



**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT PEDAGANG PASAR RAYA
UCOK KODOK MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS SYARIAH
DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh

DEDE JULIANTI

NIM : 12.220.0098

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUTE AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2018



**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT PEDAGANG PASAR RAYA
UCOK KODOK MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS SYARIAH
DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam
Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

DEDE JULIANTI
NIM. 12 220 0098

Pembimbing I

Roshani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Pembimbing II

Jufar Nasution, Lc., M.E.I

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2016**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sitilang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. Dede Julianti
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 05 Oktober 2016
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Dede Julianti yang berjudul "Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar Raya Urook Kodok Menggunakan Produk Gadaai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Rosnani Siregar, M. Ag
NIP: 19740626 200312 2 001

PEMBIMBING II

Ja'far Nasution, Lc., M.E.I

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dede Julianti
NIM : 12 220 0098
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar
Raya UcoK Kodok Menggunakan Produk Gadai Emas
Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 25 Oktober 2016
Saya yang Menyatakan,



Dede Julianti
NIM : 12 220 0098

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dede Julianti
NIM : 12 220 0098
Jurusan : Pertanahan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar Raya Ueok Kodok Menggunakan Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.** Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 01 November 2016

Saya menyatakan,



DEDE JULIANTI
NIM. 12 220 0098

DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SARJANA

NAMA : Dede Julianti
NIM : 12 220 0098
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar Raya
Ucok Kodok Menggunakan Produk Gadai Emas Syariah
di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Ketua



H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Sekretaris




Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Anggota




H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001



Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001



Abdul Napper Basibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004



Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M. Ag
NIP. 19720313 200312 1 002

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Tanggal : 31 Oktober 2016
Pukul : 09:00 s/d 11:00 WIB
Hasil/Nilai : 74,75 (B)
Predikat : AMAT BAIK
IPK : 3,4



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Hurdin Km. 4.5 Sitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0834) 22080 Fax. (0834) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT
PEDAGANG PASAR RAYA UCOK KODOK
MENGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS SYARIAH
DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH
PADANGSIDIMPUAN.**

**NAMA : Dede Julianti
NIM : 12 220 0098**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 30 Oktober 2016
Dekan,



H. Syntahuddin Aziz Siregar, M. Ag R
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : Dede Julianti
NIM : 12 220 0098
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar Ucok Kodok Menggunakan Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan
Kata Kunci : Promosi, Produk Gadai Emas Syariah, Minat Pedagang

Permasalahan penelitian ini dilatar belakangi oleh rendahnya minat pedagang pasar Ucok Kodok dalam menggunakan Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Hal ini disebabkan karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh Bank SUMUT. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh promosi terhadap minat pedagang pasar Ucok Kodok menggunakan produk Gadai Syariah Emas di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh promosi terhadap minat pedagang pasar Ucok Kodok menggunakan produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat pedagang pasar Ucok Kodok menggunakan produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Pengertian Promosi adalah cara untuk memberitahukan kepada masyarakat. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Sedangkan Minat adalah suatu keinginan dengan dorongan nafsu yang tertuju pada suatu benda tertentu atau yang konkrit. Penelitian ini berkaitan dengan teori promosi dan minat.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 36 pedagang dengan teknik *purposive sample*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara *parsial* promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,153 > 1,690$), berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa 43,8% variabel promosi mempengaruhi minat pedagang pasar Ucok Kodok Padangsidempuan dan 56,2% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar Ukok Kodok Menggunakan Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, penulis berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Bapak Aswadi Lubis, S.E., M.Si selaku Wakil Rektor

Bidang Administrasi Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.

2. Bapak H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Ibu Nofinawati, M.A selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku Pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, Lc., M.E.I selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi penulis untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.

7. Bapak Kepala Cabang PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan serta seluruh karyawan dan nasabah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang ikut serta mendukung dan terlibat dalam penelitian ini.
8. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda Riadman dan Ibunda (Alm.Rodiah), Ririn Adelina Harahap yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada adik-adik (Desliana Sari, Risti Amanda dan Affandi) karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi penulis.
9. Para sahabat Sri Aisyah, Yulari Syafitri, Lesi Hamidi Lubis, Romi Ahmad Sanusi, Rohima Harahap, Mhd. Fadli Khair, Lisna Maulida, Nur sopa Rambe, Yamin Sohar Lubis, Gusti Anriani, Andi Hotman yang telah banyak membantu, menemani ketika melakukan riset dan memberikan motivasi sampai dengan skripsi ini selesai.
10. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2012 khususnya rekan-rekan Jurusan Perbankan Syariah-3 yang selama ini telah berjuang bersama-sama dan semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Padangsidempuan, 25 Oktober 2016

Penulis,

DEDE JULIANTI
NIM. 12 220 0098

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan bahasa ‘Arab ke bahasa latin. Penulisan transliterasi ‘Arab-Latin di sini menggunakan transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	b	be
ت	Ta’	t	te
ث	sa’	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di atas)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	d	de (dengan titik bawah)

ط	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
--- ◌◌---	Fathah	a	a
---- ◌◌--	Kasrah	I	i
-- ◌◌---	Dammah	u	u

Contoh:

كتب → *kataba* يذهب → *yadzhabu*
سئل → *su'ila* كرد → *kuridza*

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ya [◌] ---	Fathah dan ya	ai	a dan i
waw [◌] ---	Fathah dan wawu	au	a dan u

Contoh:

كيف → *kaifa* هول → *haulā*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

a. *Fathah* + huruf *alif*, ditulis = a dengan garis di atas, seperti:

→ رجال *rijālun*

b. *Fathah* + huruf *alif layyinah*, ditulis = a dengan garis di atas, seperti:

→ موسى *mūsā*

c. *Kasrah* + huruf *ya' mati*, ditulis = i dengan garis di atas, seperti:

→ مجيب *mujībun*

d. *Dammah* + huruf *wawu mati*, ditulis = u dengan garis di atas, seperti:

→ قلوب *qulūbuhum*

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

- a. Ta' Marbutah hidup atau yang mendapat harakah *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah "t".
- b. Ta' Marbutah mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

Contoh: → **طلحة** *Talhah*

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang "al" serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh: → **روضة الجنة** *Raudah al-jannah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: **رَبَّنَا** → *rabbana* **نَعَم** → *na'ima*

6. Penulisan Huruf *Alif Lam*

- a. Jika bertemu dengan huruf *qamariyah*, maupun *qomariyah* ditulis dengan metode yang sama yaitu tetapi ditulis *al-*, seperti:

الكريم الكبير → *al-karīm al-kabīr*

- b. Berada di awal kalimat, ditulis dengan huruf kapital, seperti :

العزیز الحكيم → *al-Azīz al-hakīm*

c. Berada di tengah kalimat, ditulis dengan huruf kecil, seperti :

يحبالمحسنين → *Yuhib al-Muhsinān*

7. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

شيء → *syai'un* أمرت → *umirtu*

8. Penulisan Kata atau Kalimat

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan. Dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut ditulis dengan kata sekata.

Contoh:

والله لهو خير اهل اقرى → *Wa innallāha lahuwa khairu al-Rāziqān*

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, seperti huruf kapital yang digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat.

Contoh:

وما محمد إلا رسول → *wamā Muhammadun illā Rasūl*

10. Kata yang sudah bahasa Arab yang sudah masuk bahasa Indonesia maka kata tersebut ditulis sebagaimana yang biasa ditulis dalam bahasa Indonesia. Seperti kata: al-Qur'an, hadis, ruh, dan kata-kata yang lain. Selama kata-kata tersebut tidak untuk menulis kata bahasa Arab dalam huruf Latin.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul/Sampul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	
Berita Acara Ujian Munaqasyah	
Halaman Pengesahan Dekan	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Kegunaan Penelitian	10
G. Definisi Operasional Variabel	11
H. Sistematika Pembahasan.....	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	14
1. Minat Pedagang.....	14
a. Pengertian Minat	14
b. Faktor-Faktor Timbulnya Minat	15
c. Pedagang	16
d. Perdagangan dalam Islam	17
2. Gadai Syariah	18

a.	Pengertian Gadai Syariah.....	18
b.	Rukun dan Syarat Gadai.....	21
c.	Produk Gadai Emas Syariah.....	22
d.	Dasar Hukum Gadai Syariah.....	24
3.	Promosi	26
a.	Pengertian Promosi	26
b.	Tujuan Promosi	29
c.	Promosi dalam Pandangan Islam	31
d.	Pengaruh Promosi Terhadap Minat.....	32
B.	Penelitian Terdahulu	34
C.	Kerangka Berfikir	37
D.	Hipotesis	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A.	Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	39
B.	Jenis Penelitian	39
C.	Populasi dan Sampel.....	39
1.	Populasi.....	39
2.	Sampel.....	40
D.	Jenis dan Sumber Data.....	41
1.	Data Primer	41
2.	Data Sekunder	41
E.	Instrument Pengumpulan Data.....	42
1.	Metode Angket (kuisisioner)	42
F.	Uji Validitas dan Reabilitas Instrument.....	44
1.	Uji Validitas	44
2.	Uji Reliabilitas	45
G.	Teknik Analisis Data	45
1.	Uji Normalitas.....	46
2.	Linearitas.....	46
3.	Analisis Regresi Linear Sederhana	47

4. Uji Hipotesis	47
a. Koefisien Determinasi (Uji <i>R square</i>)	47
b. Uji t (Parsial)	48

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan	49
1. Sejarah Singkat Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan	49
2. Visi dan Misi Bank SUMUT Syariah	53
3. Struktur Organisasi Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	54
B. Hasil Penelitian	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reabilitas	62
3. Uji Normalitas	63
4. Uji Linearitas	65
5. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	66
6. Uji Hipotesis	68
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	68
C. Pembahasan Hasil Penelitian	69
D. Keterbatasan Penelitian	72

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	: Daftar Perkembangan Jumlah Nasabah Gadai.....	6
Tabel 1.2	: Definisi Operasional Variabel.....	11
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu	31
Table 3.1	: Populasi Penelitian.....	41
Tabel 3.2	: Instrumen Jawaban Kuesioner	44
Tabel 3.3	: Kisi-Kisi Kuesioner Tentang Promosi	44
Tabel 3.4	: Kisi-Kisi Kuesioner Tentang Minat Pedagang	44
Tabel 4.1	: Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	61
Tabel 4.2	: Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pedagang	62
Tabel 4.3	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	63
Tabel 4.4	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Pedagang	63
Tabel 4.5	: Hasil Uji Linieritas Minat Pedagang dengan Promosi.....	66
Tabel 4.6	: Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	66
Tabel 4.7	: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
Tabel 4.8	: Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.2: Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	61
Gambar 4.3: Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual	62

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 : Kerangka Pikir	36
Bagan 3.1 : Struktur Organisasi	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Kuesioner
- Lampiran 2 : Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Linieritas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8 : Hasil Uji t
- Lampiran 9 : Hasil Uji Determinasi R^2
- Lampiran 10: Tabel r
- Lampiran 11 : Tabel t

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada intinya, Bank dapat didefinisikan sebagai suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana kepada masyarakat kembali dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹

Sedangkan Menurut Malayu S.P Hasibuan dalam bukunya Dasar-Dasar Perbankan menyatakan bahwa:

Bank adalah lembaga keuangan, berarti bank adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan (*financial assets*) serta bermotifkan profit dan juga sosial, jadi bukan hanya mencari keuntungan saja.²

Seperti yang kita ketahui salah satu lembaga keuangan ekonomi yang berlandaskan ekonomi Islam adalah perbankan syariah. Di Indonesia, bank Syariah yang pertama didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI).³ Walaupun perkembangan agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara muslim lainnya, perbankan Syariah di Indonesia akan terus berkembang. Bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit Bank Syariah, maka pada tahun 2005, jumlah bank

¹Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 6.

²Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001), hlm.1.

