

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Literasi Keuangan

2.1.1.1 Definisi dan Manfaat Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan bagian dari teori perilaku konsumen (*Consumer Behavior Theory*) yang berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola informasi keuangan untuk mengambil keputusan yang rasional. Secara teoritis, hal ini didukung oleh *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa pengetahuan dapat membentuk sikap dan persepsi kontrol, sehingga memengaruhi minat dan keputusan individu dalam menggunakan produk jasa keuangan.

Menurut OECD (2020: 5) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kombinasi kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang efektif serta mencapai kesejahteraan finansial individu. Konsep ini menempatkan literasi keuangan sebagai kompetensi multidimensional yang tidak hanya mengukur apa yang diketahui seseorang, tetapi juga bagaimana ia bertindak atas pengetahuan tersebut. Dalam kajian akademik, Lusardi dan Mitchell (2023: 14-15) menyatakan bahwa literasi keuangan mencerminkan kemampuan individu dalam memahami konsep dasar seperti bunga majemuk, inflasi, dan diversifikasi risiko yang menjadi landasan dalam pengambilan keputusan terkait investasi, tabungan, dan pembiayaan. Mereka juga menegaskan bahwa rendahnya tingkat literasi keuangan

sering kali berkorelasi dengan kesalahan dalam penggunaan kredit, rendahnya tingkat tabungan, serta lemahnya perencanaan keuangan jangka panjang.

Penelitian oleh Yushita, A. N. (2021: 122) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan individu, terutama dalam hal pengambilan keputusan konsumsi dan penggunaan produk perbankan. Hasil penelitian tersebut memperkuat pandangan bahwa literasi keuangan memiliki implikasi langsung terhadap kualitas keputusan finansial masyarakat.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2022: 17), literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku seseorang dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan mencakup aspek *knowledge*, *skill*, dan *confidence* yang pada akhirnya membentuk *attitude* dan *behaviour* dalam pengelolaan keuangan secara efektif dan berkelanjutan.

Tujuan utama literasi keuangan adalah meningkatkan tingkat pemahaman masyarakat dari yang kurang melek (*less literate*) atau tidak melek (*not literate*) menjadi melek keuangan (*well literate*), serta mendorong peningkatan penggunaan produk dan layanan keuangan. Untuk mewujudkan hal tersebut, terdapat beberapa faktor pendorong utama seperti pertumbuhan ekonomi, pendapatan per kapita, distribusi pendapatan, tingkat kemiskinan, tingkat pendidikan, usia produktif, serta pemanfaatan teknologi informasi (Otoritas Jasa Keuangan, 2022: 33)

Bagi masyarakat, Literasi Keuangan memberikan manfaat yang besar (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Dimana manfaat literasi keuangan bagi masyarakat yaitu:

1. Mampu memilih dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai kebutuhan;
2. Memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik;
3. Mampu bertanggung jawab pada keputusan keuangan yang diambil;
4. Terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas.

Literasi Keuangan juga memberikan manfaat yang besar bagi sektor jasa keuangan. Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan.

2.1.1.2 Aspek-Aspek Literasi Keuangan

Literasi keuangan sebagai konstruk penelitian memiliki beberapa dimensi utama yang saling berkaitan. Kerangka pengukuran yang banyak digunakan dalam penelitian kontemporer merujuk pada model yang dikembangkan oleh OECD (2020: 8), yang membagi literasi keuangan menjadi tiga dimensi pokok, yaitu:

1. Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*)

Dimensi ini mengukur tingkat pemahaman individu terhadap konsep dasar keuangan seperti inflasi, suku bunga, risiko, nilai waktu uang, dan karakteristik produk jasa keuangan.

2. Sikap Keuangan (*Financial Attitude*)

Dimensi ini mencerminkan pola pikir, preferensi, dan orientasi individu terhadap pengelolaan keuangan, termasuk kecenderungan untuk menabung, berinvestasi, atau mengendalikan konsumsi.

3. Perilaku Keuangan (*Financial Behavior*)

Dimensi ini menggambarkan tindakan nyata individu dalam mengelola keuangan, seperti membuat anggaran, membayar kewajiban tepat waktu, menabung secara rutin, serta mempertimbangkan risiko sebelum mengambil keputusan pembiayaan.

Dalam konteks nasional, Otoritas Jasa Keuangan (2022: 21) juga menekankan bahwa literasi keuangan masyarakat Indonesia dapat dilihat dari kemampuan memahami manfaat dan risiko produk keuangan serta kemampuan menggunakan produk tersebut secara tepat dan bertanggung jawab.

Penelitian oleh Putri, D. A. (2022: 45) menunjukkan bahwa dimensi perilaku keuangan memiliki kontribusi paling besar dalam menjelaskan keputusan penggunaan produk pembiayaan di perbankan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berhenti pada tingkat pengetahuan, tetapi harus tercermin dalam tindakan nyata.

2.1.1.3 Kategori Pengukuran Literasi Keuangan

Pengukuran literasi keuangan dalam penelitian kuantitatif umumnya dilakukan melalui pemberian skor terhadap jawaban responden atas pertanyaan yang berkaitan dengan konsep dan praktik keuangan.

Berdasarkan pedoman dari OECD (2020: 12), skor literasi keuangan diperoleh dari akumulasi nilai pada dimensi pengetahuan, sikap, dan perilaku. Hasil pengukuran tersebut kemudian dapat dikategorikan ke dalam tingkat rendah, sedang, dan tinggi berdasarkan interval skor tertentu.

