

**FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
TERHADAP PEMBIAYAAN MITRA EMAS
BANK JAWA BARAT SYARIAH
KANTOR CABANG PEMBANTU JEMBATAN MERAH,
KOTA BOGOR, JAWA BARAT**

Nina Mulniasari¹, Rully Trihantana², Ria Kusumaningrum³.

^{1, 2, 3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor

¹ninamulniasari2501@gmail.com, ²rully.trihantana@febi-inais.ac.id,

³ria.kusumaningrum@febi-inais.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of factors consisting of cultural, social, personal, psychological, reference, and economic factors on people's interest in choosing Mitra Emas Financing at BJB Syariah KCP Jembatan Merah. The type of research used in this thesis is a quantitative method. The processed data is in the form of partial and simultaneous data. Data analysis techniques used in this study using observation and questionnaires, data processing using SPSS. Based on the result of the study, it showed that culture ((X1), social (X2), personal (X3), psychological (X4), reference (X5), economics(X6), had an effect on Public Interest in BJB Syariah KCP Jembatan Merah Gold Partners Financing. This is evidenced by the value of t count > t table. Therefore H_0 is rejected and H_a is accepted. From the test results on the simultaneous research of cultural, social, personal, psychological, reference, and economic factors and real influence on people's interest in gold partner financing. This is evidenced by the F count > F table (37.477 > 2.29) and the sig value of 0.000 < 0.05. So the calculation shows that the independent variables consist of culture, social, personal, psychological, reference, and economics.

Keywords: Public Interest, Social, Culture, Personal, Psychological, Reference, Economic

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor-faktor yang terdiri dari faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi, referensi, dan Ekonomi terhadap minat masyarakat dalam memilih pembiayaan Mitra Emas di BJB Syariah KCP Jembatan Merah. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif. Data yang diolah berupa data parsial dan simultan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi dan kuisioner, pengolahan data menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil penelitian

menunjukkan bahwa Budaya (X1), Sosial (X2), Pribadi (X3), Psikologi (X4), Referensi (X5), Ekonomi (X6), berpengaruh terhadap Minat Masyarakat terhadap Pembiayaan Mitra Emas BJB Syariah KCP Jembatan Merah. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung $>$ t table. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil uji pada penelitian secara simultan faktor budaya, pribadi, psikologi, ekonomi berpengaruh dan nyata terhadap minat masyarakat terhadap pembiayaan mitra emas. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $>$ F_{tabel} ($37,477 > 2,29$) dan besarnya nilai sig $0,000 < 0,05$ Maka perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Budaya, sosial, pribadi, psikologi, referensi, dan ekonomi.

Kata-kata Kunci: Minat Masyarakat. Sosial, Budaya, Pribadi, Psikologi, Referensi, Ekonomi.

I. PENDAHULUAN

Gadai Emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh pembiayaan secara cepat. Pinjaman gadai emas merupakan fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas dengan kewajiban pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Perkembangan nasabah gadai emas di BJB Syariah KCP Jembatan Merah, Kota Bogor, Jawa Barat, juga dapat dilihat pada tabel di bawah ini. (Kalsum, 2021: 1). Seiring dengan perkembangan zaman, BJB Syariah merupakan lembaga keuangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat saat ini, karena prinsip dan operasionalnya berdasarkan pada Syariat Islam yang tentunya terlepas dari *Maysir*, *Gharar*, dan *Riba* (Nasution, 2021: 1). Dari beberapa lembaga keuangan syariah yang ada salah satunya adalah perbankan syariah, terdapat tiga fungsi perbankan dalam bank syariah, yaitu penghimpunan dana, penyalur/pembiayaan, dan jasa layanan. Uang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, akan tetapi terkadang uang yang kita miliki tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan sehingga harus meminjam atau menjual barang berharga

seperti emas. Untuk mengatasi kesulitan tersebut, dimana kebutuhan dapat terpenuhi tanpa harus kehilangan emas, maka masyarakat dapat menjaminkan emasnya melalui produk mitra emas iB masalah di bank BJB Syariah.

Emas merupakan logam mulia yang saat ini banyak disukai semua orang, terutama kaum perempuan. Karena bagi mereka, emas merupakan sesuatu yang wajib dimiliki dan di gunakan. Emas memiliki berbagai manfaat dalam kehidupan, diantaranya adalah sebagai investasi jangka panjang karena memiliki nilai yang stabil sehingga tidak terlalu besar dampaknya terhadap kurs mata uang asing. Emas adalah barang berharga yang dapat dipakai jaminan dalam melakukan utang piutang sesuai syariah dengan cara gadai (*Rahn*), bank BJB Syariah KCP jembatan merah membuat satu produk gadai syariah yang diberi nama mitra emas iB masalah, emas tersebut ditempatkan dalam penguasaan dan pemeliharaan bank BJB Syariah, dan atas pemeliharaan tersebut bank BJB Syariah mengenakan biaya pemeliharaan emas atau *ujroh* atas dasar prinsip *ijarah*.