³Adiwarman A. Karim, *Bank Islam : Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta : Rajawali PePers, 2011), hlm. 25.

syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 bank umum syariah dan 17 unit usaha syariah. Sementara itu, jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.⁴

Secara umum bank syariah dapat didefinisikan sebagai bank dengan pola bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam produk pendanaan, pembiayaan, maupun dalam produk lainnya. Produk-produk bank Syariah mempunyai kemiripan tetapi tidak sama dengan produk bank konvensional karena adanya pelarangan *riba, gharar, dan maysir*. Oleh karena itu produk-produk pendanaan dan pembiayaan pada bank Syariah harus menghindari unsur-unsur yang dilarang tersebut.

Bank Syariah memiliki perbedaan yang cukup mendasar dengan bank konvensional dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi. Hal yang cukup mendasar dalam membedakan antara bank konvensional adalah pada aspek kepemilikan komoditi yang dibiayai dalam kerangka jual beli sewa.⁵

Salah satu produk yang terlihat berbeda dan mencolok adalah produk gadai di perbankan syariah, dimana di perbankan konvensional tidak terdapat produk gadai seperti di perbankan syariah.⁶

⁴Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 25.

⁵Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 2.

⁶Ahmad Rifqi Damarjati, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada BPD DIY Syariah Cabang Cik Ditiro)" (Yogyakarta: Skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2014), hlm. 1.

Pada hakikatnya selama ini banyak orang yang tidak mengetahui adanya produk gadai emas di perbankan syariah, karena selama ini masyarakat ataupun pedagang mengetahui kalau ingin menggadaikan emasnya ke pegadaian. Sebagian besar masyarakat mengetahui bank hanyalah tempat menabung, meminjam uang, dan mentransfer uang. Pengetahuan masyarakat masih sangat minim akan produk-produk Bank Syariah terutama pada produk Gadai Emas Syariah tersebut.

PT. Bank SUMUT cabang Syariah Padangsidempuan menerapkan hal serupa seperti lembaga keuangan lainnya, meluncurkan Produk Gadai Emas. Berbekal surat keputusan direksi nomor : 003/DIR/DUSy-PDJs/SK/2012, yang diterbitkan pada tanggal 29 Maret 2012 tentang Pinjaman Dengan Gadai Emas.⁷

Produk gadai emas menurut surat keputusan dimaksud, diartikan sebagai fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas yang kewajiban peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Jaminan emas yang diberikan disimpan dalam penguasaan/pemeliharaan bank atas penyimpanan tersebut nasabah diwajibkan membayar biaya sewa.⁸

Dibandingkan sistem gadai konvensional, sistem gadai emas yang diterapkan PT. Bank SUMUT cabang syariah memiliki kelebihan, diantaranya: pertama, produk jasa gadainya berlandaskan prinsip-prinsip syariah, dimana nasabahnya hanya dibebani biaya administrasi dan biaya

⁷Surat Edaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Hal: Petunjuk Pelaksanaan Pinjaman Dengan Gadai Emas Nomor : 020/DIR/DUSy-PDJs/SE/2012, hlm. 1.

⁸*Ibid.*, hlm. 2.

jasa simpan dan pemeliharaan barang jaminan (*ijarah*). Praktek ini berbeda dengan yang diterapkan sistem konvensional dimana nasabah dikenakan kewajiban membayar sewa/ modal uang (bunga uang atau riba). Kedua, dalam pengembalian pinjaman nasabah diberi pilihan antara membayar secara sekaligus atau dengan cara cicilan. Ketiga, biaya jasa simpanan dan pemeliharaan barang jaminan (*ijarah*) relatif lebih rendah dibanding bunga bank. Keempat, maksimal pinjaman yang diperoleh nasabah mencapai 80% dari taksiran emas yang disesuaikan dengan Harga Standar Emas (HSE).⁹

Agar produk laku dijual ke masyarakat atau nasabah, oleh karena itu, masyarakat perlu diberitahukan kehadiran produk tersebut berikut manfaat, harga, di mana biasa diperoleh, dan kelebihan-kelebihannya, dibanding dengan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi. Artinya, keputusan terakhir bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin dari nasabah.¹⁰

Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh dalam menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah

⁹Hamzah Gufron, “ Faktor- faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Produk Qard dengan Gadai Emas di PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Medan”(Medan: Skripsi USU Medan, 2011), Hlm. 4.

¹⁰Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 155.

menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.¹¹

Jadi, dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa tanpa adanya promosi maka produk yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut tidak akan laku terjual dan para pelanggan ataupun konsumen tidak akan mengenal produk tersebut. Supaya produk perusahaan itu dapat berjalan dengan lancar dan diketahui masyarakat maka dibutuhkannya promosi.

PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan berkomitmen menyediakan produk dan jasa perbankan yang dilandaskan pada prinsip syariah dan pemberdayaan modal secara produktif, untuk keamanan dan kemudahan investasi. Adapun produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan adalah:

1. Produk Penghimpunan Dana

Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

- a. Giro
- b. Tabungan
- c. Deposito

2. Produk Pembiayaan

Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

- a. Pembiayaan Murabahah
- b. Pembiayaan iB Modal Kerja
- c. Gadai Emas Syariah

¹¹Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 57-58

3. Produk Jasa

Produk jasa yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Syariah lumayan memadai tidak kalah dengan produk jasa dari Bank lain diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia
- b. Bank Garansi
- c. Surat Keterangan Bank
- d. Inkaso
- e. BI-RTGS

Dapat dilihat dari tabel berikut perkembangan jumlah nasabah gadai emas dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.

Tabel 1.1
Tabel Perkembangan Jumlah Nasabah Gadai Emas Syariah PT. Bank
SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan
Tahun 2013-2015

No	Tahun	Jumlah
1	2013	320
2	2014	370
3	2015	410

Sumber : PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Keterangan dari tabel diatas dapat diketahui bahwa, proses pendirian kebijakan tentang produk gadai emas ini belum menunjukkan peningkatan yang signifikan, dan dapat dilihat pada tahun 2013 jumlah nasabah gadai emas yaitu 320 nasabah sedangkan pada tahun 2014 jumlah nasabah meningkat menjadi 370 nasabah, dan pada tahun 2015 jumlah

nasabah gadai emas meningkat menjadi 410 nasabah, sedangkan jumlah nasabah yang aktif produk gadai emas syariah adalah sekitar 138 orang dari jumlah nasabah keseluruhannya. kondisi ini sangat kontras dengan produk-produk pembiayaan yang diluncurkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah gadai emas mengalami kenaikan dari tahun ketahun, dan kondisi ini belum menunjukkan peningkatan yang signifikan dengan produk-produk pembiayaan yang lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada karyawan bagian pemasaran di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan menyatakan bahwa, dari jumlah keseluruhan nasabah pengguna produk gadai emas syariah, jumlah nasabah aktif yang sedang menggunakan produk gadai emas syariah adalah sekitar 138 orang dan dari 40% yang menggunakan produk gadai tersebut adalah para pedagang pasar Ukok Kodok Padangsidempuan, dan jumlah pedagang yang menggunakan produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan sekitar 55 orang.¹²

Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh peneliti di Pasar Ukok Kodok adalah kebanyakan pedagang menggadaikan emasnya dipegadaian syariah ataupun pegadaian konvensional dikarenakan para pedagang beranggapan bahwa di bank syariah tidak terdapat produk gadai

¹²Wawancara dengan Ahmad Sanusi karyawan bagian pemasaran di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Rabu, 22 Juni 2016 pukul 14.00 WIB

syariah, terutama di Bank Sumut cabang syariah Padangsidempuan. Para Pedagang Pasar UcoK Kodok juga berfikir kalau menggadaikan emas ke Pegadaian proses pencairannya juga lebih cepat dibandingkan dengan Bank Syariah, dan nilai taksiran di pegadaian juga lebih besar dibandingkan di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu nilai taksiran di Pegadaian mencapai 90% dari taksiran harga emas sedangkan di Bank SUMUT Cabang Syariah hanya berkisar 80%, jadi kebanyakan Pedagang Pasar UcoK Kodok lebih memilih Pegadaian dari pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.¹³

Para pedagang Pasar UcoK Kodok kebanyakan juga mengajukan pembiayaan di Bank Konvensional dikarenakan pedagang juga beranggapan bahwa Bank Konvensional dan Bank Syariah adalah sama. Para pedagang juga beranggapan bahwa Bank Syariah kurang dalam mempromosikan produk-produk yang disediakan Bank Syariah kepada pedagang. Karena itu para pedagang tersebut masih berfikir memilih Bank Syariah.

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa promosi dapat mempengaruhi minat pedagang pasar UcoK Kodok Padangsidempuan untuk menggunakan produk gadai emas syaria dan dapat meringankan beban pedagang dalam memperoleh pencairan dana dan untuk kebutuhan permodalan usahanya dengan cukup mengagunkan

¹³Wawancara dengan Sarianti Pedagang Pasar UcoK Kodok Padangsidempuan, Kamis, 23 Juni 2016, Pukul 14.30 WIB

barang emasnya yang ada tanpa ada bunga sekalipun yang dipungut dari hasil pinjaman tersebut hanyalah biaya waktu dan sewa emasnya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti bermaksud mengadakan penelitian yang membahas tentang **“PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT PEDAGANG PASAR UCOK KODOK MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS SYARIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, yang dapat diidentifikasi dalam beberapa masalah yaitu:

1. Masyarakat masih kurang mengenal produk gadai emas syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Minat Pedagang masih rendah untuk menggunakan produk gadai emas syariah di PT. Bank Sumut cabang syariah.
3. Proses pencairan dana merupakan salah satu faktor minat pedagang Pasar Ucok Kodok dalam menggunakan produk Gadai emas syariah di Bank Sumut cabang syariah Padangsidempuan.
4. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang syariah Padangsidempuan sehingga kurang menarik minat khususnya pedagang pasar Ucok Kodok sehingga para pedagang kurang berminat menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas dan dengan keterbatasan kemampuan, waktu dan dana yang dimiliki penulis, maka perlu dilakukan pembatasan masalah agar pembahasan ini lebih terarah dan terfokus pada permasalahan yang dikaji. Oleh karena itu, maka dalam penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti yaitu pengaruh promosi terhadap minat pedagang pasar Ukok Kodok menggunakan produk gadai emas di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah yang dibahas peneliti yaitu: Apakah ada pengaruh promosi terhadap minat pedagang pasar Ukok Kodok menggunakan produk gadai emas di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian adalah: Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat pedagang pasar ukok kodok menggunakan produk gadai emas di PT. Bank SUMUT cabang syariah Padangsidempuan.

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi lingkungan pendidikan, untuk perluasan khazanah teori dan penelitian terdahulu mengenai pengaruh promosi terhadap minat

pedagang pasar ucok kodok menggunakan produk gadai emas, serta memberikan kontribusi dalam bidang ilmu pemasaran.

2. Kegunaan penelitian ini bagi penulis adalah untuk lebih memahami lagi tentang sistem pembiayaan gadai emas sehingga dapat membantu masyarakat dalam mengenalkan produk-produk dan jasa-jasa pembiayaan yang berbasis Syariah yang bebas dari bunga bank.
3. Pihak lain, yaitu sebagai tambahan referensi bagi rekan-rekan yang memerlukan sumber data dalam melakukan penelitian dengan tajuk dan objek skripsi yang sama.

G. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap istilah yang digunakan didalam penelitian maka dibuatlah defenisi operasional variabel, guna menjelaskan istilah yang dipakai dalam penelitian ini. Defenisi yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut.

Table 1.2
Operasional Variabel

No .	Variabel Penelitian	Defenisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Variabel
1.	Promosi (X)	Promosi adalah cara untuk memberitahukan kepada masyarakat. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan (<i>advertising</i>) 2. Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) 3. Publisitas (<i>publicity</i>) 4. Penjualan pribadi 	Skala <i>Nominal</i>

		menarik dan mempertahankan nasabahnya. ¹⁴	(<i>personal selling</i>)	
2.	Minat Pedagang (Y)	Menurut Agus Sujanto “minat yaitu suatu keinginan dengan dorongan nafsu yang tertuju pada suatu benda tertentu atau yang konkrit” ¹⁵ Dalam kamus Ekonomi “pedagang diartikan seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan” ¹⁶	1. Transaksional 2. Refrensial 3. Preferensial 4. Eksploratif	Skala <i>Nominal</i>

¹⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta,2012), hlm. 169.

