

**PENGARUH PROSEDUR PEMBIAYAAN ARRUM HAJI
TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH
(Studi Kasus pada Kantor Cabang Pegadaian (Persero)
Syariah Veteran Purwakarta)**

Wian Widhiani
Sekolah Tinggi Agama Islam Dr.Khez.Muttaqien
e-mail: wianwidhiani@yahoo.com

Wawan Oktriawan
Sekolah Tinggi Agama Islam Dr.Khez.Muttaqien
e-mail: wawanoktriawan70@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of arrum hajj financing procedures on increasing the number of customers at PT Pegadaian Syariah Purwakarta branch. The research was conducted with a quantitative approach using descriptive methods. The sampling technique was carried out by means of a population sample. The data collection technique was carried out using a Likert scale questionnaire. While quantitative analysis using descriptive analysis, prerequisite analysis test, hypothesis testing analysis, correlation and regression analysis using software assistance. The results showed that the procedure for financing the Hajj Arrum at Pegadaian Syariah Purwakarta was measured based on 4 variable indicators, namely: 1) financing realization; 2) ease of procedure; 3) speed of implementation; and 4) requirements with an average of 3.30 or 66%. Thus, the procedure for financing the Hajj Arrum at the Sharia Pawnshop Purwakarta Branch was carried out quite well. The increase in the number of customers at the Sharia Pawnshop at the Sharia Pawnshop in Purwakarta was measured based on 3 variable indicators, namely 1) re-purchase, 2) word of mouth; and 3) buying other products with an average of 3.29 or 65.8%. Thus there is an increase in the number of customers at the Sharia Pawnshop at the Purwakarta Sharia Pawnshop in the fairly good category. The results of the correlation coefficient using Pearson (Product Moment) describe the value of the correlation coefficient of 0.533 (medium correlation with positive correlation direction). the results of hypothesis testing using the T test with the help of software (Independent sample t-test), obtained t count 2.814 > t table 1.987 with a value of sig (2 tailed) (0.002) < (0.05), then Ho is rejected and accepts Ha The coefficient of determination of 0.284 indicates that 28.4% of the Y variable (increase in the number of customers) is also determined by the X variable (arrum hajj financing procedures), while the remaining 71.6% is determined by other

variables that need further investigation due to research limitations and not investigated in this study. Thus, it can be concluded that there is a significant effect of Arrum haji financing procedures on increasing the number of customers at the Sharia Pawnshop Purwakarta Branch.

Keywords: Financing Procedure, Arrum Hajj, Customer Improvement

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh prosedur pembiayaan arrum haji terhadap peningkatan jumlah nasabah di PT Pegadaian Syariah cabang Purwakarta. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode deskriptif. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara sampel populasi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik angket berskala *Likert*. Sedangkan analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif, uji prasyarat analisis, analisis uji hipotesis, analisis korelasi dan regresi dengan menggunakan bantuan *software*. Hasil penelitian menunjukkan prosedur pembiayaan Arrum haji di Pegadaian Syariah Purwakarta diukur berdasarkan 4 indikator variabel yaitu : 1) realisasi pembiayaan; 2) kemudahan prosedur; 3) kecepatan pelaksanaan; dan 4) persyaratan dengan rata-rata 3,30 atau 66%. Dengan demikian prosedur pembiayaan Arrum haji di Pegadaian Syariah Cabang Purwakarta terlaksana cukup baik. Peningkatan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah di Pegadaian Syariah Purwakarta diukur berdasarkan 3 indikator variabel yaitu 1) *re-purchase*, 2) *word of mouth*; dan 3) membeli produk lain dengan rata-rata 3,29 atau sebesar 65,8%. Dengan demikian terdapat Peningkatan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah di Pegadaian Syariah Purwakarta dalam kategori cukup baik. Hasil koefisien korelasi dengan menggunakan *Pearson (Product Moment)* memaparkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,533 (hubungan korelasi sedang dengan arah korelasi positif). hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji T dengan bantuan *software (Independent sample t-test)*, diperoleh $t_{hitung} 2,814 > t_{tabel} 1,987$ dengan nilai $sig (2\text{tailed}) (0,002) < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Koefisien determinasi sebesar 0,284 mengindikasikan bahwa 28,4% variabel Y (peningkatan jumlah nasabah) turut ditentukan oleh variabel X (prosedur pembiayaan arrum haji), sedangkan sisanya 71,6% ditentukan oleh variabel lain yang perlu diteliti lebih lanjut karena keterbatasan penelitian dan tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan prosedur pembiayaan Arrum haji terhadap peningkatan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Purwakarta.

