

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ibadah haji merupakan rukun Islam kelima yang wajib dilaksanakan bagi setiap muslim yang mampu, baik secara fisik maupun finansial. Namun, dalam beberapa tahun terakhir biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPIH) terus mengalami peningkatan seiring dengan inflasi global, fluktuasi kurs mata uang, serta penyesuaian standar pelayanan di Arab Saudi¹. Peningkatan biaya ini menuntut calon jamaah untuk menyiapkan dana pelunasan secara lebih matang dan terencana. Di tengah kebutuhan tersebut, pemerintah Indonesia sedang melakukan transisi penting dalam tata kelola keuangan haji, yakni pengalihan sebagian kewenangan pengelolaan dana dan pelunasan BPIH dari Kementerian Agama (Kemenag) ke Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) sesuai amanat Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Haji².

Proses transisi ini menimbulkan sejumlah tantangan. Di satu sisi, BPKH diharapkan dapat mengoptimalkan pengelolaan dana haji agar lebih transparan, profesional, dan produktif. Di sisi lain, perpindahan mekanisme pelunasan dari kementerian agama (Kemenag) ke BPKH memunculkan ketidakpastian bagi sebagian calon jamaah, khususnya terkait jadwal, teknis setoran, dan mekanisme investasi dana haji³. Banyak jamaah yang masih mencari alternatif pembiayaan agar tidak terbebani ketika tiba masa pelunasan BPIH.

Data menunjukkan bahwa kuota haji Indonesia pada tahun 2025 berjumlah 221.000 jamaah, terdiri atas 203.320 jamaah reguler dan 17.680 jamaah khusus, dan

¹Fadlul Imansyah, “*Bpkh Jaga Akuntabilitas Dan Pengawasan Keuangan Haji*” (jakarta selatan, 2023), <https://bpkh.go.id/wp-content/uploads/2024/01/BPKH-News-Edisi-02-Final-Web.pdf>.

²Pemerintah Indonesia, *Undang Undang Tentang Pengelolaan Keuangan Haji*. (lembaga negara RI, 2014).

³Noverius Laoli Arif Ferdianto, “*Ketidakpastian Dana Pengembalian Keuangan Bayangi Penyelenggaraan Haji Khusus 2026,*” 2026, <https://nasional.kontan.co.id/news/ketidakpastian-dana-pengembalian-keuangan-bayangi-penyelenggaraan-haji-khusus-2026>.

hingga pertengahan Maret 2025 sekitar 70% kuota reguler atau lebih dari 144.219 orang telah melunasi setoran pelunasan BPIH (Kementerian Agama RI, 2025). Sementara itu, BPIH terus mengalami kenaikan, misalnya pada tahun 2023 rata-rata biaya reguler tercatat sekitar Rp90.050.637,26 per jamaah, dan pada tahun 2024 total BPIH mencapai sekitar Rp93,41 juta, dengan porsi yang harus dibayar langsung jamaah sekitar Rp56,04 juta (BPKH, 2024)⁴. Kenaikan biaya ini menjadi beban signifikan, khususnya pada masa transisi pengelolaan dana haji dari Kemenag ke BPKH.

Tabel 1.1 Jumlah Jamaah Haji

Tahun	Kuota Haji Indonesia	Rincian Kuota	Keterangan Pelunasan / BPIH
2020	0 jamaah	-	Tidak ada keberangkatan karena pandemi Covid-19
2021	0 jamaah	-	Tidak ada keberangkatan karena pandemi Covid-19
2022	100.051 jamaah	92.825 reguler + 7.226 khusus	Penyelenggaraan haji dibuka kembali dengan kuota terbatas pasca-pandemi
2023	221.000 jamaah	203.320 reguler + 17.680 khusus	Rata-rata BPIH reguler ± Rp90.050.637,26 per jamaah
2024	241.000 jamaah	213.320 reguler + 27.680 khusus	Total BPIH ± Rp93,41 juta, porsi dibayar jamaah ± Rp56,04 juta
2025	221.000 jamaah	203.320 reguler + 17.680 khusus	Hingga pertengahan Maret 2025, ± 70% kuota reguler atau >144.219 orang telah melunasi setoran pelunasan BPIH

Sumber: Data di peroleh dari web kementerian agama RI, 2025

⁴Mustarini Bella Vitiara, “*Kuota Haji Reguler Terisi 70%, Pelunasan Sampai 14 Maret 2025*,” direktoral jendral penyelenggaraan haji dan umrah, 2025, <https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/kuota-haji-reguler-terisi-70-pelunasan-sampai-14-maret-2025>.

