

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menggunakan Tabungan Emas (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian)

Lyly Anesa Mufaini¹, Agustina Mutia², Aztyara Ismadharliani³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: lilymufaini@gmail.com

Abstrak

Minat merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi usaha yang dilakukan seseorang. Minat yang kuat akan mendorong upaya yang serius dan tidak menyerah secara efektif dalam menghadapi kesulitan. Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan hasil konsolidasi bank-bank BUMN yaitu Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah, dan BNI Syariah juga membuka peluang bagi produk-produk spekulasi emas seperti dana investasi emas, porsi emas dan gadai emas. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan tabungan emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian. Metode penelitian yang digunakan adalah eksplorasi subyektif yang menggunakan pendekatan rekrutmen. Objek penelitian berfokus pada faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menggunakan Tabungan Emas (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian). Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data kualitatif menggunakan analisis reduksi data, tampilan data, dan penarikan kesimpulan verifikasi. Berdasarkan temuan penelitian, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan tabungan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian antara lain faktor pengetahuan, faktor promosi, faktor kualitas pelayanan, faktor pengaruh lingkungan keluarga, dan faktor reputasi yang melekat pada Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci: Minat, Investasi, Tabungan Emas, BSI.

Pendahuluan

Minat masyarakat sebuah perasaan dimana individu memiliki sebuah keinginan akan sesuatu yang kemudian akan mengarahkannya kepada suatu pilihan tertentu. Minat tidak timbul dengan sendirinya, ada unsur kebutuhan misalnya minat belajar. Menurut Sulistiono mengartikan "Minat adalah kecenderungan tingkah laku umum seseorang untuk tertarik kepada sekelompok hal tertentu". Sedangkan menurut Nurhasanah mendefinisikan "minat adalah suatu rasa lebih suka, rasa ketertarikan, perhatian, fokus, ketekunan, usaha pengetahuan, keterampilan, motivasi, pengatur perilaku, dan hasil interaksi seseorang atau individu dengan konten atau kegiatan tertentu".³ Sedangkan menurut Nugroho juga mendefinisikan "minat sebagai suatu pemusatan. perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauan dan tergantung dari bakat dan lingkungan".¹

Keuntungan seseorang dalam menabung emas dipengaruhi oleh beberapa faktor, mengingat kondisi dan iklim di mana kawasan tersebut dirancang dan diciptakan. Hal ini

¹ Nugroho, " pentingnya pendidik memperhatikan minat dan bakat pada dunia pendidikan " 2019 hal. 106

menyiratkan suatu perbedaan. lapisan masyarakat dan iklim mendapat penilaian positif. Sudut pandang, sudut pandang, dan selera individu adalah unik. Apalagi hal itu disebabkan oleh variabel sosial dan unsur sosial. Pada dasarnya, cara pembeli berperilaku dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersahabat, misalnya, pengumpulan referensi dan posisi masyarakat.²

Minat merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi usaha yang dilakukan seseorang. Minat yang kuat akan mendorong upaya yang serius dan tidak menyerah secara efektif dalam menghadapi kesulitan. Seseorang dapat memiliki area padat yang dapat dipengaruhi oleh beberapa komponen yang seharusnya mempengaruhi keuntungan klien dalam memilih toko simpanan emas, mengingat informasi klien tentang dana investasi emas dari segi kelebihan dan manfaatnya, lalu pada saat itu titik, kualitas administrasi, area, biaya organisasi dan keterusterangan. Sistem administrasi yang dijalankan selama ini telah membangkitkan minat nasabah untuk memanfaatkan dana cadangan emas.³

Terdapat beberapa faktor yang diasumsikan dapat mempengaruhi minat nasabah dalam memilih tabungan emas diantaranya yaitu adanya faktor pengetahuan nasabah terhadap tabungan emas baik dari segi manfaat maupun keunggulan, selanjutnya dari faktor kualitas pelayanan, lokasi, biaya administrasi serta transparansinya sistem pengelolaan yang selama ini dijalanya sehingga membangkitkan minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan emas.