Kata kunci: Prosedur Pembiayaan; Arrum Haji; Peningkatan Nasabah

PENDAHULUAN

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan pimpinan Pegadaian Syariah disana, jumlah nasabah Arrum haji dari 2016-2020 mencapai hingga 600 lebih nasabah. Setelah dikalkulasikan jumlah nasabah dari 2016 hingga bulan Maret 2020, yang mendaftar di Pegadaian Syariah cabang Purwakarta diperkirakan mencapai 14 orang per bulannya.

Tabel 1. 1. Jumlah Nasabah pendaftar Arrum haji Pegadaian Syariah Cabang Purwakarta

NO	BULAN	TAHUN				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	Januari	-	2	0	4	9
2	Pebruari	-	0	2	2	7
3	Maret	-	4	19	6	16
4	April	-	38	12	40	-
5	Mei	-	27	5	23	-
6	Juni	-	4	2	17	-
7	Juli	-	2	7	56	-
8	Agustus	3	0	16	30	-
9	September	8	3	49	13	-
10	Oktober	5	38	6	88	-
11	Nopember	44	10	10	25	-
12	Desember	2	13	8	32	-
		62	141	136	336	32

Sumber data dari MIS (Manajemen Information Sistem) PT Pegadaian Cabang Purwakarta

Strategi Pemasaran yang digunakan di Pegadaian Syariah untuk menarik nasabah yang akan menggunakan produk Arrum haji biasanya menggunakan cara seperti Seminar Arrum haji, Mitra dakwah, Sosialisasi di komunitas keagamaan, sebar brosur, iklan radio, *Croselling*, Sosialisasi di instansi baik swasta maupun pemerintah dan juga lewat aplikasi media sosial. Sebenarnya Prospek Arrum haji di Purwakarta sangat tinggi semua tergantung bagaimana mensosialisasikannya akan tetapi melihat tabel dari nasabah Arrum haji ada beberapa bulan yang kosong dari pendaftar Arrum haji di karenakan Pegadaian Syariah lebih fokus terhadap produk lain dan ada peningkatan Nasabah setelah pihak Pegadaian Syariah melakukan seminar dikarenakan ketika seminar banyak promo dan juga souvenir.

Pemasaran menurut perspektif *syariah* adalah segala aktivitas yang di jalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapapun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keiklasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad *muamalah* islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam islam.

Pemasaran ialah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya terdiri dari individu dan kelompok dalam mendapatkan apa

yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Kendala dalam pengembangan produk Arrum haji itu sendiri dikarenakan Pegadaian syariah baru mengeluarkan produk haji yaitu pada bulan april tahun 2016. Oleh karenanya, menjadi tantangan tersendiri bagi Pegadaian Syariah untuk mensosialisasikan Arrum haji, dan minimnya pengetahuan masyarakat terhadap macam macam produk Pegadaian Syariah termasuk produk Arrum haji itu sendiri.

Upaya Pegadaian Syariah dalam menarik nasabah dengan menggunakan strategi pemasaran seperti Seminar Arrum haji, Mitra dakwah, Sosialisasi di komunitas keagamaan, sebar brosur, iklan radio, *Croselling*, Sosialisasi di instansi baik swasta maupun pemerintah dan juga lewat aplikasi media sosial. Ternyata menunjukkan peningkatan jumlah nasabah yang sangat pesat.

Namun yang menjadi permasalahan adalah mengapa Masyarakat kurang tertarik kepada produk Arrum haji , Dengan jumlah nasabah yang masih sedikit maka Pegadaian Syariah harus melakukan Prosedur Pembiayaan yang lebih baik. Apabila Pegadaian Syariah ingin bertahan dengan adanya Produk Arrum haji dan semakin berkembang dengan adanya peningkatan nasabah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Sumber datanya merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Didalam penelitian ini yang dimaksud responden adalah nasabah Arrum haji di Pegadaian Syariah cabang Purwakarta sebanyak 651 nasabah dengan sampel berjumlah 87 Nasabah. Motode analisisnya menggunakan analisis statistic menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

PEMBAHASAN

A. Teori Prosedur Pembiayaan

1. Definisi Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang di berikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana. Pemilik dana percaya kepada pemilik dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan akan terbayar penerima pembiayaan mendapat kepercayaan dari pemberi pembiayaan, sehingga penerima pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah di terimanya sesuai dengan jangka waktu yang telah di perjanjikan dalam akad pembiayaan.(Ismail, 2016)