¹⁵Agus Sujanto, *Psikologi Umum* (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hlm. 86.

¹⁶Nurul Oktima, *Kamus Ekonomi*, (Surakarta: AksaraSinergi Media, 2012), hlm. 224.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran isi penelitian maka sistematikanya sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, Bab ini merupakan pendahuluan yang membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis awal, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian, penegasan istilah, sistematika penelitian.

Bab II Landasan Teori, Bab ini menguraikan teori-teori yang menjadi landasan penelitian, uraian mengenai penelitian-penelitian terdahulu, posisi penelitian, dan kerangka berfikir penelitian.

Bab III Metode Penelitian, Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, data dan sumbernya, rancangan model penelitian, dan metode analisis pengujian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Bab ini berisikan pembahasan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan beserta analisisnya.

Bab V Penutup, Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran atau rekomendasi bagi peneliti selanjutnya.

BAB II PEMBAHASAN

A. Kerangka Teori

1. Minat Pedagang

a. Pengertian Minat

Minat dalam kamus lengkap Bahasa Indonesia diartikan sebagai keinginan, kehendak, dan kesukaan.¹

Menurut Agus sujanto: “ minat yaitu suatu keinginan dengan dorongan nafsu yang tertuju pada suatu benda tertentu atau yang konkrit”²

Menurut Abdurrahman Saleh “minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang”³.

Ada beberapa ciri-ciri seseorang menunjukkan minat terhadap suatu produk atau jasa, dapat dilihat:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Konsumen

¹Sofiyah Ramdhani, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Agung) hlm, 400.

²Agus Sujanto. *Loc. Cit.*

³Abdul Rahman Saleh dan Muhib Adbul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 263.

memiliki minat besar terhadap suatu produk atau jasa akan menceritakan hal yang positif.

- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.⁴

b. Faktor-faktor Timbulnya Minat

Menurut Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran di Indonesia menyatakan bahwa, ada banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam individu yang bersangkutan dan yang berasal dari luar yakni lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi secara umum adalah

1) Faktor Budaya

Kebudayaan adalah faktor yang paling fundamental dalam menentukan keinginan dan perilaku seseorang.

2) Faktor Sosial

Kelompok acuan yang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung.

⁴Abu ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm.155.

3) Faktor Pribadi

Setiap orang mempunyai kepribadian yang berbeda. Kepribadian dijelaskan dengan cirri-ciri seperti kepercayaan diri, perbedaan, kondisi sosial, kemampuan pembelaan diri dan kemampuan beradaptasi.

4) Faktor Psikologi

Kepercayaan dan sikap pendirian, suatu kepercayaan adalah fikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal. Suatu pendirian adalah evaluasi kognitif yang menguntungkan atau tidak menguntungkan, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang mapan dari seseorang terhadap suatu objek.⁵

c. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan.⁶ Menurut Damsar “Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual produk atau barang kepada konsumen baik langsung maupun tidak langsung.”⁷

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa minat pedagang yaitu suatu keadaan dimana pedagang mempunyai perhatian terhadap

⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: salemba Empat, 2000), hlm. 243.

⁶Kemendikbud, *KBBI*, (Jakarta: Gema Insani, 2005), hlm. 32.

⁷Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), hlm. 106.

benda ataupun sesuatu yang didorong oleh keinginannya sendiri untuk memenuhi kebutuhannya.

d. Perdagangan dalam Islam

Dalam ekonomi Islam, ada satu titik awal yang benar-benar harus diperhatikan, akidah dalam ekonomi islam sesungguhnya bermuara yang bersumber dari syariatnya, Al-Qur'an dan As-sunnah.⁸ Masalah harta benda merupakan salah satu dari lima komponen kehidupan dalam hukum islam yang menduduki posisi yang sama, yaitu kesemuanya harus dijamin keselamatannya. Jadi, dari titik tolak ini, islam berbicara mengenai harta benda. Pengelolaan harta benda merupakan masalah muamalah, termasuk didalamnya masalah perdagangan.⁹

Pada zaman Rasulullah SAW, perdagangan yang dilakukan selalu didasarkan pada prinsip kebebasan. Artinya kebebasan tersebut dilakukan oleh pihak-pihak yang bersangkutan yaitu antara penjualan dan pembeli (dimana tidak ada jual beli paksa).¹⁰ Prinsip dasar perdagangan Islam adalah adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi dengan mengindahkan keridhaan dan melarang pemaksaan.

Jadi, dari kutipan diatas penulis menyimpulkan bahwa perdagangan dalam islam adalah perdagangan yang didalamnya menggunakan landasan hukum syariat, prinsip perdagangan islam adalah harus adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi dengan keridhaan dan keikhlasan, bukan dari unsur pemaksaan.

⁸Nurul Huda dkk, *Ekonomi Makro Islam*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 1.

⁹Ali Yafie dkk, *Fiqh Perdagangan Bebas*, (Jakarta Selatan: Teraju, 2003), hlm. 4.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 5.

2. Gadai Syariah

a. Pengertian Gadai syariah

Kata *ar-rahn* berarti “tetap” dan “lestari”. Kata *ar-rahn* juga dinamai *al-hasbu* artinya “penahanan”, seperti dikatakan *ni'matun rahinan*, artinya “karunia yang tetap dan lestari”.

Secara terminologi *rahn* didefinisikan oleh beberapa ulama fiqh antara lain menurut ulama Malikiyah: “Harta yang dijadikan pemiliknya sebagai jaminan utang yang bersifat mengikat”.

Sedangkan menurut ulama Hanafiyah *rahn*: “Menjadikan sesuatu (barang) jaminan terhadap hak (piutang) yang mungkin sebagai pembayar hak (piutang) itu, baik seluruhnya maupun sebagiannya”.

Menurut Sayyid Sabiq dalam bukunya yang berjudul *Fiqh Sunnah* ia mendefinisikan *Ar-rahn*, yaitu: *ja'lu 'ainin laha qimatun maliyah fi nadzri al-sya'ri watsiqatan bidainin bihaitsu yumkinu akhdzu dzalika al-dain au akhdzu ba'dhuhu mintilka al-'aini* yang artinya, menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan *syara'* sebagai jaminan utang, hingga orang yang bersangkutan boleh mengambil utang atau ia bisa mengambil sebagian (manfaat) barang itu.¹¹

Menurut Bank Indonesia, *rahn* adalah akad penyerahan barang/harta (*marhun*) dari nasabah (*rahin*) kepada bank (*murtahin*) sebagai jaminan sebagian atau seluruh hutang.¹²

¹¹Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 232-233.

¹²Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktisi Transaksi Perbankan Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), hlm. 28.

Tampak bahwa gadai syariah merupakan perjanjian antara seseorang untuk menyerahkan harta benda berupa emas/perhiasan/kendaraan dan/atau harta benda lainnya sebagai jaminan dan/atau agunan kepada seseorang dan/atau lembaga pegadaian syariah berdasarkan hukum gadai syariah, sedangkan pihak lembaga pegadaian syariah menyerahkan uang sebagai tanda terima dengan jumlah maksimal 90% dari nilai taksir terhadap barang yang diserahkan oleh penggadai. Gadai dimaksud ditandai dengan mengisi dan menandatangani Surat Bukti Gadai (*Rahn*).¹³

Fatwa DSN MUI Nomor: 25/DSN/-MUI/III/2002 tentang *Rahn* menetapkan:

a) Pertama: Hukum

Bahwa Pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* dibolehkan dengan ketentuan sebagai berikut

b) Kedua: Ketentuan Umum

- 1) *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *marhun* (barang) sampai semua utang *rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.
- 2) *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahin*. Pada prinsipnya, *marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *murtahin* kecuali atas seizin *rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan perawatannya.

¹³ Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 3.

- 3) Pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *rahin*.
- 4) Besar biaya administrasi dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.
- 5) Penjualan *marhun* dapat dilakukan apabila:
 - a. Apabila jatuh tempo, *murtahin* harus memperingatkan *rahin* untuk segera melunasi utangnya.
 - b. Apabila *rahin* tetap tidak mampu melunasi utangnya, maka sesuai persetujuan *marhun* dijual melalui mekanisme lelang.
 - c. Hasil penjualan *marhun* digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.
 - d. Kelebihan hasil penjualan lelang menjadi milik *rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *rahin*.

c) Kedua: Ketentuan Penutup

- 1) Jika salah satu pihak tidak dapat menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

- 2) Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.¹⁴

b. Rukun dan Syarat Gadai Syariah

Transaksi gadai menurut syariah haruslah memenuhi rukun dan syarat tertentu, yaitu:

- 1) Rukun Gadai
 - a. Adanya ijab dan kabul
 - b. Adanya pihak yang berakad, yaitu pihak yang menggadaikan (*rahn*) dan yang menerima gadai (*murtahin*).
 - c. Adanya jaminan (*marhun*) berupa barang atau harta.
 - d. Adanya utang (*marhun bih*)
- 2) Syarat Gadai
 - a. *Rahn* dan *mrtahin* dengan syarat-syarat kemampuan juga berarti kelayakan seseorang untuk melakukan transaksi pemilikan, setiap orang yang sah melakukan jual beli sah melakukan gadai.
 - b. *Shigat* dengan syarat tidak boleh terkait dengan masa yang akan datang.
 - c. Utang (*marhun bih*) dengan syarat harus merupakan hak yang wajib diberikan atau diserahkan kepada pemiliknya, memungkinkan pemanfaatannya bila sesuatu yang menjadi

¹⁴Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.290-293.

utang itu tidak bisa dimanfaatkan maka tidak sah, harus dapat dihitung jumlahnya atau diukur, bila tidak dapat diukur atau tidak dapat dihitung, rahn itu tidak sah.

- d. Barang (*marhun*) dengan syarat harus bisa diperjual belikan, harus berupa harta yang bernilai, marhun harus bisa dimanfaatkan secara syariah, harus diketahui keadaan fisiknya, harus dimiliki oleh *rahn* setidaknya harus seizin pemiliknya.¹⁵

c. Produk Gadai Emas Syariah

Produk Gadai Emas menurut surat edaran Bank SUMUT cabang syariah Padangsidimpuan diartikan sebagai fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas yang kewajiban peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus ataupun cicilan dalam jangka waktu tertentu, jaminan emas yang diberikan disimpan dan dalam penguasaan/pemeliharaan bank dan atas penyimpanan tersebut nasabah diwajibkan membayar biaya sewa.

Tujuan dari gadai emas yaitu untuk membiayai keperluan dana jangka pendek atau tambahan modal kerja jangka pendek untuk golongan nasabah Usaha Mikro dan Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, serta tidak dimaksudkan untuk tujuan investasi.

¹⁵Andri Soemitro, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm.389.

Rukun pinjaman dengan Gadai:

- 1) Pemberi Gadai (*Rahin*) atau Nasabah
- 2) Penerima barang gadai (*Murtahin*) atau Bank
- 3) Obyek gadai (*Marhun*), yaitu barang yang dijadikan objek gadai berupa emas, yang memenuhi persyaratan sebagai berikut :
 - a. Secara prinsip sah telah dimiliki oleh calon nasabah
 - b. Berwujud emas batangan (lantakan), emas perhiasan atau koin emas.
 - c. Halal dalam artian bahwa barang dimaksud tidak termasuk barang yang haram dan cara perolehannya tidak bertentangan dengan hukum syariah.
- 4) Nilai pinjaman (*Marhun bih*), yaitu hutang yang dinyatakan dalam rupiah.
- 5) Ijab qabul (*Sighat*).