Faktor utama yang mempengaruhi minat klien adalah promosi. Promosi merupakan sesuatu yang diwujudkan sehubungan dengan pengalaman yang berkembang. Penciptaan pengalaman ini dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam seperti motivasi dan variabel luar seperti informasi yang tersedia di tempat kerja dan kondisi sosial-sosial 6.

Faktor kedua yang dipastikan berdampak pada keuntungan klien dalam memilih cadangan simpanan emas adalah kualitas pelayanan. Insentif peraturan bagi konsumen sangat penting mengingat layanan toko daur ulang adalah layanan yang kompeten. Administrasi adalah cara paling umum untuk memenuhi kebutuhan melalui latihan orang lain secara langsung. Administrasi yang dibutuhkan oleh masyarakat pada umumnya dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu administrasi aktual yang bersifat perseorangan sebagai rakyat dan administrasi manajerial yang diberikan oleh orang lain sebagai perseorangan dalam suatu perkumpulan, baik perkumpulan massa maupun negara. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, masyarakat sangat membutuhkan administrasi, baik dari diri sendiri atau melalui usaha orang lain.⁴

Faktor ketiga yang diingat mempengaruhi keuntungan nasabah dalam memilih dana cadangan emas adalah lokasi. Menurut Tjiptono, area adalah tempat organisasi bekerja atau tempat organisasi melakukan aktivitas untuk menghasilkan tenaga kerja dan

² Nurhasanah, S & Sobandi, A. (2016). Minat Belajar Sebagai Determinan Hasil Belajar Siswa (Learning Interest as Determinant Student Learning Outcomes). *Jurnal Manajemen Pendidikan Perkantoran*. 1 (1). halaman 130

³ Sulistiono,yulia,Mumuh "Mengukur Minat Studi Siswa SMA dan SMK Di Kota Bogor "hal.5 2019

⁴ Notoadmodjo, S. 2012. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: PT Rineka Cipta.

produk yang fokus pada sudut finansial. Menurut Tjiptono, lokasi merupakan bagian penting dari sistem saluran, lokasi yang baik memudahkan akses ke tempat usaha sehingga dapat menarik banyak pelanggan.

Salah satu upaya untuk mengakui kualitas moneter Islam adalah dengan meletakkan lembaga moneter dalam pandangan syariah Islam. Dari berbagai organisasi moneter, perbankan merupakan bidang yang mempunyai dampak terbaik terhadap pelaksanaan budaya saat ini. Secara umum, tujuan utama bank syariah adalah untuk mendorong dan mempercepat kemajuan keuangan masyarakat dalam melakukan aktivitas perbankan. moneter, bisnis dan bunga sesuai standar Islam. Pekerjaan ini bergantung pada penolakan kepentingan pada setiap bursa, pedoman pengorganisasian dalam semua praktik bisnis dengan mempertimbangkan kesetaraan, keadilan dan kepercayaan, mencari manfaat otentik, mendorong administrasi moneter secara lokal, menciptakan persaingan yang solid, memperbarui fondasi zakat, dan meletakkan dasar-dasar zakat. menjalin persaudaraan dengan lembaga moneter Islam lainnya baik di dalam maupun luar negeri.⁵

Tidak adanya informasi nasabah mengenai barang dana investasi emas disebabkan karena tidak adanya kemajuan dari unit toko barang bekas syariah itu sendiri, dimana cenderung terlihat bahwa pada setiap hiburan virtual tidak ada rekening Bank Syariah Indonesia, yang ada hanya catatan. Yang ada hanya fokus BSI dan tidak semua rekening hiburan virtual, sehingga mengurangi penyertaan wilayah khusus di cabang Muara Bulian, rekening fokus Pegadaian Syariah juga lebih banyak memajukan barang gadai dibandingkan barang dana cadangan emas, dan lebih sedikit kursus dana investasi emas. diadakan agar masyarakat pada umumnya dan sedikit sekali nasabah yang menyadari bahwa terdapat item dana investasi emas di Pegadaian syariah, dan bagi nasabah yang sudah pernah menabung sebelumnya belum memahami bahaya dan keuntungan menabung emas sehingga dana cadangan emas kurang diminati, dan banyak nasabah mengalami bantuan yang tidak dapat diterima, lamanya pertukaran siklus dan tidak adanya perwakilan klien sering kali menyebabkan antrean besar. Sehingga hal ini menyebabkan kuantitas nasabah dana investasi emas BSI KCP Muara Bulian menunjukkan keadaan yang tidak diinginkan.⁶