Mitra Emas iB Masalah hadir sebagai solusi keuangan terbaik bagi

nasabah maupun non nasabah Bank BJB Syariah ketika membutuhkan uang tunai, tanpa harus kehilangan emas sebagai investasi yang berharga. Mitra Emas iB Masalah yang ada di Bank BJB Syariah menggunakan 3 akad, yaitu Akad *Rahn*, *Qardh* dan *Ijarah*. *Ar-rahn* atau *rahn* merupakan perjanjian penyerahan barang yang digunakan sebagai agunan untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan. Beberapa ulama mendefinisikan *rahn* sebagai harta yang oleh pemiliknya digunakan sebagai jaminan utang yang bersifat mengikat. *Rahn* juga diartikan sebagai jaminan utang yang bersifat mengikat. *Rahn* juga diartikan sebagai jaminan terhadap utang yang mungkin dijadikan sebagai pembayar kepada pemberi utang baik seluruhnya atau sebagian apabila pihak yang berutang tidak mampu melunasinya.

Dalam Islam, *rahn* atau jaminan itu dapat dijual atau dihargai apabila dalam waktu yang telah diperjanjikan oleh kedua pihak, tidak dapat dilunasi. Hak pemberi jaminan akan muncul pada saat debitur tidak mampu melunasi kewajibannya. Akad *rahn* diperbolehkan karena banyak kemaslahatannya (faedah maupun manfaat) yang tergantung dalam rangka hubungan antar sesama manusia. *Qardh* merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah dalam membantu pengusaha kecil. Pembiayaan *qardh* diberikan tanpa adanya imbalan. *Qardh* juga merupakan pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali sesuai dengan jumlah uang yang dipinjamkan, tanpa adanya tambahan atau imbalan yang diminta oleh bank syariah. *Ijarah* merupakan kontrak antara bank syariah sebagai pihak yang menyewakan barang dengan nasabah sebagai penyewa, dengan menentukan biaya sewa yang disepakati

oleh pihak bank dan pihak penyewa.

Setiap orang mempunyai skala minat dalam menentukan barang dan jasa, minat atau selera adalah sebuah konsep yang digunakan dalam ilmu sosial, khususnya ekonomi. Minat juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk, barang, atau jasa yang dikonsumsi. Dengan demikian minat dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen/nasabah. Minat yang dimiliki oleh konsumen dalam hal ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap pembiayaan mitra emas. Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang telah peneliti uraikan maka di dapat pertanyaan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Faktor-Faktor Minat Masyarakat mempengaruhi secara parsial terhadap Pembiayaan Mitra Emas BJB Syariah KCP Jembatan Merah?
2. Apakah Faktor-Faktor Minat Masyarakat mempengaruhi secara simultan terhadap Pembiayaan Mitra Emas BJB Syariah KCP Jembatan Merah?

II. TINJAUAN PUSTAKA.

II.1. Bank Syariah.

Menurut (Supriyadi, 2017: 3) Bank syariah merupakan bank yang memiliki ciri khusus dalam operasionalnya dengan menerapkan syariah yaitu berbagi keuntungan dan kerugian baik dalam penghimpunan dana dan pembiayaan maupun dalam produk jasa. Menurut (Andi, 2010: 92) Bank syariah tidak hanya bank bebas bunga, tetapi memiliki orientasi pencapaian sejahtera. Secara *fundamental*

terdapat beberapa karakteristik bank syariah, yaitu:

1. Penghapusan riba,
2. Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran sosio- ekonomi islam.
3. Bank syariah bersifat *universal* yang merupakan gabungan dari bank
4. *komersial* dan bank investasi.
5. Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi pada penyertaan modal karena bank *komersial* syariah menerapkan *profit-loss sharing* dalam konsinyasi, ventura, bisnis atau industri.
6. Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dan pengusaha.
7. Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi *likuiditasnya* dengan memanfaatkan *instrumen* pasar uang antar bank syariah dan *instrumen* pasar uang antar bank syariah dan *instrumen* bank sentral berbasis syariah.

II.2. Pembiayaan Syariah,

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, kemudian direvisi menjadi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk

mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu yang sudah ditentukan dengan sebuah imbalan atau bagi hasil. Pembiayaan adalah pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan definisi unit. Atau dapat dikatakan sebagai penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang tagihan tersebut setelah jangka tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Pembiayaan adalah kerjasama antara lembaga dan nasabah dimana lembaga sebagai fungsi untuk menghasilkan usahanya atau pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan definisi unit. (Antonio, 2001: 60). Sifat penggunaan pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal yaitu:

1. Pembiayaan produktif.
2. Pembiayaan konsumtif.

Tujuan pembiayaan adalah untuk meningkatkan kesempatan kerja dan kesejahteraan ekonomi sesuai dengan nilai-nilai Islam dan dilaksanakan perbankan syariah terkait dengan *stake holder*, adalah sebagai berikut:

1. *Profitability* (mencari keuntungan)
2. *Safety* (Keamanan)
3. Membantu Usaha Nasabah
4. Membantu Pemerintah.