Sementara itu, berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2022: 25), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia diklasifikasikan menjadi:

- *Well literate*
- *Sufficient literate*
- *Less literate*
- *Not literate*

2.1.2 Literasi Keuangan Syariah

2.1.2.1 Definisi Literasi Keuangan Syariah

Dalam kajian perilaku konsumen, literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang berlandaskan pada Ekonomi Islam, seperti larangan riba, gharar, dan maysir, serta secara teoritis didukung oleh *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa tingkat pemahaman individu dapat membentuk sikap dan persepsi kontrol sehingga memengaruhi minat serta keputusan dalam menggunakan produk jasa keuangan syariah. Perkembangan sistem keuangan Islam dalam beberapa dekade belakangan ini mencerminkan pandangan dunia Islam yang sesuai dengan syariah atau hukum Islam, di mana syariah menjadi fondasi utama dalam mengatur seluruh aspek kehidupan. Secara harfiah, syariah berarti “jalan”

atau “jalan menuju sumber air”, “jalan lurus yang patut diikuti”, dan lebih tepat lagi sebagai “jalan menuju sumber kehidupan”. Dengan demikian, syariah merupakan kumpulan norma, nilai, dan hukum yang mengatur pola hidup secara Islami, mencakup seluruh ajaran Islam yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW, tertulis dalam Al-Qur’an, serta diturunkan dari Sunnah, sehingga pemahaman dan penerapannya dalam keuangan Islam menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas ekonomi berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Literasi keuangan syariah secara konseptual didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam memahami dan mengaplikasikan pengetahuan keuangan, keterampilan, serta sikap yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam mengelola sumber daya keuangan secara bijaksana (Otoritas Jasa Keuangan, 2022: 17). Konsep ini tidak hanya mencakup aspek kognitif, tetapi juga aspek afektif dan perilaku, sehingga individu mampu menghindari praktik yang dilarang seperti riba, gharar, dan maysir, serta mengedepankan prinsip keadilan (*adl*) dan kemaslahatan (*maslahah*) dalam aktivitas keuangan (Zulkifli Hasan, 2021: 45).

Selain itu, literasi keuangan Islam merupakan kewajiban agama yang wajib dipenuhi bagi setiap Muslim, karena hal tersebut tidak hanya memenuhi tuntutan syariat tetapi juga membawa implikasi lebih lanjut yang strategis terhadap realisasi Al-Falah yaitu kesuksesan sejati dan falah akhirat, baik di kehidupan duniawi yang fana maupun di akhirat yang kekal, sebagaimana dijanjikan dalam Al-Qur'an surah Al-Mu'minin ayat 1-11.

2.1.2.2 Pengukuran Literasi Keuangan Syariah

Aspek-aspek literasi keuangan syariah yang digunakan sebagai dasar pengukuran dalam penelitian ini mengacu pada klasifikasi literasi keuangan yang dikembangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2022: 17), yang mencakup dimensi pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), serta keyakinan (*confidence*).

Aspek literasi keuangan tersebut terdiri atas empat komponen utama, yaitu:

1. Keuangan Dasar

Dalam literasi keuangan syariah, aturan dasar berlandaskan pada Al-Qur'an dan Sunnah sebagai sumber utama hukum Islam. Selain itu, terdapat sumber hukum pendukung seperti *ijma'*, *qiyas*, dan *ijtihad* yang digunakan dalam menetapkan hukum pada persoalan ekonomi modern. Prinsip dasar keuangan syariah meliputi larangan *riba*, *gharar*, dan *maysir*, larangan transaksi atas komoditas haram, serta penerapan prinsip keadilan dalam pembagian keuntungan dan risiko (Zulkifli Hasan, 2021:120).

Klasifikasi sumber-sumber hukum Islam:

- a. Al-Qur'an, sebagai pedoman utama dalam seluruh aspek kehidupan termasuk ekonomi.
- b. Sunnah, mencakup ucapan, tindakan, dan persetujuan Nabi Muhammad SAW yang berfungsi memperjelas ketentuan dalam Al-Qur'an.
- c. *Ijma'*, berupa kesepakatan para ulama dalam menetapkan hukum atas suatu persoalan.

- d. Qiyas, digunakan untuk menetapkan hukum pada permasalahan baru dengan melihat kesamaan sebab hukum dengan kasus yang telah ada.
- e. Ijtihad, merupakan upaya pemikiran para ulama dalam menentukan hukum terhadap persoalan yang belum diatur secara tegas.

Elemen-elemen yang Dilarang dalam Keuangan Islam

- a. Riba, berupa tambahan yang tidak dibenarkan dalam transaksi keuangan. Riba terbagi menjadi dua jenis, yaitu riba al-nasi'ah, yaitu tambahan yang muncul dalam transaksi pinjaman akibat penundaan pembayaran, dan riba al-fadl, yaitu pertukaran barang sejenis dengan jumlah atau kualitas yang tidak seimbang.
- b. *Gharar*, merujuk pada ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam suatu transaksi, baik terkait objek, harga, kualitas, maupun waktu penyerahan. Kondisi ini dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak karena informasi yang tidak lengkap atau akad yang tidak jelas.
- c. *Maysir*, merupakan aktivitas yang mengandung unsur perjudian, spekulasi, atau untung-untungan, di mana keuntungan satu pihak diperoleh dari kerugian pihak lain tanpa adanya aktivitas usaha yang produktif. Praktik ini dilarang karena bertentangan dengan prinsip keadilan dalam Islam.
- d. Komoditas haram, mencakup barang atau jasa yang dilarang untuk diproduksi maupun diperjualbelikan dalam Islam.

2. Pinjaman/Kredit

Dalam sistem keuangan konvensional, aktivitas pinjaman umumnya melibatkan pembayaran bunga sebagai imbalan atas penggunaan dana dari pihak kreditur. Berbeda dengan itu, dalam keuangan syariah, pembiayaan dilakukan berdasarkan akad yang sesuai dengan prinsip Islam dan bebas dari unsur riba. Sistem ini memiliki fleksibilitas karena menyediakan berbagai akad yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, baik untuk kepemilikan aset, kerja sama usaha, maupun kebutuhan sementara melalui sewa.