Jangka waktu pinjaman maksimal 4 (empat) bulan dan dapat diperbaharui paling banyak 2 (dua) kali.¹⁶

Dan pembaruan ini terjadi bila akad pinjaman dengan gadai emas jatuh tempo dan nasabah masih memerlukannya serta menurut analisa dan pengamatan pihak bank masih layak, maka dapat dilakukan pembaharuan. Dengan memperhatikan :

¹⁶Surat Edaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Hal: Petunjuk Pelaksanaan Pinjaman Dengan Gadai Emas Nomor : 020/DIR/DUSy-PDJs/SE/2012, hlm. 2

- 1) Harus dilakukan oleh nasabah dengan menunjukkan tanda bukti diri asli dan tanda terima emas
- 2) Bank menerbitkan akad pembaharuan
- 3) Nasabah dibebankan biaya materai dan sewa sesuai dengan jangka waktu.¹⁷

d. Dasar Hukum Gadai syariah

Dasar hukum gadai yang menjadi landasan gadai syariah adalah ayat–ayat Al-Quran, Hadist Nabi muhammad saw., Ijma' ulama, dan fatwa MUI. Hal ini dimaksud diungkapkan sebagai berikut :

1. Alquran

QS. Al- Baqarah (2) ayat 283 yang digunakan sebagai dasar dalam membangun konsep gadai adalah sebagai berikut:

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنْ مَقْبُوضَةً فَإِنْ
 أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ
 وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ
 بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴾

Artinya:

“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) Menyembunyikan persaksian. dan barangsiapa

¹⁷Ibid., hlm. 5.

yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Al-Baqarah: 283)¹⁸”

Dalam buku tafsir Oemar Bakry ayat yang bergaris bawah diatas dijelaskan “Yang berhutang menyerahkan jaminan jika tidak ada ada yang menuliskan sesuatu transaksi dalam perjalanan”. Kecuali jika saling mempercayai dan orang yang dipercayai (yang berhutang) hendaklah memenuhi amanah yang ia pertanggung jawabkan, karena Allah SWT mengetahui isi hatinya.¹⁹

2. Hadist Nabi Muhammad saw.

Dasar hukum yang kedua untuk dijadikan rujukan dalam membuat rumusan gadai syariah adalah hadis Nabi muhammad saw., yang antara lain diungkap kan sebagai berikut.

a. Dari Aisyah Radhiyaallahu Anha,

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى
أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ.

”bahwa Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam pernah membeli bahan makanan dari seorang Yahudi dan beliau menggadaikan baju perang dari besi.”(HR Bukhari-Muslim)²⁰

Di dalam Hadis ini terkandung, boleh bermu’amalah dengan orang yang mayoritas hartanya merupakan harta haram, selagi tidak diketahui bahwa objek mua’malahnya adalah haram. Ash-Shan’any berkata, ”Disini

¹⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Diponegoro,2010), hlm. 49.

¹⁹Oemar Bakry, *Tafsir Al-Qur’an*, (Jakarta: PT. Mutiara, 1986), hlm. 91.

²⁰Ahmad Mudjab Mahalli & Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadis-hadis Muttafaq ‘Alaih Bagian Munakahat & Mu’amalat*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 122.

terkandung dalil untuk tidak melihat bagaimana cara mua'malah dilingkungan mereka.²¹

3. Ijma' Ulama

Jumhur Ulama menyepakati kebolehan status hukum gadai. Hal ini di maksud berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad saw. Yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang yahudi . para ulama juga mengambil indikasi contoh nabi muhammad saw. Tersebut, ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada para sahabat yang kaya kepada seorang Yahudi, bahwa hal itu tidak lebih sebagai sikap Nabi Muhammad saw. Yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya enggan mengambil ganti ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad saw kepada mereka.²²

4. Fatwa Dewan Syariah Nasional

Landasan ini kemudian diperkuat dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 25/DSN-MUI/III/2002 yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan.²³

3. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi adalah untuk

²¹Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm.140.

²²Zainuddin Ali, *Op. Cit.*, hlm. 8

²³Fatwa Dewan Syariah Nasional, Nomor: 26/DSN-MUI/III/2002, Hlm. 150

menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.²⁴

Dalam merancang strategi promosi, perusahaan harus mengkombinasikan berbagai elemen yang terdapat dalam bauran promosi atau *promotional mix* dengan memperhitungkan kekuatan dan kelemahan dari masing–masing elemen tersebut. Manajemen promosi (*promotional management*) mencakup kegiatan mengoordinasikan elemen–elemen bauran promosi sehingga dapat mengembangkan program komunikasi pemasaran yang terbaru, terkontrol dan efektif. Praktisi pemasaran harus mempertimbangkan instrument promosi mana yang akan digunakan dan bagaimana mengombinasikan berbagai instrumen promosi tersebut, sehingga dapat mencapai tujuan pemasaran dan promosi yang sudah ditetapkan. Perusahaan juga dapat mendistribusikan seluruh anggaran promosi yang dialokasikan kepada seluruh elemen *promotional mix*. Berapa persen dari anggaran yang harus diberikan untuk iklan media, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan penjualan personal.²⁵

Selanjutnya perusahaan dalam hal ini adalah bank harus mampu mencari cara agar bisa mencapai efektivitas dari satu atau lebih alat promosi. Dalam menentukan alat promosi, manajer bank harus mengenal

²⁴Kasmir, *Pemasaran Bank, Op.,Cit.*, hlm. 155-156

²⁵Morrisan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.

ciri masing-masing alat promosi yang akan digunakan tersebut. Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan secara umum adalah: (1) Periklanan (*advertising*), (2) Promosi penjualan (*sales promotion*), (3) Penjualan pribadi (*personal selling*), (4) Publisitas(*publicity*).²⁶

Masing-masing sarana promosi ini memiliki tujuan sendiri-sendiri misalnya:

- 1) Periklanan (*advertising*), merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran majalah, televisi, atau radio. Untuk menarik minat masyarakat supaya tertarik untuk menggunakan produk bank tersebut.
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*), merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.
- 3) Publisitas (*publicity*), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank didepan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau social atau olahraga.

²⁶M. Nur Rianto Al Arif, *Op., Cit.*, hlm. 170.

- 4) Penjualan pribadi (*personal selling*), merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.²⁷

b. Tujuan Promosi

Adapun tujuan dari kegiatan promosi sebagai berikut:

Para pemasar melakukan promosi karena sejumlah alasan yaitu :²⁸

- a. Menyediakan informasi, baik pembeli maupun penjual mendapat manfaat dari fungsi informasi yang sanggup dilakukan oleh promosi. Para pembeli menemukan produk baru yang membantunya, dan para penjual dapat menginformasikan kepada calon pelanggan tentang barang – barang dan jasa.
- b. Merangsang permintaan, salah satu tujuan paling jelas dan langsung dari promosi adalah merangsang permintaan. Para pemasar menginginkan konsumen membeli produk mereka, dan mereka menggunakan promosi untuk membuat konsumen memikirkan tindakan seperti itu.
- c. Membedakan produk, banyak organisasi mencoba membedakan mereka dan produknya melalui penggunaan promosi. Hal tersebut khususnya penting bagi produk yang secara inheren tidak banyak berbeda dari competitor mereka.
- d. Mengingat para pelanggan saat ini, kemampuan yang ada merupakan pemirsa yang baik untuk pesan promosional.

²⁷Kasmir, *Pemasaran Bank, Op. Cit.*, hlm. 156.

²⁸Henri Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta : Salemba Empat, 2000), hlm. 754-755.

Mengingatkan para pelanggan akan manfaat-manfaat produk perusahaan bisa mencegah mereka berpaling kepada pesaing-pesaing pada saat mereka memutuskan untuk mengganti atau memutakhirkan produknya.

- e. Menghadang pesaing, promosi dapat digunakan untuk menghadang upaya pemasaran dari pesaing. Upaya promosional dirancang untuk saling melawan kampanye periklanan satu sama lain.
- f. Menjawab berita negatif, kadang kala kompetisi bukanlah penjualan produk serupa dari perusahaan lainnya. Namun juga bisa dari pihak-pihak lain yang mencoba merusak nama baik perusahaan dengan menyebarkan berita-berita negatif.
- g. Memuluskan fluktuasi-fluktuasi permintaan, banyak perusahaan yang menghadapi tantangan-tantangan permintaan musiman, di mana para pelanggan membeli lebih banyak selama beberapa bulan tertentu dan berkurang pada bulan-bulan lainnya.
- h. Membujuk para pengambil keputusan, iklan di media cetak atau majalah tertentu dapat mempengaruhi para pengambil keputusan yang menjadi pelanggan media tersebut. Demikian pula, perusahaan sering mengirimkan pesan kepada pemilik saham, analisis saham, jasa pemberi nilai kredit, dan pihak-pihak lainnya, yang keputusannya dapat mempengaruhi keputusan perusahaan.

c. Promosi dalam Islam

Promosi dalam Islam adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh produsen, baik secara langsung ataupun tidak, untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen melalui beragam media dengan tujuan meningkatkan permintaan atas produknya yang didalamnya tidak mengandung *maysir*, *qimar* dan *gharar*.

Sedangkan dalam pandangan Islam disebutkan bahwa, Dalam pasar *syariah*, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata untuk mencari keridhaan Allah maka seluruh bentuk transaksinya insya Allah menjadi ibadah di hadapan Allah SWT. Ini akan menjadi bibit dan modal besar baginya untuk menjadi bisnis yang besar, yang memiliki *spiritual brand*, kharisma, keunggulan, dan keunikan yang tak tertandingi.²⁹ Islam menghalalkan umatnya berniaga sebagaimana firman Allah Swt berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ
اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ

اَللّٰهُ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢١﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku antara dasar suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh

²⁹Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 64.

*dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.(An-nisaa:29)*³⁰”

Dalam buku tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa ayat yang bergaris bawah diatas dijelaskan “kecuali dalam perdagangan secara suka sama suka diantara kamu”. Maksudnya, janganlah kamu melakukan praktik-praktik yang diharamkan dalam memperoleh harta kekayaan, namun harus melalui perdagangan yang disyariatkan dan berdasarkan kerelaan antara penjual dengan pembeli. Kerjakan perdagangan yang demikian dan jadikanlah sebagai sarana untuk memperoleh harta kekayaan.³¹

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa kegiatan pemasaran ataupun kegiatan promosi harus dilandasi dengan keimanan dan ketakwaan kepada Allah Swt, mengerjakan perintahnya dan menjauhi larangannya, tidak boleh bertindak curang dan harus jujur dalam melakukan perniagaan.

d. Pengaruh Promosi Terhadap Minat

Agar produk laku dijual ke masyarakat, oleh karena itu masyarakat perlu diberitahukan kehadiran produk tersebut berikut manfaat, harga, dimana bisa diperoleh, dan kelebihan-kelebihannya, dibanding dengan produk pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah

³⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV. Diponegoro,2010), hlm. 83.

³¹Muhammad Nasib Ar-rifa'i, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*,(Jakarta: Gema Insani Perss, 1999), hlm. 693-694.

melalui sarana promosi. Artinya, keputusan terakhir bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin dari nasabah.³²

Promosi sangat dibutuhkan agar produk yang diproduksi oleh perusahaan dapat dikenal masyarakat luas, dikalangan pedagang pasar minimnya pengetahuan tentang produk gadai emas syariah di Bank Sumut dan sangat berpengaruh terhadap minat para pedagang yang mendesak membutuhkan modal untuk mengembangkan usaha mikronya hanya cukup menggadaikan emasnya.

Pernyataan diatas didukung oleh hasil penelitian Zulpiah dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Adanya hubungan yang berbanding lurus ataupun positif antara promosi terhadap minat nasabah dana talang haji di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”.³³

Hasil penelitian Hamzah Gufroh dalam penelitiannya menyatakan bahwa:

Promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk Qard dengan Gadai Emas di PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Medan.³⁴

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa promosi mempunyai pengaruh terhadap minat. Jadi promosi yang baik dapat meningkatkan minat para nasabah untuk menggunakan produk dari bank tersebut.

³²Kasmir., *Loc. Cit.*

³³Zulpiah, “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dana Talang Haji Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan” (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015)

³⁴Hamzah Gofron, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Produk Qard dengan Gadai Emas di PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Medan” (Skripsi, Universitas Sumatera Utara USU Medan, 2011)

B. Penelitian Terdahulu

C. Kerangka Pikir

Minat pedagang yaitu suatu keadaan dimana pedagang mempunyai perhatian terhadap benda ataupun sesuatu yang didorong oleh keinginannya sendiri untuk memenuhi kebutuhannya.