Menurut Muhammad Syafi'i Antonio (2017: 162), pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi pembiayaan didalam perekonomian, perdagangan, dan keuangan dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Pembiayaan dapat meningkatkan *utility* (daya guna) dari modal/uang.

2. Pembiayaan meningkatkan *utility* (daya guna) suatu barang.
3. Pembiayaan meningkatkan peredarandari lalu lintas barang.
4. Pembiayaan menimbulkan gairah usaha masyarakat.
5. Pembiayaan sebagai alat stabilisasi ekonomi.

II.3. Gadai Syariah.

Menurut (Nopriansyah, Waldi, 2019: 48), gadai adalah suatu hak yang diperoleh kreditur atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh kreditur, atau oleh kuasanya, sebagai jaminan atas utangnya, dan yang memberi wewenang kepada kreditur untuk mengambil pelunasan piutangnya dan barang itu dengan mendahului kreditur-kreditur untuk mengambil pelunasan piutangnya dan barang itu dengan mendahului kreditur-kreditur lain; dengan pengecualian biaya penjualan sebagai pelaksanaan putusan atas tuntutan mengenai pemilikan atau penguasaan, dan biaya penyelamatan barang itu, yang dikeluarkan setelah barang itu sebagai gadai dan yang harus didahulukan. Menurut (Sulpitra, 2018: 7) bahwa gadai syariah (*rahn*) adalah menahan salah satu harta milik nasabah atau *rahn* sebagai barang jaminan atau *murhun* atas hutang/pinjaman atau *marhun bih* yang diterimanya. *Marhun* tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan atau penerima gadai atau *murtahin* memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.

Transaksi gadai menurut syariah haruslah syarat tertentu, yaitu:

1. *Rahn* dan *murtahin* dengan syarat-syarat kemampuan juga berarti kelayakan seseorang untuk melakukan transaksi pemilikan,

setiap orang yang sah melakukan jual beli sah melakukan gadai.

2. *Sighat* dengan syarat tidak boleh terkait dengan masa yang akan datang.
3. Utang (*marhun bih*) dengan syarat harus merupakan hak yang wajib diberikan atau diserahkan kepada pemilikinya, memungkinkan pemanfaatannya bila sesuatu yang menjadi 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.
4. Barang (*marhun*) dengan syarat harus bisa diperjualbelikan, harus berupa hartayang bernilai, *marhun* harus bisa dimanfaatkan secara syariah, harus diketahui keadaan fisiknya, harus dimiliki oleh *rahn* setidaknya harus seizin pemilikinya.

II.4. Gadai Emas.

Menurut (Nurvianti, 2020: 22) Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh pembiayaan secara cepat. Pinjaman gadai emas merupakan fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas dengan kewajiban pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Dalam pelaksanaan gadai emas, jaminan berupa emas yang diberikan kemudian disimpan dalam penguasaan atau pemeliharaan bank dan atas penyimpanan tersebut nasabah diwajibkan untuk membayar biaya sewa. Selain itu, dalam melaksanakan produk gadai emas bank syariah juga harus memperhatikan unsur- unsur kepercayaan, kesepakatan, jangka waktu, dan risiko yang mungkin akan terjadi.

II.5. Budaya.

Menurut (Binford, 1968: 323) Budaya adalah sistem (dari pola-pola tingkah laku yang diturunkan secara sosial) yang bekerja menghubungkan komunitas secara sosial) yang bekerja menghubungkan komunitas manusia dengan lingkungan ekologi mereka. Dalam “cara- hidup- komuniti” ini termasuklah teknologi dan bentuk organisasi ekonomi, pola-pola menetap, bentuk pengelompokan sosial dan organisasi politik, kepercayaan dan praktik keagamaan, dan seterusnya. Bila budaya dipandang secara luas sebagai sistem tingkahlaku yang khas dari suatu penduduk, satu penyambung dan penyalaras kondisi-kondisi badaniah manusia, maka perbedaan pandangan mengenai budaya sebagai pola- pola untuk (*pattern-of*) atau pola-pola untuk (*pattern-for*) adalah soal kedua.

II.6. Sosial.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia kata sosial berarti berkenaan dengan masyarakat, dimana dirasa perlu adanya komunikasi antar individu. Dari kata di atas dapat dilihat bahwa arti dari kata sosial terdapat dua arti yaitu yang pertama berkenaan dengan masyarakat dan yang kedua berkenaan dengan kepentingan umum (suka menolong, menderma, dan sebagainya).

II.7. Pribadi.

Menurut (Yosep, sutini 2018: 90) mendefinisikan pribadi adalah suatu organisasi yang dinamis dari sistem psiko-fisik individu yang menentukan tingkah laku dan pemikiran individu secara khas. Terjadinya interaksi psiko-fisik mengarahkan tingkah laku manusia. Maksud dinamis pada pengertian tersebut adalah perilaku yang mungkin saja

berubah-ubah melalui proses pembelajaran atau melalui pengalaman-pengalaman.

