

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

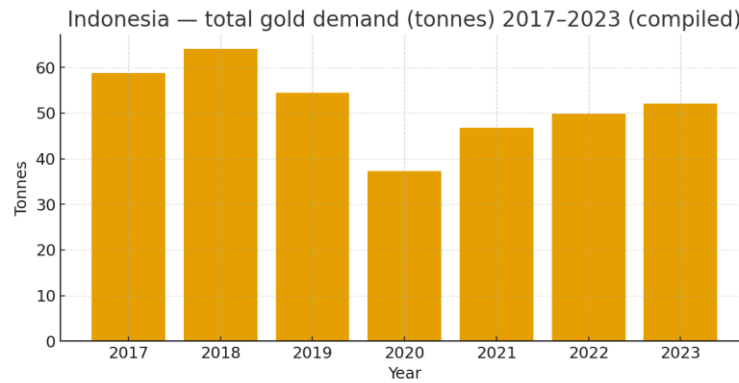
### **A. Latar Belakang Masalah**

Emas merupakan salah satu instrumen investasi yang paling diminati baik secara global maupun nasional karena sifatnya yang relatif stabil dan berfungsi sebagai aset lindung nilai (*safe haven*) terhadap gejolak ekonomi. Secara global, harga emas menunjukkan tren kenaikan selama satu dekade terakhir, dipengaruhi oleh ketidakpastian ekonomi, peningkatan risiko geopolitik, serta kebijakan bank sentral dunia yang memperkuat cadangan emas mereka (World Gold Council, 2024).

Di Indonesia, minat masyarakat terhadap emas sebagai investasi juga mengalami peningkatan. Data Otoritas Jasa Keuangan (2023) menunjukkan bahwa emas merupakan salah satu instrumen yang paling banyak dipilih oleh investor ritel, terutama karena kemudahan akses dan adanya layanan digital dari institusi keuangan. Bahkan, menurut Bank Indonesia (2023), volatilitas nilai tukar dan tekanan inflasi memperkuat posisi emas sebagai aset protektif bagi banyak rumah tangga.

Grafik permintaan emas Indonesia tahun 2017 sampai dengan tahun 2023 juga memperlihatkan bahwa permintaan emas di Indonesia cenderung stabil, dengan kisaran 37 hingga 64 ton per tahun, meskipun sempat menurun pada tahun pandemi. Setelah 2021, permintaan kembali meningkat seiring

pulihnya aktivitas ekonomi dan meningkatnya preferensi masyarakat terhadap aset aman.



Gambar 1.1 Permintaan Emas Indonesia 2017–2023

Sumber : *World Gold Council (WGC) – Demand by Country*

Tren kenaikan harga emas dan stabilnya permintaan tersebut menunjukkan bahwa emas tetap menjadi instrumen investasi penting bagi masyarakat. Hal ini juga relevan dengan meningkatnya minat terhadap produk cicil emas, khususnya melalui lembaga keuangan syariah seperti Bank Syariah Indonesia. Dengan harga emas yang semakin tinggi, masyarakat semakin membutuhkan produk pembiayaan seperti cicil emas untuk memperoleh emas secara bertahap sesuai kemampuan finansial.

Pada tingkat regional, Kalimantan Selatan juga menunjukkan peningkatan ketertarikan masyarakat terhadap investasi emas. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik Kalimantan Selatan (2023), pertumbuhan pendapatan masyarakat serta perkembangan sektor perdagangan berkontribusi pada meningkatnya konsumsi dan investasi logam mulia. Meskipun wilayah ini tidak memiliki tambang emas berskala besar, aktivitas ekonomi masyarakat

dan ketersediaan layanan keuangan termasuk Bank Syariah Indonesia mendorong peningkatan transaksi emas, baik dalam bentuk fisik maupun pembiayaan syariah berbasis murabahah seperti cicil emas.

Investasi emas telah menjadi salah satu instrumen investasi yang paling populer di dunia, termasuk di Indonesia. Emas dikenal sebagai aset yang memiliki nilai intrinsik yang stabil dan cenderung meningkat dalam jangka panjang. Investasi emas memang diakui sebagai pilihan investasi yang dapat diandalkan dan memberikan potensi keuntungan finansial yang baik bagi para investor (Tyson, 2011).

Investasi emas mempunyai keunggulan bila dibandingkan dengan investasi yang lain yaitu memiliki nilai nyata sesuai benda fisiknya dan nilai yang melekat pada benda itu. Produk cicil emas menjadi alternatif menarik, terutama bagi masyarakat kelas menengah yang ingin memiliki emas namun memiliki keterbatasan dana untuk pembelian secara tunai. Dengan adanya kemudahan ini, nasabah tidak hanya berinvestasi tetapi juga melakukannya secara halal sesuai dengan prinsip ekonomi Islam (Baur & Lucey, 2010).

Dalam konteks perbankan syariah, produk cicil emas menjadi alternatif bagi nasabah yang ingin memiliki emas secara bertahap melalui akad murabahah. Keputusan nasabah dalam memilih produk ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya tingkat pengetahuan. Menurut teori perilaku konsumen, tingkat pengetahuan dapat membentuk persepsi dan keyakinan konsumen dalam menentukan pilihan (Kotler & Keller, 2016).

