

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi secara signifikan era modern mengharuskan individu untuk berpikir progresif dalam memenuhi kebutuhan finansial jangka panjang secara terencana, sehingga dapat menjamin masa depan yang lebih terjamin dan terstruktur. Berbagai metode dapat ditempuh untuk mempersiapkan masa depan, dengan investasi sebagai salah satu pilihan utama. Dalam kehidupan masyarakat sekarang ini, berinvestasi sudah menjadi kebutuhan yang krusial untuk memastikan masa depan yang aman dan sejahtera. Menjaga kestabilan finansial ketika pensiun serta melindungi nilai aset dari dampak inflasi yang terus meningkat setiap tahun adalah hal yang tidak bisa diabaikan, terutama bagi generasi milenial. Arti dari generasi milenial sendiri yaitu generasi yang akan menjadi penerus dalam menghadapi bonus demografi Indonesia pada tahun 2025-2030. Dikenal dengan karakteristik yang *creative*, *confidence*, dan *connected*. Generasi ini akan membuka peluang pasar yang sangat menjanjikan bagi industri keuangan pada masa mendatang¹.

Salah satu investasi yang bisa digunakan dan memiliki resiko yang minim adalah investasi emas. Emas diakui sebagai mata uang global dengan nilai *universal*, memiliki nilai intrinsik yang stabil dan terstandarisasi, sehingga mudah dikonversi di berbagai lokasi.

¹ Rudiwantoro Andreas, "Langkah Penting Generasi Millennial Menuju Kebebasan Finansial Melalui Investasi," *Jurnal Moneter* V, no. 1 (2018): 44–51, www.bi.go.id.

Karakteristik emas yang tahan terhadap inflasi membuatnya menjadi pilihan investasi yang menarik². Sejak zaman kuno, emas telah menjadi primadona dalam dunia investasi. Nilainya yang cenderung mengalami kenaikan serta statusnya sebagai simbol kekuasaan dan kekayaan membuat emas banyak diminati. Emas juga efektif terbukti dalam melindungi nilai aset dari dampak inflasi juga fluktuasi nilai tukar. Oleh karena itu, investasi berupa emas merupakan salah satu cara cerdas untuk menjaga kekayaan. Banyak orang memilih untuk membeli dan menyimpan emas sebagai langkah untuk mempertahankan daya beli mereka, bukan semata-mata untuk memperoleh imbal hasil yang maksimal. Sementara itu, potensi hasil tertinggi dapat ditemukan dalam jenis investasi seperti saham, meskipun risikonya juga cenderung lebih besar³.

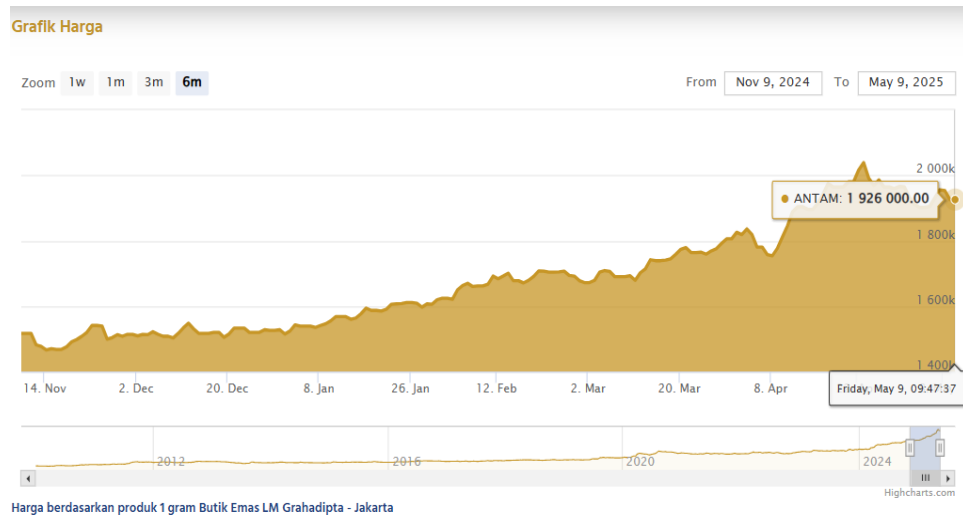
Emas merupakan logam mulia yang paling banyak dilirik oleh masyarakat. Ketertarikan terhadap emas sebagai instrumen investasi semakin bertambah, terutama karena harga komoditas emas dalam rupiah menunjukkan tren kenaikan yang konsisten. Di Indonesia, harga emas memiliki karakteristik unik. Secara umum, harga emas cenderung meningkat, dan apabila terjadi penurunan, nilainya tidak terlalu signifikan. Salah satu jenis emas yang ada adalah emas lantakan atau batangan (*fine gold*) yang memiliki kadar 24 karat. Harga emas lantakan tersebut mengalami perubahan setiap harinya. Di Indonesia, patokan harga yang

² Yohana Sundewi Arianti Jemali and Ni Nyoman Juwita Arsawati, "Implementasi Strategi Pengenalan Investasi Emas Untuk Meningkatkan Kesadaran Finansial Generasi Z," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 2, no. 6 (2024): 2048–2052.