II.8. Psikologi.

Menurut (Suastrini, 2021: 17) Psikologi adalah rangsangan pemasaran dan lingkungan yang memasuki kesadaran konsumen, dan sekumpulan proses psikologis yang dikombinasikan dengan karakteristik konsumen tertentu membentuk proses pengambilan keputusan, dalam keputusan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya konsumen juga dipengaruhi oleh faktor psikologisnya.

II.9. Referensi.

Dalam perspektif pemasaran, kelompok referensi adalah kelompok yang berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi. Menurut (Azwar, 2017: 7) kelompok referensi adalah individu atau sekelompok orang yang dianggap memiliki relevansi yang signifikan pada seseorang dalam hal mengevaluasi, memberikan aspirasi, atau dalam berperilaku. Dari pernyataan di atas dapat dikatakan, kelompok referensi merupakan individu atau kelompok yang memberikan pengaruh terhadap pembelian suatu produk.

II.10. Ekonomi.

Menurut (Gilarso, 2004: 15) Ekonomi atau economic dalam banyak literatur ekonomi disebutkan berasal dari bahasa Yunani yaitu kata Oikos atau Oiku dan Nomos yang berarti peraturan rumah tangga. Dengan kata lain pengertian ekonomi adalah semua yang menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan perikehidupan dalam rumah tangga tentu saja yang dimaksud dan dalam perkembangannya kata rumah tangga bukan hanya sekedar merujuk pada satu

keluarga yang terdiri dari suami, isteri dan anak-anaknya, melainkan juga rumah tanggayang lebih luas yaitu rumah tangga bangsa, negara dan dunia. Secara umum, bisa dibidang bahwa ekonomi adalah sebuah bidang kajian tentang pengurusan sumber daya material individu, masyarakat, dan negara untuk meningkatkan kesejahteraan hidup.

II.11. Minat.

Menurut (Tampubolon, 1991: 41) minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi. Minat juga dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk tertarik atau terdorong memperhatikan seseorang, suatu barang, atau kegiatan dalam bidang-bidang tertentu. Sedangkan menurut (Djaali, 2008: 121) bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri.

III. METODE PENELITIAN.

III.1. Jenis Penelitian.

Menurut (Sugiono, 2013: 17) Metode kuantitatif merupakan metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu kongkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Sedangkan metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksud untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal-hal lain yang sudah disebutkan yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif bertujuan untuk memberikan penjelasan secara terperinci tentang bagaimana minat masyarakat mengajukan pembiayaan Mitra Emas di Bank BJB Syariah KCP Jembatan

Merah.

III.2. Waktu dan Tempat Penelitian.

Tempat Penelitian ini dilaksanakan pada Bank BJB Syariah KCP Jembatan Merah Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan bulan Juni tahun 2022 dan diarahkan untuk mengumpulkan data yang mendukung untuk menjawab permasalahan yang telah diungkapkan di atas. Penelitian ini diarahkan pada Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Pembiayaan Mitra Emas pada Bank BJB Syariah KCP Jembatan Merah (Studi Nasabah BJB Syariah KCP Jembatan Merah).

III.3. Teknik Pengumpulan Data.

Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kuisisioner.

Kuisisioner merupakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden, yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden (Anwar, 2009: 168). Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuisisioner kepada para nasabah yang sudah mengajukan Pembiayaan Mitra Emas BJB Syariah KCP Jembatan Merah. Bentuk pertanyaan dalam kuisisioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah disediakan. Pertanyaan-pertanyaan dalam angket diukur dengan menggunakan skala likert dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel III.1.
Skor pada Angket

Alternatif Jawaban	Kode	Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Kurang Setuju	KS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber. Data Diolah 2022

2. Studi Dokumen.

Teknik pengumpulan data melalui literatur-literatur terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini dan menjadikannya sebagai sumber rujukan atau pustaka.

III.4. Populasi dan Sampel.

Populasi yang diambil peneliti adalah nasabah yang sudah mengajukan Pembiayaan Mitra Emas BJB Syariah KCP Jembatan Merah. Sampel dalam penelitian ini yaitu bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian, atau sampel merupakan sebagian dari seluruh elemen yang menjadi objek penelitian. Adapun teknik sampel data penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dimana teknik ini adalah teknik pengambilan dengan memberikan beberapa ciri-ciri atau kriteria yang harus dimiliki oleh calon responden. Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu Nasabah BJB Syariah KCP Jembatan Merah yang berusia 17-20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun dan, >40 tahun, karena responden tersebut sudah dianggap memiliki pengetahuan yang cukup mengenai pembiayaan mitra emas/gadai emas. Penelitian menggunakan 30 responden sebagai ukuran sampel. Menurut Roscoe dalam buku (Sugiyono, 2016: 90) ukuran sampel yang layak dalam

penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

III.5. Analisis Data Penelitian.

