

ABSTRAK

PENGARUH NILAI TAKSIR, PROMOSI, DAN *SERVICE EXCELLENT* TERHADAP MINAT MITRA DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN RAHN EMAS DI KSPPS BMT NU JATIM CABANG UTAMA GAPURA SUMENEP

Baitul Maal Wattamwil merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang dioperasikan dengan sistem bagi hasil. BMT memiliki perkembangan yang sangat pesat di Indonesia. Salah-satu BMT yang perkembangannya cukup pesat yaitu KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama yang sudah beroperasi dari tahun 2001. KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama memiliki dua produk yaitu produk tabungan dan produk pembiayaan. Salah-satu produk pembiayaan yang paling diminati produk Rahn Emas. Namun walaupun menjadi produk yang paling diminati kompetitor atau pesaing tidak dapat dihindari, untuk itu peneliti tertarik ingin melakukan penelitian mengenai pengaruh nilai taksir, promosi, dan *service excellent* terhadap minat mitra dalam menggunakan produk pembiayaan Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama Gapura Sumenep. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah nilai taksir, promosi, dan *service excellent* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mitra dalam menggunakan produk pembiayaan Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan sifat penelitian bersifat asosiatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu akumulasi jumlah mitra dari tahun 2001 sampai dengan september 2022 yaitu sebanyak 10.806 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan rumus *slovin*, dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data wawancara dan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan *SEM-PLS* dengan aplikasi olah data menggunakan *software Smart-PLS*.

Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwasanya nilai taksir berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mitra dalam menggunakan produk Rahn emas. Variabel promosi juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mitra dalam menggunakan produk Rahn Emas. Dan variabel *service excellent* juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mitra dalam menggunakan produk pembiayaan Rahn Emas. Dan besarnya pengaruh nilai taksir, promosi dan *service excellent* terhadap minat mitra dalam menggunakan produk pembiayaan Rahn Emas di KSPPS BMT NU JATIM Cabang Utama yaitu sebesar 80,1%.

Kata Kunci: Nilai Taksir, Promosi, *Service Excellent*.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF VALUE ESTIMATES, PROMOTIONS, AND EXCELLENT SERVICE ON PARTNERS' INTEREST IN USING RAHN EMAS FINANCING PRODUCTS AT KSPPS BMT NU JATIM MAIN BRANCH GAPURA SUMENEP

Baitul Maal Wattamwil is a sharia microfinance institution operated with a profit-sharing system. BMT has a very rapid development in Indonesia. One of the BMT whose development is quite rapid is KSPPS BMT NU JATIM Main Branch which has been operating since 2001. KSPPS BMT NU JATIM Main Branch has two products, namely savings products and financing products. One of the most popular financing products is Rahn Emas products. However, even though being the most popular product for compotitors or competitors cannot be avoided, for this reason, researchers are interested in conducting research on the effect of value estimates, promotions, and excellent service on partner interest in using Rahn Emas financing products at KSPPS BMT NU JATIM Gapura Sumenep Main Branch. The purpose of this study is to determine whether the value of estimates, promotions, and excellent service has a positive and significant effect on partners' interest in using Rahn Emas financing products at KSPPS BMT NU JATIM Main Branch.

This research uses quantitative research methods, with the type of field research (field research) and the nature of research is associative. The population in this study is the accumulated number of partners from 2001 to September 2022, which is 10,806 people. The sampling technique used in this study was non-probability sampling with the slovin formula, and samples were taken as many as 100 respondents. The data sources used are primary and secondary data sources with interview and questionnaire data collection techniques. The data analysis technique used in this study is the SEM-PLS approach with data processing applications using Smart-PLS software.

The results in this study state that the estimated value has a positive and significant effect on partners' interest in using gold Rahn products. Promotion variables also have a positive and significant effect on partner interest in using Rahn Emas products. And the variable of excellent service also has a positive and significant effect on partner interest in using Rahn Emas financing products. And the magnitude of the influence of value estimates, promotions and excellent service on partner interest in using Rahn Emas financing products at KSPPS BMT NU JATIM Main Branch is 80.1%.

Keywords: Value Estimate, Promotion, Service Excellent.