2. Analisa Pembiayaan

Analisis pembiayaan atau disebut juga dengan penilaian pembiayaan merupakan serangkaian penilaian yang dilakukan oleh *Account Officer* atau bahkan dapat pula dilakukan oleh *Committee* (tim)

yang ditugaskan untuk melakukan analisis. *Account Officer* dituntut agar memiliki keahlian serta keterampilan baik teknis maupun operasional, dan juga memiliki pengetahuan yang bersifat teoritis. *Account Officer* yang baik telah terbiasa dengan berbagai barang yang lazim digunakan untuk menganalisis, mengetahui cara - cara menganalisis, memiliki pengetahuan yang memadai tentang aspek ekonomi keuangan, manajemen, hukum dan teknis, serta mempunyai wawasan yang luas mengenai prinsip-prinsip pembiayaan. Hal yang harus diperhatikan dalam menganalisis pembiayaan adalah kemampuan dan juga kemauan customer untuk memenuhi kewajibannya. Faktor lain yang juga harus diperhatikan adalah perekonomian atau aktivitas usaha pada umumnya. Mengingat risiko tidak kembalinya pembiayaan selalu ada, maka setiap pembiayaan harus disertai jaminan yang cukup, sesuai dengan yang ada. (Khotibul Umam, 2016)

3. Indikator Pembiayaan

Dalam buku mudrajat kuncoro disebutkan bahwa indikator prosedur Pembiayaan adalah sebagai berikut :

- a. Realisasi pembiayaan yaitu persetujuan pihak bank untuk mencairkan permohonan pembiayaan dari pemohon, sesuai dengan kesepakatan-kesepakatan yang sudah di setujui terlebih dahulu.
- b. Kemudahan prosedur yaitu kemudahan dalam mengambil pembiayaan, atau bank memberikan kemudahan dalam mengambil pembiayaan, atau bank mempermudah masyarakat untuk mengakses dana murah dalam bentuk pembiayaan.
- c. Kecepatan pelaksanaan yaitu kecepatan dalam mengakses pembiayaan pada bank. Kecepatan pelaksanaan yang memadai akan mendorong kembali nasabah dalam pengambilan pembiayaan pada lain hari.
- d. Persyaratan diartikan sebagai syarat pada saat nasabah melakukan transaksi atau nasabah melakukan pengambilan perlu dilakukannya persyaratan antara pihak nasabah dengan bank. (Indonesia, 2015)

B. Teori Peningkatan Nasabah

1. Pengertian Peningkatan Nasabah

Menurut Moelino seperti yang dikutip Sawiwati, Peningkatan adalah sebuah cara atau usaha yang di lakukan untuk mendapatkan keterampilan atau kemampuan menjadi lebih baik, bahwa dalam makna kata “meningkatkan” tersirat adanya unsur proses yang bertahap dari tahap terendah tahap menengah dan tahap akhir atau tahap puncak sedangkan “meningkatkan atau peningkatan “ yang di maksudkan dalam penelitian ini adalah peningkatan nasabah. (Amrin., 2007)

Peningkatan jumlah nasabah adalah suatu proses untuk penaikan atau penambahan jumlah pengguna jasa atau pembeli produk yang di tawarkan oleh suatu perusahaan. Jadi dengan meningkatnya jumlah nasabah pada suatu perusahaan maka akan semakin berkembang pula perusahaan tersebut. (Rodoni, 2015)

Peningkatan jumlah nasabah adalah semakin meningkat kadang juga bisa menurun, hal ini tergantung pada cara atau strategi bank itu sendiri dalam mencari atau mempertahankan jumlah nasabahnya. (Asiyah Binti Nur, 2015)

2. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Peningkatan Nasabah

Adapun faktor yang menyebabkan meningkatnya jumlah nasabah adalah :

- a. Karyawan harus menarik, baik dari segi penampilannya, gaya berbicara maupun gerak geriknya sehingga tidak bosan berhadapan dengan nasabah.
- b. Cepat tanggap terhadap keinginan nasabah dan cepat mengerjakan serta melayani nasabah, dengan pelayanan yang di berikan harus benar dan cepat
- c. Ruang tunggu yang tenang dan nyaman sehingga begitu nasabah dapat merasakannya, seperti ruangan yang lebar dan dekorasi yang indah.
- d. Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan segala sesuatu sehingga nasabah sesuai dengan keinginan nasabah.
- e. Keragaman dan kelengkapan produk yang membuat nasabah tertarik berhubungan dengan perusahaan. Dalam suatu lokasi hendaknya produk yang di jual selengkap mungkin sehingga nasabah memiliki banyak pilihan.
- f. Lokasi usaha yang memberikan keamanan, serta untuk usaha tertentu tersedia parkir yang memadai. (Rendo Vambudy, 2018)

