: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah* 2, no. 1 (2020): 1–11.3.

<sup>18</sup> Yuliana Siti Chotifah, “Peningkatan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Program Office Channeling,” *Journal of Finance and Islamic Banking* 1, no. 1 (2018): 65–75. 68-69.

mempengaruhi Keputusan Pembelian buku di sentral buku Kampung Ilmu Surabaya. Selain itu juga penelitian oleh Gesty Ernestivita dengan judul “*Analisis Pengaruh Place, Promotion, Dan People Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Produk Pasar Modal Dengan Menggunakan Jasa Equity Brokerage Di Pt Sucorinvers Central Gani Cabang Kediri*”, 2017. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara simultan variabel Place, Promotion dan Penduduk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian koefisien variabel F hitung = 4,037 > F tabel (2,88). Hasil penelitian juga membuktikan bahwa variabel memberikan pengaruh positif tetapi tidak signifikan dengan koefisien t hitung sebesar 1,820, Variabel Promosi dan Orang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan koefisien sebesar 3,014 dan thitung 3,895 variabel Promosi terhadap Penduduk sedangkan t tabel sebesar 1,891.

Penelitian yang lainnya sejalan dalam pembahasan pada judul penelitian ini oleh Indah Lestari dan Pawer Darasa Panjaitan, dengan judul “*Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tabungan Emas Di Pt. Pegadaian (Persero) Kota Pematangsiantar*”, 2019. Hasil dari penelitian tersebut bahwa; (1) Variabel pendapatan nasabah (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan tabungan emas (Y), dan (2) Variabel harga emas (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan tabungan emas (Y) di PT. Pegadaian (Persero) Pematangsiantar. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) pada penelitian ini sebesar 0.656, artinya variabel pendapatan nasabah (X1) dan harga emas (X2) dapat menjelaskan permintaan tabungan emas (Y) di PT Pegadaian (Persero) Kota Pematangsiantar sebesar 65.6% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Selain itu juga penelitian oleh Yuliana Siti Chotifah, dengan judul “*Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling*”, 2018. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan tentang office channeling berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada nasabah di BRI Kartasura. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil uji t yang mendapatkan nilai thitung sebesar 2,546, yang mana nilai tersebut melebihi nilai t tabel 1,667. Indikator lain juga menunjukkan hasil serupa bahwa nilai signifikansi diperoleh 0,012 yang berarti di bawah 0,05. Hal itu membuktikan bahwa minat menabung dapat ditingkatkan melalui berbagai cara pendekatan efektif dan sesuai proporsi pada lingkup kebutuhan ekonomi masyarakat.

Maka dari itu, Penulis memilih investasi tabungan emas sebagai objek penelitian dengan alasan produk tabungan emas merupakan

produk yang paling di unggulkan dan sedang gencar di promosikan. Produk ini mulai di luncurkan pada tahun 2017 oleh pegadaian syariah namun diminati oleh nasabah karena sifatnya yang fleksibel sehingga nasabah yang sebelumnya hanya menyimpan uangnya untuk ditabung kemudian mengalihkan dananya untuk berinvestasi pada tabungan emas. Tabungan emas Pegadaian Syariah mencatat jumlah nasabah telah mencapai 831 ribu nasabah per Juni 2021, naik 33,07 persen secara tahunan (yoy) dan 6,22 persen sejak awal tahun (ytd). Jumlah rekening tercatat sekitar 867 ribu rekening atau naik 33,9 persen, dengan total emas sekitar 775 kilogram, naik 31,43 persen. Total omzet tabungan emas Pegadaian per Juni tercatat sekitar Rp 1,820 triliun dari sekitar dua ton emas, dari total sekitar delapan juta nasabah. Hingga akhir tahun, omzet ditargetkan sekitar Rp 4,2 triliun dari sekitar 5,2 ton emas.<sup>19</sup> Selain itu, tabungan emas juga dapat dijadikan sebagai barang gadai bila nanti nasabah membutuhkan uang. Dan juga alasan penulis memilih tabungan emas sebagai objek penelitian dikarenakan masih banyak masyarakat awam tentang pemasaran mengenai tabungan emas. Terkait hal tersebut penulis menganggap penting untuk melakukan penelitian ini, berinisiatif untuk membuat penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah Terdapat Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus?
2. Apakah Terdapat Pengaruh Kualitas Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus?
3. Apakah Terdapat Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus?
4. Apakah Terdapat Pengaruh Promosi, Kualitas, Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus?

---

<sup>19</sup> Fuji Pratiwi, Tabungan Emas Pegadaian Syariah Tumbuh 33 Persen, Kamis 12 Aug 2021 07:31 WIB, dikases pada jumat, 3 Desember 2021, di halaman; <https://www.republika.co.id/berita/qxpars457/tabungan-emas-pegadaian-syariah-tumbuh-33-persen>.

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis adanya Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus.
2. Untuk menguji dan menganalisis adanya Pengaruh Kualitas Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus.
3. Untuk menguji dan menganalisis adanya Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus.
4. Untuk menguji dan menganalisis adanya Pengaruh Promosi, Kualitas, Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus.

### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam segi teoritisnya maupun dalam segi praktisnya.

1. Dalam segi Teoritis
 

Mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi mengenai Pengaruh Promosi, Kualitas, Dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Kudus.
2. Dalam segi Praktis
  - a. Dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini diharapkan mampu memberikan trobosan wawasan, masukan dan sumbangan pemikiran kepada masyarakat terkait, sehingga dapat digunakan sebagai tambahan informasi untuk mengambil keputusan dalam memilih dan membeli suatu produk.
  - b. Untuk mengaktualisasikan dan membandingkan ilmu yang telah diterima dibangku perkuliahan dengan yang terjadi secara nyata di lapangan.

### E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut :

1. Bagian Awal
 

Bagian awal terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, dan daftar tabel.

2. Bagian Isi

Bagian isi yaitu memuat garis besar penelitian yang terdiri dari lima bab, antara lain :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Meliputi landasan teori yang meliputi kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, hasil penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Meliputi jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji asumsi klasik, dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.