

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

#### A. Manajemen Pemasaran Bank Syariah

##### 1. Pengertian Manajemen Pemasaran Bank Syariah

Manajemen berasal dari kata “to manag” yang berarti mengatur. Manajemen adalah proses dari penggerakan tenaga manusia, modal dan peralatan lainnya secara terpadu untuk mencapai tujuan tertentu. Istilah manajemen erat kaitannya dengan usaha untuk tujuan tertentu dengan jalan menggunakan sumber daya yang tersedia dalam organisasi dengan cara yang sebaik mungkin. Dalam pengertian organisasi sebuah manajemen biasanya digunakan dalam hubungan usaha suatu kelompok manusia, walaupun manajemen itu dapat pula ditetapkan terhadap usaha-usaha individu.<sup>1</sup> Manajemen sebagai suatu proses di pandang sebagai rangkaian kegiatan dari fungsi-fungsi manajemen yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan (*controlling*) untuk mengkoordinir dan mengintegrasikan penggunaan sumber daya yang tidak ada dalam perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Perbankan syariah harus senantiasa meningkatkan kualitas pelayanannya untuk memberikan produk dan jasa yang terbaik, berdasarkan kehendak Allah dalam,

---

<sup>1</sup> Malayu S.P. Hasibuan, Manajemen Sumber Daya Manusia, (Jakarta:PT. Bumi Aksara, 2023), hlm.1

QS. Al-Baqarah ayat 267.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغِصُّوهُ فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

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

Manajemen pemasaran menurut Philip Kotler dan Keller adalah analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memepertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud mencapai tujuan-tujuan organisasi. Sedangkan manajemen pemasaran merupakan sebuah seni dan ilmu yang memiliki target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar itu serta mempertahankan dan mengembangkan pelanggan dengan menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan keunggulan atau kelebihan suatu nilai kepada pelanggan.<sup>2</sup> Menurut Basu Swatha Irawan

---

<sup>2</sup> Apri Budianto, Manajemen Pemasara, (Yogyakarta: Ombak, 2020),

manajemen pemasaran adalah sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan keinginan serta kebutuhan melalui proses pertukaran.

Berdasarkan dari gagasan pemikiran di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi dan pengawasan kegiatan pemasaran oleh perusahaan untuk mewujudkan tujuantujuan individual dan organisasi. Adapun manajemen pemasaran Bank Syariah tentunya manajemen pemasaran bank yang berprinsip atau kaidah dan teknik manajemen terdapat relevansinya dengan Al-Qur'an atau Hadist antara lain amar ma'ruf nahi munkar, kewajiban menegakkan kebenaran, keadilan, menyampaikan amanah dan jujur.<sup>3</sup>

## **2. Prinsip Dasar Manajemen Perbankan Syariah**

Prinsip dasar didalam pengelolaan atau manajemen perbankan syariah adalah segala bentuk pengoperasiannya berlandaskan pada ketentuan-ketentuan yang berasas hukum syariat Islam dan juga berdasarkan berbagai fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah. Pada umumnya bank syariah merupakan lembaga

---

hlm 16

<sup>3</sup> Basu Swastha, Azas-Azas Marketing, (Yogyakarta: Liberty, 2021), hlm 5

keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa lain dalam lalu lintas pembayaran peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu bank akan selalu berkaitan dengan masalah modal dan pembiayaan. Untuk memenuhi kebutuhan modal dan pembiayaan, bank syariah prinsip dasar memiliki ketentuan yang berbeda dengan bank konvensional.<sup>4</sup>

Ayat Al-Qur'an yang Mendukung Prinsip Pemasaran Bank Syariah adalah QS. An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "Hai, orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil".

Ayat ini menjadi dasar larangan praktik-praktik haram dalam transaksi, seperti penipuan atau praktik yang merugikan salah satu pihak dalam proses pemasaran bank syariah.<sup>5</sup>

Ketentuan-ketentuan tersebut tercermin dalam Prinsip-prinsip dasar manajemen operasional yang digunakan dalam pelaksanaannya menurut Ismail Nawawi

---

<sup>4</sup> Khaerul Umam, Manajemen Perbankan Syariah, (Bandung: Pustaka Setia, 2023), hlm 82.

<sup>5</sup> Kementerian Agama RI. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.