Beberapa akad yang digunakan dalam pembiayaan syariah meliputi:

- 1) *Mudharabah*, yaitu kerja sama antara pemilik modal dan pengelola usaha dengan pembagian keuntungan sesuai kesepakatan.
- 2) *Musyarakah*, berupa kerja sama antara dua pihak atau lebih yang sama-sama memberikan modal untuk menjalankan usaha dan berbagi keuntungan.
- 3) *Murabahah*, adalah akad jual beli di mana lembaga keuangan membeli barang yang dibutuhkan nasabah kemudian menjualnya kembali dengan margin keuntungan yang telah disepakati.
- 4) *Salam*, merupakan akad jual beli dengan pembayaran di awal, sedangkan barang diserahkan di kemudian hari sesuai kesepakatan.
- 5) *Musyarakah Mutanaqishah*, berupa kerja sama kepemilikan di mana porsi kepemilikan salah satu pihak berkurang secara bertahap karena dibeli oleh pihak lainnya.

- 6) *Istishna*, berupa kerja sama kepemilikan di mana porsi kepemilikan salah satu pihak berkurang secara bertahap karena dibeli oleh pihak lainnya.
- 7) *Ijarah*, adalah akad sewa atas barang atau jasa dengan imbalan tertentu.
- 8) *Qardh*, berupa pinjaman tanpa tambahan imbalan yang didasarkan pada prinsip tolong-menolong.

3. Investasi/Tabungan

Dalam ilmu ekonomi, investasi dipahami sebagai kegiatan menunda konsumsi saat ini untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang (Ascarya, 2021). Investasi juga dapat diartikan sebagai penempatan dana atau sumber daya dengan tujuan memperoleh manfaat ekonomi di masa depan (Muhammad Syafi'i Antonio, 2021:150). Dalam praktiknya, investasi terbagi menjadi dua jenis aset, yaitu aset riil seperti emas dan tanah, serta aset finansial seperti saham, obligasi, dan reksa dana.

Dalam perkembangan keuangan Islam, salah satu instrumen investasi yang banyak digunakan adalah *sukuk*. *Sukuk* merupakan sertifikat kepemilikan yang menunjukkan bagian kepemilikan atas aset, proyek, jasa, atau aktivitas investasi tertentu sesuai prinsip syariah. Dengan demikian, *sukuk* menjadi alternatif investasi yang sesuai dengan ketentuan Islam.

Selain investasi, upaya menjaga kekayaan juga dapat dilakukan melalui kegiatan menabung atau menyimpan dana. Dalam keuangan Islam,

kegiatan penitipan harta dikenal dengan istilah *wadi'ah*, yaitu akad titipan yang diperbolehkan dalam Islam. *Wadi'ah* terdiri dari dua jenis, yaitu:

- 1) *Wadi'ah yad Amanah*, yaitu titipan di mana penerima hanya bertugas menjaga harta dan tidak diperbolehkan memanfaatkannya.
- 2) *Wadi'ah yad Amanah*, yaitu titipan di mana penerima diperbolehkan memanfaatkan harta titipan, tetapi tetap bertanggung jawab untuk mengembalikannya kepada pemilik.

4. Perlindungan Sumber Daya/Asuransi

Asuransi merupakan mekanisme perlindungan finansial melalui perjanjian antara pihak penanggung dan tertanggung untuk menanggung risiko tertentu. Asuransi juga berfungsi sebagai sarana pengelolaan risiko dengan cara membagi potensi kerugian kepada sejumlah pihak sehingga ketidakpastian dapat diminimalkan (Rejda & McNamara, 2020:15).

Dalam sistem keuangan Islam, asuransi konvensional dinilai tidak sesuai dengan prinsip syariah karena mengandung unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Oleh karena itu, terdapat alternatif asuransi syariah yang dikenal sebagai *takaful*. Secara sederhana, *takaful* merupakan sistem perlindungan bersama di mana peserta memberikan kontribusi ke dalam dana bersama untuk saling membantu ketika salah satu peserta mengalami risiko tertentu.

Dalam sistem *takaful*, terdapat kontrak utama yang meliputi:

a. *Tabarru'*

Tabarru' merupakan kontrak antar peserta takaful yang dilakukan secara sukarela dengan menyisihkan sebagian kontribusi ke dalam dana bersama. Dana tersebut digunakan untuk memberikan bantuan atau kompensasi kepada peserta lain yang mengalami kerugian sesuai ketentuan yang telah disepakati.

b. Kontrak antara para peserta dan operator *takaful*.

- 1) *Mudharabah*, menggunakan sistem bagi hasil antara peserta dan operator atas keuntungan pengelolaan dana.
- 2) *Wakalah*, berupa pemberian kuasa kepada operator untuk mengelola dana dengan imbalan berupa fee.
- 3) *Ju'alah*, berupa pemberian imbalan kepada operator berdasarkan hasil kerja yang dicapai.
- 4) *Waqf*, yaitu penyerahan dana secara sukarela untuk dikelola demi kepentingan bersama sesuai prinsip syariah.

2.1.2.3 Dimensi Literasi Keuangan Syariah

Keuangan syariah merupakan sistem keuangan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam yang mengintegrasikan aspek ekonomi, etika, dan spiritual dalam aktivitas keuangan. Dalam konteks ini, pemahaman terhadap keuangan syariah menjadi penting sebagai dasar dalam membentuk perilaku ekonomi yang sesuai dengan prinsip Islam.