3. Indikator Peningkatan Jumlah Nasabah

Menurut teori Kotler menyatakan indikator peningkatan jumlah konsumen ini di tentukan berdasarkan puas atau tidaknya konsumen itu sendiri. Kepuasan konsumen yang akan menentukan peningkatan dari jumlah konsumen dengan memicu minat beli atau keputusan membeli kembali. Adapun Indikator peningkatan jumlah konsumen tersebut ialah :

- a. *Re-purchase* : membeli kembali, dimana konsumen tersebut akan kembali pada perusahaan untuk mencari barang atau jasa. Konsumen yang puas akan melakukan pembelian kembali apabila barang yang di hasilkan dapat memenuhi hasrat konsumen
- b. Menciptakan *Word-of-mouth* : Kesedian pelanggan dalam merekomendasikan produk yang telah dimanfaatkan kepada orang, Konsumen yang mendapatkan manfaat dan puas atas hasil yang di terima akan merekomendasikan kepada orang lain sehingga jumlah konsumen suatu perusahaan akan meningkat.
- c. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama membeli produk lain dari perusahaan yang sama. Keadaan ini akan menciptakan hasrat beli pada perusahaan yang sama namun dengan produk yang berbeda. Kecenderungan akan hal ini menimbulkan loyalitas konsumen akan suatu perusahaan. (Rendo Vambudy, 2018)

C. Pengaruh Prosedur Pembiayaan Arrum Haji terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah

1. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi di gunakan untuk mrngetahui Kekuatan hubungan antara variabel prosedur pembiayaan Arrum haji (x) dengan peningkatan jumlah nasabah (Y) ditunjukkan oleh koefisien korelasi sebesar $(r_{xy}) = 0,533$ (Sudaryana, 2017). Untuk lebih jelasnya mengenai kekuatan hubungan X dengan Y dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Koefisien Korelasi

Correlations			
		Haji	Nasabah
Haji	Pearson Correlation	1	.533**
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	87	87
Nasabah	Pearson Correlation	.533**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	87	87
**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Hasil analisa korelasi dengan menggunakan *Correlations Pearson* hal tersebut karena kedua data variabel X dan variabel Y berdistribusi normal. Hasil analisis korelasi memaparkan nilai koefesien korelasi sebesar 0,533 (hubungan korelasi sedang) dengan arah korelasi positif dan signifikasi pada alpha 5%. Korelasi positif artinya yaitu apabila prosedur pembiayaan arrum haji meningkat, maka akan terjadi peningkatan jumlah nasabah, dan sebaliknya apabila prosedur pembiayaan arrum haji rendah, maka peningkatan jumlah nasabah juga akan rendah.

2. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Sebelum digunakan untuk keperluan prediksi, persamaan regresi ini harus memenuhi syarat uji keberartian (signifikansi) dan uji kelinieran (Sugiyono, 2017). Oleh karena itu untuk mengetahui derajat keberartian dan kelinieran regresi dilakukan regresi linear, dan hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 2. Koefisien Linearitas Regresi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	2.228	.332		6.708	.000
	Haji	.322	.099	.333	3.256	.002
a. Dependent Variable: Nasabah						

Formula persamaan regresi linear : $Y = a + b X$

$$Y = 2,228 + 0,322 X$$

Berdasarkan tabel 4.20 hasil pengujian signifikasi dan linearitas seperti pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa regresi $Y = 2,228 + 0,322 X$ sangat signifikan dan linear. Model regresi tersebut mengandung arti bahwa apabila Prosedur pembiayaan Arrum hajimengalami Peningkatan satu poin, maka Peningkatan jumlah nasabah cenderung meningkat sebesar 0,322 poin pada konstanta 2,228.

3. Uji R^2 (Koefisien Determinasinya)

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi antara prosedur pembiayaan arrum haji (X) dengan peningkatan jumlah nasabah (Y) (Sutopo Y, 2017), yaitu $(r_{xy})^2 = (0,533)^2 = 0,284$.