Uha (Haisun) dalam bukunya “Manajemen Perbankan Syariah”, yang antara lain yaitu:

1. Prinsip Titipan atau Simpanan (Al-Wadi’ah) Prinsip wadi’ah yang diterapkan adalah wadi’ah yad dhamanah yang diterapkan pada produk rekening giro, karena pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan tersebut sehingga boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.
2. Prinsip Margin (Profit Sharing) Prinsip margin merupakan karakteristik dan dasar pelaksanaan bagi operasional perbankan syariah. Prinsip margin dapat dilakukan dengan kerjasama, yaitu: al-Musyarakah, al-Mudharabah, al-Muzara’ah, al-Musaqah. Namun prinsip yang sering dipakai adalah al-Musyarakah dan al-Mudharabah, karena al-Muzara’ah dan al-Musaqah khusus digunakan untuk pembiayaan sektor pertanian oleh beberapa bank syariah.
3. Prinsip Jual Beli (Sale and Purchase)
  - a. Bai’al-Murabahah, yaitu jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan atau margin yang disepakati.
  - b. Bai’al-Istishna’, yaitu kontrak penjual antara pembeli dengan pembuat barang. Pembuat barang menerima pesanan dari pembeli. Kedua belah pihak bersepakat atas harga serta sistem

pembayaran.<sup>6</sup>

c. Bai' as-Salam, yaitu transaksi jual beli dimana spesifikasi dan harga pesanan harus disepakati diawal sedangkan pembayaran dilakukan dimuka secara penuh dan tanpa ada paksaan.

4. Prinsip Sewa/Ijarah (*Optional Lease and Financial Lease*), merupakan pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri, baik menggunakan Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik (IMBT), Musyarakah Mutanaqisah, ataupun Leasing Syariah. Prinsip Jasa (Fee-Based Service), didalam prinsip jasa model yang digunakan terkait dengan transaksi transaksi adalah alWakalah, al-Kafalah, al-Hawalah, ar-Rahn, dan al-Qard.<sup>7</sup>

### **3. Jenis Strategi Pemasaran Perbankan Syariah**

Menurut Nur Rianto, Pada prinsipnya ada lima jenis strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perbankan, yaitu:

a. Strategi Penetrasi Pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini (lama) melalui promosi dan distribusi

---

<sup>6</sup> Ismail Nawawi, Manajemen Perbankan Syariah, (Jakarta: VIV Pres, 2024), hlm 117

<sup>7</sup> Nur Rianto, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah (Jakarta: Alfabeta, 2022). 60

secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban. Perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara lamban agar mampu tumbuh secara cepat.

- b. Strategi Pengembangan Produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Inovasi dan kreativitas dalam menciptakan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Pihak bank selalu melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada nasabah yang dapat membantu memudahkan proses transaksi nasabah. Perusahaan tiada henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi terhadap kebutuhan pasar tersebut. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, menghidupkan kembali pertumbuhan dari simpanan yang sudah lesu, menandingi penawaran baru dari perusahaan pesaing yang menawarkan produk baru terhadap nasabah, memanfaatkan teknologi baru.
- c. Strategi Pengembangan Pasar Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka atau

mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru. Manajemen menggunakan strategi ini bilamana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.<sup>8</sup>

- d. Strategi Integrasi Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para bank yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal, yaitu penggabungan bank-bank.
- e. Strategi Diversifikasi Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi yang dimaksud di sini adalah bank memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perbankan yang dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat (korporat).

Surat Al-Baqarah ayat 278-279 berisi perintah untuk meninggalkan sisa riba dan ancaman bagi yang tidak melaksanakannya. Maka agar terhindar dari riba harus ada manajemen pemasaran bank secara syariah.

---

<sup>8</sup> Ismail Nawawi, Manajemen Perbankan Syariah, (Jakarta: VIV Pres, 2024), hlm 117

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman.”<sup>9</sup>

فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتِمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا

تُظْلَمُونَ وَلَا تَظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya: “Jika kamu tidak melaksanakannya, maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Tetapi jika kamu bertobat, maka kamu berhak atas pokok hartamu; kamu tidak menzalimi dan tidak (pula) dizalimi”.

Ayat-ayat ini menegaskan larangan riba dan memberikan peringatan keras bagi yang tidak mengindahkan larangan tersebut. Namun, jika bertobat dan meninggalkan riba, maka mereka berhak atas pokok harta mereka dan tidak ada kerugian atau kezhaliman.

## **B. Keputusan Nasabah**

### **1. Pengertian Keputusan Nasabah**

Menurut UU RI NO 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau UUS. Pada Undang-Undang Perbankan Nasabah dibedakan menjadi beberapa klasifikasi yaitu:

---

<sup>9</sup> Karim, A. A. (2014). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers

1. Nasabah penyimpan, adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau UUS dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara Bank Syariah atau UUS dan nasabah yang bersangkutan.
2. Nasabah Investor, adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau UUS dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara Bank Syariah atau UUS dan nasabah yang bersangkutan.
3. Nasabah Penerima Fasilitas, adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan Prinsip Syariah. Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka perusahaan harus mengenal betul karakter nasabah secara umum. Karakter nasabah sulit sekali untuk diidentifikasi, karena penampilan dan profesi tidak selalu dengan konsisten mencerminkan penampilan seseorang.