Pamor perbankan syariah karena masyarakat Desa Kampung Baru yang ada tidak semuanya menggunakan jasa perbankan syariah untuk menyimpan uang maupun penghimpunan dana, mereka tidak mempercayai perbankan syariah dikarenakan kurangnya pengetahuan terhadap bank syariah berserta produknya. Kerbanyakan masyarakat di Desa Kampung Baru hanya mengetahui itu bank syariah, akan tetapi mereka tidak tahu produk-produk yang ditawarkan bank syariah, permbiayaan dan pernghimpunan dana di Bank Syariah, serta sistematika kerja bagi hasil yang digunakan oleh Bank Syariah. Masyarakat yang tidak mengetahui hal tersebut tentunya tidak akan berminat untuk menggunakan produk-produk bank syariah karena mereka menganggap

⁵ Habriyanto, Bambang Kurniawan. Determinan Minat Mahasiswa Fakultas Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Menabung di Bank Syariah XYZ, *Iltizam Journal of Shariah Economics Research* Vol. 5, No 1 (2021) June 2021, pp. 73-85

⁶ Tjiptono, Fandi. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

bahwa bank syariah Indonesia hanya tempat untuk menabung dan meminjam uang saja. Berikutnya berapa jumlah dana investasi emas di BSI KCP Muara Bulian :

Tabel 1. Data Nasabah Tabungan Emas BSI KCP Muara Bulian Tahun 2019-2022

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Emas (Gr)	Nilai (Milyar)
1	2019	3.456	7534,13 gram	4.035.047.877
2	2020	5.010	15962,20 gram	8.837.530.432
3	2021	6.375	26798,22 gram	15.432.620.08
4	2022	7.963	30582,41 gram	21.751.450.30

Berdasarkan data nasabah tabungan emas BSI KCP Muara Bulian Tahun 2019 s.d 2022 pada tabel 1.1, terdapat bahwa jumlah nasabah produk tabungan emas mengalami kenaikan dimulai dari tahun 2019 hingga tahun 2022. Jumlah nasabah pada tahun 2019 sebanyak 3.456 nasabah. Pada tahun 2020 Jumlah nasabah yang menabung emas meningkat menjadi 5.010 nasabah. pada tahun 2021 nasabah produk tabungan emas meningkat menjadi 6.375 . Pada tahun 2022 nasabah yang menabung emas menjadi 7.963. Hal ini dibuktikan dengan data yang diperoleh sehingga dapat disimpulkan bahwa 11 Observasi Awal, Direct 1 Mei 2024.⁷

Jumlah nasabah tabungan emas pada bank syariah indonesia KCP Muara Bulian mengalami peningkatan dari tahun 2019 ke tahun 2022 Pengeluaran nasabah dalam menabung emas dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk kemajuan, data tentang barang dagangan dan juga organisasi yang diberikan oleh bank. Kemajuan adalah salah satu faktor yang menentukan konsekuensi dari program waktu yang terbatas. Terlepas dari betapa hebatnya suatu hal, menerima bahwa pembeli tidak pernah mempelajarinya dan tidak tahu apakah hal itu penting bagi mereka, mereka tidak akan pernah mendapatkannya.

Pengetahuan tentang produk juga dapat mempengaruhi minat calon nasabah. Semakin baik pengetahuan yang dimiliki konsumen mengenai produk tersebut, semakin positif persepsi mereka terhadapnya. Oleh karena itu, para pemasar Perlu menyampaikan informasi yang tepat dan akurat kepada calon nasabah mengenai kelebihan produk jika dibandingkan dengan pesaing.

