

Pengaruh Kemudahan Produk Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah di Watampone

^{*1}Arini Putri Astuti, ²Abd. Hafid, ³Andi Ika Fahrika

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Bone

^{*}Corresponding Autor: arini_putri@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh kemudahan produk Pegadaian Syariah terhadap minat nasabah di Watampone. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 responden yang merupakan nasabah Pegadaian Syariah. Variabel penelitian meliputi kemudahan produk, meliputi aksesibilitas layanan, prosedur sederhana, kepatuhan terhadap prinsip syariah, dan fleksibilitas pembayaran. Analisis statistik menunjukkan pengaruh positif dan signifikan kemudahan produk terhadap minat nasabah, dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,750 atau 75% menunjukkan bahwa kemudahan produk memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap minat nasabah, sedangkan 25% dipengaruhi oleh faktor lain seperti layanan yang ramah dan profesional. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kemudahan produk Pegadaian Syariah secara signifikan mempengaruhi minat nasabah di Watampone.

Kata **Kunci**: Pegadaian Syariah, kemudahan produk, minat nasabah

Abstract:

This study analyzes the influence of Sharia Pawnshop product ease on customer interest in Watampone. A quantitative research was conducted by distributing questionnaires to 50 respondents who are Sharia Pawnshop customers. Research variables include product ease, comprising service accessibility, simple procedures, compliance with sharia principles, and payment flexibility. Statistical analysis shows a positive and significant influence of product ease on customer interest, with a significance value of 0.000 (< 0.05). The determination coefficient (R Square) of 0.750 or 75% indicates that product ease contributes substantially to customer interest, while 25% is influenced by other factors such as friendly and professional service. The research findings suggest that Sharia Pawnshop product ease significantly affects customer interest in Watampone

Key Words: Sharia pawnshop, product ease, customer interest

How to Cite: Arini Putri Astuti, Abd. Hafid, & Andi Ika Fahrika. (2024). Pengaruh Kemudahan Produk Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah di Watampone. doi : <https://doi.org/10.36312/jtm.v5i12.4022>



<https://doi.org/10.36312/jtm.v5i12.4022>

Copyright© 2024, Author (s)

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](#).



PENDAHULUAN

Lembaga keuangan yang menawarkan transaksi pembiayaan dan jasa gadai sesuai dengan standar Islam dikenal dengan nama pegadaian syariah. Pegadaian syariah telah berevolusi untuk menawarkan lebih dari sekedar barang berbasis gadai; mereka sekarang melakukan berbagai bentuk pembiayaan sesuai hukum syariah.(Solin, 2022).

Di Indonesia, produk syariah termasuk yang dijual di pegadaian semakin banyak ditemui. Pegadaian merupakan forum perkreditan yang dikelola pemerintah yang utamanya memberikan pinjaman atau kredit sesuai dengan undang-undang pergadaian. Pertumbuhan dan kemakmuran lembaga keuangan syariah menjadi pendorong awal berdirinya pegadaian syariah. Selain itu, hal ini juga disebabkan oleh hadirnya tuntutan masyarakat Indonesia terhadap pegadaian yang mengikuti hukum syariah (Nadziroh, 2008).

Berdasarkan survey awal yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa banyaknya masyarakat yang tidak mengambil produk-produk Pegadaian Syariah karena mereka tidak mengetahui bahwa di Pegadaian Syariah itu memberikan kemudahan-kemudahan dalam mengambil produk Pegadaian Syariah. Akhirnya masyarakat belum terlalu mengenal produk-produk Pegadaian Syariah karena kurangnya informasi yang tersedia bagi mereka. Selain menghindari pembebanan bunga, pegadaian syariah menggunakan uang sebagai alat tukar daripada produk dan menghasilkan uang dari penitipan dan penitipan barang gadai. Pendirian pegadaian syariah di Indonesia penting untuk melindungi umat Islam dari larangan riba penitipan dan penyimpanan barang gadai. Meski pegadaian tradisional masih mendominasi industri pegadaian, namun pertumbuhan pegadaian syariah di Indonesia bisa dibilang cukup pesat. (Heykal & Huda, 2010)

Dalam al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275:

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

Artinya:

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan misalnya berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran gila. Yang demikian itu lantaran mereka mengungkapkan bahwa jual beli sama menggunakan riba. Padahal, Allah sudah menghalalkan jual-beli & mengharamkan riba. Barang siapa menerima peringatan berdasarkan Tuhannya, kemudian beliau berhenti, maka apa yg sudah diperolehnya dahulu sebagai miliknya & urusannya (terserah) pada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka tak pernah mati pada dalamnya (Q.S Al-Baqarah:275)”.