Perintah untuk menepati janji dan akad, yang berlaku dalam semua transaksi di bank syariah. Surat Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُشَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ

مُحَلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu, dengan tidak menghalalkan pemburuan ketika kamu dalam keadaan ihram. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sebagaimana yang dikehendaki-Nya"<sup>10</sup>

## 2. Indikator-indikator Keputusan Nasabah

Proses keputusan pembelian terdiri dari lima indikator yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian.<sup>11</sup> Indikator secara rinci dapat diuraikan yaitu :

- (1) Pengenalan masalah, proses pengambilan diawali ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Pemasar harus mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.
- (2) Pencarian informasi, seorang konsumen sering mencari jumlah informasi yang terbatas. Salah satu faktor kunci bagi pemasar adalah sumber informasi utama yang dipertimbangkan konsumen, dan dinamika pencarian.
- (3) Evaluasi alternatif, ada beberapa konsep dasar dalam proses evaluasi. Pertama, konsumen berusaha

---

<sup>10</sup> M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah, Jakarta: Lentera Hati, 2002, Tafsir QS. Al-Ma'idah [5]:1.

<sup>11</sup> Undang-Undang Republik Indonesia tentang Bank Indonesia dan Perbankan Syariah, (Bandung: Citra Umbara, 2020), hal. 442

memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini.

- (4) Keputusan pembeli, dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai.
- (5) Perilaku pasca pembelian, setelah pembelian, konsumen mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung kepuasannya. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan-tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat masyarakat.

Surat An-Nisa ayat 29 berisi larangan memakan harta orang lain dengan cara yang batil (tidak benar) dan larangan membunuh diri sendiri atau orang lain. Ayat ini juga memberikan pengecualian bahwa harta boleh diperoleh melalui perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka. Berikut bunyi lengkap Surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." <sup>12</sup>

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas:<sup>13</sup>

a. Kesesuaian dengan Prinsip Syariah

Produk gadai emas di BSI menggunakan akad rahn yang sesuai dengan prinsip syariah Islam, bebas riba, gharar, dan maisir. Kesesuaian ini menjadi faktor utama bagi nasabah muslim karena memberikan rasa aman, kehalalan transaksi, serta ketenangan batin dalam bertransaksi keuangan.

b. Kebutuhan Dana Mendesak

Sebagian besar nasabah menggunakan gadai emas karena kebutuhan dana yang bersifat cepat dan mendesak, seperti biaya pendidikan, kesehatan, modal

---

<sup>12</sup> Karim, A. A. (2014). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers

<sup>13</sup> Kasmir. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), h. 87

usaha, atau kebutuhan rumah tangga. Gadai emas dipilih karena prosesnya cepat dan persyaratannya relatif mudah.

c. Proses yang Cepat dan Mudah

Kemudahan prosedur, mulai dari persyaratan administrasi yang sederhana hingga pencairan dana yang cepat, sangat mempengaruhi keputusan nasabah. Nasabah cukup membawa emas dan identitas diri tanpa harus melalui proses analisis kredit yang rumit.

d. Nilai Taksiran yang Kompetitif

Besarnya nilai taksiran emas dan jumlah pembiayaan yang mencapai 80–90% dari nilai emas menjadi daya tarik utama. Nasabah cenderung memilih lembaga yang memberikan nilai pembiayaan lebih tinggi dengan risiko yang tetap terjaga.

e. Biaya yang Terjangkau

Biaya penitipan (ujrah) yang relatif rendah dan transparan dibandingkan lembaga gadai konvensional turut memengaruhi keputusan nasabah. Kejelasan biaya sejak awal menumbuhkan rasa kepercayaan dan menghindari persepsi adanya praktik riba.

## C. Nilai Taksiran Emas

### 1. Pengertian Nilai Taksiran Emas

Nilai taksiran emas merujuk pada penilaian atau estimasi yang dilakukan oleh lembaga keuangan terhadap emas yang dijadikan sebagai jaminan dalam produk gadai emas. Penilaian ini sangat penting karena nilai taksiran menentukan berapa jumlah pinjaman yang bisa diberikan kepada nasabah dengan menggunakan emas sebagai agunan.

Surat At-Taubah merupakan salah satu surat dalam Al-Quran yang penuh dengan hikmah dan petunjuk bagi umat manusia. Ayat 34 dari surat ini memberikan pelajaran berharga tentang kebijaksanaan dalam menggunakan kekuasaan serta menegaskan bahwa kekayaan dan kekuasaan sejati hanya ada pada Allah semata.

Ayat 34 Surat At-Taubah berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَخْبَارِ وَالرَّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبُطْلِ وَيَصُورُونَ عَن سَبِيلِ

اللَّهِ ۗ وَالَّذِينَ يَكْتُمُونَ النَّهْبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُمْسِكُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُم بِعَذَابٍ أَلِيمٍ ﴿٣٤﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya kebanyakan dari ahli kitab dan kaum musyrikin benar-benar tidak akan pernah menyukai kamu. Dan sebenarnya sebahagian dari mereka benar-benar menginginkan supaya kamu menyimpang dari jalan yang benar”.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Al-Qurthubi, Al-Jami' li Ahkam al-Qur'an, Kairo: Dar al-Kutub al-Mishriyyah, 2006, Tafsir QS. At-Taubah [9]:34.