Kajian Pustaka

A. Minat

Minat dapat ditandai dengan adanya kecenderungan menjawab dengan tujuan tertentu pada setiap orang disekitarnya. Minat dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi ketika seseorang melihat sifat- sifat atau arti penting yang tidak kekal dari suatu keadaan yang diasosiasikan dengan keinginan atau kebutuhannya sendiri. Jadi, apa yang

⁷ Indah Apriani, Nazori Majid, Rohana. Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Emas Di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi. *Journal of Economics and Business Management* Vol.2. No.1 Maret 2023.

dilihat seseorang pasti akan mendatangkan keuntungan bagi seseorang sejauh apa yang dilihatnya ada kaitannya dengan keuntungannya sendiri. Menurut Slameto, "minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri".⁸

B. Minat Menabung

Minat tabungan mengacu pada keputusan pelanggan apakah akan membeli suatu barang atau tidak. Di antara berbagai elemen yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan, kualitas dan pengakuan masyarakat terhadap suatu produk atau layanan secara konsisten memainkan peran penting dalam pilihan pembelian akhir pelanggan. Perilaku nasabah, khususnya yang berkaitan dengan menabung, menyinggung kegiatan orang-orang yang terlibat secara efektif dalam pengadaan dan pemanfaatan barang dan administrasi. Ini mencakup interaksi dinamis yang memahami dan menyelaraskan dengan aktivitas tersebut.⁹

Minat menabung mengacu pada kecenderungan klien untuk memilih suatu hal atau melakukan suatu kegiatan yang berhubungan dengan peluang klien untuk menabung. Minat adalah suatu kecenderungan dan minat yang khas terhadap sesuatu atau kegiatan tertentu, yang terbebas dari pengaruh atau arah luar. Minat dapat diartikan sebagai pengakuan akan adanya hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang berada di luar dirinya. Intensitas dan kedekatan suatu hubungan berkorelasi langsung dengan tingkat ketertarikan.

Minat menabung mengacu pada kecenderungan nasabah untuk memilih produk atau melakukan aktivitas yang meningkatkan kemungkinan menabung. Bagian rata-rata yang ditemukan dalam berbagai arti minat meliputi keinginan, kepercayaan, kebutuhan, tujuan, sasaran, dorongan, dan motivasi. Niat adalah ekspresi mental yang menguatkan, memulai, atau menggerakkan seseorang, dan proses berpikir ini memandu dan menyalurkan cara berperilaku, keyakinan, dan aktivitas individu, yang semuanya umumnya berhubungan dengan pencapaian tujuan, baik yang bersifat hierarkis maupun hierarkis. tujuan individu setiap individu dari perkumpulan.¹⁰

C. Indikator Minat

Petunjuk minat menurut Maharani adalah:

- 1) Ketertarikan. Bidang minat yang kuat untuk menunjukkan perhatian. lebih jauh lagi, sensasi preferensi terhadap seseorang.
- 2) Keinginan
- 3) Dapat dilihat dengan jelas adanya keinginan yang meyakinkan dalam diri seseorang untuk memiliki sesuatu.
- 4) Keyakinan Hal ini harus terlihat dari standar kokoh seseorang dalam hal kualitas,

⁸ Slameto, Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (Bandung: Rineka Cipta, 2010),180.

⁹ Priansa, Donni., Junni. (2017). Prilaku Konsumen dalam bisnis Kontemporer.

Bandung: Alfabeta

¹⁰ Sondang, Siagian. (2005). Teori Motivasi dan Aplikasinya. Jakarta: Rineka Cipta

kelebihan dan manfaat.

D. Faktor yang Mempengaruhi Minat

1) Faktor intrinsik, adalah faktor yang berasal dari dalam suatu individu, organisasi, atau sistem yang mempengaruhi kinerja atau hasil. Yang termasuk kedalam faktor intrinsik yaitu sebagai berikut:

a. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan konsekuensi dari “mengetahui” dan ini terjadi setelah individu merasakan suatu benda tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Dengan demikian, realitas informasi bersifat bijaksana, dapat dikenali, berfluktuasi, dan asliterhadap objek kajiannya. Dalam pandangan Al-Quran, mencari data hendaknya dilandasi dengan mengenalkan dan menjaga nama Allah SWT, selaku pencipta alam semesta. Tuhan menjadikan alam semesta sebagai wahana bagi manusia untuk belajar melalui beberapa latihan seperti menelaah dengan cermat, mencipta, menyelaraskan, meneliti, memfokuskan, mengeksplorasi, dan menemukan makna Tuhan Yang Maha Kuasa.¹¹