Analisi data penelitian ini terbagi dalam beberapa tahap seperti tersebut di bawah ini:

1. Uji Instrumen.
 - a. Uji Validitas.
 - b. Uji Reliabilitas.
2. Uji Asumsi Klasik.
 - a. Uji Normalitas.
 - b. Uji Heterokedastisitas.
 - c. Uji Multikoleniaritas.
 - d. Uji Autokorelasi.
3. Uji Hipotesis.
 - a. Analisis Regresi Linear Berganda
 - b. Uji Parsial (Uji - t)
 - c. Uji Simultan (Uji F)
 - d. Uji Koefisien Determinasi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.

IV.1. Hasil Penelitian.

IV.1.1. Karakteristik Responden.

Nasabah dalam responden ini adalah Nasabah BJB Syariah KCP Jembatan Merah Kota Bogor yang berjumlah 50 responden. Dalam penelitian ini selanjutnya dapat diperinci berdasarkan jenis kelamin, usia, status, pendidikan terakhir, penghasilan perbulan, domisili.

IV.1.2. Uji Instrumen.

IV.1.2.1. Uji Validitas.

Dalam pengujian validitas, peneliti menyebar 30 kuisisioner sebagai sampel yang berisi 35 pernyataan dari enam variabel. Setiap variabel berisi lima item dengan

memakai skala likert yang diberikan kepada Nasabah BJB Syariah KCP Jembatan Merah. Pengolahan data dilakukan menggunakan *software SPSS Statistic 26*.

IV.1.2.1.1. Variabel Budaya (X1).

Hasil uji validitas pada variabel Budaya (X1) di atas diketahui bahwa terdapat lima (5) item pernyataan yang valid (X1.1, X1.2, X1.3, X1.4, X1.5), yang diukur dengan membandingkan nilai Rhitung dari masing-masing item pernyataan terhadap nilai Rtabel (0.361). Dari kelima item pernyataan yang valid (lulus uji validitas) tersebut dapat dikatakan layak dan dapat dilanjutkan kedalam pengujian selanjutnya.

IV.1.2.1.2. Variabel Sosial (X2).

Hasil uji validitas pada variabel Sosial (X2) di atas diketahui bahwa terdapat lima (5) item pernyataan yang valid (X2.1, X2.2, X2.3, X2.4, X2.5), yang diukur dengan membandingkan nilai Rhitung dari masing-masing item pernyataan terhadap nilai Rtabel (0.361). Dari kelima item pernyataan yang valid (lulus uji validitas) tersebut dapat dikatakan layak dan dapat dilanjutkan kedalam pengujian selanjutnya.

IV.1.2.1.3. Variabel Pribadi (X3).

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel Pribadi (X3) di atas diketahui bahwa terdapat lima (5) item pernyataan yang valid (X3.1, X3.2, X3.3, X3.4, X3.5), yang diukur dengan membandingkan nilai Rhitung dari masing-masing item pernyataan terhadap nilai Rtabel (0.361). Dari kelima item pernyataan yang valid (lulus uji validitas) tersebut dapat dikatakan layak dan dapat dilanjutkan kedalam pengujian selanjutnya.

IV.1.2.1.4. Variabel Psikologi (X4).

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel Psikologi (X4) di atas diketahui bahwa terdapat lima (5) item pernyataan yang valid (X4.1, X4.2, X4.3, X4.4, X4.5), yang diukur dengan membandingkan nilai Rhitung dari masing-masing item pernyataan terhadap nilai Rtabel (0.361). Dari kelima item pernyataan yang valid (lulus uji validitas) tersebut dapat dikatakan layak dan dapat dilanjutkan kedalam pengujian selanjutnya.

IV.1.2.1.5. Variabel Referensi (X5).

Berdasarkan Tabel hasil uji validitas pada variabel Referensi (X5) di atas diketahui bahwa terdapat lima (5) item pernyataan yang valid (X5.1, X5.2, X5.3, X5.4, X5.5), yang diukur dengan membandingkan nilai Rhitung dari masing-masing item pernyataan terhadap nilai Rtabel (0.361). Dari kelima item pernyataan yang valid (lulus uji validitas) tersebut dapat dikatakan layak dan dapat dilanjutkan kedalam pengujian selanjutnya.

IV.1.2.1.6. Variabel Ekonomi (X6).

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel Ekonomi (X6) di atas diketahui bahwa terdapat lima (5) item pernyataan yang valid (X6.1, X6.2, X6.3, X6.4, X6.5), yang diukur dengan membandingkan nilai Rhitung dari masing-masing item pernyataan terhadap nilai Rtabel (0.361). Dari kelima item pernyataan yang valid (lulus uji validitas) tersebut dapat dikatakan layak dan dapat dilanjutkan kedalam pengujian selanjutnya.

IV.1.2.1.7. Variabel Minat Masyarakat.