Berdasarkan ayat yang dijelaskan, orang yang menerima atau mengonsumsi riba diibaratkan seperti orang yang kerasukan setan atau tidak sehat pikirannya, sehingga tidak mampu membedakan yang baik dan buruk. Dalam konteks ini, riba dikaitkan dengan dampak negatif terhadap hati dan pikiran seseorang.

Menurut penelitian terkait, kualitas produk, pelayanan, dan nilai keagamaan memengaruhi minat nasabah di PT. Pegadaian Syariah Ahmad Yani. Penelitian Liza Oktaviani menyebutkan bahwa meskipun masih ada masyarakat yang berminat menggunakan pegadaian syariah, banyak yang belum tertarik akibat kurangnya pemahaman tentang layanan tersebut. Sementara itu, penelitian Endang Kurniasari menunjukkan bahwa peningkatan persepsi kemudahan dan kegunaan layanan Pegadaian Digital Service (PDS) secara signifikan meningkatkan minat bertransaksi Masyarakat. PT. Pegadaian (Persero) Syariah didirikan berdasarkan Pasal 8 PP 103 Tahun 2000 dengan tujuan menyediakan pinjaman sesuai prinsip syariah, melawan praktik gadai haram dan riba, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama kalangan miskin. Selain penyaluran dana pinjaman, Pegadaian Syariah juga menawarkan layanan fidusia, penitipan, dan pengelolaan logam mulia (Rifki, 2008).

Berdasarkan literatur terdapat beberapa penelitian yang mendalami topik kemudahan produk Pegadaian Syariah terhadap minat nasabah, yaitu penelitian menurut Desi Ramadani terdapat pengaruh kualitas produk, pelayanan dan kepercayaan terhadap minat nasabah di PT. Pegadaian syariah Ahmad Yani (Ramadani, 2019). Menurut penelitian Liza Oktaviani masih ada rakyat yang berminat memakai pegadaian syariah, akan namun terdapat pula rakyat yang

belum berminat dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai pegadaian syariah (Liza Oktaviani, 2020). Menurut penelitian Endang Kurniasari menemukan bahwa persepsi kemudahan mengalami kenaikan satu strata maka akan mengakibatkan juga dalam kenaikan minat bertransaksi memakai pelaksanaan Pegadaian Digital Service (PDS) dan hubungan yg disebabkan bernilai positif, dengan begitu bisa dikatakan bahwa jika variabel persepsi kegunaan mengalami kenaikan satu strata maka variabel minat bertransaksi pula mengalami kenaikan yang sama juga (Endang Kurniasari, 2023).

Di Watampone, minat masyarakat terhadap pegadaian syariah mengalami peningkatan, namun masih banyak yang memilih lembaga keuangan lain karena berbagai faktor. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pegadaian syariah diyakini adalah kenyamanan produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui dampak kemudahan produk pegadaian syariah terhadap minat nasabah terhadap Watampone. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor kemudahan yang paling mempengaruhi minat nasabah sehingga pegadaian syariah dapat meningkatkan pelayanannya dan menarik lebih banyak nasabah. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi lembaga keuangan syariah lainnya dalam merancang strategi untuk menarik minat masyarakat terhadap produk keuangan berbasis syariah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian berjenis kuantitatif yang merupakan penelitian yang sangat bergantung pada data numerik (Arikunto, 2010). Kemudian Jenis pendekatan yang diambil oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif untuk menjelaskan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen (Solin, 2022). Lokasi penelitian adalah tempat Pegadaian Syariah Unit Bone di Jl. Veteran Kabupaten Bone dengan waktu peneelitan dilakukan sejak tanggal 25 Agustus 2024 sampai dengan 25 September 2024. Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas dua, yakni data primer yang berupa dari hasil obeservasi dan kuesioner konsumen dan data primer berupa yang bersumber dari buku, literatur, dan jurnal penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, karakteristik populasi yang dimaksud adalah nasabah Pegadaian Syariah Unit dengan teknik pengambilan sampel berupa Teknik *purposive cluster sampling*. Adapun teknik pengumpulan data teridiri atas observasi, kuesioner atau angket, dan dokumentasi. Selanjutnya teknik analisis data teridiri atas uji insturmen yang berupa uji validitas dan uji realibilitas, uji asumsi klasik yang berupa uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas serta uji hipotesis berupa uji T dan uji koefisien determinan (R²) dengan menggunakan software SPSS versi 23.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner berisi pertanyaan yang tidak valid. Validitas instrumen harus ditentukan melalui pengujian sebelum digunakan untuk melakukan penelitian. Peneliti bersedia menggunakan angket untuk melaksanakan penelitian jika instrumennya valid (Kurniawati, 2020). Berikut ini adalah hasil yang diberikan kepada 50 responden dengan memberikan 39 pertanyaan dibagi 2 variabel utama yaitu variabel Kemudahan Produk Pegadaian Syariah (X) sebanyak 23 pertanyaan, sedangkan variabel Minat