Tabel diatas menunjukkan perkembangan kuota jamaah haji Indonesia dari tahun 2020 hingga 2025, beserta rincian kuota reguler maupun khusus serta keterangan terkait pelunasan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH). Data tersebut memperlihatkan adanya pembatasan keberangkatan pada tahun 2020 dan 2021 akibat pandemi, kemudian dibuka kembali secara bertahap pada 2022, hingga kuota kembali normal pada 2023–2025. Di sisi lain, beban biaya haji terus mengalami peningkatan, dengan rata-rata BPIH reguler mencapai lebih dari Rp90 juta per jamaah pada 2023 dan Rp93,41 juta pada 2024, sehingga menuntut jamaah untuk mempersiapkan dana pelunasan secara lebih matang.

Tabel 1.2 perbandingan harga jual dan harga beli emas

Berat Emas	Harga Beli 2025	Harga Jual (Buyback) 2026	Selisih (Keuntungan)
5 gram	Rp10.321.100	Rp13.715.000	Rp3.393.900
10 gram	Rp21.611.000	Rp27.375.000	Rp5.764.000
25 gram	Rp52.575.500	Rp68.312.500	Rp15.737.000
50 gram	Rp105.249.000	Rp136.545.000	Rp31.296.000

Sumber: Diperoleh dari Web Bank Syariah Indonesia(BSI) per September, 2025 dan per Mei, 2026

Dari tabel 1.2 Berdasarkan perbandingan harga beli emas tahun 2025 dengan harga buyback tahun 2026, terlihat bahwa seluruh gramasi emas mengalami kenaikan nilai. Hal ini menunjukkan bahwa investasi emas melalui produk cicil emas BSI berpotensi memberikan keuntungan apabila harga emas terus meningkat. Kenaikan harga emas dari sekitar Rp2.064.220/gram pada tahun 2025 menjadi Rp2.592.000/gram pada tahun 2026 menyebabkan nilai investasi nasabah bertambah, sehingga emas dapat menjadi alternatif instrumen investasi sekaligus sarana persiapan dana ibadah haji atau umrah.

Dalam konteks ini, pembiayaan cicil emas yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi salah satu alternatif strategis. Emas telah lama diakui sebagai aset yang relatif stabil nilainya dan cenderung mengalami apresiasi dalam jangka

panjang, sehingga cocok dijadikan sarana lindung nilai (*hedging*) terhadap inflasi dan fluktuasi mata uang⁵. Melalui skema cicil emas, calon jamaah haji dapat mencicil pembelian emas secara bertahap, lalu memanfaatkannya untuk pelunasan BPIH, baik dengan menjual emas yang terkumpul maupun menggadaikannya melalui akad syariah. Produk ini secara tidak langsung menjadi alternatif pembiayaan yang membantu jamaah menyiapkan dana pelunasan di tengah ketidakpastian akibat perubahan kebijakan pengelolaan dana haji.

Tabel 1.3 Jumlah Nasabah Cicil Emas

Tahun	Jumlah Nasabah Baru	Total Kumulatif Nasabah	Presentase Pertumbuhan Tahunan
2023	500	500	-
2024	625	1.125	25%
2025	707	1.832	13,12%

Sumber: Data Di Peroleh Dari BSI KCP Surabaya Lidah Wetan, 2025

Berdasarkan data jumlah nasabah BSI pada periode 2023 hingga 2025, dapat diketahui bahwa jumlah nasabah mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2023, jumlah nasabah tercatat sebanyak 500 orang. Kemudian pada tahun 2024 jumlah nasabah meningkat menjadi 625 orang, dengan tingkat pertumbuhan sebesar 25 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan minat masyarakat terhadap produk perbankan yang ditawarkan oleh BSI.

Pada tahun 2025, jumlah nasabah kembali mengalami peningkatan menjadi 707 orang. Pertumbuhan jumlah nasabah pada tahun ini sebesar 13,12 persen dibandingkan tahun 2024. Meskipun persentase pertumbuhannya menurun, secara jumlah nasabah tetap mengalami kenaikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa BSI masih mampu mempertahankan kepercayaan nasabah dan menjaga pertumbuhan yang positif.

⁵ Tomy G. Soemapradja, "Emas Sebagai Lindung-Nilai Inflasi," *Binus Business Review* 3, no. 2 (2012): 898, <https://doi.org/10.21512/bbr.v3i2.1272>.