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel Minat Masyarakat (Y) di atas diketahui bahwa terdapat lima (5) item pernyataan yang valid (Y.1, Y.2, Y.3, Y.4,

Y.5), yang diukur dengan membandingkan nilai Rhitung dari masing-masing item pernyataan terhadap nilai Rtabel (0.361). Dari kelima item pernyataan yang valid (lulus uji validitas) tersebut dapat dikatakan layak dan dapat dilanjutkan ke dalam pengujian selanjutnya.

IV.1.3. Uji Reliabilitas.

Tabel IV.1. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X ₁	0.556	Reliabel
X ₂	0.803	Reliabel
X ₃	0.267	Reliabel
X ₄	0.842	Reliabel
X ₅	0.919	Reliabel
X ₆	0.802	Reliabel
Y	0.814	Reliabel

Sumber : Output IBM SPSS
 Statitics 26 yangdiolah, 2022

Berdasarkan hasil uji realibilitas pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai realibilitas yang dicapai pada masing-masing variabel lebih besar dari 0.60 artinya semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

IV.2. Uji Asumsi Klasik.

IV.2.1. Uji Normalitas.

Tabel IV.2.
 Hasil Uji Normalitas SaphireWalk

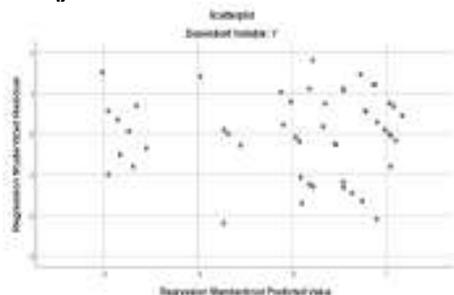
Tests of Normality						
	Kolmogorov - Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Unstandardized Residual	,172	50	,200	,858	50	,200
a. Lilliefors Significance Correction						

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka diperoleh nilai SW = 0.200. Menunjukkan nilai sig lebih besar dari 0,05. Kesimpulan data menyatakan bahwa data didistribusikan normal.

IV.2.2. Uji Multikolonieritas.

Menurut Imam Ghazali (2013: 105) nilai *cutof* yang umum dipakai untuk menunjukan multikolonieritas adalah jika nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai *VIF* < 0,10. Berdasarkan hasil perhitungan variabel independen (budaya, sosial, pribadi, psikologi, referensi, ekonomi) dari *variance inflation factor* (VIF) menunjukan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *VIF* > 0,10 jadi dapat disimpulkan tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

IV.2.3. Uji Heteroskedastisitas.



Gambar IV.1. Uji Heteroskedastisitas.

Berdasarkan grafik *scatterplot* dapat dilihat bahwa titik-titikmenyebar secara acak di atas dan di bawah nilai $Y = 0$. Berdasarkan grafik *scatterplot*, peneliti dapat menarik simpulan bahwa tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan. berdasakan memasukkan variabel independennya.

IV.2.4. Uji Autokorelasi.

Pada hasil uji autokorelasi dapat dijelaskan model nilai DW sebesar 1,825 Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi.

IV.3. Uji Hipotesis.

IV.3.1. Uji Regresi Linear Berganda.

Interpretasi dari analisis regresi di atas sebagai berikut:

1. Konstanta (α) = 0,595 artinya jika variabel independen budaya (X1), sosial (X2), pribadi (X3), psikologi (X4), referensi (X5), dan ekonomi (X6), bernilai 0, maka nilai minat masyarakat adalah 0,595.
2. Budaya (X1) = 0,322 merupakan nilai koefisien regresi variabel budaya (X1) terhadap variabel minat masyarakat (Y) Artinya jika faktor budaya mengalami kenaikan satu satuan, maka minat masyarakat

menggunakan pembiayaan gadai emas akan meningkat sebesar 0,322 atau 32,2%..

3. Sosial (X2) = 0,305 merupakan nilai koefisien regresi variabel sosial (X2) terhadap variabel minat masyarakat (Y) Artinya jika faktor sosial mengalami kenaikan satu satuan, maka minat masyarakat menggunakan pembiayaan gadai emas akan meningkat sebesar 0,305 atau 30,5%
4. Pribadi (X3) = 0,417 merupakan nilai koefisien regresi variabel pribadi (X3) terhadap variabel minat masyarakat (Y) Artinya jika faktor pribadi mengalami kenaikan satu satuan, maka minat masyarakat menggunakan pembiayaan gadai emas akan meningkat sebesar 0,417 atau 41,7%
5. Psikologi (X4) = 0,232 merupakan nilai koefisien regresi variabel psikologi (X4) terhadap variabel minat masyarakat (Y) Artinya jika faktor psikologi mengalami kenaikan satu satuan, maka minat masyarakat menggunakan pembiayaan gadai emas akan meningkat sebesar 0,232 atau 23,2%.
6. Referensi (X5) = 0,499 merupakan nilai koefisien regresi variabel referensi (X5) terhadap variabel minat masyarakat (Y) Artinya jika faktor referensi mengalami kenaikan satu satuan, maka minat masyarakat menggunakan pembiayaan gadai emas akan meningkat sebesar 0,499 atau 49,9%
7. Ekonomi (X6) = 0,350 merupakan nilai koefisien regresi variabel ekonomi (X6) terhadap variabel

minat masyarakat (Y) Artinya jika faktor ekonomi mengalami kenaikan satu satuan, maka minat masyarakat menggunakan pembiayaan gadai emas akan meningkat sebesar 0,350 atau 35,0%.