Nasabah (Y) sebanyak 16 pertanyaan. Adapun hasil dari uji validitas pada penelitian ini adalah dengan menggunakan SPSS versi 23, yakni sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kemudahan Produk Pegadaian Syariah

No. Item	r-tabel	r-hitung	Keterangan
X1	0,2353	0,881	Valid
X2	0,2353	0,789	Valid
X3	0,2353	0,857	Valid
X4	0,2353	0,709	Valid
X5	0,2353	0,640	Valid
X6	0,2353	0,628	Valid
X7	0,2353	0,613	Valid
X8	0,2353	0,753	Valid
X9	0,2353	0,691	Valid
X10	0,2353	0,737	Valid
X11	0,2353	0,800	Valid
X.1	0,2353	0,844	Valid
X.2	0,2353	0,775	Valid
X.3	0,2353	0,714	Valid
X.4	0,2353	0,672	Valid
X.5	0,2353	0,765	Valid
X.6	0,2353	0,839	Valid
X.7	0,2353	0,831	Valid
X.8	0,2353	0,720	Valid
X.9	0,2353	0,707	Valid
X.10	0,2353	0,733	Valid
X.11	0,2353	0,828	Valid
X.12	0,2353	0,828	Valid

Sumber: data yang diolah

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Minat Nasabah

No. Item	r-tabel	r-hitung	Keterangan
Y1	0,2353	0,794	Valid
Y2	0,2353	0,861	Valid
Y3	0,2353	0,829	Valid
Y4	0,2353	0,853	Valid
Y5	0,2353	0,777	Valid
Y6	0,2353	0,881	Valid
Y7	0,2353	0,732	Valid
Y8	0,2353	0,707	Valid
Y9	0,2353	0,675	Valid
Y1	0,2353	0,787	Valid
Y11	0,2353	0,664	Valid
Y12	0,2353	0,605	Valid
Y13	0,2353	0,729	Valid

Y14	0,2353	0,811	Valid
Y15	0,2353	0,758	Valid
Y16	0,2353	0,845	Valid

Sumber: data yang diolah

Berdasarkan ke-2 tabel di atas diketahui bahwa, masing-masing item pernyataan memiliki r-hitung positif dan lebih besar dibandingkan r-tabel sebesar 0,2353. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan produk Pegadaian Syariah (X) dan variabel minat nasabah (Y) dinyatakan valid. Sehingga analisis berikutnya dapat menggunakan kuesioner yang ada dalam penelitian ini.

Uji Realibilitas

Tabel 3. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Critical Value	Keterangan
Kemudahan Produk Pegadaian Syariah	0,966	0,60	Reliabel
Minat Nasabah	0,954	0,60	Reliabel

Sumber: data diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa semua variabel penelitian menunjukkan bahwa masing-masing nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, instrumen penelitian ini dapat dikatakan layak digunakan dalam mengumpulkan data penelitian karena memenuhi kriteria reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.04719941
	Absolute	.170
Most Extreme Differences	Positive	.132
	Negative	-.170
Test Statistic		.170
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.098
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas hasil pengujian normalitas diketahui bahwa hasil uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar

0,098 > 0.05. Oleh karena itu, distribusi kedua variabel penelitian ini dapat dikatakan normal, artinya memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut dan dianggap mempunyai asumsi normalitas.

Uji Linearitas

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Nasabah Kemudahan Produk Pegadaian Syariah	Between(Combined) Groups Linearity	1943.832	17	114.343	10.887	.000
	Deviation from Linearity	1722.013	1	1722.013	163.959	.000
		221.819	16	13.864	1.320	.245
	Within Groups	336.088	32	10.503		
	Total	2279.920	49			

Sumber: data diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa harga F pada *deviation from linearity* sebesar 1,320 dengan signifikansi 0,245, maka diperoleh kesimpulan bahwa nilai signifikansi (0, 245 < 0,05) maka kedua data saling berhubungan secara linier.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat variabel independen yang memiliki kesamaan dengan variabel independen lainnya dalam satu model regresi. Apabila ditemukan adanya korelasi, ini menunjukkan bahwa model regresi tersebut mengalami multikolinearitas. Pelaksanaan uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan memeriksa nilai toleransi serta nilai variance inflation factor (VIF)..