³ William Tanuwidjaja, *Cerdas Investasi Emas* (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009).

digunakan merupakan harga emas lantakan yang diproduksi dari PT Aneka Tambang.

Gambar 1.1
Grafik Harga Emas



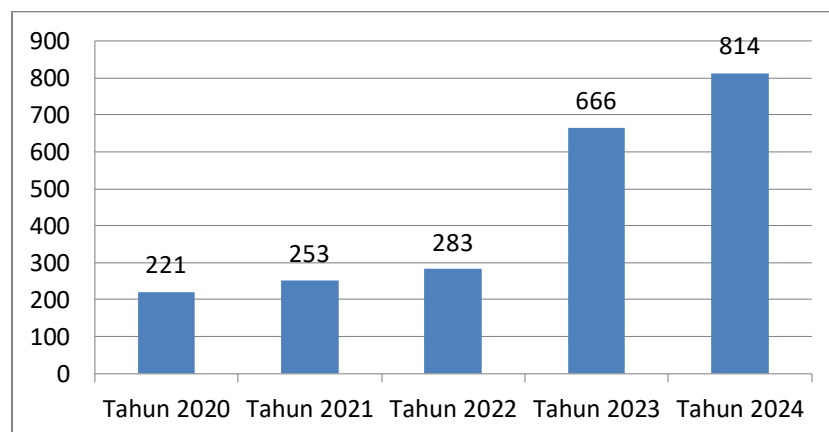
Sumber : Logam Mulia, 2025

Berdasarkan grafik pergerakan harga emas lantakan diatas, menunjukkan bahwa harga emas cenderung mengalami kenaikan dalam enam bulan terakhir dari bulan November 2024 hingga Mei 2025 dengan harga terakhir sebesar Rp.1.926.000,00. Inilah yang menjadi alasan kenapa emas disebut sebagai alat investasi yang menarik dan menguntungkan karena harganya yang terus mengalami kenaikan.

Di Indonesia, banyak perusahaan investasi yang menjadikan emas sebagai salah satu produk atau layanan mereka. Beberapa perusahaan tersebut diantaranya, PT Aneka Tambang (Antam), PT Indo Gold Solusi

Gadai, PT Pegadaian (Perseroan), Pluang, dan masih banyak lainnya⁴. Setiap perusahaan memiliki cara mereka untuk menarik investor berinvestasi emas. Salah satunya yaitu PT. Bank Syariah Indonesia, yang merupakan lembaga yang memiliki aspek legalitas, yang bisa menjamin orang-orang dapat melaksanakan investasi dengan aman. Masyarakat bisa investasi emas melalui salah satu produk Bank Syariah Indonesia yaitu produk cicil emas. BSI Cicil Emas yakni layanan yang ditawarkan guna kepemilikan emas dengan cara mengangsur atau mencicil. Nasabah bisa mendapatkan emas lantakan (batangan) dengan menerapkan akad pembiayaan *murābahah*. BSI Cicil Emas termasuk instrumen investasi jangka panjang yang terpercaya guna merealisasikan rencana dan cita-cita pada masa depan⁵.

Gambar 1.2
Grafik Jumlah Nasabah Cicil Emas BSI KC Jombang



Sumber : BSI KC Jombang, 2024

⁴ Aris Wahyu Mulyadi and Ari Susanti, “Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Investasi, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas Di Pegadaian Pada Gen Z Di Wilayah Solo Raya,” *Jurnal Studi Inovasi* 4, no. 1 (2024): 36–44.

⁵ Bank Syariah Indonesia BSI, “Produk Dan Layanan Emas,” *Bankbsi.Co.Id*, last modified 2024, <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/emas>.