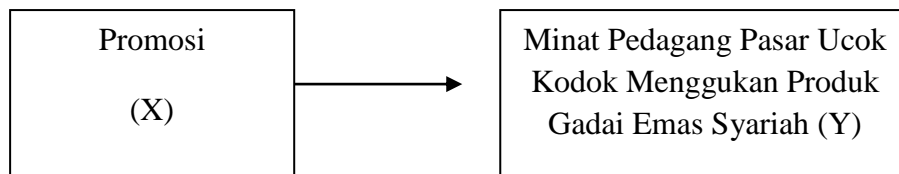
Produk Gadai Emas menurut surat edaran Bank SUMUT cabang syariah Padangsidempuan diartikan sebagai fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas yang kewajiban peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus ataupun cicilan dalam jangka waktu tertentu.

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh promosi terhadap minat pedagang pasar Ukok Kodok menggunakan produk gadai emas syariah di PT. Bank Sumut cabang syariah Padangsidempuan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan dibawah ini:

Bagan 2.1

Kerangka pikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan yang diteliti. Menurut Suharsimi Arikunto, hipotesis diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.³⁵

- 1) H_a = Terdapat pengaruh promosi terhadap minat pedagang pasar Ucok Kodok menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.
- 2) H_o = Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap minat pedagang pasar Ucok Kodok menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

³⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006), hlm. 67.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi penelitian dan waktu penelitian

Penelitian telah dilaksanakan di PT. Bank SUMUT Cabang Syari'ah Padangsidempuan yang terletak di Jalan Merdeka No. 12 Padangsidempuan (Didepan plaza ATC). Sedangkan waktu penelitian ini adalah Juni sampai dengan Oktober 2016.

B. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.¹

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh subjek penelitian yang akan diteliti. Populasi adalah “keseluruhan subjek penelitian”.² Populasi penelitian ini adalah pedagang pasar Ukok Kodok Padangsidempuan, penulis mengambil

¹Asmadi Alsa, *Pendekatan kuantitatif dan kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 13.

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (Edisi Revisi VI)*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 130.

jumlah pedagang Pasar Ukok Kodok yang menggunakan produk gadai emas syariah yang berjumlah 55 orang.³

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

Nasabah Pedagang Pasar Ukok Kodok Gadai Emas Syariah	Jenis Kelamin	
	Laki-laki	Perempuan
55 Pedagang	17 Pedagang	38 Pedagang

Sumber: PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁴ Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka teknik yang digunakan adalah *purposive sampel*, karena pengambilan sampel dilakukan secara khusus terhadap sampel.⁵

Untuk menentukan ukuran sampel, Slovin memberikan rumusan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

³Wawancara dengan Ahmad Sanusi karyawan bagian pemasaran di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Rabu, 22 Juni 2016 pukul 14.00 wib.

⁴Suharsimi Arikunto, *Op.Cit.*, hlm.131.

⁵Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 135.

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir, misalnya 10 %.⁶

$$n = \frac{55}{1 + 55 \cdot 10\% ^2}$$

$$n = \frac{55}{1 + 0,55}$$

$$n = \frac{55}{1,55} \qquad n = 35,48 \text{ dibulatkan} = 36$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 36 responden.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut sugiyono data primer adalah “sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.”⁷ Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan cara penyebaran kuiseioner langsung kepada pedagang pasar ucok kodok Padangsidimpuan.

2. Data sekunder

Menurut Sugiyono data sekunder adalah “sumber yang tidak langsung mengumpulkan data kepada pengumpul data, misalnya lewat

⁶Muhammad, *Metodologi Peneleitian Ekonomi Teori Dan Aplikasi*, (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2005), hlm. 180.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2001), hlm. 28.

orang lain atau lewat dokumen”.⁸ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data-data bank (PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan).

E. Instrumen Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data tentang pengaruh promosi terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas, maka metode yang digunakan adalah melalui penyebaran angket (kuesioner).

1. Metode Angket (kuesioner)

Adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala *likert*, skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan lima alternatif jawaban dalam suatu daftar pertanyaan, responden diminta untuk memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

Sebelum membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu dibuat kisi-kisi instrumen dengan menjabarkan variabel menjadi sub variabel yang akan diukur, hal ini digunakan sebagai patokan untuk menyusun instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif

⁸*Ibid.*, hlm. 29.

dengan 5 (lima) alternatif jawaban, dengan jawaban masing- masing berikut:⁹

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 N : Ragu-ragu
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

Dengan menggunakan skala *likert* masing- masing instrumen jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

Tabel 3.2
Instrument Jawaban Kuesioner

Keterangan	SS	S	N	TS	STS
Nilai Positif	5	4	3	2	1
Nilai Negatif	1	2	3	4	5

Table 3.3
Kisi-kisi angket tentang promosi

No	Nama Variabel	Indikator Variabel	Item Soal	Jumlah Soal
1.	Promosi Variabel X	1.Periklanan (<i>advertising</i>) 2.Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) 3.Publisitas (<i>publicity</i>) 4.Penjualan pribadi (<i>personal selling</i>)	1,2 3,4 5,6,7 8,9,10	10

⁹ *Ibid.*, hlm. 87.

Table 3.4
Kisi-kisi angket tentang minat pedagang pasar ucok kodok
dalam menggunakan produk gadai emas syariah di PT. Bank Sumut
Cabang Syariah Padangsidempuan

No.	Nama Variabel	Indikator Variabel	Item Soal	Jumlah Soal
1.	Minat Pedagang Variabel Y	1. Transaksional 2. Refrensial 3. Preferensial 4. Eksploratif	1,2,3 4,5 6,7 8,9,10	10

F. Uji Validitas dan Reabilitas Instrument

1. Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.¹⁰ Syarat agar angket dikatakan valid yaitu jika angka korelasi butir pernyataan atau soal > dengan angka r table (angka kritis spearman). Selain menggunakan perbandingan nilai r, uji validitas juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikannya. Syarat agar butir disebut valid ialah apabila nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* atau SPSS versi 22.

¹⁰Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 172.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan.¹¹ Reabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi.¹²

Penelitian uji reabilitas dilakukan dengan rumus *Croanbachis Alpha*. Jika *Croanbachis Alpa* $> 0,60$, maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah *reliable*. Jika nilai *Croanbachis Alpa* $< 0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut tidak *reliabel*.

G. Teknik Analisis Data

Setelah data dari pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data atau pengolahan data. Koefisien korelasi adalah suatu alat statistik yang dapat digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan ataupun pengaruh antarvariabel. Semua anggota kelompok yang dipilih diukur mengenai kedua variabel yang diteliti kemudian sama- sama dicari koefisien kolerasinya. Dalam teknis peneliti menggunakan rumus SPSS. Dalam teknis ini analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

¹¹Sugiono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm.203.

¹²Mudjarat Kuncoro, *Op.Cit.*, hlm. 175.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian sebagai berikut:

a) Pendekatan Grafik Histogram

Data yang baik adalah data yang mempunyai pola distribusi normal yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan pada grafik histogram.¹³

b) Metode Grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual*

Penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* sebagai dasar pengambilan keputusannya adalah jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.¹⁴

2. Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* dengan taraf signifikan 0,05.

¹³Syafrizal Helmi Situmorang, dkk., *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS* (Medan: USU Pers, 2008), hlm. 55.

¹⁴Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), hlm. 144.

Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.¹⁵

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui arah hubungan independen dengan variabel dependen, apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Persamaan regresinya adalah¹⁶: $Y = \alpha + bX$

Keterangan : Y = Minat Pedagang Ucok Kodok

α = Konstanta

b = Koefisien Regresi

x = Promosi

4. Uji hipotesis

Adapun uji hipotesis yang dilakukan adalah:

a. Koefisien Determinasi (uji R square)

Uji R square (R^2) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angka ini akan diubah kedalam bentuk persen, yang artinya persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi (R) sebagai berikut:¹⁷

0,00 – 0,199 = Sangat Rendah

¹⁵Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008). hlm. 28.

¹⁶*Ibid.*, hal. 54.

¹⁷*Ibid.*, hlm. 78.

0,20 – 0,399	= Rendah
0,40 - 0,5999	= Sedang
0,60 – 0,799	= Kuat
0,80 – 1,000	= Sangat Kuat

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.¹⁸ Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

¹⁸Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm.244

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

1. Sejarah Singkat Bank SUMUT Cabang Syariah

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) didirikan pada Tanggal 04 Nopember 1961 dengan Akte Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai Perda Tk. I Sumatera Utara No. 5/1965, dengan modal dan saham yang dimiliki Pemda Tk. I dan Pemda Tk. II Sumatera Utara.

Salah satu yang merupakan Bank Umum Milik Daerah (BUMD) seperti Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) yang sekarang dikenal dengan nama Bank SUMUT yang kepemilikannya sampai dengan saat ini sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah Provinsi dan pemerintah Kabupaten/Kota Sumatera Utara. Bank SUMUT secara terus menerus melakukan perubahan sehingga mampu bertahan ditengah persaingan tersebut. Bank SUMUT sigap dalam melihat peluang pasar Perbankan Syariah yang berperan sebagai tempat pelayanan kepada masyarakat dengan tetap memberikan pelayanan terbaik dalam melayani kebutuhan masyarakat Sumatera Utara yang ingin bertransaksi secara syariah, maka pada Tanggal 04 Nopember 2004 PT. Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah yaitu Kantor Cabang Syariah Tebing

Tinggi, Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat dan 76 Unit Layanan Syariah diseluruh Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu Konvensional Bank SUMUT.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan Bank SUMUT, terutama sejak dikeluarkannya UU No. Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997. Selain Bank Umum yang membuka Divisi Usaha Syariah, Bank Konvensional seperti Bank SUMUT juga berperan di dalamnya untuk membuka Unit/Divisi Usaha Syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sektor perbankan syariah, namun Bank SUMUT ikut ambil resiko dalam mengembangkan jasa Perbankan Syariah.

Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasari pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat *Religious*, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Usaha Unit Syariah semakin menguat seiring keluarnya Fatwa MUI yang menyatakan bunga bank haram. Tentunya Fatwa MUI itu akan sangat mendorong masyarakat Muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Atas dasar itulah akhirnya pada Tanggal 04 Nopember 2004 Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah dengan dua Kantor Cabang Syariah, yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Padangsidimpuan. Kemudian pada Tanggal 26 Desember 2005 juga di buka Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi dilanjutkan dengan Kantor Cabang Syariah Stabat pada Tanggal 26 Desember 2006.

Selanjutnya pada tahun 2007, Bank SUMUT telah membuka layanan syariah (*office channelling*) pada 66 unit kantor Cabang Konvensional yang lain. Dimana Bank SUMUT menentukan sasaran dalam rangka pengembangan Unit Usaha Syariah sebagaimana berikut ini:

- a. Menjadi pemain utama Bank Syariah di Sumatera Utara dengan pangsa pasar terbesar.
- b. Beroperasi secara sehat dan menjadi sumber andalan profitabilitas bagi Bank SUMUT.