Pengetahuan menjadi aspek penting karena seseorang yang memiliki pemahaman memadai tentang karakteristik emas sebagai aset investasi akan lebih mampu menilai keuntungan dan risiko produk cicil emas. Banyak keuntungan yang dapat diperoleh dari memiliki pengetahuan, termasuk manfaat pribadi seperti kemampuan untuk membedakan antara yang benar dan yang salah, mampu mengidentifikasi perbedaan antara berbagai objek, serta memahami situasi dan permasalahan dengan kemampuan untuk menganalisis dan mencari solusi dalam kehidupan sehari-hari (Notoatmodjo, 2010).

Selain itu, pendapatan juga berperan penting dalam keputusan berinvestasi. Dalam teori ekonomi mikro dijelaskan bahwa pendapatan menentukan kemampuan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan melakukan alokasi untuk investasi (Mankiw, 2018). Hal ini sejalan dengan Engel's Law yang menyebutkan bahwa pola pengeluaran seseorang berubah seiring peningkatan pendapatan sehingga individu dengan pendapatan lebih tinggi memiliki ruang finansial lebih besar untuk berinvestasi, termasuk dalam cicil emas (Houthakker, 1957).

Harga emas sebagai komoditas global juga menjadi faktor eksternal yang memengaruhi minat masyarakat. Menurut teori permintaan dan harga, perubahan nilai suatu komoditas dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Case & Fair, 2017). Selain itu, fluktuasi harga emas erat kaitannya dengan kondisi ekonomi global, seperti nilai tukar, inflasi, dan ketidakpastian pasar (World Gold Council, 2023). Perubahan harga tersebut sering kali

menjadi pertimbangan nasabah dalam menentukan waktu pembelian atau pembiayaan emas.

Nilai margin yang dikenakan oleh pihak bank adalah faktor terakhir yang turut memengaruhi pertimbangan nasabah. Dalam praktiknya, margin merupakan bentuk keuntungan yang diperoleh bank dari transaksi jual beli cicilan. Di sisi lain, nilai margin dalam akad murabahah menjadi pertimbangan penting bagi nasabah karena margin menentukan total biaya yang harus dibayar selama periode pembiayaan. Dalam konteks ini, teori utilitas menjelaskan bahwa konsumen akan membandingkan manfaat dan biaya yang ditanggung sebelum mengambil keputusan pembelian, sehingga margin yang dianggap terlalu tinggi dapat menurunkan minat nasabah (Varian, 2014). Transparansi dan kewajaran margin yang ditetapkan bank syariah menjadi faktor penentu dalam membangun persepsi positif nasabah terhadap produk cicil emas (Antonio, 2001).

Menurut beberapa penelitian tentang keputusan nasabah diantaranya penelitian oleh (Meidi et al., 2024) menemukan bahwa variabel pengetahuan, pendapatan, promosi, dan harga emas, berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Adila et al., 2024) menunjukkan bahwa variabel fluktuasi harga emas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1, sedangkan variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP

Sarolangun 1. Penelitian yang dilakukan (Ahda, 2023) juga menemukan bahwa fluktuasi harga emas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah cicil emas di BSI KCP Pasar Cempaka.

Dari penelitian terdahulu memberikan studi empiris tentang variabel independen yang beragam namun mempunyai hasil yang berbeda, hal tersebut maka penelitian ini menarik untuk diteliti karena berkaitan dengan variabel yang diambil di antaranya pengetahuan, pendapatan, harga emas, dan nilai margin yang sesuai dengan teori dan gap yang ada. Berbagai hasil studi tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi temuan terkait pengaruh pengetahuan, pendapatan, harga emas, dan nilai margin terhadap keputusan nasabah, sehingga perlu dilakukan penelitian lanjutan guna memberikan pemahaman yang lebih mendalam namun dalam konteks masyarakat Indonesia secara umum.

Dari latar belakang masalah di atas peneliti termotivasi melaksanakan penelitian dengan mengambil judul yaitu **“Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Harga Emas, dan Nilai Margin Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung?
2. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung?
3. Apakah harga emas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung?
4. Apakah nilai margin berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung?
5. Apakah pengetahuan, pendapatan, harga emas, dan nilai margin secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menguji hipotesis pengaruh pengetahuan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung.
2. Untuk menguji hipotesis pengaruh pendapatan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung.
3. Untuk menguji hipotesis pengaruh harga emas terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung.
4. Untuk menguji hipotesis pengaruh nilai margin terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung.
5. Untuk menguji hipotesis pengaruh pengetahuan, pendapatan, harga emas, dan nilai margin secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Tanjung.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran jasa perbankan syariah dan perilaku konsumen, terutama yang berkaitan dengan keputusan investasi berbasis syariah.

2. Secara Praktis:

Bagi PT Bank Syariah Indonesia Tbk, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan produk cicil emas agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik nasabah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya:

Penelitian ini dapat menjadi referensi atau landasan bagi peneliti lain yang ingin melakukan kajian lanjutan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk perbankan syariah, khususnya cicil emas