

BAB I

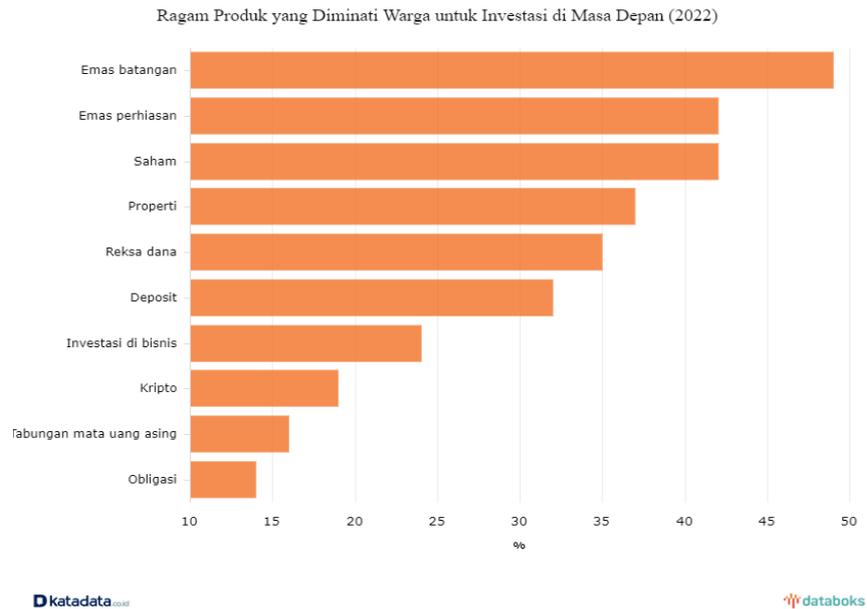
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dampak pandemi Covid-19 telah mengubah kebiasaan masyarakat secara signifikan. Dampak tersebut juga menjadi salah satu pemicu terjadinya resesi ekonomi di beberapa negara. Efeknya adalah gangguan yang baru terjadi dalam kegiatan ekonomi, yang mengarah pada penurunan potensi pengembalian sarana investasi, dan mendorong investor untuk mencari investasi yang aman (sikapiuangmu.ojk.go.id).

Salah satu metode buat meminimalisir akibat dari resesi ekonomi ialah dengan mengawali perencanaan keuangan serta yakinkan Sebagian dana digunakan buat menabung/ investasi. Dikala ini, fasilitas investasi yang ditawarkan di Indonesia memiliki banyak opsi yang pula telah diawasi langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Paling tidak terdapat 2 tipe investasi, ialah investasi zona *riil* serta investasi zona *non riil*. Zona investasi *riil* ialah zona yang secara langsung pengaruhi aset fisik. Produk investasi zona ini merupakan logam mulia serta *real estate*. Pada dikala yang sama, investasi di bidang yang *non riil*, ialah zona keuangan serta pasar modal, ialah penanaman modal yang asetnya berbentuk aset non fisik.

Untuk melihat jenis investasi apa yang paling banyak diminati oleh masyarakat dapat kita lihat pada data survei pada databoks.katadata.co.id (2022), berikut ini:



Gambar 1.1 Hasil survei produk investasi masyarakat Indonesia.

Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022

Berdasarkan hasil survei ini dilakukan melalui aplikasi Populix pada 24-28 Oktober 2022 terhadap 1.038 responden di Indonesia memilih emas batangan sebagai pilihan investasi paling populer dengan jumlah 49% responden. Produk investasi yang paling diminati berikutnya Emas perhiasan dan saham dengan dipilih oleh 42% responden. Selain itu, 37% responden memilih properti. Kemudian sebanyak 35% responden berinvestasi di reksadana. Lalu 32% memilih investasi di deposit. 20% responden memutuskan untuk berinvestasi di bisnis, 13% responden melakukan investasi kripto, 16% memilih tabungan mata uang asing dan terakhir persentase responden yang berminat untuk investasi di obligasi masih sangat sedikit yakni hanya 14%. Dari hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia semakin melek investasi dan memiliki kesadaran yang lebih baik dalam berinvestasi, terutama di kalangan generasi milenial dan Z. Emas batangan dan

emas perhiasan menjadi instrumen investasi yang paling banyak dipilih oleh masyarakat Indonesia.