Strategi yang dilakukan oleh Bank SUMUT dalam rangka pengembangan Unit Usaha Syariah adalah:

- a. Menetapkan Target Pasar

Pasar yang dijadikan sasaran adalah masyarakat yang usahanya masih mikro yang telah memiliki kesadaran untuk menggunakan jasa perbankan dan mempunyai kesadaran untuk menerapkan ajaran Islam dengan baik. Selain dari masyarakat, pendanaan juga akan digalang dari organisasi-organisasi dan yayasan Islam yang memiliki kegiatan ke masyarakat dengan perputaran dana yang relatif

signifikan. Sebagai bank milik Pemerintah Daerah, target penghimpunan dana juga dari para karyawan PEMDA yang mempunyai pendapatan relatif mapan dan memiliki pengaruh yang signifikan di masyarakat.

b. Melakukan Sosialisasi dan Promosi

Oleh karena jasa perbankan syariah merupakan produk yang relatif baru, upaya sosialisasi dan edukasi terhadap nasabah dan masyarakat harus senantiasa diupayakan. Untuk mewujudkan upaya ini, Bank SUMUT Unit Usaha Syariah telah menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi, organisasi-organisasi keagamaan, sosialisasi tentang produk-produk perbankan syariah ini juga menggunakan media komersial seperti media cetak, televisi, radio dan juga melalui brosur, spanduk, banner, baliho, serta aktif mengikuti pameran dengan membuka stand.

c. Pengembangan Infrastruktur Teknologi Sistem Informasi

Teknologi sistem informasi dan operasi di era sistem komputerisasi saat ini merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan. Oleh karena itu, Bank SUMUT bekerja sama dengan pihak PT. College Inti Pratama sebagai vendor untuk mengembangkan teknologi informasi yang dapat mendokumentasi seluruh proses internal layanan produk dan jasa syariah dengan tingkat keamanan dan akurasi yang tinggi.

d. Pengembangan Produk

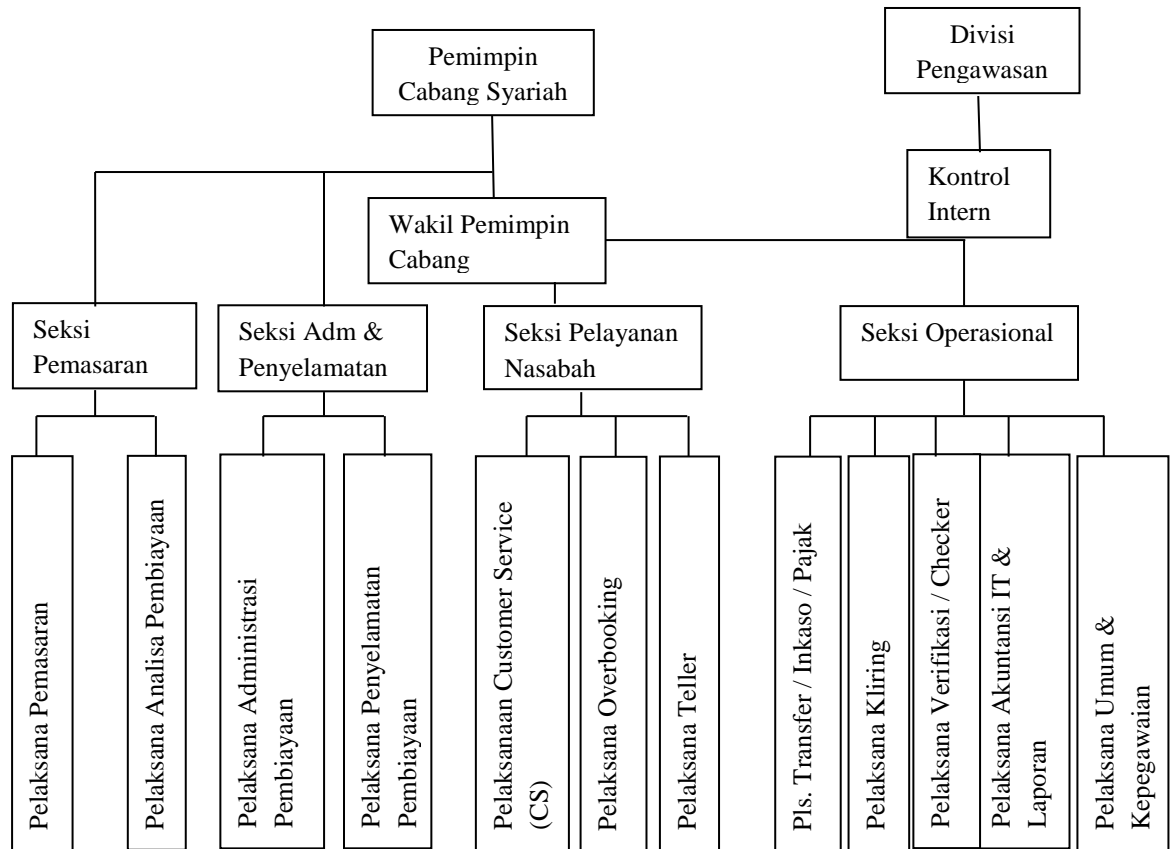
Pengembangan produk lebih difokuskan kepada produk pembiayaan, produk penghimpunan dana dan produk jasa. Pengembangan dari masing-masing produk akan disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan pasar.

2. Visi dan Misi Bank SUMUT Syariah

Visi yang ditetapkan oleh Bank SUMUT Syariah adalah menjadi bank yaitu untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat yang dilakukan dengan prinsip syariah sesuai ketetapan DSN-MUI.

Misi dari Bank SUMUT Syariah adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan selalu berpedoman pada prinsip *Good Corporate Governance*.

**3. Struktur Organisasi Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan.**



Sumber: Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

Bagan 3.1
Struktur Organisasi Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan

Keterangan:

- Pemimpin Cabang : Ari Asriadi
 Wakil Pemimpin Cabang : Hilman Saleh Daulay
 Pinsi Pemasaran : Ahmad Sanusi
 Pls. Pemasaran : Rosima Ritonga

Pls. Analisa Pembiayaan	: Zul Bahri L Tobing & Leo Candra
Pinsi APP	: Imran Erianto
Pls. Administrasi Pembiayaan	: Riski Harnas Lubis
Pls. Penyelamatan Pembiayaan	: Anto Pandapotan & Sopan
Pinsi Pelayanan Nasabah	: Juli Damayanti Hasibuan
Pls. CS	: Fachri
Pls. Overbooking	: Fachri
Pls. Teller	: Wiwit Santoso
Pinsi Operasional	: Roy Persadanata
Pls. Transfer/Inkaso/Pajak	: Riswan Hamdani
Pls. Kliring	: Riswan Hamdani
Pls. Verifikasi/Checker	: Riswan Hamdani
Pls. Akuntansi IT & Laporan	: Riswan Hamdani
Pls. Umum & Kepegawaian	: Riswan Hamdani

4. Produk-produk Bank SUMUT Cabang Syariah

Bank SUMUT Syariah komitmen menyediakan produk dan jasa perbankan yang dilandaskan pada prinsip syariah dan pemberdayaan modal secara produktif, untuk keamanan dan kemudahan investasi.

Adapun produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Syariah adalah:

1. Produk Penghimpunan Dana

Dalam produk ini Bank SUMUT Syariah hanya dilakukan untuk mencari dana kepada lapisan masyarakat dan perusahaan. Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

a. Giro

1) Simpanan Giro *Wadiah*

Simpanan giro *wadiah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

2) Simpanan Giro *Mudharabah*

Simpanan giro *mudharabah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang menitipkan dana pada Bank SUMUT Syariah dengan menggunakan akad mudharabah dan mengelolanya secara professional.

b. Tabungan

1) Tabungan *Marhamah*

Tabungan *marhamah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000 M. tabungan marhamah berdasarkan prinsip

mudharabah mutlaqoh yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah dan sebagai penegelola adalah pihak bank.

2) Tabungan *Marwah*

Tabungan *marwah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Tabungan *marwah* adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

3) Tabungan *Makbul*

Tabungan *makbul* adalah tabungan yang hanya dikhususkan untuk para nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji.

4) Tabungan *Mudharabah Plus*.

Tabungan *mudharabah plus* adalah salah satu jenis tabungan yang diberikan oleh Bank SUMUT Syariah Cabang Padangsidempuan sebagai promo produk akhir tahun. Tabungan ini memberikan hadiah langsung tanpa diundi. Yang bisa dibuka dengan menabungkan dana minimal Rp 25.000.000,-. Produk ini diberikan sampai akhir bulan Desember 2015.

c. Deposito

Deposito menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara

nasabah penyimpan dan bank syariah dan/atau UUS. Adapun salah satu jenis deposito di Bank SUMUT Syariah.

2. Produk Pembiayaan

Dalam produk ini Bank SUMUT Syariah hanya dikhususkan untuk mencari nasabah di seluruh lapisan masyarakat dan perusahaan untuk bekerja sama dalam hal pembiayaan. Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

a. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* adalah jual beli atas suatu barang dengan harga yang telah disepakati dari awal pada kesempatan kedua belah pihak, dimana harus jelas disebutkan berapa harga pokok yang harus dibayar dan margin keuntungannya. Pada pembiayaan *murabahah* di Bank SUMUT Syariah ini ada berbagai macam produk diantaranya adalah sebagai berikut:

1) *Murabahah* KPR iB-Griya

Murabahah KPR iB-Griya ini merupakan pembiayaan yang digunakan oleh debitur yang ingin membeli rumah baru dengan memohon pembiayaan kepada pihak bank untuk pembayaran dimuka oleh bank yang bersangkutan kemudian debitur yang akan mencicil kepada pihak perusahaan.

2) *Murabahah* iB Serbaguna

Merupakan bentuk pembiayaan yang digunakan untuk keperluan serbaguna yang dibutuhkan oleh debitur dalam usaha ataupun keperluan lainnya guna mencukupi kebutuhan hidup.

3) *Murabahah* Investasi

Murabahah investasi digunakan untuk para pengusaha dalam ekspansi perusahaan dan pengadaan kebutuhan alat-alat, baik dari aspek pertanian, perdagangan, perikanan, maupun transportasi.

4) *Murabahah* Konsumsi

Murabahah konsumsi adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen dalam kehidupannya seperti, kendaraan, merenovasi rumah, laptop dan sebagainya.

b. Pembiayaan iB Modal Kerja

Pembiayaan iB Modal Kerja di Bank SUMUT Syariah menggunakan prinsip bagi hasil yaitu dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Pembiayaan *mudharabah* modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melaksanakan kegiatan usaha tertentu dengan pembagian keuntungan/bagi hasil dengan menggunakan

metode bagi hasil antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

Pembiayaan *musyarakah* modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik dana modal untuk mencampurkan dana/modal mereka pada suatu tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

c. Gadai Emas.

Gadai emas merupakan pembiayaan yang bisa digunakan bilamana debitur yang memohon mempunyai emas untuk digadaikan. Dimana jumlah uang yang dapat dipinjam sesuai dengan berat dan harga emas tersebut.

3. Produk Jasa

Produk jasa yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Syariah lumayan memadai tidak kalah dengan produk jasa dari bank lain diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia
- b. Bank Garansi
- c. Surat Keterangan Bank
- d. Inkaso
- e. BI-RTGS

B. Hasil Penelitian

Table 4.1
Identitas Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	17 Orang	31%
2.	Perempuan	38 Orang	69%
Total		55 Orang	100%

Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS versi 22.0 sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% untuk $n=36$ adalah 0.278 Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pertanyaan 1	0,424	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=34$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,278$.	Valid
Pertanyaan 2	0,636		Valid
Pertanyaan 3	0,284		Valid
Pertanyaan 4	0,588		Valid
Pertanyaan 5	0,400		Valid
Pertanyaan 6	0,403		Valid
Pertanyaan 7	0,474		Valid
Pertanyaan 8	0,486		Valid
Pertanyaan 9	0,600		Valid
Pertanyaan 10	0,517		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk variabel Promosi adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $df=36$ adalah 0,278. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Table 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pedagang

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
pertanyaan1	0,402	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=34$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,278$.	Valid
pertanyaan2	0,709		Valid
pertanyaan3	0,417		Valid
pertanyaan4	0,686		Valid
pertanyaan5	0,423		Valid
pertanyaan6	0,425		Valid
pertanyaan7	0,587		Valid
pertanyaan8	0,539		Valid
pertanyaan9	0,562		Valid
pertanyaan10	0,518		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk variabel minat pedagang adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} untuk $df=36$ adalah 0,278. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,600$. Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,789	10

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel Promosi adalah $0,789 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel promosi (X) adalah reliabel.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Pedagang