Secara keseluruhan, total akumulatif jumlah nasabah BSI selama periode 2023 hingga 2025 mencapai 1.832 nasabah. Peningkatan jumlah nasabah yang terjadi secara berkelanjutan ini mengindikasikan bahwa kinerja BSI dalam menarik dan mempertahankan nasabah tergolong cukup baik selama periode penelitian.

Meski demikian, minat masyarakat untuk memanfaatkan pembiayaan cicil emas sebagai alternatif pelunasan biaya haji dipengaruhi berbagai faktor, seperti Faktor Psikologis, Faktor Situasional, Promosi, dan pengetahuan investasi⁶. Analisis terhadap faktor-faktor tersebut penting dilakukan agar diketahui sejauh mana produk ini dapat menjawab kebutuhan jamaah haji pada masa transisi pengelolaan dana dari Kemenag ke BPKH.

Dibandingkan dengan studi-studi sebelumnya secara khusus penelitian ini memfokuskan analisis minat nasabah pembiayaan cicil emas sebagai alternatif pelunasan Biaya Ibadah Haji. Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) dalam konteks transisi pengelolaan dana haji dari Kementerian Agama ke Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH). Sebagian besar penelitian terdahulu menitikberatkan pada minat investasi emas atau strategi pemasaran produk cicil emas secara umum, sedangkan penelitian ini menekankan peran cicil emas sebagai instrumen perencanaan dana pelunasan haji di tengah perubahan kebijakan nasional. Dengan memadukan Faktor Psikologis, Faktor Situasional, Promosi, dan pengetahuan investasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru tentang bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi keputusan calon jamaah haji untuk memanfaatkan produk cicil emas.

⁶ Nur Syamsi Adilla, Eliyanora, dan Desi Handayani, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah,*” *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis* 14, no. 2 (2021): 352–60, <https://doi.org/10.35143/jakb.v14i2.5174>.

Secara akademik, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada kajian perilaku konsumen dalam memilih produk keuangan syariah yang mendukung ekosistem haji. Sementara secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi BSI, dan BPKH dalam merancang strategi penguatan produk pembiayaan haji yang lebih adaptif terhadap perubahan kebijakan. Dengan demikian, **“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Pembiayaan Cicil Emas Sebagai Alternatif Pelunasan Biaya Ibadah Haji”** menjadi relevan di tengah fenomena transisi pengelolaan dana haji nasional saat ini.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka ditemukan identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Belum optimalnya minat nasabah terhadap produk pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai alternatif pelunasan biaya ibadah haji, meskipun produk ini memiliki potensi besar dalam membantu masyarakat menyiapkan dana haji.
2. Perubahan harga emas diduga memengaruhi minat nasabah, mengingat fluktuasi harga emas dapat menimbulkan persepsi risiko atau peluang terhadap nilai investasi emas di masa depan.
3. Biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPIH) yang terus meningkat setiap tahunnya menimbulkan tantangan bagi calon jamaah untuk melunasi biaya keberangkatan. Kondisi ini mendorong masyarakat mencari alternatif pembiayaan yang lebih ringan dan terjangkau.

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini berfokus pada produk pembiayaan cicil emas yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai salah satu alternatif

pelunasan biaya ibadah haji. Subjek penelitian dibatasi pada nasabah dan calon nasabah BSI yang mengetahui atau pernah menggunakan produk pembiayaan cicil emas, baik untuk tujuan investasi maupun persiapan pelunasan biaya haji. Faktor-faktor yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu minat nasabah yang meliputi, Faktor Psikologis, Faktor Situasional, Faktor Promosi, dan Faktor Pengetahuan Investasi. Penelitian ini tidak membahas aspek teknis operasional perbankan seperti prosedur akad secara mendalam, kebijakan internal BSI, maupun analisis risiko keuangan bank. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, sehingga penelitian ini tidak meneliti hubungan kausalitas yang lebih kompleks di luar variabel yang telah ditetapkan.

D. Rumusan Masalah

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pembiayaan cicil emas sebagai alternatif pelunasan biaya ibadah haji?

E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini yaitu:
 - a. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pembiayaan cicil emas sebagai alternatif pelunasan biaya ibadah haji.
2. Manfaat dari penelitian ini yaitu:
 - a. Diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai minat nasabah pembiayaan cicil emas sebagai alternatif pelunasan biaya ibadah haji.
 - b. Sebagai rujukan bagi peneliti yang ingin meneliti permasalahan yang serupa dengan penelitian ini.

- c. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua khalayak untuk memahami minat nasabah pembiayaan cicil emas sebagai alternatif pelunasan biaya ibadah haji.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan kajian pustaka yang telah penulis lakukan, penelitian ini dapat dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang diangkat oleh peneliti sehingga menghindari adanya pengulangan.