Sejalan dengan hal tersebut, literasi keuangan syariah tidak hanya mencakup aspek pemahaman, tetapi juga kemampuan dalam mengelola serta keyakinan dalam

menggunakan produk dan layanan keuangan syariah. Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (2022), literasi keuangan terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), dan keyakinan (confidence), yang dalam konteks syariah disesuaikan dengan nilai-nilai Islam.

Adapun dimensi literasi keuangan syariah tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pengetahuan Keuangan Syariah

Pengetahuan keuangan syariah merepresentasikan tingkat pemahaman individu terhadap konsep, karakteristik, serta ragam produk dan layanan keuangan berbasis syariah. Merujuk pada Otoritas Jasa Keuangan (2022), aspek pengetahuan dalam literasi keuangan mencakup pemahaman mengenai manfaat, risiko, serta hak dan kewajiban dalam pemanfaatan produk keuangan. Dalam konteks syariah, cakupan tersebut diperluas dengan pemahaman terhadap prinsip-prinsip fundamental seperti larangan riba, gharar, dan maisir, serta mekanisme akad yang diterapkan dalam lembaga keuangan syariah. Dengan demikian, dimensi ini berperan sebagai landasan kognitif dalam mengidentifikasi kesesuaian praktik keuangan dengan prinsip Islam.

b. Keterampilan Pengelolaan Keuangan Syariah

Keterampilan pengelolaan keuangan syariah mencerminkan kemampuan individu dalam mentransformasikan pengetahuan ke dalam praktik pengelolaan keuangan yang efektif, rasional, dan sesuai dengan ketentuan syariah. Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (2022), keterampilan

keuangan berkaitan dengan kapasitas individu dalam merencanakan, mengelola, serta mengambil keputusan keuangan secara tepat. Dalam kerangka syariah, kemampuan tersebut mencakup penyusunan perencanaan keuangan, pengelolaan arus kas, pemilihan produk keuangan yang sesuai, serta penghindaran terhadap transaksi yang mengandung unsur yang dilarang dalam Islam.

c. Keyakinan Terhadap Prinsip Syariah

Keyakinan terhadap prinsip syariah merefleksikan tingkat kepercayaan individu terhadap sistem, nilai, dan mekanisme yang mendasari keuangan syariah. Mengacu pada Otoritas Jasa Keuangan (2022), dimensi keyakinan (*confidence*) berkaitan dengan kepercayaan diri individu dalam memanfaatkan produk dan layanan keuangan. Dalam konteks syariah, keyakinan tersebut tidak hanya terbatas pada aspek fungsional, tetapi juga mencakup kepercayaan terhadap kesesuaian nilai-nilai yang diterapkan. Keyakinan ini berkontribusi dalam membentuk sikap positif serta memengaruhi perilaku individu dalam pengelolaan keuangan, sehingga tercipta keselarasan antara pemahaman, sikap, dan tindakan sesuai dengan prinsip Islam.

2.1.3 Keputusan Nasabah

2.1.3.1 Pengertian Keputusan Nasabah

Keputusan nasabah merupakan bagian dari teori perilaku konsumen (*consumer behavior theory*) yang menjelaskan bagaimana individu memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi

kebutuhannya. Dalam konteks perbankan, keputusan nasabah merujuk pada proses rasional dan psikologis yang dilalui seseorang sebelum menentukan pilihan terhadap suatu produk atau layanan perbankan.

Menurut Kotler dan Keller (2021: 182), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar memilih satu alternatif dari beberapa pilihan yang tersedia. Dalam konteks jasa keuangan, keputusan ini bersifat kompleks karena melibatkan pertimbangan risiko, kepercayaan, serta manfaat jangka panjang.

Dalam perspektif perilaku konsumen modern, pengambilan keputusan dipahami sebagai hasil dari interaksi antara faktor internal, seperti motivasi, persepsi, sikap, dan pengetahuan, dengan faktor eksternal, seperti budaya, kelompok sosial, dan lingkungan. Oleh karena itu, keputusan konsumen tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui serangkaian tahapan yang sistematis (Schiffman & Wisenblit, 2020: 276).

Dalam konteks perbankan syariah, keputusan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional-ekonomi, tetapi juga oleh nilai religius dan tingkat kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam. Persepsi terhadap kesesuaian produk dengan ketentuan syariah, seperti penghindaran riba, gharar, dan maysir, menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan dalam memilih layanan keuangan syariah (Alam et al., 2021: 118). Hal ini menunjukkan bahwa aspek religius memiliki peran signifikan dalam proses pengambilan keputusan nasabah.

Khusus pada produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk, keputusan nasabah mencerminkan proses pertimbangan terhadap:

1. Kesesuaian akad dengan prinsip syariah (misalnya akad *murabahah*);
2. Keamanan investasi emas;
3. Skema cicilan yang transparan;
4. Reputasi dan kredibilitas bank.

Secara operasional dalam penelitian ini, keputusan nasabah didefinisikan sebagai tingkat kesediaan dan tindakan nyata nasabah dalam memilih serta menggunakan produk cicil emas berdasarkan pertimbangan rasional, religius, dan ekonomis.

2.1.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Berdasarkan teori perilaku konsumen dan penelitian terkini dalam keuangan syariah (2020–2024), terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah.

1. Faktor Pengetahuan dan Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah berperan penting dalam meningkatkan pemahaman nasabah terhadap konsep akad, mekanisme pembiayaan, serta risiko dan manfaat produk. Menurut Lusardi dan Mitchell (2023: 15), literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kemampuan individu untuk membuat keputusan keuangan yang lebih rasional, efektif, dan menguntungkan.

Dalam konteks syariah, literasi mencakup pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar seperti larangan riba dan sistem bagi hasil (OJK, 2022). Nasabah dengan tingkat literasi yang lebih tinggi cenderung lebih percaya diri dan rasional dalam mengambil keputusan.