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,823	10

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

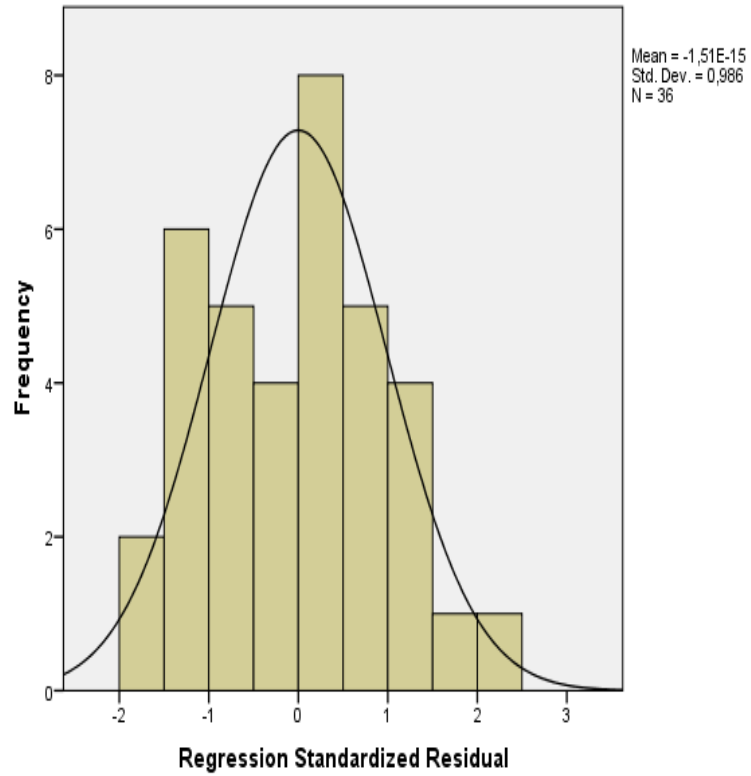
Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel Minat Pedagang adalah $0,823 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel minat pedagang (Y) adalah reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat (Y) Promosi dan variabel bebas (X) Minat Pedagang mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada grafik histogram jika distribusi data tidak menceng ke kiri atau ke kanan maka distribusi data tersebut normal. Pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* jika titik-titik menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut

sudah normal. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

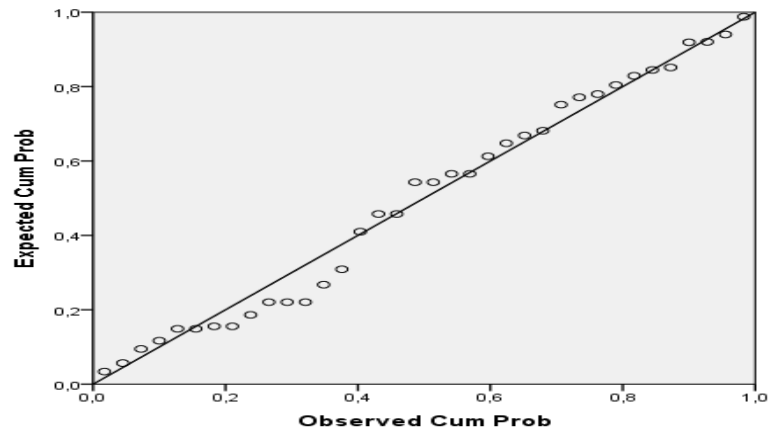
Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram
Dependent Variable: Minat Pedagang



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan grafik histogram di atas distribusi data tidak menceng ke kiri atau ke kanan maka dapat disimpulkan bahwa pola distribusi data tersebut normal.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas
Grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual*



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut sudah normal.

4. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier jika nilai $Sig. > 0,1$ dan jika nilai $Sig. < 0,1$ maka dinyatakan tidak linier.

Tabel 4.6
Hasil Uji Linearitas Minat Pedagang dengan Promosi
ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat Pedagang * Promosi	Between (Combined) Groups	264,726	12	22,061	3,963	,002
	Linearity	172,212	1	172,212	30,939	,000
	Deviation from Linearity	92,514	11	8,410	1,511	,194
	Within Groups	128,024	23	5,566		
Total		392,750	35			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,194. Jadi, dapat disimpulkan nilai Sig.>0,1 (0,194 > 0,1) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Minat Pedagang dengan variabel Promosi adalah linier.

5. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui arah hubungan variabel Promosi (X), terhadap Minat Pedagang (Y) apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil outputnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	11,943	5,704
Promosi	0,691	0,134

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + bX$$

$$Y = 11,943 + 0,691X$$

$$MP = 11,943 + 0,691Prm$$

Keterangan :

Y = Minat Pedagang

X = Promosi

α = konstanta regresi

b = koefisiensi regresi

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 11,943, artinya apabila variabel promosi dianggap konstan atau nilai 0 maka minat pedagang pengguna gadai emas syariah (Y) nilainya sebesar 11,943.
- b. Koefisien regresi variabel promosi (X) sebesar 0,691, artinya apabila variabel promosi ditambah 1 satuan maka minat pedagang pengguna gadai emas syariah (Y) adalah sebesar 6,91%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dengan minat pedagang.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,662 ^a	,438	,422	2,547

a. Predictors: (Constant), Promisi

b. Dependent Variable: Minat Pedagang

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,438. Menunjukkan bahwa 43,8% variabel promosi, mempengaruhi minat pedagang terhadap produk gadai emas syariah sedangkan 56,2% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.9
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,943	5,704		2,094	,044
Promosi	,691	,134	,662	5,153	,000

a. Dependent Variable: Minat Pedagang
Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan $(df)=n-k-1$, dimana n =jumlah sampel dan k =jumlah variabel independen, jadi $df=36-1-1=34$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi=0,05), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,690.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada variabel promosi memiliki t_{hitung} sebesar 5,153 dan t_{tabel} sebesar 1,690 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,153 > 1,690$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel promosi memiliki nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat dinyatakan bahwa secara parsial promosi mempunyai pengaruh terhadap minat pedagang.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar UcoK Kodok Menggunakan Produk Gadai Emas syariah di PT. Bank

SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 diketahui bahwa:

1. Hasil uji validitas untuk 20 item pernyataan dari satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) diketahui memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana r_{tabel} dengan taraf signifikansi 10% dengan derajat kebebasan (df)=n-2 atau df=36-2=34 adalah 0,278 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif maka 20 item pernyataan pada kuesioner tersebut dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas diketahui bahwa dari satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,600 sehingga item pernyataan pada kuesioner juga dapat dinyatakan reliabel.
2. Hasil uji normalitas diketahui pada grafik histogram bahwa distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan, maka pola distribusi data tersebut normal dan pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* bahwa penyebaran datanya disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka data tersebut telah normal. Selanjutnya, hasil uji linearitas menyatakan bahwa antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan yang linear karena diketahui memiliki nilai Sig. > 0,1.
3. Persamaan analisis regresi linear sederhana diperoleh sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX$$

$$MP = 11,943 + 0,691Prm$$

4. Hasil uji koefisien determinasi promosi mampu mempengaruhi minat pedagang sebesar 4,38% sedangkan sisanya 56,2 % dipengaruhi oleh faktor lain.
5. Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) bahwa pada variabel promosi memiliki t_{hitung} sebesar 5,153 dan t_{tabel} sebesar 1,690 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,153 > 1,690$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial promosi mempunyai pengaruh terhadap minat pedagang. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Zulpiah dengan judul “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dana Talang Haji pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan” menyatakan dalam penelitiannya:

Adanya hubungan yang berbanding lurus promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah dana talang haji pada PT. Bank SUMUT.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Hamzah Gufron dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Produk Qard dengan Gadai Emas di PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Medan” menyatakan dalam penelitiannya:

Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk Qard dengan Gadai Emas di PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Medan.

D. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah dalam menyebarkan kuesioner peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada kuesioner sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai berikut:

1. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pedagang pasar ucok kodok pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,153 > 1,690$) dan nilai Sig. $< \alpha$ ($0,000 < 0,1$).
2. Hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,438. Menunjukkan bahwa 43,8% variabel promosi mempengaruhi minat pedagang pasar ucok kodok pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan. Sedangkan 56,2% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel independen yang disinyalir dapat mempengaruhi keputusan pedagang dalam menggunakan produk gadai emas syariah serta pada objek penelitian yang berbeda. Dengan demikian, hasil yang didapat akan memperkuat khazanah keilmuan tentang pembiayaan gadai emas syariah.

2. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperpanjang waktu penelitian, sehingga hasil yang didapat lebih akurat dan bervariasi.
3. Penelitian selanjutnya dirancang secara rinci dan mendalam, khususnya mengenai analisis deskriptif responden.
4. Bagi bank sebaiknya meningkatkan promosi agar dapat lebih banyak menarik minat para pedagang dan masyarakat untuk mengetahui produk-produk yang dikeluarkan dari bank tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku:

Abdul Rahman Saleh dan Muhib Adbul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana, 2004.

Abu ahmadi, *Psikologi Umum*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

Adiwarman A. Karim, *Bank Islam : Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta : Rajawali Pers, 2011.

_____, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.

Agus Sujanto, *Psikologi Umum*, Jakarta: Bumi Aksara, 1993.

Ahmad Mudjab Mahalli & Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadis-hadis Muttafaq 'Alaih Bagian Munakahat & Mu'amalat*, Jakarta: Kencana, 2004.

Ali Yafie dkk, *Fiqh Perdagangan Bebas*, Jakarta Selatan: Teraju, 2003.

Andri Soemitro, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009.

Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Asmadi Alsa, *Pendekatan kuantitatif dan kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.

Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.

Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 1997.

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV. Diponegoro, 2010.

Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.

_____, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012.

Fathurrahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012.

Fatwa Dewan Syariah Nasional, Nomor: 26/DSN-MUI/III/2002.

Hasibuan, Malayu S.P, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2001.

Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2010.

Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Kemendikbud, *KBBI*, Jakarta: Gema Insani, 2005.

M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana, 2013.

_____, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Morrisan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.

Mudjarat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.

- Muhammad Nasib Ar-rifa'i, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*, Jakarta: Gema Insani Perss, 1999.
- Muhammad, *Metodologi Peneleitian Ekonomi Teori Dan Aplikasi*, Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2005.
- Nurul Huda dkk, *Ekonomi Makro Islam*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Nurul Oktima, *Kamus Ekonomi*, Surakarta: AksaraSinergi Media, 2012.
- Oemar Bakry, *Tafsir Al-Qur'an*, Jakarta: PT. Mutiara, 1986.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: salemba Empat, 2000.
- Simamora, Henri, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jakarta : Salemba Empat, 2000.
- Sofiyah Ramdhani, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Karya Agung, 2004.
- Sugiono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- _____, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2001.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (Edisi Revisi VI)*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- _____, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta, 2006.
- Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktisi Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim, 2003.
- Situmorang, Syafrizal Helmi, dkk., *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS*, Medan: USU Pers, 2008.

Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Sumber lainnya:

Ahmad Rifqi Damarjati, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada BPD DIY Syariah Cabang Cik Ditiro)"(Yogyakarta: Skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2014)

Hamzah Gofron, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Produk Qard dengan Gadai Emas di PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Medan" (Skripsi, Universitas Sumatera Utara USU Medan, 2011)

Surat Edaran PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Hal: Petunjuk Pelaksanaan Pinjaman Dengan Gadai Emas Nomor : 020/DIR/DUSy-PDJs/SE/2012.

Wawancara dengan Ahmad Sanusi karyawan bagian pemasaran di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Rabu, 22 Juni 2016 pukul 14.00 WIB

Wawancara dengan Sarianti Pedagang Pasar Ucock Kodok Padangsidempuan, Kamis, 23 Juni 2016, Pukul 14.30 WIB

Zulpiah, "Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Dana Talang Haji Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan" (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Dede Julianti
2. Tempat/Tgl. Lahir: Purwodadi, 10 Juli 1994
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Jalan Sumoharjo No. 126, Desa Purwodadi
Kec. Padangsidempuan Batunadua
6. Email : dedejulianti11@yahoo.co.id

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Fatayat NU Padangsidempuan (1998-1999).
2. SD Negeri 200309 Padangsidempuan (2000-2006).
3. SMP Negeri 10 Padangsidempuan (2006-2009).
4. SMK Negeri 1 Padangsidempuan (2009-2012).
5. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2012-2016).

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT PEDAGANG PASAR UCOK KODOK MENGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS SYARIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Sdr/i

Ditempat

1. Dengan segala kerendahan hati dan harapan, penulis mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
2. Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah, dengan judul: “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar Ucok Kodok Menggunakan Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”.
3. Untuk mencapai maksud tersebut, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.
4. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I meluangkan waktu membantu kami mengisi kuesioner ini kami ucapkan terimakasih.