## 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai taksiran emas<sup>15</sup>, seperti:

- a) Harga Pasar Emas: Nilai taksiran emas harus didasarkan pada harga pasar emas saat itu. Harga emas seringkali fluktuatif, mengikuti permintaan dan penawaran di pasar global. Oleh karena itu, lembaga keuangan seperti Bank Syariah Indonesia (BSI) akan melakukan penilaian berdasarkan harga pasar emas yang berlaku.
- b) Kondisi Emas: Penilaian terhadap kondisi fisik emas, seperti keaslian dan kadar kemurnian emas, juga memengaruhi nilai taksiran. Emas yang dalam kondisi baik dan memiliki kadar kemurnian tinggi akan mendapatkan nilai taksiran yang lebih tinggi dibandingkan emas dengan kondisi rusak atau kadar kemurnian rendah.
- c) Peraturan Lembaga Keuangan: Setiap lembaga keuangan, termasuk BSI, memiliki kebijakan internal terkait dengan penilaian emas yang digunakan dalam gadai. Beberapa lembaga mungkin memberikan taksiran yang lebih konservatif, sedangkan yang lain mungkin lebih fleksibel dalam menentukan nilai taksiran.

---

<sup>15</sup> Novita Mega dan Fadli Huda, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Pekalongan," *Neraca*, 4.3 (2022), 45-52. (h. 49).

d) Definisi Operasional Nilai Taksiran Emas: Dalam penelitian ini, nilai taksiran emas dapat diartikan sebagai jumlah nilai pinjaman yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia kepada nasabah yang menggadaikan emas berdasarkan hasil penilaian harga pasar emas, kondisi emas, dan kebijakan internal bank.

### **3. Indikator-indikator yang mempengaruhi nilai taksiran**

#### **1. Jenis Barang**

Kualitas dan jenis barang merupakan faktor utama yang memengaruhi nilai taksiran, seperti emas, berlian, atau barang elektronik yang memiliki nilai taksiran berbeda.

#### **2. Kondisi Barang**

Barang yang terawat baik dan masih berfungsi optimal akan memiliki nilai taksiran yang lebih tinggi.

#### **3. Harga Pasar**

Perubahan harga pasar dapat mempengaruhi nilai taksiran.

#### **4. Tingkat Permintaan**

Jika permintaan tinggi, nilai taksiran bisa lebih tinggi.

#### **5. Faktor Lain**

Faktor lain seperti usia barang, kelangkaan, dan potensi keuntungan di masa depan juga dapat dipertimbangkan dalam penaksiran.

## D. Ujrah

### 1. Pengertian Ujrah

Ujrah adalah imbalan atau biaya yang dikenakan oleh lembaga keuangan syariah atas jasa yang diberikan, dalam hal ini adalah jasa gadai emas. Dalam konsep syariah, ujrah lebih sering dipahami sebagai bentuk imbalan yang tidak berbentuk bunga, melainkan biaya yang disepakati antara kedua belah pihak, yaitu pihak pemberi pinjaman (bank) dan pihak peminjam (nasabah). Ujrah digunakan untuk mengganti biaya operasional bank dalam proses gadai emas.

Ayat Al-Quran yang berkaitan dengan "*ujrah*" (upah atau imbalan) dapat ditemukan dalam beberapa surah, di antaranya: QS. Al-Baqarah ayat 233.

وَالْوَالِدَاتُ يُرْضَعْنَ حَوْلَٰئِن كَامِلِينَ ۖ لِمَنْ أَرَادَ أَنْ يُنْفِقَ ۚ وَعَلَى الْمَوْلُودِ لَهُ رِزْقُهُنَّ  
وَكِسْوَتُهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ ۚ لَا تُكَلَّفُ نَفْسٌ إِلَّا وُسْعَهَا ۚ لَا تُضَارَّ وَالِدَةٌ بِوَالِدِهَا وَلَا مَوْلُودٌ لَهُ بِوَالِدَيْهِ ۚ وَعَلَى  
الْوَارِثِ مِثْلُ ذَلِكَ ۚ فَإِنْ أَرَادَا فِصَالًا عَنْ تَرَاضٍ مِّنْهُمَا وَتَشَاوُرٍ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا ۚ وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ  
تَسْرِعُوا بِوَالِدِكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُم بِالْمَعْرُوفِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا  
تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٢٣٣﴾

Artinya: "Dan ibu-ibu hendaklah menyusui anak-anaknya selama dua tahun penuh, bagi yang ingin menyusui secara sempurna. Dan kewajiban ayah menanggung nafkah dan pakaian mereka dengan cara yang patut. Seseorang tidak dibebani lebih dari kesanggupannya. Janganlah seorang ibu menderita karena anaknya dan jangan pula seorang ayah

(menderita) karena anaknya. Ahli waris pun (berkewajiban) seperti itu pula. Apabila keduanya ingin menyapih dengan persetujuan dan permusyawaratan antara keduanya, maka tidak ada dosa atas keduanya. Dan jika kamu ingin menyusukan anakmu kepada orang lain, maka tidak ada dosa bagimu memberikan pembayaran dengan cara yang patut. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan."<sup>16</sup>

Ayat ini secara umum menjelaskan tentang kebolehan memberikan upah atas jasa yang diberikan, pentingnya memberikan upah yang layak, dan cara yang baik dalam memberikan upah. Ayat ini menjelaskan tentang bolehnya memberikan upah kepada wanita yang menyusui anak, selama dilakukan dengan cara yang patut dan adil.

