

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Minat Nasabah

2.1.1.1 Pengertian Minat

Minat sebagai aspek kejiwaan tidak hanya memengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan aktivitas yang membuatnya tertarik pada sesuatu, tetapi juga bisa dianggap sebagai sikap subjektif yang muncul karena adanya dorongan untuk memenuhi kebutuhan dan rasa ingin tahun.

Menurut (Suryanto, 2017) Minat ialah keinginan dan kemauan yang berkembang dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu, dari itu minat menjadi sesuatu yang sangat berperan penting dalam berhubungan dengan objek atau lingkungan yang menjadi objek minatnya. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.

Menurut (Jahja, 2015) minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan pelajaran, benda dan orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif afektif dan motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan.

Dengan kata lain, Minat pasti berhubungan bersama keinginan. Keinginan itu bisa didefinisikan menjadi suatu paham dengan memvisualkan dorongan yang muncul didalam diri seseorang yang mengarahkan dan menggerakkan sikapnya (Sunarji, 2016) Oleh karena itu, minat merupakan aspek kejiwaan yang sangat

penting bagi individu. Minat tidak hanya memengaruhi perilaku seseorang, tetapi lebih dari itu, minat mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas dan membuatnya tertarik serta rela terikat pada suatu kegiatan.

Berdasarkan pengertian di atas, dalam penelitian ini, minat diartikan sebagai daya tarik yang muncul dari objek tertentu yang membuat seseorang merasa senang dan memiliki keinginan untuk terlibat atau berinteraksi dengan objek tersebut, sehingga menimbulkan suatu keinginan.

2.1.1.2 Pengertian Nasabah

Nasabah adalah pelanggan (*customer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa. Sedangkan nasabah menurut pasal 1 ayat (17) UU No.10 tahun 1998 adalah “Pihak yang menggunakan jasa bank.” Nasabah mempunyai peran penting dalam industri perbankan, dimana dana yang disimpan nasabah di bank merupakan dana yang terpenting dalam operasional bank untuk menjalankan usahanya. (Hayati, 2020:65)

Menurut (Rambat, 2014:25) nasabah adalah seseorang yang secara kontinu dan berulang datang ke bank untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk/jasa tersebut. Nasabah sendiri merupakan “sejumlah manusia dalam arti seluas luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama”. Dengan demikian, minat nasabah adalah keputusan sejumlah orang dalam memilih antara suka dan tidak suka terhadap suatu objek, yang melibatkan nilai-nilai pengalaman, tindakan, kesenangan, perhatian, dan partisipasi seseorang terhadap suatu kegiatan yang disukainya.

1.1.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah.

Berikut faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah (Maharani, 2020:18)

1) Faktor Budaya

Faktor budaya memengaruhi cara individu melihat, menilai, dan mengambil keputusan terhadap investasi, termasuk investasi emas secara cicilan.

a. Nilai Dan Persepsi Terhadap Emas

Masyarakat memandang emas sebagai simbol kekayaan, keamanan finansial, dan aset jangka panjang. Persepsi ini mendorong minat berinvestasi, termasuk melalui cicilan.

b. Tradisi Finansial Keluarga

Kebiasaan keluarga dalam menyimpan emas atau menabung emas sejak dulu membentuk pola pikir dan kebiasaan generasi berikutnya untuk berinvestasi emas.

c. Preferensi terhadap Aset Fisik

Masyarakat lebih percaya aset berwujud seperti emas karena mudah diawasi, likuid, dan dianggap lebih aman dibanding aset non-fisik seperti saham atau kripto.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup pengaruh dari orang-orang di sekitar individu, seperti keluarga, teman, lingkungan, dan status sosial, yang dapat membentuk minat atau keputusan dalam berinvestasi, termasuk investasi emas secara cicilan.

a) Pengaruh Keluarga

Keluarga merupakan agen sosialisasi utama dalam membentuk sikap dan kebiasaan finansial. Jika orang tua atau anggota keluarga terbiasa menabung emas atau berinvestasi, maka individu cenderung mengikuti pola tersebut, termasuk memilih cicilan emas sebagai pilihan investasi yang dianggap aman dan terpercaya.

b) Lingkungan Masyarakat

Norma sosial dan praktik di lingkungan sekitar memengaruhi minat seseorang terhadap investasi. Jika komunitas atau teman sebaya terbiasa berinvestasi emas, terutama melalui cicilan (seperti arisan emas atau platform digital), maka individu lebih terdorong untuk ikut serta agar tidak tertinggal.

c) Status Sosial dan Gaya Hidup

Emas sering dianggap sebagai simbol status dan prestise, terutama dalam budaya masyarakat Indonesia. Gaya hidup konsumtif yang tetap ingin tampak “mapan” juga mendorong minat mencicil emas sebagai cara memiliki aset berharga tanpa perlu membayar langsung secara penuh.