IV.3.2. Uji Parsial (Uji t).

Dari hasil uji parsial t pada table di atas pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu variabel budaya, sosial, pribadi, psikologi, referensi, dan ekonomi terhadap variabel terikat minat masyarakat dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Budaya (X1).

Nilai t-hitung untuk variabel ini sebesar 2,805 dengan nilai t-tabel dengan uji duaarah dan $\alpha = 5\%$ (0,05) sebesar 2,015. Hasil uji tersebut menunjukkan dan nilai t-hitung $2,805 > t\text{-tabel } 2,015$ dengan nilai sig $0,022 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel budaya (X1) secara parsial atau terpisah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat masyarakat (Y) dalam menggunakan produk gadai emas pada PT. Bank Jabar Banten Syariah KCP Jembatan Merah pada taraf nyata $\alpha = 5\%$.

2. Variabel Sosial (X2).

Nilai t-hitung untuk variabel ini sebesar 2,963 dengan nilai t-tabel dengan uji duaarah dan $\alpha = 5\%$ (0,05) sebesar 2,015. Hasil uji tersebut menunjukkan dan nilai t-hitung $2,963 > t\text{-tabel } 2,015$ dengan nilai sig $0,001 <$

0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel sosial (X2) secara parsial atau terpisah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat masyarakat (Y) dalam menggunakan produk gadai emas pada PT. Bank Jabar Banten Syariah KCP Jembatan Merah pada taraf nyata $\alpha = 5\%$.

3. Variabel Pribadi (X3).

Nilai t-hitung untuk variabel ini sebesar 3,170 dengan nilai t-tabel dengan uji duaarah dan $\alpha = 5\%$ (0,05) sebesar 2,015. Hasil uji tersebut menunjukkan dan nilai t-hitung $3,170 < t\text{-tabel } 2,015$ dengan nilai sig $0,017 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel pribadi (X3) secara parsial atau terpisah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat masyarakat (Y) dalam menggunakan produk gadai emas pada PT. Bank Jabar Banten Syariah KCP Jembatan Merah pada taraf nyata $\alpha = 5\%$.

4. Variabel Psikologi (X4).

Nilai t-hitung untuk variabel ini sebesar 2,667 dengan nilai t-tabel dengan uji duaarah dan $\alpha = 5\%$ (0,05) sebesar 2,015. Hasil uji tersebut menunjukkan dan nilai t-hitung $2,667 > t\text{-tabel } 2,015$ dengan nilai sig $0,04 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel psikologi (X4) secara

parsial atau terpisah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat masyarakat (Y) dalam menggunakan produk gadai emas pada PT. Bank Jabar Banten Syariah KCP Jembatan Merah pada taraf nyata $\alpha = 5\%$.

5. Variabel Referensi (X5).

Nilai t-hitung untuk variabel ini sebesar 3,362 dengan nilai t-tabel dengan uji duaarah dan $\alpha = 5\%$ (0,05) sebesar 2,015. Hasil uji tersebut menunjukkan dan nilai t-hitung $3,362 > t\text{-tabel } 2,015$ dengan nilai sig $0,048 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel referensi (X5) secara parsial atau terpisah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat masyarakat (Y) dalam menggunakan produk gadai emas pada PT. Bank Jabar Banten Syariah KCP Jembatan Merah pada taraf nyata $\alpha = 5\%$.

6. Variabel Ekonomi (X6).

Nilai t-hitung untuk variabel ini sebesar 2,714 dengan nilai t-tabel dengan uji duaarah dan $\alpha = 5\%$ (0,05) sebesar 2,015. Hasil uji tersebut menunjukkan dan nilai t-hitung $2,714 > t\text{-tabel } 2,015$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel ekonomi (X6) secara parsial atau terpisah berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat masyarakat (Y) dalam menggunakan produk gadai

emas pada PT. Bank Jabar Banten Syariah KCP Jembatan Merah pada taraf nyata $\alpha = 5\%$.

IV.3.3. Uji Simultan (Uji f).

Berdasarkan penelitian, bahwa F-hitung sebesar 37,477 sedangkan nilai F-tabel distribusi dengan tingkat kesalahan 0,05 adalah sebesar 2,29. Hal ini berarti F-hitung $> F\text{-tabel } (37,477 > 2,29)$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel budaya, sosial, pribadi, psikologi, referensi, dan ekonomi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat minat masyarakat.

IV.3.4. Uji Determinan (R^2).

Dapat diketahui bahwa besarnya Nilai Adjusted R Square = 0.817 atau 81,7%. Hal ini berarti bahwa variabel independen (budaya, sosial, pribadi, psikologi, referensi, dan ekonomi) mempengaruhi variabel dependen (minat masyarakat) dengan nilai 81,7%, sedangkan sisanya 18,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

IV.4. Pembahasan Analisis Data.