2. Faktor Religiusitas

Penelitian oleh Aji, Berakon, dan Riza (2020) menunjukkan bahwa religiusitas memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi keputusan individu dalam memilih produk perbankan syariah. Nilai-nilai keagamaan yang dianut seseorang dapat membentuk preferensi serta memperkuat keyakinan bahwa aktivitas transaksi keuangan seharusnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

Dalam konteks produk cicil emas, pemahaman bahwa akad yang digunakan telah sesuai dengan ketentuan syariah menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan nasabah.

3. Faktor Persepsi Risiko dan Kepercayaan

Keputusan dalam jasa keuangan sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan (*trust*). Kepercayaan terhadap lembaga atau layanan keuangan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan produk finansial. Tingkat kepercayaan yang tinggi dapat mendorong individu untuk mengadopsi layanan keuangan, karena mampu mengurangi persepsi risiko serta meningkatkan keyakinan terhadap keamanan dan keandalan layanan tersebut (Alalwan et al., 2020: 86-97).

Dalam konteks cicil emas, nasabah mempertimbangkan:

- a. Stabilitas harga emas,
- b. Keamanan penyimpanan,
- c. Transparansi biaya,

d. Kredibilitas bank.

4. Faktor Sosial dan Lingkungan

Lingkungan sosial, rekomendasi keluarga, serta pengalaman orang lain juga memengaruhi keputusan. *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 2020) menyatakan bahwa norma subjektif (dukungan sosial) berpengaruh terhadap niat dan keputusan aktual.

5. Faktor Karakteristik Produk

Fitur produk seperti:

- a. Besaran uang muka,
- b. Jangka waktu cicilan,
- c. Margin keuntungan,
- d. Kemudahan proses administrasi,

menjadi pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan.

Dalam penelitian ini, faktor utama yang diuji adalah literasi keuangan syariah sebagai variabel independen yang diasumsikan memengaruhi keputusan nasabah sebagai variabel dependen.

2.1.3.3 Dimensi Keputusan Nasabah

Berdasarkan model proses keputusan konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2021: 177-184), serta adaptasinya dalam konteks perbankan syariah, dimensi keputusan nasabah dalam penelitian ini meliputi:

1. Pengenalan Kebutuhan: Kesadaran nasabah akan kebutuhan investasi atau perlindungan nilai aset melalui emas.

2. Pencarian Informasi: Upaya nasabah mencari informasi mengenai Mekanisme cicil emas, Akad yang digunakan, Keuntungan dan risiko produk.
3. Evaluasi Alternatif: Perbandingan antara Produk cicil emas syariah, Investasi emas konvensional, Produk investasi lainnya.
4. Keputusan Memilih: Tindakan nyata dalam memilih dan menggunakan produk cicil emas di PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk KCP Tasikmalaya HZ Mustofa.
5. Evaluasi Pasca pengambilan Keputusan: Penilaian nasabah terhadap Kepuasan, Kesesuaian dengan prinsip syariah, Keuntungan yang diperoleh.

2.1.4 Pembiayaan Cicil Emas

2.1.4.1 Pengertian Pembiayaan Cicil Emas

Pembiayaan merupakan penyaluran dana atau aset oleh lembaga keuangan kepada pihak lain berdasarkan akad tertentu yang disepakati bersama sesuai dengan prinsip syariah (Al-Qur'an dan Hadis) tanpa unsur riba, *gharar* (ketidakjelasan), dan *maysir* (spekulasi). Dalam sistem perbankan syariah, pembiayaan berfungsi sebagai mekanisme intermediasi keuangan yang menyalurkan dana dari masyarakat kepada pihak yang membutuhkan melalui berbagai jenis akad. Beberapa bentuk akad yang umum digunakan antara lain *murabahah*, *mudharabah*, *musyarakah*, dan *ijarah*, yang masing-masing memiliki karakteristik sesuai prinsip syariah (Ascarya, 2021).

Pembiayaan cicil emas merupakan salah satu produk pembiayaan yang dikembangkan oleh perbankan syariah untuk memfasilitasi nasabah dalam memiliki emas secara angsuran berdasarkan akad jual beli. Dalam produk ini, bank terlebih dahulu membeli emas dari pemasok resmi, kemudian menjualnya kepada nasabah dengan penetapan margin keuntungan yang telah disepakati di awal masa kontrak. Transaksi pembelian emas dilakukan dengan skema pembayaran cicilan tertentu sampai nilai jual emas tersebut lunas. Produk cicil emas dipandang sebagai solusi bagi nasabah yang ingin memiliki emas tanpa harus melakukan pembayaran secara penuh di awal. Selain itu, skema ini juga dimanfaatkan sebagai sarana investasi jangka panjang, khususnya melalui mekanisme akad murabahah yang sesuai dengan prinsip syariah (Hidayat, 2021).

2.1.4.2 Landasan Hukum dan Prinsip Syariah

Produk cicil emas pada bank syariah dilandasi oleh prinsip-prinsip hukum Islam yang menekankan keadilan, keterbukaan, dan larangan riba. Dasar utama pelaksanaan pembiayaan syariah adalah sumber hukum Islam yang mencakup Al-Qur'an, Hadis, serta fatwa yang ditetapkan oleh lembaga otoritatif. Produk cicil emas pada umumnya merujuk pada ketentuan fatwa yang membolehkan transaksi jual beli emas secara tidak tunai, selama pelaksanaannya tetap sesuai dengan prinsip-prinsip jual beli dalam fikih. Ketentuan ini berlaku dengan syarat bahwa emas tidak diperlakukan sebagai alat tukar seperti uang dalam transaksi tersebut (DSN-MUI, 2021).