## **2. Aspek-aspek yang mempengaruhi penetapan ujarah dalam gadai emas antara lain<sup>17</sup>:**

### **a. Durasi Gadai**

Lama waktu nasabah meminjam uang dengan menggunakan emas sebagai jaminan akan memengaruhi jumlah ujarah yang dikenakan. Semakin lama durasi gadai, semakin besar ujarah yang dibebankan kepada nasabah.

---

<sup>16</sup> Ahmad Mustafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi*, Beirut: Dar al-Fikr, 1993, Tafsir QS. Al-Baqarah [2]:233.

<sup>17</sup> A. Zulkarnain, "Ujarah and Services Analysis of Gold Pawn Customer Satisfaction at Mandiri Syariah Bank of Palopo City," *Journal of Institution and Sharia Finance*, 3.2 (2022), 112-118. (h. 115).

b. Nilai Pinjaman

Besar kecilnya jumlah pinjaman yang diterima nasabah dari gadai emas juga memengaruhi besaran ujarah. Semakin besar nilai pinjaman, semakin besar pula biaya ujarah yang dikenakan.

c. Jenis Layanan

Ujarah dapat bervariasi tergantung pada jenis layanan gadai yang digunakan. Misalnya, gadai emas dengan jangka waktu lebih lama atau dengan layanan tambahan seperti pengawasan atau konsultasi akan dikenakan ujarah yang lebih tinggi.

d. Definisi Operasional Ujarah

Dalam konteks penelitian ini, ujarah didefinisikan sebagai biaya atau imbalan yang dikenakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk layanan gadai emas yang diberikan kepada nasabah. Ujarah ini dihitung berdasarkan jumlah pinjaman yang diberikan serta durasi dan jenis layanan yang digunakan nasabah.

### **3. Indikator-indikator ujarah**

1. Penetapan Tarif Ujarah

Besaran ujarah harus ditentukan secara jelas dan disepakati oleh kedua belah pihak (penyedia jasa dan pengguna jasa) pada saat akad.

## 2. Transparansi

Tarif ujah harus disampaikan secara terbuka dan jelas kepada nasabah, termasuk rincian biaya yang dikenakan.

## 3. Kesesuaian dengan Prinsip Syariah

Ujah hanya boleh dikenakan untuk layanan atau kegiatan yang halal dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

## 4. Tidak Mengandung Gharar

Ujah tidak boleh mengandung unsur ketidakpastian atau spekulasi yang dapat merugikan salah satu pihak.

## 5. Kesesuaian dengan Nilai Emas (untuk gadai)

Dalam gadai emas, ujah harus sesuai dengan nilai emas yang berlaku dan tidak melebihi nilai taksiran emas yang digadaikan.

## 6. Biaya Layanan Tetap

Ujah bisa berupa biaya tetap yang dikenakan untuk setiap transaksi atau penggunaan layanan.

# E. Keunggulan Produk

## 1. Pengertian Keunggulan Produk

Keunggulan produk merupakan salah satu faktor strategis yang sangat menentukan dalam keputusan konsumen, termasuk dalam sektor jasa keuangan syariah. Dalam konteks produk gadai emas syariah di Bank

Syariah Indonesia (BSI), keunggulan produk tidak hanya dilihat dari sisi teknis layanan, tetapi juga dari aspek nilai-nilai syariah yang melekat pada produk tersebut. Produk gadai emas di BSI menggunakan skema akad *rahn* dan *ijarah* yang telah difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), sehingga memberikan jaminan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, seperti bebas dari unsur riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), dan maisir (spekulasi). Kejelasan akad ini menjadi keunggulan utama karena menumbuhkan rasa aman dan keyakinan bagi nasabah Muslim dalam menjalankan transaksi keuangan yang sesuai dengan syariat Islam<sup>18</sup>.

Keunggulan yang Terkai Ayat ini menjadi dasar utama bank syariah untuk menghindari praktik riba (bunga), dan menggantinya dengan sistem jual beli dan bagi hasil yang adil yaitu Surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا  
الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَلْيُخَوِّفْ أُمَّهَ رُوهُ  
إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

---

<sup>18</sup> Himmatul Khairi Khadijah Nurani, “The Effect of Sharia Financial Literacy and Sharia Financial Inclusion on the Financial Management of MSMEs in Medan City,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5.1 (2023), 153–163. (h. 155).