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.528	4.988		1.910	.062		
	Kemudahan Produk Pegadaian Syariah	.598	.049	.869	12.172	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: data diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas, uji multikolinearitas dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, karena nilai VIF < 10 , kemudahan produk Pegadaian Syariah (X) sebesar 1,000. Sehingga dapat disimpulkan data pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF kurang dari 10 sehingga dapat dinyatakan bahwa model tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Hasil Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 7. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.528	4.988		1.910	.062
Kemudahan Produk Pegadaian Syariah	.598	.049	.869	12.172	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: data diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai signifikansi variabel kemudahan produk Pegadaian Syariah (X) adalah sebesar 0,000. Karena nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh kemudahan produk Pegadaian Syariah (X) terhadap minat nasabah (Y).

Uji Koefisien Determinan (R²)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.869 ^a	.755	.750	3.409

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Produk Pegadaian Syariah

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: data diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai dari Adjusted R Square sebesar 0,750 atau 75%, hal ini mengandung arti bahwa terdapat pengaruh kemudahan produk Pegadaian Syariah terhadap minat nasabah.

Pembahasan

1. Pengaruh kemudahan produk Pegadaian Syariah terhadap minat nasabah di Watampone

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diujikan sebelumnya diketahui bahwa kemudahan produk Pegadaian Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah di Watampone. Dimana hasil koefisien sebesar nilai signifikansi variabel

kemudahan produk Pegadaian Syariah (X) adalah sebesar 0,000. Karena nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh kemudahan produk Pegadaian Syariah (X) terhadap minat nasabah (Y). Sehingga hipotesis diterima. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa minat konsumen terhadap Watampone dipengaruhi secara positif oleh kenyamanan barang Pegadaian Syariah.

Dari hasil tersebut, terlihat bahwa variabel independen kemudahan produk Pegadaian Syariah (X) memiliki efek positif terhadap minat nasabah (Y). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kemudahan produk (X) merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat nasabah di Watampone. Temuan dari analisis responden tersebut diperkuat oleh jawaban mereka yang secara sadar menunjukkan bahwa mayoritas responden berminat dalam kemudahan produk Pegadaian Syariah.

Salah satu faktor utama dipengaruhi produk Pegadaian Syariah terhadap minat nasabah adalah kemudahan akses. Salah satu nasabah mengakui bahwa akses yang mudah terhadap layanan pegadaian, baik melalui kantor cabang maupun layanan digital, dapat menjadi daya tarik utama. Jika produk Pegadaian Syariah dapat diakses dengan mudah dan efisien, nasabah lebih cenderung tertarik menggunakannya. Produk Pegadaian Syariah yang menawarkan prosedur pengajuan yang mudah dan syarat yang tidak terlalu rumit juga dapat meningkatkan minat nasabah.

Penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Endang Kurniasari, menunjukkan bahwa persepsi akan kemudahan memiliki dampak signifikan terhadap minat untuk bertransaksi melalui Pegadaian Digital Service (PDS). Hal ini sejalan dengan teori yang telah dibahas sebelumnya, bahwa variabel persepsi kemudahan (*perceived ease*) memengaruhi minat dalam penggunaan suatu teknologi. Selain itu, baik variabel persepsi kemudahan maupun kegunaan menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat bertransaksi di aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) (Endang Kurniasari, 2023).

Karyawan Pegadaian menyadari bahwa kemudahan dalam produk dan layanan berkontribusi besar dalam menarik minat nasabah, terutama jika kebutuhan mereka dapat dipenuhi dengan cepat, aman, dan sesuai prinsip syariah. Pelayanan dalam Pegadaian Syariah cepat dan persyaratannya mudah dilakukan atau tidak terlalu ribet. Pegadaian Syariah juga menawarkan berbagai produk seperti pembiayaan porsi haji, cicil kendaraan, pinjaman modal produktif, pinjaman serbaguna, cicil emas, dan jasa pengiriman uang.

Bagi masyarakat Watampone yang mayoritas beragama Islam, kepercayaan terhadap sistem syariah yang diterapkan oleh Pegadaian Syariah menjadi daya tarik tersendiri. Produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah memberikan rasa aman dan nyaman bagi nasabah karena merasa yakin bahwa transaksi yang dilakukan bebas dari riba dan sesuai dengan ajaran agama. Produk Pegadaian Syariah yang lebih unggul dalam hal biaya layanan yang lebih rendah, fleksibilitas tenor, dan kecepatan pencairan dana dibandingkan produk keuangan konvensional lainnya juga dapat meningkatkan minat nasabah. Jika nasabah merasa bahwa produk Pegadaian Syariah memberikan lebih banyak keuntungan dan sedikit risiko, mereka akan lebih cenderung memilih produk tersebut. Kemajuan teknologi juga berperan dalam kemudahan akses produk Pegadaian Syariah. Jika nasabah di Watampone bisa mengakses layanan secara online, seperti aplikasi mobile atau situs resmi, maka potensi untuk meningkatkan minat nasabah semakin besar. Hal ini karena layanan digital mampu memangkas waktu dan biaya yang biasanya diperlukan untuk mengakses layanan secara fisik.