Selain berlandaskan pada prinsip syariah, pembiayaan cicil emas juga berada di bawah pengawasan regulasi perbankan di Indonesia yang ditetapkan oleh

Otoritas Jasa Keuangan. Regulasi tersebut menekankan pentingnya penerapan prinsip kehati-hatian serta kepatuhan terhadap ketentuan syariah dalam setiap produk perbankan. Dengan adanya pengaturan tersebut, bank syariah dapat menjamin bahwa produk cicil emas yang ditawarkan terhindar dari unsur riba dan sesuai dengan prinsip jual beli yang diperbolehkan dalam Islam (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

2.1.4.3 Akad Dalam Pembiayaan Cicil Emas

Akad menjadi dasar utama dalam setiap transaksi pembiayaan syariah karena berfungsi sebagai bentuk kesepakatan yang mengikat antara pihak-pihak yang bertransaksi. Dalam praktik cicil emas, akad yang umum digunakan adalah *murabahah*, yaitu mekanisme jual beli di mana lembaga keuangan menjual barang kepada nasabah dengan harga yang terdiri dari biaya perolehan ditambah keuntungan yang telah disepakati. Akad ini menekankan keterbukaan informasi terkait harga pokok dan margin, sehingga nasabah dapat mengetahui secara pasti total kewajiban pembayaran selama periode cicilan (Ascarya, 2021).

Dalam implementasinya, akad *murabahah* pada produk cicil emas harus memenuhi ketentuan dalam *fiqh muamalah*, seperti adanya kepemilikan barang oleh pihak bank sebelum diperjualbelikan, kejelasan spesifikasi emas yang ditransaksikan, serta penetapan margin keuntungan yang disepakati sejak awal dan tidak berubah selama masa angsuran. Ketentuan ini menjadi pembeda utama dengan sistem pembiayaan konvensional yang menggunakan bunga dan mengandung unsur riba (Ascarya, 2021).

Selain menggunakan akad murabahah, dalam praktiknya pembiayaan cicil emas juga dapat dikombinasikan dengan akad *rahn* (gadai) sebagai bentuk jaminan atas emas yang masih dalam proses pembayaran. Meskipun harga jual telah ditentukan sejak awal melalui akad murabahah, penerapan *rahn* bertujuan untuk mengurangi risiko apabila nasabah tidak mampu melunasi kewajibannya sesuai kesepakatan (Hidayat, 2021).

2.1.4.4 Mekanisme Pembiayaan Cicil Emas

Mekanisme pembiayaan cicil emas mencakup tahapan administratif dan operasional yang menjamin kepatuhan syariah dan kenyamanan nasabah. Secara umum proses ini meliputi:

1. Pengajuan nasabah terhadap pembiayaan cicil emas dan pengumpulan dokumen persyaratan.
2. Analisis kelayakan yang dilakukan oleh pihak bank untuk menilai kemampuan pembayaran nasabah.
3. Pembelian emas oleh bank dari pemasok resmi sesuai permintaan nasabah.
4. Penetapan akad murabahah, yaitu perjanjian jual beli dengan penetapan margin keuntungan di awal.
5. Pembayaran uang muka oleh nasabah.
6. Pembayaran angsuran berkala oleh nasabah sampai lunas.

Bank menyediakan pilihan tenor pembayaran yang dapat disesuaikan dengan kemampuan finansial nasabah. Dalam proses pembiayaan tersebut, kejelasan informasi mengenai harga, besaran keuntungan (margin), serta jadwal angsuran

menjadi hal yang sangat penting agar nasabah memahami secara menyeluruh kewajiban yang harus dipenuhi selama masa pembiayaan (Hidayat, 2021).

2.1.4.5 Risiko Pembiayaan Cicil Emas

Meskipun produk cicil emas menawarkan kemudahan dan prinsip syariah yang jelas, tetap terdapat risiko yang harus dikelola oleh bank dan dipahami oleh nasabah. Risiko utama termasuk:

1. Risiko kredit, yakni risiko gagal bayar dari nasabah yang dapat mempengaruhi kualitas pembiayaan.
2. Risiko pasar, terutama risiko fluktuasi harga emas yang dapat berdampak pada nilai pasar emas tersebut selama periode cicilan.
3. Risiko operasional, berupa kesalahan administrasi atau proses internal yang tidak terpenuhi dengan baik.

Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa keterbatasan pemahaman nasabah mengenai akad serta mekanisme pembiayaan cicil emas dapat menjadi hambatan dalam pengembangan dan pemasaran produk tersebut. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan syariah menjadi hal yang penting agar nasabah memiliki pemahaman yang lebih baik dalam mengambil keputusan terkait penggunaan produk (Lusardi & Mitchell, 2020).

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Dengan topik penelitian ini, peneliti juga melakukan analisis terhadap kelebihan dan kekurangan dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah ada. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian peneliti serta

digunakan sebagai rujukan dan pembanding di antaranya dapat dilihat pada Tabel

2.1. Terdapat persamaan dari penelitian terdahulu yaitu sama-sama meneliti literasi keuangan syariah, adapun perbedaannya antara lain:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
1.	Ruwaidah, S. H. (2020). “Pengaruh literasi keuangan syariah dan syariah governance terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.”	Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, metode analisis statistik, serta membahas pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan mahasiswa menggunakan layanan perbankan syariah.	Penelitian ini menambahkan variabel <i>syariah governance</i> dan menggunakan responden mahasiswa, sedangkan penelitian penulis menggunakan nasabah produk emas syariah sebagai objek penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan <i>syariah governance</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah.	<i>Muhasabat una</i> : Jurnal Akuntansi Syariah, 01 Juni 2020.
2.	Hayyinin, W. (2020) “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Penggunaan Produk di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta”.	Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, metode analisis statistik, teknik purposive sampling, serta variabel literasi keuangan syariah dan Keputusan.	Penelitian ini meneliti produk perbankan syariah secara umum, sedangkan penelitian penulis lebih fokus pada produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman nasabah mengenai prinsip keuangan syariah, seperti larangan riba dan konsep akad syariah, berperan penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank syariah.	Skripsi Universitas Islam Indonesia, 15 Juli 2020.
3.	Ramadhani, H. M., Rahmi, M., & Fathoni, M. A. (2021)	Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif,	Penelitian ini menambahkan variabel promosi dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah,	<i>Prosiding BIEMA (Business</i>