Tabel 4. 3. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.533 ^a	.284	.210	.58350
a. Predictors: (Constant), Haji				

Nilai koefisien determinasi 0,284 mengindikasikan bahwa 28,4% variabel Y (peningkatan jumlah nasabah) turut ditentukan oleh variabel X (prosedur pembiayaan arrum haji), sedangkan sisanya 71,6% ditentukan oleh variabel lain yang perlu diteliti lebih lanjut karena keterbatasan penelitian dan tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Uji t (Uji Secara Individu)

Uji T dalam penelitian ini digunakan untuk menguji variable independen secara parsial terhadap variable dependen (Sugiyono, 2017). Berdasarkan hasil uji prasyarat analisis di dapatkan bahwa data variabel X dan variabel Y berdistribusi normal dan linear. Maka dalam pengujian hipotesis dengan uji T digunakan analisis parametrik. Hipotesis yang diuji adalah mengenai pengaruh prosedur pembiayaan Arrum haji terhadap peningkatan jumlah nasabah. Hipotesis yang diujikan adalah:

- H₀ : Tidak terdapat pengaruh prosedur pembiayaan Arrum haji terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Pegadaian syariah cabang Veteran Purwakarta
- H_a : Terdapat pengaruh prosedur pembiayaan Arrum haji terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Pegadaian syariah cabang Veteran Purwakarta

Dasar dalam pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{table}$ atau nilai $\text{sig.2tailed} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima maka terdapat pengaruh prosedur pembiayaan Arrum haji terhadap peningkatan jumlah nasabah.
- Jika $t_{hitung} < t_{table}$ atau nilai $\text{sig.2tailed} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak maka tidak terdapat pengaruh prosedur pembiayaan Arrum haji terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Hasil Uji hipotesis dengan Uji T dilakukan dengan menggunakan *software Independent Sample T-Test*. Hasilnya dideskripsikan melalui tabel dibawah ini:

**Tabel 4. 1. Uji T
Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Skor	Equal variances assumed	5.008	.027	2.814	116	.002	5.11864	1.81880	1.51627	8.72101
	Equal variances not assumed			2.814	105.842	.002	5.11864	1.81880	1.51263	8.72466

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji T dengan bantuan *software (Independent sample t-test)*, diperoleh $t_{hitung} 2,814 > t_{tabel} 1,987$ dengan nilai $\text{sig} (2 \text{tailed}) (0,002) < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Dengan demikian maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh prosedur pembiayaan Arrum haji terhadap peningkatan jumlah nasabah.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dilengkapi dengan analisis data penelitian sebagaimana rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis penelitian maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

- Prosedur pembiayaan Arrum haji di Pegadaian Syariah Purwakarta diukur berdasarkan 4 indikator variabel yaitu : 1) realisasi pembiayaan; 2) kemudahan prosedur; 3) kecepatan pelaksanaan; dan 4) persyaratan dengan rata-rata 3,30 atau 66%. Dengan demikian prosedur pembiayaan

- Arrum haji di Pegadaian Syariah Cabang Purwakarta terlaksana cukup baik.
2. Peningkatan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah di Pegadaian Syariah Purwakarta diukur berdasarkan 3 indikator variabel yaitu 1) *re-purchase*, 2) *word of mouth*; dan 3) membeli produk lain dengan rata-rata 3,29 atau sebesar 65,8%. Dengan demikian terdapat Peningkatan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah di Pegadaian Syariah Purwakarta dalam kategori cukup baik.
 3. Terdapat pengaruh prosedur pembiayaan Arrum haji terhadap peningkatan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Purwakarta. Koefisien korelasi sebesar 0,533 dengan koefisien determinasi 0,284. Hal tersebut menunjukkan terdapat pengaruh prosedur pembiayaan Arrum haji terhadap peningkatan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Purwakarta sebesar 28,4%. Dan Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji T dengan bantuan *software (Independent sample t-test)*, diperoleh t hitung $2,814 > t$ tabel $1,987$ dengan nilai sig (2 tailed) $(0,002) < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Dengan demikian maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh prosedur pembiayaan Arrum haji terhadap peningkatan jumlah nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrin., A. (2007). *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. PT. Grasindo.
- Asiyah Binti Nur. (2015). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Kalimedia.
- Indonesia, I. B. (2015). *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Gramedia pustaka Utama.
- Ismail. (2016). *Perbankan syariah*. Kencana.
- Khotibul Umam. (2016). *Perbankan Syariah*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Rendo Vambudy. (2018). *Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabbahah Melalui Strategi Pemasaran pada BPRS Haji Miskin Pandai Sikek*. IAIN Batusangkar.
- Rodoni, A. (2015). *Asuransi & Pegadaian Syariah* (M. W. Media (ed.)). Mitra Wacana Media.
- Sudaryana, B. (2017). *Metodelogi Penelitian*. Deepublish.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutopo Y, S. A. (2017). *Statistika inferensial*. CV Andi Offset.