Pengetahuan terkait investasi akan mendukung atau mempermudah seseorang dalam membuat keputusan untuk berinvestasi. Ilmu ini menjadi landasan dalam membentuk sebuah kekuatan bagi seseorang untuk dapat mengerjakan sesuatu yang diinginkannya⁶. Pengetahuan tentang investasi adalah pemahaman mendasar berkaitan dengan penilaian terhadap investasi, tingkat risiko yang terlibat, juga potensi pengembalian (*return*) dari investasi tersebut⁷. Berdasarkan wawancara yang dilaksanakan kepada Ibu Ayu Anjalisa selaku pegawai cicil emas, tujuan nasabah melakukan investasi pada produk cicil emas BSI KC Jombang adalah guna mempersiapkan dana haji, biaya pendidikan anak, dan juga disiplin menabung. Sebagian besar atau mayoritas dari mereka adalah nasabah dengan usia 25 tahun ke atas atau biasa disebut sebagai generasi milenial. Mengetahui atau memahami tujuan investasi sendiri merupakan salah satu indikator dari pengetahuan investasi⁸. Dalam pembiayaan produk cicil emas, pengetahuan mempunyai suatu peran yang begitu penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin baik tingkat pengetahuan yang terdapat dimiliki seorang konsumen, yang mana dalam hal ini yaitu nasabah, mengenai produk investasi tersebut sendiri, maka akan tinggi

⁶ S Suprihati and S L Pardanawati, “*The Influence of Knowledge, Investment Motivation and Investment Understanding on Student Interest To Invest in the Capital*”, *Journal of Economics, Business*, 2020, no. 4 (2020): 1030–38.

⁷ Andi Kusuma Negara and Hendra Galuh Febrianto, “Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal,” *Business Management Journal* 16, no. 2 (2020): 81.

⁸ Ayu Anjalisa Largis, Diwawancarai oleh Andika Febrianti, “Tujuan Nasabah Cicil Emas BSI KC Jombang”, Oktober 2024.

pula motivasi mereka untuk mrngambil pembiayaan cicil emas⁹. Penelitian yang dilaksanakan Hasanuddin mengatakan bahwasannya terdapat pengaruh secara positif dan signifikan pengetahuan terhadap keputusan investasi¹⁰. Penelitian itu bertolak belakang dengan penelitian Fitriasuri dan Simanjuntak yang menunjukkan jika pengetahuan investasi tidak mempengaruhi keputusan investasi¹¹.

Berdasarkan hasil survei yang dilaksanakan oleh pihak Bank Dunia, diketahui mengenai tingkatan literasi keuangan yang ada di indonesia tercatat hanya sebesar 20%. Angka ini terbilang cukup jauh lebih rendah apabila disandingkan dengan negara ASEAN yang lain misalnya seperti Filipina yang mana mencapai 27%, Malaysia mencapai 66%, Thailand mencapai 73%, serta Singapura yang menduduki posisi tertinggi yaitu sebesar 98%¹². Menurut Nur Aini, financial literacy (literasi keuangan) adalah faktor yang cukup utama untuk menentukan keputusan investasi. Faktor tersebut juga menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan terkait investasi, sehingga nantinya dapat terhindar dari permasalahan keuangan. Literasi keuangan merupakan kemampuan yang

⁹ Ahmad Muharram Alafi and Trischa Relanda Putra, "Analisis Pemasaran Syariah Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia KCP Bangkalan Trunojoyo," *Jimek (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi)* 07, no. 01 (2024): 124–134.

¹⁰ Hasanudin, Andini Nurwulandari, and Ronika Kris Safitri, "Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Dan Pelatihan Pasarmodal Terhadap Keputusan Investasi Yang Dimediasi Olehminat Investasi (Studi," *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* Vol. 5 No., no. 3 (2021): 494–512.

¹¹ Fitriasuri and Rahayu Maharani Abhelia Simanjuntak, "Pengaruh Pengetahuan Investasi, Manfaat Motivasi, Dan Modal Minimal Investasi Terhadap Keputusan Investasi Di Pasar Modal," *Owner* 6, no. 4 (2022): 3333–43..

¹² Asep Munawar, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Berinvestasi (Survei Pada Mahasiswa Mahasiswa STIE Wikara)" 14, no. 2 (2020): 253–268.

dimiliki seseorang untuk mengelola keuangan secara bijak yang bermanfaat untuk masa mendatang¹³. Penelitian Danang Mahardika dan Asandimitra menjelaskan adanya pengaruh literasi keuangan pada keputusan investasi secara signifikan¹⁴. Penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilaksanakan Sun dan Lestari yang mengindikasikan bahwasanya tidak ditemukan pengaruh positif literasi keuangan terhadap keputusan investasi¹⁵.