Terlebih lagi, informasi adalah materi yang saat ini ada sebagai petunjuk yang diteruskan dari satu individu ke individu lainnya. Informasi yang muncul karena pemahaman individu terus tercipta melalui percakapan atau melalui pengungkapan yang otonom. Informasi dihubungkan dengan ingatan, bertentangan dengan desain bukti substansial, contoh prosedural dan rencana yang berhubungan dengan kemajuan kemampuan dan kemampuan ilmiah.

b. Indikator Pengetahuan

Sesuai Spencer yang dikutip Sutoto, informasi dibagi menjadi tiga bagian yaitu Logical Reasoning (AT) adalah kemampuan untuk memahami suatu keadaan dengan memisahkannya menjadi bagian-bagian kecil, atau melihat akibat dari suatu keadaan secara mendalam. Pada dasarnya, kemampuan ini memungkinkan seseorang untuk berpikir secara logis atau sadar tentang hal-hal yang kompleks. Conceptual Thinking (CT) adalah memahami suatu situasi atau masalah dengan menempatkan setiap bagian menjadi satu kesatuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih besar.

c. Kualitas Pelayanan

Definisi mengenai kualitas pelayanan mungkin berbeda, namun secara khusus meliputi hal dalam menentukan apakah pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi mereka dari hasil teknis yang diberikan yang merupakan proses dimana hasil disampaikan.

¹¹ Darmadi. 2017. Pengembang Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa. Yogyakarta: Deepublish.

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administrasi yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara.¹²

2) Faktor Ekstrinsik, adalah faktor-faktor yang berasal dari luar individu dan mempengaruhi perilaku, motivasi, atau hasil yang dicapai seseorang. Yang termasuk dalam faktor ekstrinsik ini adalah sebagai berikut:

a. Promosi

Promosi adalah salah satu faktor yang menentukan konsekuensi dari program waktu yang terbatas. Betapapun hebatnya suatu hal, menerima klien tidak pernah mengetahuinya dan tidak tahu apakah itu akan berharga bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah mendapatkannya. Tidak ada yang mengerti apa yang sedang dilakukan pria itu, selain itu, diri sendiri.¹³

b. Lokasi

Landasan dari lokasi adalah ruang. Tanpa ruang maka tidak mungkin ada lokasi. Dalam studi tentang wilayah, yang dimaksud dengan ruang adalah permukaan bumi baik yang ada di atasnya maupun yang ada di bawahnya sepanjang manusia masih bisa menjangkaunya. Lokasi menggambarkan posisi pada ruang tersebut (dapat ditentukan bujur dan lintangnya). Namun dalam studi ruang, yang menjadi perhatian bukanlah kemampuan kita untuk membuat daftar tentang posisi berbagai benda/kegiatan yang ada dalam satu ruang wilayah melainkan analisis atas dampak/keteraitan antar kegiatan disuatu lokasi dengan berbagai kegiatan lain pada lokasi lain. Studi tentang lokasi adalah melihat kedekatan atau jauhnya suatu kegiatan dengan kegiatan lain dan apa dampaknya atas kegiatan masing-masing karena lokasi yang berdekatan (berjauhan) tersebut.¹⁴

Menurut Lamb, pemilihan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha dimasa mendatang. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan.

Metode Penelitian

Penelitian diselesaikan di BSI KCP Muara Bulian, Jambi, dengan menggunakan pendekatan eksplorasi subjektif ekspresif. Oleh karena itu, dalam laporan eksplorasi ini akan disertakan sari-sari informasi untuk memberikan gambaran yang lebih rinci. Sumber informasi ini berasal dari catatan wawancara, catatan atau pengingat, dan arsip otoritas

¹² Fandy Tipto, Manajemen Jasa, (Yogyakarta: Andi Offhet, 2010), h. 51

¹³ Buchari Alma., 2016 manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. bandung. alfabeta

¹⁴ Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill Education.

lainnya. Dalam menyiapkan laporan, para ahli membedah banyak informasi dan menyajikannya sebagai hasil pemeriksaan sesuai tingkat terbaik yang bisa dibayangkan.