1. Skripsi oleh Intan Cahyaningrum (2024) dengan judul “*Analisis Minat Masyarakat Menggunakan Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior dan Literasi Keuangan*”⁷. mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dengan menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan literasi keuangan. Berdasarkan TPB yang dikemukakan Ajzen, minat berperilaku ditentukan oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Penelitian ini menambahkan variabel literasi keuangan untuk melihat sejauh mana pemahaman keuangan memengaruhi niat menggunakan produk cicil emas. Melalui pendekatan kuantitatif dengan 100 responden nasabah BSI KCP Jakarta Bintaro Veteran dan analisis menggunakan SmartPLS, hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat, sedangkan norma subjektif dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menandakan bahwa keputusan memanfaatkan pembiayaan cicil emas lebih ditentukan oleh pandangan

⁷Intan Cahyaningrum, “*Analisis Minat Masyarakat Menggunakan Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behavior Dan Literasi Keuangan*,” 2024.

positif dan persepsi kemudahan pengendalian daripada tekanan sosial atau tingkat literasi keuangan. Penelitian ini sejalan dengan studi-studi sebelumnya yang menekankan peran sikap dan persepsi kontrol dalam memprediksi niat, namun berbeda dari sebagian penelitian lain yang menemukan literasi keuangan sebagai faktor penting, sehingga membuka ruang kajian lebih lanjut mengenai literasi keuangan syariah atau faktor lain seperti persepsi risiko dan kepercayaan terhadap bank dalam memengaruhi minat masyarakat.

2. Jurnal oleh Zeiniye (2023) dengan judul “*Peluang Investasi Emas Melalui Produk Cicil Emas BSI Di Kantor Cabang Pembantu Siubondo*”⁸. dengan pendekatan deskriptif kualitatif, menggunakan data primer dan sekunder melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kajian pustaka. Penelitian ini menjelaskan bahwa cicil emas adalah produk pembiayaan dengan akad *murabahah*, di mana nasabah membayar uang muka 20% dulu, kemudian sisanya (80%) dicicil. Temuannya menunjukkan bahwa peluang investasi produk ini cukup positif, terutama karena manfaat-manfaat seperti: emas dianggap lebih menguntungkan dibandingkan uang tunai sebab tidak begitu terpengaruh inflasi; proses jual-beli emas yang relatif mudah; margin yang ditawarkan oleh BSI kompetitif; serta kecenderungan kenaikan harga emas dari tahun ke tahun. Peneliti memberikan bahwa faktor-faktor eksternal seperti kestabilan harga emas dan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah turut mendukung persepsi bahwa cicil emas merupakan instrumen investasi yang menguntungkan. Meskipun penelitian ini tidak

⁸ Zeiniye Zeny, “*Peluang Investasi Emas Melalui Produk Cicil Emas Bank Syari’ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Situbondo*,” Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 9, no. 3 (2023): 4308, <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10153>.

menitikberatkan pada variabel literasi keuangan atau teori perilaku terencana seperti TPB, hasilnya bisa dijadikan pijakan bahwa sikap masyarakat terhadap emas sebagai aset yang aman dan keuntungan finansial menjadi dasar kuat bagi minat investasi. Hal ini relevan sebagai referensi pembanding dalam penelitian yang memasukkan variabel seperti literasi keuangan, norma sosial, atau persepsi kontrol perilaku dalam model teoritik.

3. Skripsi oleh Winda Yulia Pratiwi (2024) dengan judul “*Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KC Bandar Jaya*”⁹. Penelitian tentang strategi pemasaran cicil emas di Bank Syariah menunjukkan bahwa marketing mix termasuk elemen produk, harga, promosi, tempat (distribusi), *proses*, orang (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*) sering dijadikan kerangka utama dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan implementasi pemasaran cicil emas (misalnya di BSI KCP Cemara Asri) yang berhasil menarik minat nasabah melalui kombinasi promosi yang efektif dan *positioning* sebagai bank yang aman dan menguntungkan. Penelitian lain seperti pada BSI KCP Indramayu Sudirman juga mendapati bahwa strategi pemasaran seperti *canvassing*, *open table*, *referral* dari nasabah, penawaran ke perusahaan rekanan, dan penggunaan bauran pemasaran 4P sangat membantu dalam meningkatkan *awareness* dan jumlah nasabah produk cicil emas syariah. Di sisi digital, studi di BSI KCP Semarang Banyumanik menemukan bahwa strategi pemasaran digital meliputi media sosial, *content marketing*, *online advertising*, *referral marketing* memiliki keunggulan dalam efisiensi dan