	“Pengaruh literasi keuangan syariah, promosi, kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah bank.”	metode analisis statistik, serta meneliti keputusan nasabah pada lembaga keuangan syariah. Penelitian ini juga sama-sama menggunakan variabel literasi keuangan syariah.	kualitas pelayanan sebagai variabel independen, sedangkan penelitian penulis hanya berfokus pada literasi keuangan syariah. Selain itu, penelitian tersebut meneliti keputusan menjadi nasabah bank secara umum, sedangkan penelitian penulis fokus pada keputusan nasabah menggunakan produk emas syariah.	promosi, dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah bank syariah.	<i>Managemen, Economic, and Accounting National Seminar</i>), 28 Maret 2021.
4.	Tabrani, A., Baihaqi, W., & Suryapermana, N. (2022). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Melakukan Cicilan Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Pandeglang.”	Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, metode analisis statistik, serta meneliti keputusan nasabah pada produk emas syariah di Bank Syariah Indonesia.	Penelitian tersebut menganalisis beberapa faktor yang memengaruhi keputusan nasabah, sedangkan penelitian penulis lebih fokus pada pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan nasabah. Selain itu, lokasi penelitian yang digunakan juga berbeda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor harga, promosi, pendapatan, dan pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan cicilan emas di Bank Syariah Indonesia.	Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, 27 Juni 2022.

5.	Sakinah, M. N. (2023) “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Mengajukan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Desa Sendang Kabupaten Jepara)”.	Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, metode analisis statistik, teknik purposive sampling, serta membahas produk cicil emas.	Penelitian ini menggunakan variabel minat masyarakat dan strategi pemasaran, sedangkan penelitian penulis menggunakan keputusan nasabah sebagai variabel dependen.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat yang memiliki pemahaman lebih baik mengenai konsep keuangan syariah serta memperoleh informasi pemasaran yang jelas dari bank cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk mengajukan produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia.	Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, 17 Mei 2023.
6.	Minando, H., Handayani, A., & Ekawati, F. (2023). “Pengaruh literasi keuangan terhadap minat pemilihan produk perbankan syariah di kalangan mahasiswa.”	Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, metode analisis statistik, serta meneliti pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah.	Penelitian ini menggunakan variabel dependen minat pemilihan produk perbankan syariah, sedangkan penelitian penulis menggunakan variabel keputusan nasabah. Selain itu, penelitian penulis lebih spesifik pada produk emas di bank syariah.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki masyarakat, maka semakin tinggi pula minat masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah karena masyarakat lebih memahami manfaat, risiko, dan karakteristik produk yang ditawarkan.	Jurnal Ekonomi Syariah dan Pariwisata Halal. 30 Desember 2023.
7.	Nuraini, I., Elly, M. I., & Pujiastuti, A. (2024). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga,	Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, metode analisis statistik, serta meneliti keputusan	Penelitian tersebut menggunakan variabel kualitas produk, harga, promosi, dan distribusi sebagai variabel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, promosi, dan distribusi berpengaruh positif dan	<i>JUMAD: JOURNAL MANAGE MENT, ACCOUN TING, &</i>

	Promosi Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Probolinggo.”	nasabah pada produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia.	independen, sedangkan penelitian penulis berfokus pada variabel literasi keuangan syariah. Selain itu, lokasi penelitian yang digunakan juga berbeda.	signifikan terhadap keputusan pembelian produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Probolinggo.	<i>DIGITAL BUSINESS</i> , 24 Juli 2024.
8.	Fithri, N. K., Kurniawan, P. C. K., Abidin, R., & Berliananda, A. F. (2025). “Pengaruh Promosi, Pengetahuan Produk, dan Pendapatan Terhadap Minat Berinvestasi pada Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pemalang Comal.”	Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, metode analisis statistik, serta membahas produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia.	Penelitian tersebut menggunakan variabel dependen minat berinvestasi, sedangkan penelitian penulis menggunakan variabel keputusan nasabah. Selain itu, penelitian tersebut menggunakan variabel promosi, pengetahuan produk, dan pendapatan, sedangkan penelitian penulis menggunakan literasi keuangan syariah.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, pengetahuan produk, dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi pada produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Pemalang Comal.	<i>Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis</i> , 31 Mei 2025.
9.	Ruswanda, V. E., Balgis, L. F., & Apriyana, M. (2025) “Pengaruh Literasi Keuangan	Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, metode analisis statistik, teknik purposive sampling, serta	Penelitian ini menambahkan variabel digital marketing dan menggunakan variabel minat generasi Z, sedangkan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki generasi Z serta semakin	Jurnal Ekonomi Islam, 25 Agustus 2025.