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”<sup>19</sup>.

Selain itu, keunggulan produk terlihat dari fleksibilitas layanan yang ditawarkan, seperti kemudahan dalam proses administrasi, pencairan dana yang cepat, jangka waktu yang dapat disesuaikan dengan kemampuan nasabah, dan biaya pemeliharaan barang (ujrah) yang kompetitif. Aspek-aspek ini membentuk persepsi positif nasabah terhadap kenyamanan, efisiensi, dan nilai tambah dari produk gadai emas syariah. Di sisi lain, keterlibatan langsung Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam pengawasan operasional produk turut memperkuat kredibilitas dan akuntabilitas layanan yang diberikan oleh bank<sup>20</sup>.

Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh Metayana dan Wulandari, menunjukkan bahwa keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap

---

<sup>19</sup> Karim, A. A. (2014). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers

<sup>20</sup> Inggit Eka Saputri, 'Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai Emas Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah*, 5.2 (2022), 78–85 (h. 82).

keputusan nasabah dalam memilih layanan keuangan syariah. Nasabah tidak hanya mempertimbangkan keuntungan ekonomis, tetapi juga aspek spiritualitas dan kepercayaan terhadap kesesuaian produk dengan ajaran agama. Dengan demikian, keunggulan produk tidak hanya mencerminkan inovasi layanan dan kualitas teknis, tetapi juga mencerminkan nilai religius yang menjadi landasan utama dalam keputusan keuangan nasabah Muslim. Dalam konteks Bank Syariah Indonesia, semakin kuat persepsi nasabah terhadap keunggulan produk gadai emas, maka semakin besar kecenderungan nasabah untuk memilih dan merekomendasikan produk tersebut<sup>21</sup>.

## **2. Indikator Keunggulan Produk**

Berikut adalah beberapa indikator keunggulan produk yang umum digunakan:

- a. Kinerja (*Performance*): Seberapa baik produk dapat menjalankan fungsinya dan memenuhi kebutuhan pelanggan.
- b. Fitur (*Features*): Karakteristik tambahan atau keistimewaan yang membedakan produk dari pesaingnya.

---

<sup>21</sup> Paham Ginting Ichwan, Perkasa Al Khudri dan Arlina Nurbaity Lubis, "Effect of Products and Images on Customer Decisions in Choosing a Sharia Bank with Religiosity as a Moderating Variable (Case Study on Customers of PT Bank Syariah Mandiri Simalungun Trade Support Branch)," *International Journal of Research*, 9.3 (2021), 45–58

- c. Keandalan (*Reliability*): Kemampuan produk untuk berfungsi dengan baik secara konsisten dari waktu ke waktu, tanpa kerusakan atau kegagalan.
- d. Daya Tahan (*Durability*): Seberapa lama produk dapat digunakan sebelum perlu diganti atau diperbaiki
- e. Spesifikasi yang Sesuai (*Conformance to Specifications*): Seberapa baik produk sesuai dengan standar atau spesifikasi yang dijanjikan.

Dalam Al-Quran, terdapat ayat-ayat yang dapat dikaitkan dengan keunggulan produk, terutama dalam konteks kualitas, kejujuran, dan manfaat. Beberapa ayat tersebut mengajarkan tentang pentingnya memberikan yang terbaik, berdagang dengan jujur, serta memanfaatkan sumber daya alam secara bijaksana.

Surat Al-Baqarah ayat 267 mengajarkan untuk memberikan yang terbaik dari hasil usaha, bukan yang buruk. Surat Al-Baqarah ayat 267 berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ  
 وَلَا تَتَّبِعُوْا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاَخِيْذِهِ اِلَّا اَنْ تُعْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاعْلَمُوْا اَنَّ  
 اَللّٰهَ عَنِّيْ حَمِيْدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Janganlah kamu memilih yang

buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji”.

## **F. Pengaruh Nilai Taksiran Emas, Ujrah, dan Keunggulan Produk terhadap Keputusan Nasabah**

### **1. Pengertian Nilai Taksiran Emas, Ujrah, dan Keunggulan Produk terhadap Keputusan Nasabah**

Keputusan Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan finansial yang diambil oleh nasabah. Nilai taksiran emas yang tinggi dan mendekati harga pasar menjadi daya tarik utama karena menentukan besaran pinjaman yang bisa diperoleh oleh nasabah. Semakin tinggi nilai taksirannya, maka semakin besar pula dana yang bisa diterima, yang tentu akan sangat membantu kebutuhan keuangan nasabah.

Sementara itu, ujrah atau biaya jasa yang dikenakan atas penitipan barang menjadi salah satu komponen biaya yang sangat dipertimbangkan. Ujrah yang wajar, transparan, dan sesuai prinsip syariah akan meningkatkan rasa kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan, karena mereka merasa tidak dirugikan oleh biaya yang tersembunyi.