3) Faktor pribadi

Faktor pribadi adalah karakteristik individu yang memengaruhi preferensi, keputusan, dan perilaku dalam berinvestasi. Dalam konteks investasi cicil emas, faktor ini berkaitan dengan kondisi ekonomi, tingkat pengetahuan, dan pengalaman masing-masing individu.

a) Penghasilan dan Kondisi Ekonomi Pribadi

Tingkat penghasilan memengaruhi daya beli dan kemampuan berinvestasi. Individu dengan pendapatan terbatas biasanya lebih memilih sistem cicilan karena tidak memerlukan pembayaran besar di awal.

b) Pendidikan dan Pengetahuan Keuangan

Tingkat pendidikan, terutama literasi keuangan, menentukan sejauh mana seseorang memahami manfaat investasi, risiko, serta cara kerja sistem cicil emas. Pengetahuan ini mendorong minat untuk memilih instrumen yang dianggap aman dan stabil seperti emas.

c) Pengalaman Investasi Sebelumnya

Pengalaman sebelumnya, baik positif maupun negatif, memengaruhi sikap terhadap investasi. Orang yang pernah berinvestasi emas dan merasa aman akan lebih percaya untuk mengulangi, termasuk lewat cicilan.

2.1.3 Investasi

Kata investasi merupakan kata adopsi dari bahasa Inggris, yaitu *Invest*. Kata Investasi sebagai kata dasar dari *investment* yang memiliki arti menanam. Investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan saat ini dengan tujuan memperoleh sejuta keuntungan di masa datang. Investasi dibagi menjadi dua investasi pada *financia asset* yang dilakukan di pasar modal, misanya berupa saham, obligasi, warrant, opsi dan lainnya. Sedangkan investasi pada *Real Asset* dapat dilakukan dengan pembelian Asset produktif, pendirian pabrik, pembukaan, pertambangan, perkebunan dan lainnya

Dalam Islam investasi merupakan kegiatan muamalah yang sangat dianjurkan, karena dengan berinvestasi harta yang dimiliki menjadi produktif dan mendatangkan manfaat bagi orang lain. Dalam perspektif ekonomi Islam, investasi bukanlah bercerita tentang berapa keuntungan materi yang bisa didapatkan dengan investasi tersebut, akibat implementasi mekanisme zakat, maka aset produktif yang dimiliki seseorang pada jumlah tertentu (memenuhi batas nisab zakat) akan selalu dikenakan zakat, sehingga hal ini akan mendorong pemiliknya untuk mengelolanya untuk investasi. Dengan demikian melalui investasi tersebut pemilik aset memiliki potensi mempertahankan jumlah dan nilai asetnya. (Maharani, 2020:23)

2.1.2.1 Investasi Cicil Emas

Emas adalah logam yang halus, aman terhadap erosi dan fleksibel secara efektif sehingga sering digunakan dalam permata. Emas telah digunakan sejak abad pertama. dan digunakan sebagai alat komunikasi. Di Indonesia, emas saat ini merupakan salah satu investasi paling signifikan dan sumber pendanaan moneter terbesar. Emas dibingkai melalui magmatisme atau pernyataan tertulis di permukaan dunia. Proses tersebut terjadi melalui pengaruh metasomatisme dan pengaruh air, sementara pengendapan mekanis menghasilkan penimbunan placer (Crown Agustin, 2022:87).

Cicilan emas Bank Syariah Indonesia merupakan program yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi dalam emas batangan dengan menawarkan pembelian emas secara mencicil. Masyarakat dapat memperoleh emas batangan melalui pembiayaan cicilan emas.

Emas sejak dahulu dikenal sebagai salah satu bentuk harta yang bernilai tinggi. dalam Islam, emas bisa digunakan sebagai alat tukar, mahar, bahkan sebagai bentuk investasi. Namun, karena emas tergolong barang ribawi, transaksi emas memiliki aturan khusus dalam Islam, terutama terkait akad, waktu serah terima, dan kejelasan harga. Berikut landasan hukum islam tentang investasi emas.(Verawati, 2024:449)

1. Al-Qur'an

AL-Qur'an memberikan panduan utama terkait pengelolaan harta, termasuk emas:

وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يَنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ

(QS. At-Taubah: 34)

Artinya: *“Dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak serta tidak menginfakaannya di jalan Allah, maka berilah kabar gembira kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) azab yang pedih.”*

Ayat ini menegaskan pentingnya memanfaatkan emas secara produktif dan halal, menghindari penimbunan tanpa manfaat bagi umat. Dalam konteks investasi, emas dapat digunakan sebagai instrument untuk menciptakan kesejahteraan sesuai syariat.

