

ABSTRAK

Wardhah, 2024, *Pengaruh Biaya Penitipan (Ujrah) dan Promosi Terhadap Keputusan Anggota dalam Penggunaan Produk Gadai Emas (Rahn) di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing: Ainol Yakin, S.E, M.M.

Kata Kunci: *Biaya Penitipan (Ujrah), Promosi, Keputusan Anggota*

Pengembangan Lembaga Keuangan Syariah telah membuka peluang baru dalam perekonomian global, memberikan pilihan bagi individu dan perusahaan untuk berpartisipasi dalam sistem keuangan yang berdasarkan pada keadilan, maka lembaga keuangan syariah seperti KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang harus bisa menyiapkan strategi yang baik. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang adalah dengan memperhatikan biaya penitipan (*ujrah*) dan promosi. Dengan adanya biaya penitipan (*ujrah*) dan promosi yang baik anggota merasa puas sehingga menarik anggota untuk tetap menggunakan produk gadai emas (*rahn*). Maka dari itu tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh biaya penitipan (*ujrah*) dan promosi terhadap keputusan anggota dalam penggunaan produk gadai emas (*rahn*) di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan analisis statistik dan angka-angka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota pada produk Gadai Emas (*Rahn*) di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang sebanyak 1.246 anggota. Sedangkan untuk penentuan sampel, peneliti menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 5% sehingga diperoleh sampel yang berjumlah 303 anggota. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *Accidental sampling*. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Variabel biaya penitipan (*ujrah*) (X_1) berpengaruh terhadap keputusan anggota produk dalam penggunaan produk gadai emas (*rahn*) di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang, dengan nilai $t_{hitung} (2,136) > t_{tabel} (1,968)$ dan nilai $sig\ 0,033 < 0,05$. 2) Variabel promosi (X_2) berpengaruh terhadap anggota produk dalam penggunaan produk gadai emas (*rahn*) di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang dengan nilai $t_{hitung} (4,124) > t_{tabel} (1,968)$ dan nilai $sig\ 0,000 < 0,05$. 3) Secara simultan biaya penitipan (*ujrah*) dan promosi berpengaruh terhadap keputusan anggota produk dalam penggunaan produk gadai emas (*rahn*) di KSPPS BMT NU Cabang Camplong Kabupaten Sampang, dengan nilai $F_{hitung} (20,201) > F_{tabel} (3,03)$ dan nilai $sig\ 0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan besarnya *R Square* sebesar 0,119 atau 11,9%. Hal ini berarti sebesar 11,9% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Keputusan anggota dijelaskan oleh variasi variabel independen biaya penitipan (*ujrah*) dan promosi.