2. Besar pengaruh kemudahan produk Pegadaian Syariah terhadap minat nasabah di Watampone

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diujikan sebelumnya diketahui bahwa kemudahan produk Pegadaian Syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah di Watampone yang didukung dengan hasil kategori pada kategori tersebut, dimana keduanya masuk dalam kategori tinggi, dan yang ditunjukkan secara statistik. Uji koefisien determinasi menghasilkan nilai R Square sebesar 0,750 atau 75%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kemudahan produk Pegadaian Syariah terhadap minat nasabah. Dengan demikian, terdapat 25% yang dipengaruhi oleh variabel lain, yang disebabkan oleh pelayanan yang ramah, profesional, dan berorientasi pada kebutuhan nasabah.

Kemudahan akses terhadap produk Pegadaian Syariah, baik melalui kantor cabang yang strategis atau layanan digital, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah. Di Watampone, di mana nasabah mungkin lebih mengandalkan layanan keuangan yang mudah dijangkau, adanya layanan yang praktis dan tidak memberatkan akan memberikan kenyamanan. Semakin mudah layanan diakses, semakin besar kemungkinan nasabah untuk tertarik menggunakan produk tersebut. Faktor ini juga membangun kepercayaan bahwa layanan Pegadaian Syariah relevan dan peduli dengan kebutuhan masyarakat lokal. Salah satu hambatan terbesar dalam penggunaan produk keuangan adalah prosedur yang berbelit-belit. Jika Pegadaian Syariah di Watampone menawarkan syarat pengajuan yang sederhana dan prosedur yang cepat, hal ini akan sangat mendorong minat nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan pada pembahasan tentang pengaruh kemudahan produk Pegadaian Syariah dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh kemudahan produk Pegadaian Syariah memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah di Watampone. Dimana hasil koefisien sebesar nilai signifikansi variabel kemudahan produk Pegadaian Syariah (X) adalah sebesar 0,000. Karena nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kemudahan produk Pegadaian Syariah (X) terhadap minat nasabah (Y).
2. Besar pengaruh kemudahan produk Pegadaian Syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah di Watampone yang didukung dengan hasil kategori pada kategori tersebut, dimana keduanya masuk dalam kategori tinggi, dan yang ditunjukkan secara statistik. Uji koefisien determinasi menghasilkan nilai R Square sebesar 0,750 atau 75%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kemudahan produk Pegadaian Syariah terhadap minat nasabah. Dengan demikian, terdapat 25% yang dipengaruhi oleh variabel lain, yang disebabkan oleh pelayanan yang ramah, profesional, dan berorientasi pada kebutuhan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

1. Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (p. h.66). Rineka Cipta.
2. Endang Kurniasari. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kegunaan Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service (Studi*

- Pada PT. Pegadaian Unit Pembantu Cabang Balung Kabupaten Jember.* 119.
3. Heykal, M., & Huda, N. (2010). *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis.* Jakarta: Kencana.
 4. Kurniawati, putri. (2020). *Pengolahan Data dengan SPSS.* In *Universitas Nusantara PGRI Kediri* (Vol. 01). Erhaka Utama.
 5. Liza Oktaviani. (2020). *Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Perumahan Anindiya Rt.29 Rw.01 Betungan.* IAIN Bengkulu.
 6. Nadziroh, F. (2008). *Perkembangan Produk Syariah di Indonesia.* XYZ.
 7. Ramadani, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Di PT Pegadaian Syariah Ahmad Yani Jember.* Universitas Islam Negeri Kiai Haji Acmad Siddiq Jember.
 8. Rifki, M. (2008). *Peran Pegadaian Syariah dalam Perekonomian Indonesia.* Jakarta: Grasindo.
 9. Solin, S. D. B. (2022). *Faktor-faktor Preferensi Masyarakat Memilih Pembiayaan di PT. Permodalan Nasional Madani Mekaar Syariah Cabang Penanggalan Kota Subulussalam* (Issue 8.5.2017) [UIN Ar-Raniry]. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>