IV.4.1. Pengaruh Budaya terhadap Minat Masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian melalui kuisisioner variabel budaya dengan indikator keagamaan atau religiusitas maka diperoleh gambaran bahwa variabel X1 budaya berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk gadai emas dikarenakan ketika masyarakat memilih menggunakan produk gadai emas. Karena, Budaya keagamaan atau religiusitas yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga budaya

berpengaruh dalam penelitian ini.

IV.4.2. Pengaruh Sosial terhadap Minat Masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian melalui kuisioner variabel sosial dengan indikator lingkungan terdekat maka diperoleh gambaran bahwa variabel X2 Sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk gadai emas dikarenakan ketika masyarakat memilih menggunakan produk gadai emas mengutamakan sosial karena lingkungan terdekat sangat mempengaruhi seseorang terhadap sikap atau perilaku untuk menggunakan produk gadai emas, sehingga sosial berpengaruh dalam penelitian ini

IV.4.3. Pengaruh Pribadi terhadap Minat Masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian melalui kuisioner tentang pribadi maka diperoleh gambaran bahwa variabel X3 pribadi berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk gadai emas dikarenakan ketika masyarakat memilih menggunakan produk gadai emas. Kepribadian seseorang dapat mengamati kecenderungan dalam minat untuk bernasabah sehingga produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga pribadi berpengaruh dalam penelitian ini.

IV.4.4. Pengaruh Psikologi terhadap Minat Masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian melalui kuisioner tentang psikologi maka diperoleh gambaran bahwa variabel X4 psikologi berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk gadai emas dikarenakan ketika masyarakat memilih menggunakan produk gadai emas. Karena kualitas keyakinan yang ditawarkan

sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga psikologi berpengaruh dalam penelitian ini.

IV.4.5. Pengaruh Referensi terhadap Minat Masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian melalui kuisioner variabel referensi maka diperoleh gambaran bahwa variabel X5 Referensi berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk gadai emas dikarenakan ketika masyarakat memilih menggunakan produk gadai emas mengutamakan referensi yang menyebarkan informasi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan untuk menggunakan produk gadai emas, sehingga referensi berpengaruh dalam penelitian ini.

IV.4.6. Pengaruh Ekonomi terhadap Minat Masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian melalui kuisioner tentang ekonomi maka diperoleh gambaran bahwa variabel X6 ekonomi berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk gadai emas dikarenakan ketika masyarakat memilih menggunakan produk gadai emas. Karena memenuhi kebutuhan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup yang ditawarkan sehingga ekonomi berpengaruh dalam penelitian ini.

IV.4.7. Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi, Referensi dan Ekonomi terhadap Minat Masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka nilai Adjusted R Square sebesar 0,817% atau 81,7%. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa 81,7% variabel Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi, Referensi dan Ekonomi berpengaruh, sedangkan sisanya sebesar 81,7%

mempengaruhi minat dan sisanya 18,3% dipengaruhi faktor lain.

V. SIMPULAN.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Budaya (X1), Sosial (X2), Pribadi (X3), Psikologi (X4), Referensi (X5), Ekonomi (X6), berpengaruh terhadap Minat Masyarakat terhadap Pembiayaan Mitra Emas BJB Syariah KCP Jembatan Merah. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung $>$ t table. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima
2. Secara simultan faktor budaya, pribadi, psikologi, ekonomi berpengaruh dan nyata terhadap minat masyarakat terhadap pembiayaan mitra emas. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $>$ F_{table} ($37,477 > 2,29$) dan besarnya nilai sig $0,000 < 0,05$, maka perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Budaya, sosial, pribadi, psikologi, referensi, dan ekonomi. Secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Minat Masyarakat terhadap pembiayaan mitra emas, dan besarnya nilai koefisien determinasi R^2 adalah sebesar 0,817. Hal ini berarti sebesar 51,4% berupa Minat Nasabah terhadap Pembiayaan Mitra Emas, dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu budaya, sosial, pribadi, psikologi, referensi, dan ekonomi sedangkan sisanya 18,3% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA.

- Anwar, S. (2009). Pemahaman Individu; Observasi, Checklist, Kuisisioner dan Sosiometri. Semarang: Widya Karya.
- Djaali. 2008. Skala Likert. Jakarta: Pustaka Utama.
- Gilarso. (2004). Pengantar Ilmu Ekonomi Makro. Yogyakarta: Kanisius.
- Nopriansyah, Walid. (2019). Hukum Bisnis dalam Perspektif Syariah Gadai. Jakarta Timur: Prenada Media Group.
- Sugiono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, A. (2017). Bank Syariah dalam Perspektif Filosofis, Yuridis dan Sosiologis Bangsa Indonesia. Malia, Vol. 1, 3. Journal of Islamic Banking Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Kudus, Jawa Tengah.