2. Hadis Rasulullah saw

Dalam hadis, Rasulullah SAW memberikan pedoman transaksi emas:

لَبِيعُ فِي الذَّهَبِ بِالذَّهَبِ وَفِي الْفِضَّةِ بِالْفِضَّةِ وَفِي التَّمْرِ بِالتَّمْرِ وَفِي الْحِنْطَةِ بِالْحِنْطَةِ وَفِي السَّمْنِ بِالسَّمْنِ وَمِثْلًا

بِمِثْلٍ وَيَدًا بِيَدٍ، فَإِذَا اخْتَلَفَتْ أَنْوَاعُهَا فَابْيَعُوا كَيْفَ شِئْتُمْ إِذَا كَانَ يَدًا بِيَدٍ

(HR. Muslim, no. 1587).

Artinya: “(Jual beli) emas dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, kurma dengan kurma, garam dengan garam, harus sama timbangannya dan dilakukan secara tunai, jika jenisnya berbeda, juallah sekehendak kalian asalkan dilakukan secara tunai.

Hadis ini menunjukkan bahwa transaksi emas harus dilakukan secara adil, transparan, dan tanpa unsur riba atau ketidakpastian.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Sumber Referensi
1.	Pengaruh fluktuasi harga emas dan promosi terhadap minat nasabah dalam produk cicil emas pada pegadaian syariah pasar baru indramayu.	Hasil penelitian dapat menunjukkan bahwa fluktuasi harga emas berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah.	Penelitiannya sama menggunakan penelitian kualitatif, variabel nya sama minat nasabah dan investas cicil emas	Perbedaan tempat penelitian, judul penelitian.	(Septian Haerisma (2022) et al., n.d.) Skripsi
2.	Efektivitas strategi pemasaran produk cicil emas dalam menarik minat nasabah bank syariah Indonesia ke daan magot.	Hasil penelitian dapat menunjukkan bahwa efektivitas strategi pemasaran produk cicil emas dalam menarik minat nasabah pada bank	Penelitiannya sama menggunakan penelitian kualitatif, variabel nya sama investas cicil emas.	Perbedaan tempat penelitian dan perbedaan variable.	.Nabilah syamsi (2023) Skripsi

		syariah Indonesia sudah efektif.			
3.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai Emas Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan.	Faktor produk, pelayanan, pengetahuan produk masing-masing berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat nasabah.	Penelitiannya sama menggunakan penelitian kualitatif, variabel nya sama minat nasabah dan investas cicil emas	Perbedaan tempat penelitian dan perbedaan variable.	Setia Budi (2021) Skripsi
4.	Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang.	Faktor produk, pelayanan, pengetahuan produk masing-masing berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat nasabah.	Penelitiannya sama menggunakan penelitian kualitatif, variabel nya sama minat nasabah dan investas cicil emas	Perbedaan tempat penelitian	Rida (2023). Skripsi

2.2 Pendekatan Masalah

Minat investasi dapat didefinisikan sebagai proses alternative dari berbagai alternative. Dalam pengambilan Keputusan didasari oleh konsep kepuasan, relative yang dapat dicapai dari konsep tersebut, tiap tindakan seseorang bertujuan untuk memaksimalkan akumulasi utilitas agar mampu menghasilkan keputusan (Puspitaningtyas, n.d., 2023:12)

Minat dalam pembelian produk adalah sikap atau tindakan konsumen untuk mendapatkan produk sesuai dengan kemauannya sebuah Keputusan merupakan hasil seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif. Penentuan minat merupakan serangkaian tahapan yang terbentuk dari suatu alternatif kemudian melakukan evaluasi terhadap minat tersebut (Hanum & Hidayat, 2017:82)

Dari pendapat tersebut dapat ditarik Kesimpulan bahwasannya minat dalam pembelian adalah tindakan seorang konsumen sebagai pengembalian alternatif dalam membeli suatu produk ataupun jasa.

Terdapat tiga paktor yang memberikan pengaruh kepada konsumen dalam menentukan Keputusan minat, pertama adalah faktor Budaya kedua adalah faktor sosial, ketiga adalah faktor pribadi

1. Faktor Budaya

Faktor budaya memengaruhi cara individu melihat, menilai, dan mengambil keputusan terhadap investasi, termasuk investasi emas secara cicilan.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah faktor sosial yang terdiri atas keluarga, kelompok referensi, dan juga pengetahuan. Beberapa pertimbangan yaitu apakah nantinya produk ini membuat keresahaan ditengah masyarakat atau tidak. Hal tersebut menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk (Sangadji et al., 2013)

3. Faktor pribadi

Faktor pribadi adalah karakteristik individu yang memengaruhi preferensi, keputusan, dan perilaku dalam berinvestasi. Dalam konteks investasi cicil emas, faktor ini berkaitan dengan kondisi ekonomi, tingkat pengetahuan, dan pengalaman masing-masing individu.