Metode pengumpulan informasi yang digunakan dalam organisasi penelitian haruslah strategis karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mengumpulkan informasi. Oleh karena itu, berikut ini adalah beberapa strategi pengumpulan informasi yang dapat digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk menetapkan keabsahan data, diperlukan penggunaan teknik pemeriksaan yang didasarkan pada sejumlah kriteria tertentu. Terdapat empat kriteria yang digunakan dalam proses ini, yaitu Kredibilitas (Credibility), Keteralihan (transferbility), Ketergantungan (Dependability), dan Kepastian (confimability).

Adapun metode analisis data melalui reduksi data Proses reduksi data melibatkan melakukan rangkuman, pemilihan erlemen kunci, fokus pada aspek yang signifikan, serta mengidentifikasi tema dan pola, tampilan data untuk memperkenalkan informasi dalam strategi ujian ini adalah teks cerita. Maka untuk situasi ini ahli perlu memecah informasi dengan menggunakan tayangan informasi sehingga ia juga dapat membedah gambaran apa yang terjadi di lapangan, penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan pemeriksaan informasi tahap ketiga melalui pencapaian penentuan dan konfirmasi.

Pembahasan Dan Hasil

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Kampung Baru dalam Menggunakan Tabungan Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian

Berdasarkan hasil penelitian bersama informan penelitian, diketahui bahwa terdapat beberapa alasan yang melatarbelakangi minat masyarakat dalam menabung emas. Terdapat kesamaan alasan utama informan penelitian memiliki tabungan emas, diantaranya sebagai investasi jangka panjang. Hal ini dikemukakan oleh informan penelitian sebagai berikut.

“Untuk saya pribadi alasan utamanya karena untuk simpanan jangka panjang. Di masa depan harga emas terus meningkat, jadi saya anggap saja tabungan untuk masa depan saya dan keluarga. Menabung emas di bank juga lebih aman.apalagi bank syariah”.

Alasan mengenai investasi dan harga emas yang cenderung naik juga dinyatakan oleh informan berikut:

“Tabungan emas untuk investasi. Memang harga nya tidak langsung melejit naik. Kalau lagi naik ya naik, turun ya turun. Tapi enak nya emas ni kalau turun dak seberapa jauh dia, tapi kalau naik jarang pula turun terjun payung ya kan.

Dapat disimpulkan bahwa alasan utama memiliki tabungan emas sebagaimana dinyatakan oleh informan penelitian antara lain karena tabungan emas digunakan sebagai alat investasi dan tabungan jangka panjang, harga dan nilai emas yang cenderung naik seiring waktu, rasa aman dan kepercayaan terhadap bank selaku penyimpan tabungan emas untuk jangka panjang, serta tabungan emas yang dapat meminimalisir terjadinya kejahatan.

Adapun berkenaan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat informan penelitian dalam menggunakan tabungan emas berdasarkan temuan penelitian ini dikategorikan berdasarkan beberapa kelompok faktor, diantaranya adalah faktor

pengetahuan, faktor promosi, faktor kualitas pelayanan, faktor pengaruh lingkungan keluarga, dan faktor reputasi Bank Syariah Indonesia. Berikut adalah penjabaran hasil temuan penelitian.

1. Faktor Pengetahuan

Adanya pengetahuan merupakan salah satu faktor yang melatarbelakangi informan penelitian memilih menggunakan tabungan emas. Hal ini terungkap dari hasil wawancara dengan informan penelitian, sebagai berikut :

"Saya pertama kali tau tabungan emas dari teman kerja yang sudah lebih dulu membuka tabungan ini. Kemudian saya mencari informasi lebih lanjut di website Bank Syariah Indonesia".

Tetapi hal tersebut berbeda dengan hasil wawancara bersama informan Non Nasabah. Pengetahuan informan tentang produk tabungan emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia dapat dijabarkan sebagai berikut:

"Iya saya pernah mendengar informasi tentang tabungan emas di BSI. Sepengetahuan saya menabung emas di BSI itu minim inflasi, tapi saya juga kurang paham".