## **2. Faktor Utama yang Mempengaruhi Nilai Taksiran Emas, Ujrah, dan Keunggulan Produk terhadap Keputusan Nasabah.**

Keputusan nasabah untuk menggunakan produk gadai emas bisa sangat dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu nilai taksiran emas, ujrah, dan keunggulan produk. Ketiganya memainkan peran penting dalam menentukan seberapa menguntungkan produk gadai emas bagi nasabah dan seberapa besar rasa percaya nasabah terhadap lembaga keuangan.<sup>22</sup>

a) Pengaruh Nilai Taksiran Emas: Semakin tinggi nilai taksiran emas, semakin besar jumlah pinjaman yang bisa diterima nasabah. Hal ini dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan produk gadai emas, terutama jika mereka membutuhkan dana dalam jumlah besar. Nilai taksiran yang tepat dan transparan juga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank.

b) Pengaruh Ujrah: Ujrah yang kompetitif dan adil akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga gadai emas. Jika ujrah dianggap terlalu tinggi, nasabah mungkin akan mencari alternatif lain. Sebaliknya, ujrah yang terjangkau dan sesuai dengan

---

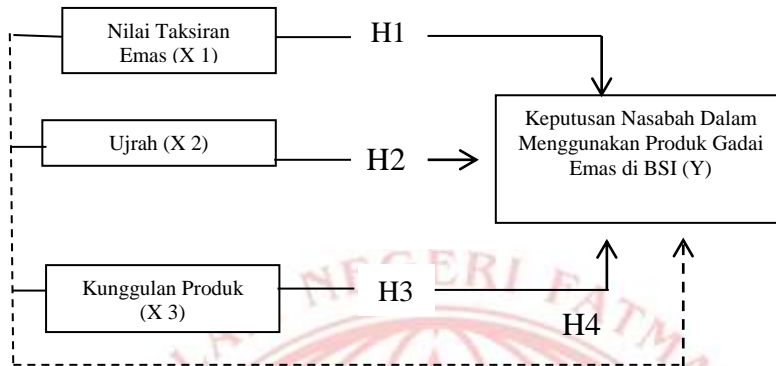
<sup>22</sup> Bana Darwisah Pohan dan Tuty Anggraini, 'The Influence of Deposit Fee And Late Fine On Customer Satisfaction of Bsi Gunung Tua Gold Pawn', *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6.1 (2023), 102–110 (h. 105).

prinsip syariah akan memperkuat keputusan nasabah untuk tetap menggunakan produk gadai emas tersebut. Pengaruh Keunggulan Produk: Keunggulan produk berperan penting dalam memengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan gadai emas. Fitur seperti kejelasan akad syariah, proses cepat, kemudahan administrasi, dan jaminan keamanan barang membuat produk lebih menarik. Selain itu, kepatuhan terhadap prinsip syariah melalui pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS) meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan nasabah. Produk yang unggul secara fungsional dan religius cenderung lebih dipilih karena sejalan dengan kebutuhan praktis dan nilai spiritual nasabah.

### **G. Kerangka Berpikir Penelitian**

Kerangka berfikir adalah susunan konstruksi logika yang diatur dalam rangka menjelaskan variabel yang diteliti. Kerangka ini dirumuskan untuk menjelaskan konstruksi aliran logika untuk mengkaji secara sistematis kenyataan empirik. Kerangka konseptual ini ditujukan untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas dan untuk memperjelas variabel yang diteliti sehingga elemen pengukurnya dapat dirincikan secara konkrit.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Keterangan<sup>23</sup>:

1. Variabel Independen:

X1 : Nilai taksiran emas estimasi harga emas yang digunakan sebagai dasar penentuan jumlah pembiayaan.

X2 : Ujrah biaya jasa yang dikenakan oleh bank untuk penitipan dan pemeliharaan emas selama periode gadai.

X3 : Keunggulan Produk mencakup nilai lebih yang ditawarkan oleh produk gadai emas BSI, baik dari segi prinsip kepatuhan syariah, kemudahan prosedur, kecepatan pencairan dana, keamanan barang jaminan, reputasi institusi, hingga kualitas pelayanan. Produk yang memiliki keunggulan kompetitif secara menyeluruh akan lebih diminati oleh nasabah dan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar keuangan syariah.

<sup>23</sup> Inggit Eka Saputri, 'Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai Emas Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi', Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah, 5.2 (2022), 78–85 (h. 82).

## 2. Variabel Dependen:

Y : Keputusan nasabah-kecenderungan dan faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih produk gadai emas di BSI KC Bengkulu Adam Malik.

## H. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori-teori yang relevan dan penelitian terdahulu, berikut adalah perumusan hipotesis yang jelas, spesifik, dan dapat diuji untuk penelitian ini.<sup>24</sup>

### 1. Variabel Penelitian

#### a. Variabel Independen

Nilai Taksiran (X1): Merujuk pada estimasi nilai barang jaminan (emas) yang ditentukan oleh pihak bank saat nasabah melakukan gadai.

