



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

PENGARUH PROMOSI GADAI EMAS TERHADAP MINAT NASABAH

Penelitian Pada NasabahGadaiEmas BRI Syari'ahCabang Cirebon

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (SE.Sy)
Pada Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam Fakultas Syariah**



Oleh :
MELAWATI
NIM. 58320192

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATICIREBON
2013**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *“Pengaruh Promosi Gadai Emas Terhadap Minat Nasabah di BRI Syariah Cabang Cirebon)”* Oleh Melawati NIM: 58320192, telah diujikan pada sidang Munaqosah Fakultas Syari’ah IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 13 Mei 2013. Skripsi ini telah diterima sebagai salah-satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Syari’ah (S.Sy) pada jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam (MEPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 13 Mei 2013

Sidang Munaqosah

**Ketua
Merangkap Anggota**

Sri Rokhlinasari, SE., M.Si
NIP: 19730806199903 2 003

**Sekretaris
Merangkap Anggota**

Dr. Aan Jaelani, M.Ag
NIP: 19750601200501 1 008

Anggota:

Penguji I

Sri Rokhlinasari, SE., M.Si
NIP: 19730806199903 2 003

Penguji II

Toto Suharto, SE. M. Si
NIP: 1968 1123 200003 1 001



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia dari masa ke masa terasa semakin kompetitif. Meskipun sebenarnya kondisi perekonomian Indonesia secara umum belum menunjukkan adanya perbaikan dan peningkatan yang signifikan, Namun bukan berarti terjadi kondisi yang stagnasi dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat bertahan dalam arus persaingan bisnis, terlebih lagi bagi perusahaan lokal.

Karena dengan semakin banyak perusahaan asing yang berekspansi ke peta persaingan bisnis di Indonesia, maka diperlukan berbagai promosi dari dalam perusahaan untuk dapat bersaing secara wajar dan sehat dalam rangka mencapai tujuan masing-masing perusahaan. Keberhasilan promosi merupakan harapan utama bagi Bank untuk meningkatkan minat nasabah. Produk-produk suatu Bank memerlukan suatu Promosi yang baik kepada upaya untuk meningkatkan minat nasabah, Sehingga tujuan yang diharapkan oleh Bank akan tercapai dengan tingkat keberhasilan yang tinggi.

Dengan semakin meningkatnya persaingan, maka semakin penting peranan kebijakan promosi dalam meningkatkan minat nasabah bank. Kegiatan promosi yang merupakan bagian dari pemasaran sebagai alat yang sangat penting serta turut menentukan suksesnya suatu produk guna meningkatkan minat nasabah.

Dewasa ini industri perbankan merupakan salah satu mitra usaha yang dapat dipercaya dalam membantu kelancaran suatu usaha, dengan berbagai fasilitas pembiayaan dari bank yang tersedia. Gadai emas merupakan salah satu produk pembiayaan dari bank syariah, untuk itu gadai emas lebih dikenal sebagai bagian dari produk yang ditawarkan bank syariah, dimana bank menawarkan kepada masyarakat bentuk pengamanan barang guna mendapatkan pembiayaan¹.

Praktek gadai ada sejak jaman Rasulullah SAW dan Rasulullah SAW sendiri pernah melakukannya, contohnya ketika Rasulullah pernah menggadaikan baju besinya kepada orang yahudi untuk ditukar dengan gandum, lalu orang yahudi berkata “ *Sungguh Muhammad ingin membawa hartaku.*” Rasulullah kemudian menjawab “ *Bohong ! Sesungguhnya aku orang yang jujur diatas bumi ini dan dilangit, jika kamu berikan amanat kepadaku pasti aku tunaikan, pergilah kalian dengan baju besiku menemuinya.*” (H.R.Al-Bukhori).²

Untuk fasilitas gadai, tidak diperlukan analisa khusus oleh karena nasabah datang dengan membawa barang/emas yang akan digadaikan dan jumlah pinjaman yang diberikan oleh bank lebih kecil dari nilai pasar emas tersebut.