Tjiptono mengatakan bahwa promosi mempunyai peran utama untuk membangun citra serta kesan terhadap pola pikir dan juga pandangan pembeli, ini dimaksudkan guna memberi suatu informasi, peringatan, dan menciptakan keyakinan pembeli¹⁶. Promosi berperan penting dalam menarik minat seseorang untuk memutuskan berinvestasi. Karena dengan promosi, seseorang akan mendapatkan informasi terkait investasi tersebut yang kemudian mampu membangun persepsi yang baik terhadap investasi sehingga seseorang memutuskan investasi. Hal tersebut sesuai dengan apa yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC Jombang bahwa BSI KC Jombang melakukan promosi terkait produk cicil

¹³ Paulina Digta Isu et al., “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Tingkat *Financial Literacy* Dan Faktor Umur Terhadap Keputusan Investasi Emas Pada Pegadaian SoE,” *Behavioral Accounting Journal* 5, no. 2 (2022): 143–57.

¹⁴ Muhammad Danang Mahardhika and Nadia Asandimitra, “Pengaruh *Overconfidence*, *Risk Tolerance*, *Return*, *Financial Literacy*, *Financial Technology* Terhadap Keputusan Investasi,” *Jurnal Ilmu Manajemen* 11, no. 3 (2023): 602–613.

¹⁵ Septiwati Sun and Emi Lestari, “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan (*Financial Literacy*), Pengetahuan Investasi (*Investment Knowledge*), Motivasi Investasi (*Investment Motivation*) Dan Pendapatan (*Income*) Terhadap Keputusan Investasi Pada Masyarakat Di Batam,” *Jurnal Akuntansi AKUNESA* 10, no. 3 (2022): 101–14.

¹⁶ Rumiyati, Yusmar Ardhi Hidayat, and Tavyastuti, “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Langsung Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tabungan Emas Pada PT Pegadaian Cabang Kudus,” *Jurnal Studi Manajemen Bisnis* 3, no. 2 (2024): 19–31.

emas terhadap kelompok masyarakat. Ini berguna untuk mengambil daya tarik masyarakat agar memutuskan untuk melakukan cicil emas di BSI KC Jombang sebagai sarana investasi. Penelitian yang dilaksanakan Sutikno dan Ramadani membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap keputusan investasi¹⁷. Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Intan Sari Marseto yang menunjukkan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi¹⁸.

Sesuai dengan latar belakang dan *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan tersebut, sehingga peneliti ingin menelaah lebih jauh apakah ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi pada produk cicil emas dengan sebuah judul yang diambil yaitu **“Pengaruh Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, dan Promosi terhadap Keputusan Investasi pada Produk Cicil Emas (Studi pada Nasabah BSI KC Jombang)”**. Penelitian ini memiliki perbedaan guna membedakan dengan penelitian sebelumnya yakni menggunakan produk cicil emas Bank Syari’ah Indonesia KC Jombang sebagai sarana investasi emas. Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi nasabah Bank Syari’ah Indonesia dalam investasi pada produk

¹⁷ Sutikno and Mery Ramadani, “Analisis Fundamental, Dividen, *Overconfidence* Dan Promosi Terhadap Keputusan Investasi Di Pasar Modal,” *Ekonomi* 4, no. 2 (2021): 56–57.

¹⁸ Intan Sari Marseto, “Pengaruh Promosi, Literasi Keuangan Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Keputusan Investasi Tabungan Emas Dengan Minat Investasi Sebagai Variabel Moderasi Di PT. Pegadaian (Persero) CP Wonokromo,” 2023.

cicil emas melalui pengetahuan investasi yang memadai, literasi keuangan yang baik, dan promosi yang tepat dan efektif.

B. Identifikasi Masalah

Berdasar dari paparan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, bisa ditemukan terdapat beberapa permasalahan yang ada yaitu berikut ini:

1. Pertumbuhan serta perkembangan Indonesia pada saat ini tidak terlepas dari tantangan ekonomi, sehingga mengharuskan masyarakat untuk berpikir progresif dalam memenuhi kebutuhan finansial jangka panjang secara terencana yaitu melalui investasi, sehingga dapat menjamin masa depan yang lebih terjamin dan terstruktur.
2. Masih banyak masyarakat yang belum minat dan memutuskan untuk berinvestasi emas, padahal seperti yang kita ketahui, investasi melalui emas termasuk dalam investasi jangka panjang yang menarik dan memberikan keuntungan karena memiliki resiko yang minim dan tahan terhadap inflasi.
3. Berinvestasi dengan instrumen investasi berupa emas melalui produk cicil emas Bank Syari'ah Indonesia, tidak sepopuler instrumen investasi yang lain, seperti investasi saham dan reksadana. Dalam dua tahun terakhir, investor dari generasi milenial menjadi generasi yang paling banyak mulai membeli saham dan reksadana. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil survei yang ditujukan kepada 806 investor saham dan 613 investor reksadana yang dilakukan oleh Katadata *Insight Center*. Sehingga peneliti ingin melihat apakah

pengetahuan investasi, literasi keuangan, dan promosi sudah efektif atau belum untuk membuat nasabah memutuskan menggunakan produk cicil emas ini sebagai sarana investasi.