Peneliti

Dede Julianti

No	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Anda tertarik menggunakan produk Gadai Emas Syariah karena membaca iklan dari Bank					
2.	Anda sering melihat iklan produk Gadai Emas Syariah dari brosur.					
3.	Anda sering melihat pegawai Bank Sumut cabang Syariah melaksanakan promosi langsung kepada masyarakat					
4.	Anda menggunakan produk Gadai Emas di PT. Bank SUMUT cabang Syariah Padangsidempuan karena iklannya terpercaya					
5.	Iklan yang dilakukan Bank Sumut Cabang Syariah cukup menarik dan dapat menarik minat masyarakat					
6.	Selain brosur bank Sumut juga melaksanakan promosi melalui spanduk					
7.	Anda mendengar perbincangan masyarakat tentang produk Gadai Emas Syariah yang cukup membantu anda					
8.	Anda menggunakan produk Gadai Emas Syariah karena sesuai dengan Syariat Islam					
9.	Pegawai Bank Sumut Cabang Syariah melakukan promosi dengan sangat baik					
10.	Anda merasa sangat terbantu dengan adanya Produk Gadai Emas Syariah yang terhindar dari unsur riba.					

B. Pernyataan untuk variabel Minat (Y)

No	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Pembiayaan dengan produk Gadai Emas Syariah memberikan kemudahan bagi nasabah					
2.	Pinjaman yang diberikan dengan pembiayaan sistem Gadai Emas Syariah cukup untuk kebutuhan dan modal para nasabah					
3.	Anda menggunakan produk Gadai Emas Syariah karena membaca brosur dari Bank Sumut cabang syariah					

13	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
14	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
15	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
16	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
17	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	40
18	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	40
19	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	41
20	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	41
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
25	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
26	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
27	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
28	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
29	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	44
30	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	41
31	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
32	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47
33	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
34	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	46
35	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
36	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	45

Hasil Untuk Instrumen Minat (Y)

Responden	Butir Soal										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	39
2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
7	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
8	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
9	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	3	4	4	4	5	3	4	3	3	4	37
12	3	4	4	4	5	3	4	3	3	4	37
13	3	4	4	4	5	3	4	3	3	4	37
14	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
15	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	39
16	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	39
17	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
18	5	4	5	4	4	3	5	3	5	4	42
19	5	4	5	4	4	3	5	3	5	4	42
20	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	39

25	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	39
26	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	44
27	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	47
28	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	45
29	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	39
30	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	46
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
33	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	47
34	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	44
35	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	45
36	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	44

Lampiran 3

Hasil Uji Validitas Variabel X (Promosi)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	38,00	8,800	,424	,775
Item2	38,19	8,561	,636	,756
Item3	38,28	8,949	,284	,794
Item4	38,17	8,600	,588	,760
Item5	38,17	9,057	,400	,778
Item6	38,00	8,857	,403	,777
Item7	38,19	7,590	,474	,776
Item8	38,31	7,875	,486	,770
Item9	38,19	8,161	,600	,754
Item10	38,25	8,993	,517	,769

Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Pedagang)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	37,08	9,050	,402	,823
Item2	37,03	9,228	,709	,791
Item3	37,11	9,359	,417	,817
Item4	37,00	9,200	,686	,792
Item5	36,94	9,768	,423	,815
Item6	37,47	9,513	,425	,815
Item7	36,89	9,244	,587	,799
Item8	37,28	8,892	,539	,803
Item9	37,36	8,580	,562	,801
Item10	37,08	9,850	,518	,809

Lampiran 4

Hasil Uji Reability Variabel X (Promosi)

Reliability Statistics

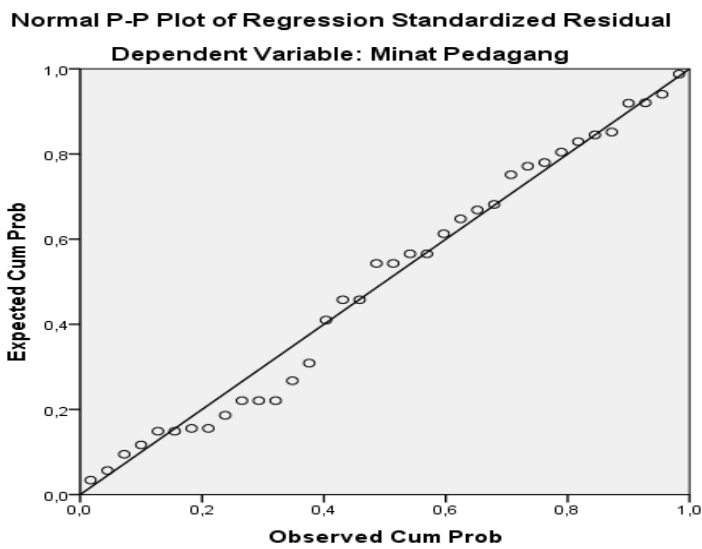
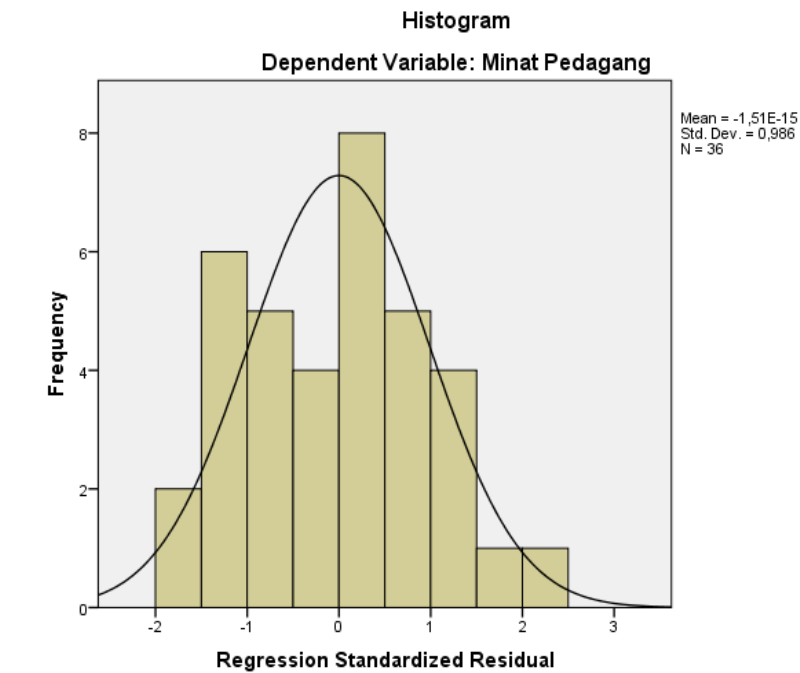
Cronbach's Alpha	N of Items
,789	10

Hasil Uji Reability Variabel Y (Minat Pedagang)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,823	10

Hasil Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,51019503
Most Extreme Differences	Absolute	,116
	Positive	,116
	Negative	-,071
Test Statistic		,116
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 6

Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Pedagang * Promosi	Between Groups	(Combined) Linearity	264,726	12	22,061	3,963	,002
		Deviation from Linearity	172,212	1	172,212	30,939	,000
			92,514	11	8,410	1,511	,194
Within Groups			128,024	23	5,566		
Total			392,750	35			

Lampiran 7

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana dan uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,943	5,704		2,094	,044
	Promosi	,691	,134	,662	5,153	,000

a. Dependent Variable: Minat Pedagang

Lampiran 8

Hasil Uji Determinasi R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,662 ^a	,438	,422	2,547

a. Predictors: (Constant), Promisi

b. Dependent Variable: Minat Pedagang

CABANG SYARIAH:

Padangsidempuan

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Bonjol No. 28, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 4515100
Facsimile : (061) 414 2937 - 415 2952

Surat : 144/KCSy02-Opn/L/2016

P. Sidempuan, 14 Oktober 2016

Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Agama Islam Negeri Padangsidempuan
Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang

Tempat

H a l : Keterangan Pelaksanaan Riset

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,

Sehubungan dengan Surat No. B-2110/In.14/G/G.4b/TL.00/09/2016 tanggal 07 September 2016 perihal Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

Peneliti : Dede Juliasti
No. Telp : 12 220 0098
Tempat : Perbankan Syariah
Judul Riset : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar Ucook Kodok Menggunakan Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan.

Adalah benar telah melakukan riset di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan pada tanggal 26 Agustus 2016 sampai dengan tanggal 13 Oktober 2016.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,
Pia. Penanggung Jawab Cabang



HILMAN SALEH DAULAY
NPP. 1226260676.110804

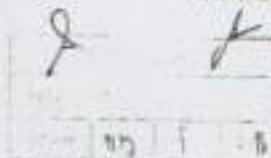
KANTOR PUSAT

Jl. Inem Bangsal No. 28, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 451 5100
Faksimile : (061) 414 2007 - 415 2052

Medan, 16 September 2016

No. : 219 /DSDM-UTC/L/2016
Lamp. : 1

Kepada :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN P. Sidempuan
Jln. T. Rival Nurdin Km 4.5 Sibolang
di Tempat



Hal : Izin Riset

Selubungan dengan Surat Bapak No. B-1928/In.14/G/G.4b/TL.00/09/2016 tanggal 06 September 2016, No. B-2110/In.14/G/G.4b/TL.00/09/2016 tanggal 07 September 2016 dan No. B-2167/In.14/G/G.4b/TL.00/09/2016 tanggal 08 September 2016 hal Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Penerimaan Izin Riset atas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, dengan data dibawah ini :

No	Nama	NIM	Judul Skripsi
1.	Lesi Hamidi Lubis	122200106	"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Produk Gadai di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan"
2.	Dede Juliant	122200098	"Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar Ulok Kodok Menggunakan Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan"
3.	Syahrul Desi Haryani Hrp	122200089	"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Produk Gadai Emas Syariah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan"

ditujuan untuk melaksanakan Riset di Cabang Syariah P. Sidempuan yang dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

2. Selama melaksanakan riset mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin Cabang Syariah P. Sidempuan serta menjaga rahasia bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank Sumut di lingkungannya.
3. Selesai penulisan Skripsi, mahasiswa bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank Sumut Co. Divisi Sumber Daya Manusia.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Divisi Sumber Daya Manusia
Pt. Sumut

Bahriah Salsabila
NPP. 632.261.266.010394

Tembusan :

- Pemimpin Cabang Syariah P. Sidempuan.
- Sdr. Lesi Hamidi Lubis



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sibolang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

Nomor : B-3110 /An.14/G/G.4b/TL.00/09/2016
Tempat : -
Tentang : Moton Izin Riset

7 September 2016

Perwakilan PT. Bank SUMUT
Cabang Syariah Padangsidempuan
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan
menyatakan bahwa:

Nama : Dede Julianti
NIM : 12 220 0098
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Pengaruh
Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar UcoK Kodok Menggunakan Produk Gada
Perbankan Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan
sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan,

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag.
NIP.19731128 200112 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDEMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rudi Nurdin Km. 4,5 Sekeloa 27711
Telp: (0834) 22801000 (0834) 24322

B. K3-In. 14/O.6/PP.009/08.2016 Padangsidempun, 04 Agustus 2016

Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi

Yth.

Bapak/Ibu :

1. Rosnani Sirgar, M.Ag
2. Ja'far Nansari, Lc., M.E.I

di -

Padangsidempun

Assalamu'alaikum W. W.

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut :

Nama	Dede Jaitani
NIM	12 220 0098
Fakultas/ Jurusan	Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan/Syariah-1
Judul	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar Ulok Kodok Menggunakan Produk Gula Emas di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempun
Judul Baru	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Pedagang Pasar Ulok Kodok Menggunakan Produk Gula Emas Syariah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempun

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu sebagai pembimbing I dan pembimbing II penduan penelitian skripsi mahasiswa yang dimaksud dan dilakukan penyempurnaan judul bila mana perlu.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasamanya yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum W. W.

Mengucapkan

Rosnani Sirgar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan

Abdul Nasser Haidhan, SE, M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PERNYATAAN KESIDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA / TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING I

Rosnani Sirgar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING II

Ja'far Nansari, Lc., M.E.I