Berapa besar jaminan yang diberikan oleh bank dibandingkan dengan jaminan (emas) yang diserahkan, hal ini sepenuhnya bergantung kepada kebijakan bank syariah tersebut³. Gadai yang dioperasikan oleh Bank Syariah menggunakan aqad *qardh* dan *Ijarah*, yaitu dengan menyewa *safe*

¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta:Ekonsia, 2003), hal.15.

² Muhammad Sholikul Hadi, *Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Salemba diniyah, 2003), cet ke-1, Hal.2

³ Herfina, *Pengaruh Produk Gadai Emas Syariah Pada Bank BNI Syariah Pusat Terhadap Peningkatan Pendapatan Bank*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2009), hlm.5, Tidak diterbitkan.



deposit box (SDB) sebagai tempat penyimpanan emas, nasabah akan dibebankan biaya administrasi dan juga biaya penggunaan SDB, sehingga konsep inilah yang dimanfaatkan oleh Bank Syariah dengan berlomba-lomba untuk memberikan biaya yang lebih ringan dibanding pesaingnya.⁴

Untuk itu, Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah sebagai bank syariah terbesar di Indonesia berupaya untuk memberikan layanan terbaik bagi nasabah. Hal ini dilakukan antara lain dengan menawarkan produk-produk baru. Gadai Emas iB merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat, manfaat dari memilih Gadai Emas iB yaitu proses cepat, proses mudah dan jaminan keamanan.⁵

Dalam mengiklankan atau mempromosikan produk barunya ini Bank BRI Syariah Cabang Cirebon belum maksimal, sehingga masyarakat masih banyak yang belum mengetahui dan pada akhirnya lebih memilih produk lain dan produk ini juga bukan hal yang diprioritaskan. Beberapa promosi yang sudah dilakukan hanya sekedar media cetak yang dibuat sendiri oleh lembaga bank itu sendiri seperti brosur dan poster yang di pasang di depan kasir. Hal ini bel efektif untuk menarik nasabah yang lebih banyak.

Berdasarkan uraian masalah diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ **PENGARUH PROMOSI GADAI EMAS TERHADAP MINAT NASABAH** “

⁴Diposting oleh Rivkadejavu, *Metamorfosis Rahn (Gadai)*,12 Mei 2010, <http://ib-bloggercompetition.kompasiana.com/2010/05/12/metamorfosis-rahn-gadai-emas/>

⁵ Lina, Penaksir Gadai Emas di BSM Kantor cabang Jatibarang, (Wawancara Pribadi, Jatibarang, 9 Mei 2011).



B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah berikut:

1. Bagaimana gambaran promosi gadai emas pada BRI Syariah Cabang Cirebon?
2. Bagaimana gambaran minat nasabah terhadap gadai emas pada BRI Syariah Cabang Cirebon?
3. Bagaimana pengaruh promosi gadai emas terhadap minat nasabah BRI Syariah Cabang Cirebon?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran promosi gadai emas di BRI Syariah cabang Cirebon.
2. Untuk mengetahui gambaran minat nasabah terhadap gadai emas di BRI Syariah cabang Cirebon.
3. Untuk mengetahui promosi gadai emas berpengaruh terhadap minat nasabah di BRI Syariah cabang Cirebon.



D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam meningkatkan minat nasabah pada BRI Syariah cabang Cirebon. Adapun kegunaan dari peneliti ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Menambah khasanah keilmuan khususnya tentang manajemen Perbankan yang berkaitan dengan promosi gadai emas terhadap minat nasabah.

2. Bagi perusahaan

Semoga menjadi bahan masukan yang berarti untuk BRI Syariah, dalam rangka meningkatkan minat nasabah. Serta sebagai informasi betapa pentingnya promosi gadai emas terhadap minat nasabah.

3. Bagi Pihak lain (Pembaca)

Dapat dijadikan salah satu sumber informasi dan study perbandingan dalam mengkaji ilmu pengetahuan dan sebagai penambahan wawasan pembaca.

E. Sistematika Penulisan

Dalam melakukan penelitian penulis menempuh langkah-langkah sebagai berikut :

BAB IPENDAHULUAN

Latar belakang masalah, Perumusan masalah, Tujuan penelitian, Kegunaan penelitian, dan Sistematika penulisan.