Masalah yang dihadapi dalam analisis minat investasi Cicil Emas pada nasabah bank syariah indonesia kantor cabang pembantu Tasikmalaya Universitas Siliwangi adalah rendahnya pemahaman dan minat masyarakat terhadap investasi emas dalam bentuk cicilan. Meskipun investasi emas dianggap sebagai salah satu instrumen yang aman dan menguntungkan, banyak nasabah yang belum sepenuhnya memahami keunggulan dan mekanisme dari program Cicil Emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Selain itu, terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi dalam Cicil Emas.

1. Kurangnya Sosialisasi dan Edukasi: Nasabah tidak mendapatkan informasi yang cukup mengenai keuntungan investasi Cicil Emas.
2. Tingkat Kepercayaan yang Rendah terhadap Skema Investasi: Sebagian nasabah meragukan keamanan dan kejelasan program investasi emas.
3. Ketidakpastian Ekonomi: Faktor eksternal, seperti fluktuasi harga emas dan kondisi ekonomi yang tidak stabil, dapat mempengaruhi minat investasi.

Adapun beberapa langkah untuk menyelesaikan permasalahan tersebut diantaranya sebagai berikut.

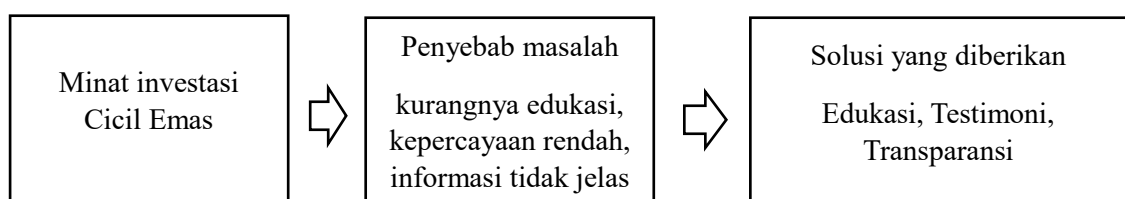
1. Penyuluhan dan Edukasi yang Intensif: Melalui seminar, workshop, atau sosialisasi langsung, Bank Syariah Indonesia dapat memberikan pemahaman

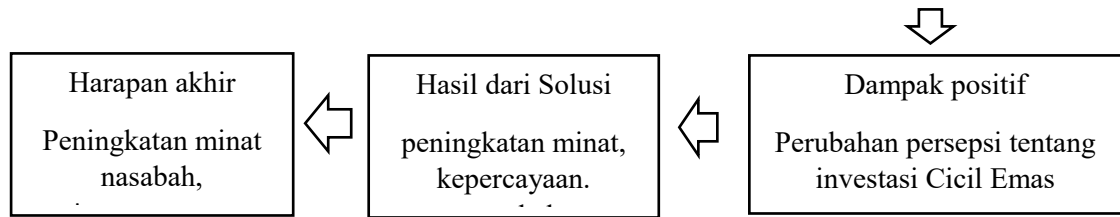
mendalam kepada nasabah mengenai konsep investasi Cicil Emas, mekanismenya, serta keuntungan yang bisa diperoleh dari berinvestasi emas dalam jangka panjang. Hal ini dapat mengurangi keraguan dan meningkatkan pemahaman nasabah.

2. Peningkatan Kepercayaan Melalui Testimoni dan Bukti Nyata: Menyediakan bukti konkret dari nasabah lain yang telah sukses berinvestasi melalui cicil emas akan memperkuat kepercayaan calon nasabah. Testimoni ini bisa diberikan melalui media sosial, website, atau acara-acara yang diselenggarakan oleh Bank Syariah Indonesia.

Dengan diterapkannya langkah-langkah di atas, diharapkan terdapat peningkatan signifikan dalam minat investasi Cicil Emas di kalangan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya Universitas Siliwangi. Harapan akhir dari penyelesaian masalah ini adalah:

1. Peningkatan Jumlah Nasabah yang Berinvestasi Cicil Emas: Nasabah akan lebih banyak berpartisipasi dalam program investasi Cicil Emas karena mereka memahami keuntungan dan mekanisme yang ditawarkan.
2. Peningkatan Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah: Nasabah akan merasa lebih yakin dan puas dengan produk investasi cicil emas, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka terhadap Bank Syariah Indonesia.





Gambar 2.2

Skema Pendekatan Masalah