Hal serupa dengan pernyataan di atas, berikut hasil wawancara dengan informan lainnya:

"Produk tabungan emas memungkinkan nasabah berinvestasi dalam emas secara digital dengan transaksi yang mudah dan aman."

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa pengetahuan tentang tabungan emas, yang diperoleh melalui berbagai sumber seperti teman, petugas bank, dan media digital, sangat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan emas.

2. Faktor Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan informan penelitian dalam memilih untuk membuka tabungan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian. Berikut ini adalah hasil wawancara mengenai promosi dan keterkaitannya dengan keputusan membuka tabungan emas.

"Saya tertarik setelah melihat brosur promosi di kantor cabang saat saya mengunjungi untuk urusan lain. Brosurnya sangat menarik dengan penjelasan singkat dan jelas. Jadi saya ingat sekali di brosur itu ada informasi dasar tentang harga emas tergantung berapa banyak gram nya."

Informan lain menyatakan bahwa promosi tentang tabungan emas Bank Syariah Indonesia pertama kali ditemukan di media sosial twitter (sekarang X).

"Kalau saya liat pertama di twitter hehe. Sudah itu sharing sama temen yang sudah pake, tanya mbak-mbak petugas bank nya, baru positif pakai tabungan emas".

Dapat disimpulkan bahwa promosi sangat penting sebagai faktor yang melatarbelakangi minat membuka tabungan emas. Promosi memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap tabungan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian.

3. Faktor Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat membuka tabungan emas di Bank Syariah Indonesia di KCP Muara Bulian. Berikut adalah pemaparan hasil wawancara bersama informan penelitian.

"Pengalaman saya sangat baik di BSI Muara Bulian ini, awalnya kan memang nabungnya di BSI itu, jadi karna sudah nyaman dengan pelayanan di sana jadi sekalian saja buka tabungan emas di sana".

Hal serupa juga dinyatakan informan berdasarkan hasil wawancara berikut:

"Sejauh ini Sejauh ini, saya belum pernah mengalami masalah atau keluhan. Pelayanan yang saya terima selalu memuaskan. Jadi bisa dibilang pelayanan yang baik mempengaruhi keputusan saya menabung uang maupun emas di BSI muara Bulian."

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan tabungan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian.

4. Faktor Pengaruh Lingkungan Keluarga

Faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan tabungan emas adalah adanya pengaruh lingkungan keluarga dan pertemanan.. Pernyataan ini sesuai dengan temuan hasil penelitian terhadap informan yang membuka tabungan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian. Adapun hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dipaparkan sebagai berikut:

"Pengaruh dari lingkungan pertemanan cukup besar. Mendengar pengalaman positif dari teman-teman yang sudah lebih dulu menabung emas di BSI membuat saya lebih yakin untuk membuka tabungan emas."

Sejalan dengan keterangan di atas, pengaruh faktor lingkungan pertemanan juga dinyatakan oleh informan lain, sebagai berikut:

"Saya mengetahui tentang tabungan emas juga salah satunya dari teman dekat yang bekerja di BSI Muara Bulian itu. Dia sering berbagi informasi tentang berbagai produk investasi, termasuk tabungan emas."

Informan lain menyatakan tentang adanya pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat membuka tabungan emas. Berikut hasil wawancaranya.

"ya, keluarga juga berpengaruh ya. Dukungan dan kesepakatan keluarga jadi salah satu pertimbangan saya membuka tabungan emas. Karna mengelola keuangan keluarga kan tidak bisa sendirian, harus ada campur tangan lingkungan keluarga, khususnya pasangan".

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dikatakan bahwa pengaruh lingkungan keluarga dan pertemanan sangat besar dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan tabungan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian. Dukungan dan rekomendasi dari keluarga dan teman-teman memberikan keyakinan dan rasa aman bagi nasabah untuk memilih tabungan emas sebagai bentuk investasi.

5. Faktor Reputasi Bank Syariah Indonesia

Reputasi merupakan ukuran penting atas keberhasilan sebuah perusahaan perbankan dalam upaya pemenuhan kebutuhan nasabah dan kepuasan nasabah. Dari hasil wawancara dengan informan penelitian, diketahui bahwa reputasi suatu bank juga turut

mempengaruhi minat nasabah membuka tabungan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian. Hal tersebut sebagaimana dinyatakan oleh informan penelitian dalam wawancara berikut ini.