C. Batasan Masalah

Pemberian batasan terhadap suatu masalah dimaksudkan untuk meminimalisir terjadinya penyimpangan ataupun pelebaran inti permasalahan atau materi diluar diskusi supaya penelitian tersebut lebih terstruktur dan membantu dalam pembahasan penelitian hingga nantinya maksud dari penelitian akan tercapai. Yang menjadi batasan dalam penelitian ini ialah seputar pengetahuan investasi, literasi keuangan, dan promosi terhadap keputusan investasi nasabah cicil emas Bank Syari'ah Indonesia KC Jombang.

D. Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka dapat diambil beberapa rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini antara lain :

1. Apakah pengetahuan investasi memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi nasabah pada produk cicil emas BSI ?
2. Apakah literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi nasabah pada produk cicil emas BSI ?
3. Apakah promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi nasabah pada produk cicil emas BSI ?

4. Apakah pengetahuan investasi, literasi keuangan, dan promosi secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi nasabah pada produk cicil emas BSI ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, sehingga didapati tujuan yang dimaksud dari penelitian ini yakni :

1. Untuk mengetahui apakah pengetahuan investasi memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi nasabah pada produk cicil emas BSI.
2. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi nasabah pada produk cicil emas BSI.
3. Untuk mengetahui apakah promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi nasabah pada produk cicil emas BSI.
4. Untuk mengetahui apakah pengetahuan investasi, literasi keuangan, dan promosi secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi nasabah pada produk cicil emas BSI.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perguruan Tinggi
 - a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memperkaya literatur akademik dalam bidang ekonomi dan keuangan bagi perguruan tinggi dan menyediakan bahan untuk diskusi akademik yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan di perguruan tinggi.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membuka peluang untuk kolaborasi antara perguruan tinggi dan perusahaan, seperti bank atau lembaga keuangan lainnya, dalam bentuk penelitian atau program magang.

2. Bagi Perusahaan

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian dapat digunakan oleh Bank Syari'ah Indonesia untuk mengembangkan model teoritis baru yang mengintegrasikan pengetahuan investasi, literasi keuangan, dan promosi saat pengambilan keputusan investasi.

b. Manfaat Praktis

Bank Syari'ah Indonesia bisa memanfaatkan output penelitian ini guna merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien dengan menargetkan nasabah yang memiliki pengetahuan investasi dan tingkat literasi keuangan yang tinggi.

3. Bagi Peneliti

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan peneliti untuk menguji dan memvalidasi teori-teori yang ada dan penelitian dapat meningkatkan reputasi akademik peneliti dan membuka peluang untuk publikasi jurnal ilmiah.

b. Manfaat Praktis

Menyediakan data empiris yang dapat digunakan oleh peneliti lain sebagai referensi atau dasar untuk penelitian lebih lanjut.

G. Sistematika Pembahasan

1. BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan memuat penjelasan umum mengenai isu yang diteliti, yang mana ini disampaikan secara singkat, padat, jelas, serta tepat. Bagian pendahuluan mencakup latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka mengandung gagasan atau teori yang berkaitan dengan tema atau masalah penelitian yang dijadikan sebagai landasan dan pemecahan masalah dalam penelitian. Kajian pustaka bisa bersumber dari buku atau publikasi jurnal atau karya ilmiah yang dipandang relevan. Bab ini berisi pula kerangka pemikiran teoritik dan dugaan yang menjadi jawaban sementara dalam penelitian.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian mencakup pemilihan tipe atau teknik penelitian yang akan diterapkan dengan mempertimbangkan karakteristik dari variabel yang akan dianalisis meliputi, jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, variabel operasional, teknik

pengumpulan data, skala pengukuran, populasi dan sampel, serta teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian membahas mengenai paparan data yang ditemukan oleh peneliti. Dalam bab ini peneliti menampilkan data yang sudah diolah, dianalisis, dan membuktikan hipotesis penelitian.

5. BAB V PENUTUP

Penutup memuat ringkasan atau simpulan penelitian yang selesai dilaksanakan dan saran terhadap penelitian yang akan datang. Dapat dikatakan bab ini ialah jawaban yang valid dalam pokok permasalahan yang diuraikan dan telah dianalisis sebelumnya.