Ujrah (X2): Merupakan biaya jasa atau imbalan yang dikenakan oleh bank atas layanan gadai emas yang diberikan kepada nasabah.

Keunggulan Produk (X3): Mencakup nilai lebih yang ditawarkan oleh produk gadai emas BSI, baik dari segi prinsip kepatuhan syariah, kemudahan prosedur, kecepatan pencairan dana, keamanan barang jaminan, reputasi institusi, hingga kualitas pelayanan.

---

<sup>24</sup> Mulyani Rizki, 'Pengaruh Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Pegadaian Syariah', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah*, 3.1 (2022), 45–52 (h. 47).

## b. Variabel Dependen

Keputusan Nasabah (Y): Merupakan keputusan yang diambil oleh nasabah untuk menggunakan produk gadai emas, yang bisa dipengaruhi oleh nilai taksiran dan ujarah yang ditawarkan oleh pihak bank.

## 2. Hipotesis

### a. Hipotesis Nol (H0)

H0: Nilai taksiran, ujarah, dan keunggulan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di BSI KC Bengkulu Adam Malik.

### b. Hipotesis Alternatif (H1)

H1: Nilai taksiran, ujarah, dan keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di BSI KC Bengkulu Adam Malik.

## 3. Penjelasan Hubungan Antar Variabel

Pengaruh Nilai Taksiran terhadap Keputusan Nasabah ( $X_1 \rightarrow Y$ ) Berdasarkan teori ekonomi perilaku dan teori pengambilan keputusan konsumen, semakin tinggi nilai taksiran yang diberikan oleh pihak bank terhadap emas yang digadaikan, semakin besar kemungkinan nasabah merasa puas dan percaya terhadap produk gadai emas. Hal ini akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan gadai emas tersebut. Nasabah akan

cenderung memilih gadai emas dengan nilai taksiran yang tinggi karena mereka merasa mendapat imbalan yang sebanding dengan nilai barang yang dijaminkan.

Pengaruh Ujrah terhadap Keputusan Nasabah ( $X_2 \rightarrow Y$ ) Menurut teori ekonomi syariah, ujarah yang dikenakan dalam produk gadai emas harus wajar dan sesuai dengan prinsip keadilan. Jika ujarah yang dikenakan terlalu tinggi, nasabah mungkin merasa keberatan atau merasa tidak mendapatkan keuntungan yang sebanding dengan layanan yang diberikan. Sebaliknya, jika ujarah yang dikenakan terjangkau dan transparan, nasabah akan lebih cenderung untuk menggunakan produk gadai emas tersebut.

Pengaruh Keunggulan Produk terhadap Keputusan Nasabah ( $X_3 \rightarrow Y$ ). Dalam teori perilaku konsumen dan pemasaran syariah, keunggulan produk mencerminkan nilai tambah yang dirasakan nasabah dalam menggunakan suatu layanan, seperti kemudahan akses, kecepatan pelayanan, fleksibilitas tenor, dan keamanan barang yang digadaikan. Keunggulan produk menjadi faktor pembeda yang penting di tengah persaingan antar lembaga keuangan syariah. Apabila produk gadai emas di BSI menawarkan fitur-fitur unggulan seperti proses yang cepat, layanan yang ramah, sistem digitalisasi yang memudahkan transaksi, serta jaminan keamanan terhadap emas yang digadaikan, maka nasabah akan merasa lebih percaya dan nyaman. Hal ini

secara langsung mendorong keputusan nasabah untuk memilih dan kembali menggunakan produk tersebut. Sebaliknya, jika produk tidak memiliki keunggulan yang menonjol dibandingkan pesaing, nasabah akan mencari alternatif lain yang dirasa lebih menguntungkan atau sesuai kebutuhan mereka.

4. Hipotesis yang Diuji:

- a. Hipotesis 1 (H1): Semakin tinggi nilai taksiran yang diberikan oleh bank, semakin besar kemungkinan nasabah untuk menggunakan produk gadai emas di BSI KC Bengkulu Adam Malik.
- b. Hipotesis 2 (H2): Semakin rendah ujarah yang dikenakan oleh bank, semakin besar kemungkinan nasabah untuk menggunakan produk gadai emas di BSI KC Bengkulu Adam Malik.
- c. Hipotesis 3 (H3): Semakin unggul fitur dan layanan yang ditawarkan dalam produk gadai emas, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk tersebut di BSI KC Bengkulu Adam Malik.
- d. Hipotesis 4 (H4): Semakin unggul nilai taksiran, ujarah dan fitur dan layanan yang ditawarkan dalam produk gadai emas, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk tersebut di BSI KC Bengkulu Adam Malik.

## 5. Pengujian Hipotesis

Metode Pengujian: Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif dengan survei dan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan antara nilai taksiran dan ujah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas. Hipotesis akan diuji dengan melihat apakah nilai taksiran dan ujah memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap keputusan nasabah.