	Syariah dan Digital Marketing Terhadap Minat Generasi Z Investasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia”.	meneliti keputusan pada produk emas syariah.	penelitian penulis menggunakan variabel keputusan nasabah.	efektif strategi digital marketing yang dilakukan bank, maka semakin tinggi pula minat generasi Z untuk melakukan investasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia.	
10.	Muflihah, I., Khair, F. N., & Tisnasari, S. (2025). “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Penggunaan Produk Keuangan Syariah di Indonesia.”	Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, metode analisis statistik, serta meneliti pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku masyarakat dalam menggunakan produk keuangan syariah.	Penelitian tersebut menggunakan variabel dependen penggunaan produk keuangan syariah secara umum, sedangkan penelitian penulis menggunakan variabel keputusan nasabah pada produk emas syariah. Selain itu, objek penelitian tersebut lebih luas pada produk keuangan syariah di Indonesia.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk keuangan syariah. Semakin tinggi pemahaman masyarakat mengenai prinsip dan produk keuangan syariah, maka semakin tinggi pula penggunaan produk keuangan syariah.	Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner, 22 Desember 2025.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku masyarakat dalam menggunakan produk keuangan syariah, termasuk produk cicil emas. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman

individu terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah, akad, manfaat, serta risiko produk, maka semakin besar kecenderungan individu untuk memiliki minat maupun mengambil keputusan dalam menggunakan produk tersebut. Temuan V. E. Ruswanda dkk. (2025), M. N. Sakinah (2024), dan W. Hayyinun (2020) secara konsisten menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat maupun keputusan nasabah dalam menggunakan layanan keuangan syariah. Selain itu, penelitian lain juga menegaskan bahwa faktor pemahaman investasi, akses informasi, dan kemampuan memahami mekanisme produk turut memperkuat keyakinan nasabah dalam menentukan pilihan terhadap produk cicil emas.

Meskipun demikian, masih terdapat perbedaan fokus dan hasil penelitian terdahulu, terutama terkait objek penelitian, variabel pendukung, serta karakteristik responden yang diteliti. Sebagian penelitian lebih menitikberatkan pada minat generasi muda, strategi pemasaran, literasi digital, maupun faktor pendapatan, sedangkan kajian yang secara khusus meneliti pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas pada tingkat kantor cabang pembantu masih relatif terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada konteks PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk KCP Tasikmalaya HZ Mustofa. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memperkuat temuan empiris mengenai peran literasi keuangan syariah dalam memengaruhi keputusan nasabah, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi edukasi dan pemasaran produk cicil emas di perbankan syariah.

2.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini didasarkan pada *grand theory* perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menjelaskan bahwa keputusan konsumen melalui beberapa tahapan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. Dalam konteks produk keuangan, keputusan nasabah dipengaruhi oleh tingkat pemahaman terhadap manfaat, risiko, dan mekanisme produk yang digunakan. Oleh karena itu, keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas dipengaruhi oleh informasi dan pemahaman yang dimiliki mengenai produk tersebut.

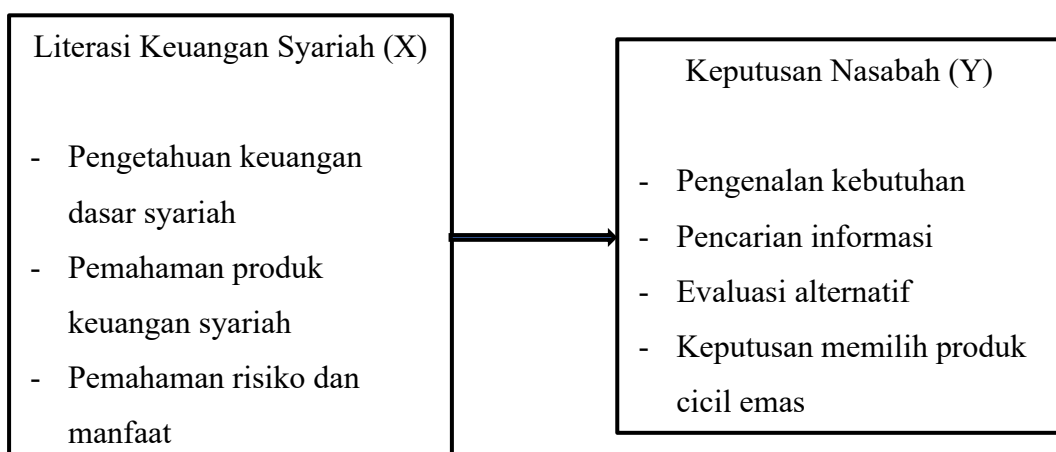
Dalam penelitian ini, literasi keuangan syariah sebagai variabel independen diduga memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan cicil emas sebagai variabel dependen. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, literasi keuangan syariah merupakan pengetahuan dan pemahaman individu terhadap produk dan layanan keuangan berdasarkan prinsip syariah. Literasi ini mencakup pemahaman mengenai akad, manfaat, risiko, serta mekanisme transaksi dalam produk keuangan syariah.

Pada produk cicil emas, literasi keuangan syariah menjadi penting karena berkaitan dengan pemahaman akad murabahah, sistem angsuran, margin keuntungan, dan risiko pembiayaan. Nasabah yang memiliki literasi keuangan syariah yang baik cenderung lebih memahami produk dan mampu mengambil keputusan secara rasional sesuai kebutuhan dan kemampuan finansialnya. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan syariah dapat menyebabkan nasabah

kurang memahami mekanisme dan risiko produk sehingga keputusan lebih dipengaruhi faktor eksternal.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk keuangan syariah, termasuk produk cicil emas. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah seseorang, maka semakin baik kemampuan dalam memahami informasi produk dan mengambil keputusan keuangan. Selain itu, meningkatnya minat masyarakat terhadap produk cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa menunjukkan bahwa pemahaman mengenai produk dan prinsip syariah menjadi hal yang penting bagi nasabah sebelum mengambil keputusan pembiayaan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjelaskan bahwa literasi keuangan syariah diduga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Tasikmalaya HZ Mustofa.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang diajukan sebagai jawaban atas rumusan masalah penelitian yang telah dirumuskan dalam bentuk pertanyaan dan masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui proses penelitian. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan cicil emas pada PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk KCP Tasikmalaya HZ Mustofa.