BAB IILANDASAN TEORI

Minat nasabah, Promosi, Gadai emas dibank Syariah, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, hipotesis.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Lokasi penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, oprasional variabel, instrument penelitian, uji paliditas, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kondisi objektif penelitian, gambaran hubungan antara promosi gadai emas terhadap minat nasabah.

BAB VKESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan, dan saran.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Sumitro, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), cet ke-1,
- Abdul Ghofur Ansori, *Pokok-Pokok Perjanjian Islam di Indonesia*, (Yogyakarta:Citra Media, 2006), cet ke-1
- Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam perspektif Islam*, (Jakarta:Kencana, 2004)
- Abdul, Rahman Abror, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta:Tiata Wacana,1993)Cet.4
- Ami Apriani, *Skripsi Prospek Gadai (Rahn) Emas Di Perbankan Syariah Studi Kasus Pada bank Syariah Mandiri Cabang Bekasi*, (Jakarta:tidak diterbitkan, 2010)
- Buckhari, Alma, 2010. *kewirausahaan*, Bandung: Alvabeta
- Burhan Bungin, 2006, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana
- Cummins, Julian, 1991.*Promosi Penjualan*.Jakarta: Binarupa Aksara
- Donald Ary, Lucy Cheser dan AshgarRzaveieh,1982. *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan,Penterjemah Arief Fuchan*. Surabaya: Usaha Nasional
- Diposting oleh Rivkadejavu, *Metamorfosis Rahn (Gadai)*,12 Mei 2010, <http://ib-bloggercompetition.kompasiana.com/2010/05/12/metamorfosis-rahn-gadai-emas/>
- Di kutip Dari Artikel *Analisis Data Menggunakan SPSS*,2009<<http://tentangpenelitian.blogspot.com/2009/05/analisa-data-menggunakan-spss.html>>Diakses pada 22 Januari 2012
- Etta mamang sangadji, 2010.*Metodologi penelitian* . Yogyakarta Cv.Andi Offset
- Fandi, Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset.
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta:Ekonsia, 2003)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Herfina, *Pengaruh Produk Gadai Emas Syariah Pada Bank BNI Syariah Pusat Terhadap Peningkatan Pendapatan Bank*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2009)

Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Jogjakarta:Ekonesia, 2004)

Ida Bagoes Mantra dan Kasto ,1985. *Penentuan Sampel dalam Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi (penyunting)*. Jakarta: LP3ES

Jide, *Gadai Emas, (Katagori: Cara investasi)*, 9 juli 2009, <http://gadaiemas.co.cc/gadaiemas-gadai-emas-syariah>

Kristanto, Jajat, 2002. *Manajemen Internasional sebuah pendekatan strategi*. Jakarta : Erlangga

Khotler, Philip, 2002. *manajemen pemasaran jilid I*, alih bahasa oleh Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benyamin Molan, edisi millennium. Jakarta: prenhallindo

Kasmir, 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Perdana Media Group

Kartono ,1996, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung : Alfabeta

Muhammad Sholikul Hadi, *Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Salemba diniyah, 2003), cet ke-1

Michael Allison dan Jude Kaye..2005, *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Nirlaba*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Moh. Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001)

Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), cet ke-1

Muhammad Firdaus NH, *mengatasi masalah Dengan Pegadaian Syariah*, (Jakarta:Renaissan, 2005)

Majalah Sharring, *Gadai Syariah Juga Ada di Bank Syariah*, edisi 29 thn IV Oktober 2009



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Muhamad, *Lembaga-Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*, (Yogyakarta: UII Press, 2000)

Nazir, Mochamad, 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia

Nuzaiman T. Yanggo, *Problematika Hukum Islam Kontemporer III* n“Rahmat Syafi’I, *Konsep Gadai Ar-rahn Dalam Fiqih Islam Antara Nilai Sosial dan Nilai Komersial*”, (Jakarta: Lembaga Study Islam dan Kemasyarakatan, 1995)

Priyatno, Duwi, 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Philip kotler yang di kutip oleh Jajat Kristanto, 2005.dalam buku *Menejemen pemasaran internasional*. Jakarta: Erlangga

Ridwan dan Adkon, 2006.*Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta

Riduwan,2007.*Belajar Mudah Penelitian untuk Guru Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta

Putrawan,Made, 1990. *Pengujian Hipotesis Dalam Penelitian Sosial*.Jakarta: Rineka Cipta

Rivai dkk, *Bank dan Financial Institution Manajement*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007)

Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta:Rineka Cipta, 1995)

Sunarto, Sidik, 2007. *Ekonomi Penjualan* Jilid 2. Jakarta: Phibeta Aneka Gama

Subekti dan tjipto, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta: Pradaya Paramita, 1996), cet ke-28

Sugiyono,2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Suharsimi, Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta

Suharsimi Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Tim Penyusun kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa: Departemen Pendidikan Nasional*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008)

Taufik Hidayat, *Buku Pintar Investasi Syariah*, (Jakarta: Media Kita, 2011)

Taufik Hidayat, *Kaya Sekarang Juga! Cara Pintar Investasi Emas dan Dinar*, (Jakarta: Media Kita, 2011)

Toto Syatori Nasehuddin. 2008. *Metodologi Penelitian : Sebuah Pengantar*. Cirebon : STAIN

Wim Van Zanten ,1982. *Statistik Untuk Ilmu social*. Jakarta: Gramedia

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



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkannya atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

ABSTRAK

Melawati : PENGARUH PROMOSI GADAI EMAS TERHADAP MINAT NASABAH (Studi kasus Pada BRI Syariah Cabang Cirebon)

Dewasa ini industri perbankan merupakan salah satu mitra usaha yang dapat dipercaya dalam membantu kelancaran suatu usaha, dengan berbagai fasilitas pembiayaan dari bank yang tersedia. Gadai emas merupakan salah satu produk pembiayaan dari bank syariah, untuk itu gadai emas lebih dikenal sebagai bagian dari produk yang ditawarkan bank syariah, dimana bank menawarkan kepada masyarakat bentuk pengamanan barang guna mendapatkan pembiayaan.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah sebagai bank syariah terbesar di Indonesia berupaya untuk memberikan layanan terbaik bagi nasabah. Hal ini dilakukan antara lain dengan menawarkan produk-produk baru. Gadai Emas iB merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat, manfaat dari memilih Gadai Emas iB yaitu proses cepat, proses mudah dan jaminan keamanan.

Peredaran produk baru ini masih sedikit karena merupakan produk baru dan masih sedikit masyarakat yang mengetahui produk baru ini. Sehingga dalam mengiklankan atau mempromosikan produk barunya ini Bank BRI Syariah Cabang Cirebon harus gencar dan efektif efisien mengingat produk baru ini masih belum akrab ditelinga masyarakat seperti yang di jelaskan di atas. Dalam meningkatkan produk gadai emas perlu adanya strategi untuk menarik seseorang agar dapat bergabung menjadi nasabah gadai emas di BRI Syariah, yaitu strategi yang di gunakan adalah meningkatkan promosi gadaiemas.

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini penulis membatasi penelitiannya hanya menganalisis pengaruh promosi gadai emas di BRI Syariah Cabang Cirebon. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi gadai emas secara simultan terhadap minat nasabah Gadai emas BRI Syariah Cabang Cirebon. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi dan kuesioner yang dibagikan kepada nasabah gadai emas syariah cabang Cirebon. Adapun uji statistik dan analisis data yang digunakan adalah uji t, dan regresi linier sederhana yang dihitung dengan SPSS.

Kesimpulan penelitian ini adalah berdasarkan rumus koefisien penentu $KD=r^2 \times 100\%$, nilai r promosi yang diperoleh adalah 0,273% sehingga r^2 sebesar 0,523. Jadi nilai kontribusi promosi adalah 27,3% yang artinya Minat Nasabah dapat dijelaskan oleh promosi sebesar 27,3% dibulatkan menjadi 27,3% dan sisanya 72,7% dijelaskan oleh faktor lain. Adapun nilai t_{hitung} simultan variabel X (Promosi) terhadap Y (MinatNasabah). Setelah diketahui nilai t_{hitung} (5,684) dan t_{Tabel} (1,67) maka $t_{hitung} > t_{Tabel}$, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak hal ini berarti variabel X (promosi) mempengaruhi variabel Y.

Kata Kunci : Promosi, Minat