⁹ Winda, “*Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KC Bandar Jaya*,” 2024.

menjangkau calon nasabah yang lebih luas, meskipun tidak bebas dari tantangan seperti kepercayaan, ketertarikan konten, dan keterbatasan literasi digital masyarakat. Berdasarkan studi-studi tersebut, untuk konteks KC Bandar Jaya, dapat diasumsikan bahwa strategi pemasaran yang komprehensif menggabungkan bauran pemasaran tradisional dan digital, serta promosi yang edukatif dan informatif tentang akad syariah dan manfaat cicil emas akan sangat berpotensi meningkatkan minat nasabah, terutama jika didukung oleh kejelasan regulasi, transparansi, dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga.

4. Jurnal oleh Mei Linda Ritonga (2024) dengan judul “*Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Terhadap Produk Cicil Emas Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BSI KCP Cemara Asri*”. dalam penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang melakukan penelitian lapangan di Bank Syariah Indonesia KCP Cemara Asri untuk mengetahui strategi pemasaran produk cicil emas dengan akad murabahah. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa strategi pemasaran yang diterapkan mencakup bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*). Dalam aspek produk, diteliti bagaimana fitur, kualitas, dan keunggulan cicil emas sebagai produk pembiayaan murabahah; dari sisi harga, bagaimana struktur margin, biaya administrasi atau harga jual yang dikomunikasikan; pada tempat/distribusi (*place*), lokasi BSI KCP Cemara Asri dan saluran distribusi yang digunakan; promosi meliputi media promosi lokal, edukasi produk, dan pendekatan langsung ke calon nasabah; *people* mencakup pelatihan staf dan layanan pelanggan; *physical evidence* berupa tampilan fisik kantor, materi

pemasaran, dan fasilitas pendukung; sedangkan *process* membahas kemudahan prosedur pembayaran dan proses operasional cicil emas. Temuan dari Ritonga menyimpulkan bahwa kombinasi dari elemen-elemen 7P tersebut mampu meningkatkan ketertarikan dan jumlah nasabah cicil emas di kantor tersebut, terutama dengan promosi dan proses yang efisien sebagai faktor yang sangat dominan.

5. Jurnal oleh Muhammad Faraghy Hasan dan Dedy Rachmad (2024) dengan judul “*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi Emas Generasi Milenial Muslim di Jabodetabek*”¹⁰. menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, sikap, norma subjektif, persepsi risiko, dan *perceived behavioral control* terhadap minat investasi emas dengan memadukan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan konsep literasi keuangan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, sikap, norma subjektif, dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, sedangkan *perceived behavioral control* tidak signifikan. Temuan ini menguatkan studi-studi sebelumnya yang menekankan pentingnya literasi keuangan dan persepsi risiko sebagai determinan perilaku investasi, baik pada instrumen emas maupun pasar modal syariah, namun juga menunjukkan bahwa persepsi kemampuan mengendalikan keputusan investasi tidak selalu menjadi faktor kunci. Relevansinya terhadap kajian pembiayaan cicil emas untuk pelunasan biaya ibadah haji terletak pada bukti bahwa literasi keuangan syariah dan persepsi risiko merupakan variabel penting yang

¹⁰ Muhammad Faraghy Hasan dan Dedy Rachmad. (2024). “*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Emas Generasi Milenial Muslim Di Jabodetabek*”. PJIEFAS | Postgraduated Journal of Islamic Economics, Finances and Accounting Studies, vol. 3, n.d.

memengaruhi minat masyarakat untuk berinvestasi atau memanfaatkan produk keuangan syariah, sehingga layak dijadikan variabel penelitian dalam menganalisis minat nasabah terhadap produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun untuk mempermudah pemahaman sehingga dapat menghasilkan pembahasan yang sistematis. Penulisan ini dibagi menjadi lima bab, yakni :

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian teori, dan sistematika pembahasan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian landasan teori membahas tentang beberapa teori yang berhubungan dengan penelitian penulis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian membahas tentang metode yang hendak diterapkan dalam mengolah data penelitian, seperti jenis penelitian, waktu dan lokasi, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab hasil dan pembahasan membahas mengenai gambaran secara rinci objek penelitian dan hasil dari penelitian tersebut.

5. BAB V PENUTUP

Pada bab penutup berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian serta saran untuk peneliti selanjutnya agar lebih luas lagi objek yang akan diteliti.

6. DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini memuat daftar referensi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini. Meliputi buku, jurnal, dan web yang dijadikan acuan dalam penelitian.