"Ya, reputasi bank sangat mempengaruhi keputusan saya. Saya merasa lebih yakin dan aman menabung di bank yang sudah memiliki nama baik dan terpercaya.

Reputasi yang baik juga disebutkan memiliki pengaruh bagi informan dalam memilih untuk membuka tabungan, sebagaimana dinyatakan oleh informan berikut:

"Pengaruhnya (reputasi bank) sangat besar. Reputasi yang baik memberikan rasa aman dan keyakinan bahwa investasi saya dalam tabungan emas dikelola dengan baik dan sesuai dengan prinsip syariah."

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat ditarik benang merah bahwa reputasi Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan tabungan emas. Reputasi yang baik memberikan rasa aman dan kepercayaan bagi nasabah bahwa uang mereka dikelola dengan baik sesuai prinsip syariah.

Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan tabungan emas di Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian antara lain faktor pengetahuan, faktor promosi, faktor kualitas pelayanan, faktor pengaruh lingkungan keluarga, dan faktor reputasi yang melekat pada Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat beberapa implikasi sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai keuangan syariah, khususnya dalam konteks produk tabungan emas. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi bagi pengembangan teori tentang perilaku konsumen dalam memilih produk keuangan syariah.
2. Dengan meningkatnya pemahaman dan minat terhadap tabungan emas, masyarakat dapat lebih mandiri secara finansial dan memiliki alat yang efektif untuk melindungi nilai kekayaan mereka. Ini dapat berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat secara keseluruhan.
3. Temuan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan yang lebih mendalam. Peneliti lain dapat mengeksplorasi variabel-variabel tambahan, metode analisis yang berbeda, atau melakukan studi komparatif di lokasi atau institusi yang berbeda.

Adapun yang dapat disarankan dari temuan penelitian ini diberikan kepada beberapa pihak, sebagai berikut:

1. Pihak Bank Syariah Indonesia. Pihak Bank Syariah Indonesia sebaiknya menyediakan program edukasi yang lebih intensif mengenai manfaat dan mekanisme tabungan emas, misalnya dengan mengadakan berbagai seminar, workshop, dan kampanye pemasaran yang informatif.

2. Pihak Masyarakat. Pihak masyarakat sebaiknya lebih aktif mencari informasi dan meningkatkan literasi keuangan mereka, terutama terkait produk-produk investasi syariah seperti tabungan emas, serta mengikuti program-program edukasi yang disediakan oleh bank atau lembaga keuangan lainnya untuk memahami keuntungan dan risiko tabungan emas.
3. Pihak Peneliti Selanjutnya. Penelitian ini dapat digunakan untuk mendorong penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan tabungan emas.

Daftar Pustaka

- Belch, G. E., & Belch, M. A. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education. 2021.
- Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta. 2016.
- Habriyanto, Bambang Kurniawan. Determinan Minat Mahasiswa Fakultas Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Menabung di Bank Syariah XYZ, *Iltizam Journal of Shariah Economics Research* Vol. 5, No 1 (2021) June 2021, pp. 73-85
- Indah Apriani, Nazori Majid, Rohana. Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabungkan Emas Di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi. *Journal of Economics and Business Management* Vol.2. No.1 Maret 2023.
- Notoadmodjo, S. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2012
- Nugroho, "Pentingnya Pendidik Memperhatikan Minat Dan Bakat Pada Dunia Pendidikan" 2019.
- Nurhasanah, S & Sobandi, A. Minat Belajar Sebagai Determinan Hasil Belajar Siswa (Learning Interest as Determinant Student Learning Outcomes). *Jurnal Manajemen Pendidikan Perkantoran*. 1 (1). halaman 130. 2016.
- Priansa, Donni., Junni. *Prilaku Konsumen dalam bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Bandung: Rineka Cipta, 2010).
- Sondang, Siagian. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta. 2005
- Sulistiono, yulia, Mumuh "Mengukur Minat Studi Siswa SMA dan SMK Di Kota Bogor" 2019.