Pada lembaga keuangan syariah ada sejumlah produk yang dapat membantu konsumen memenuhi kebutuhan kepemilikan emas dengan memberikan pilihan pembiayaan kepemilikan emas kepada bank dan non bank. Lembaga keuangan syariah yang memiliki pembiayaan emas antara lain Bank Syariah Indonesia dan Pegadaian Syariah. Prinsip yang diterapkan oleh lembaga ini adalah sama, yaitu mengacu kepada fatwa DSN di atas. Namun hal yang membedakan pada kedua lembaga tersebut yaitu dari syarat & ketentuannya, bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan Tabungan Emas Pegadaian Syariah dan Tabungan Emas (E-emas) BSI

No.	Tabungan Emas Pegadaian Syariah	Tabungan Emas Atau E-Emas BSI
1	Pegadaian Syariah memungkinkan nasabah berinvestasi emas dengan menyetorkan emasnya ke rekening Pegadaian	Memungkinkan nasabah berinvestasi emas dengan membeli emas melalui aplikasi BSI Mobile atau melalui produk cicilan emas
2	Nasabah dapat membeli emas melalui gerai Pegadaian, ATM, aplikasi Pegadaian Digital Syariah, atau agen Pegadaian	Nasabah dapat melakukan pembelian emas melalui aplikasi BSI Mobile
3	Emas di Pegadaian Syariah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) Indonesia	Emas di BSI tidak dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) Indonesia
4	Biaya administrasi pembukaan rekening emas di outlet pegadaian sebesar Rp. 10.000,- dan biaya	Biaya administrasi akan dikenakan sebesar Rp24.000,-/tahun dan

	fasilitas titipan selama 12 bulan sebesar Rp. 30.000, namun untuk biaya administrasi menggunakan aplikasi Pegadaian Syariah Digital Rp. 0 hanya cukup membayar biaya titipan selama 12 bulan sebesar Rp. 30.000	pembayaran dilakukan ketika pembukaan rekening emas
5	Beli emas dilakukan dengan ketentuan minimal transaksi pembelian sebesar 0.01 gram dengan konversi Rupiah setara harga beli emas yang berlaku saat itu dan maksimal sebesar Rp100.000.000 (seratus juta rupiah) atau sesuai ketentuan yang berlaku di Pegadaian,	Beli emas dilakukan dengan ketentuan minimal transaksi pembelian sebesar 0.05 gram dengan konversi Rupiah setara harga beli emas yang berlaku saat itu dan maksimal sebesar Rp100.000.000 (seratus juta rupiah) atau sesuai ketentuan yang berlaku di Bank,
6	Minimal tarik fisik emas bisa mulai dengan keping (1gr, 2gr, 5gr, 10gr, 25gr, 50gr, dan 100gr)	Minimal tarik fisik emas adalah 2 gram sesuai dengan pecahan emas yang tersedia dan dipilih oleh nasabah.

Sumber : PT. BSI dan PT. Pegadaian (Observasi)

Dari tabel diatas terdapat beberapa perbedaan pada masing-masing instansi. Terdapat beberapa faktor yang menjadi perhatian utama masyarakat dalam memilih suatu lembaga sebelum menunjukkan minatnya terhadap suatu lembaga. Berdasarkan data yang diperoleh secara kemudahan dan resiko dalam menabung emas di Pegadaian Syariah lebih unggul dibanding BSI.

Produk tabungan emas merupakan produk investasi emas yang pertama kali ada di Pegadaian bahkan di Indonesia karena produk ini memiliki perbedaan dari

produk-produk investasi emas yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan syariah yang lain, yaitu pada produk tabungan emas yakni menggunakan sistem pembelian emas dengan cara menabung Iriani, (2018) dalam Hariyanto, (2020). Berikut ini merupakan jumlah nasabah tabungan emas pada pegadaian dari tahun 2018-2022:

Tabel 1.2 Data Nasabah Tabungan Emas PT Pegadaian

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan Emas
2018	1.349.870
2019	4.505.686
2020	7.122.689
2021	6.510.442
2022	8.175.457

Sumber: <https://www.pegadaian.co.id/laporan-kinerja/laporan-tahunan>

Melihat dari data laporan keuangan PT. Pegadaian. PT. Pegadaian menunjukkan sebuah peningkatan dari produk tabungan emas dari tahun 2018-2022. Di tahun 2018 jumlah nasabah tabungan emas 1.349.870 kemudian pada tahun 2019 jumlah nasabah tabungan emas meningkat menjadi 4.505.68, ditahun 2020 naik menjadi 7.122.689 nasabah, kemudian di tahun 2021 mengalami penurunan menjadi 6.510.442 nasabah dan Kembali naik di tahun 2022 menjadi 8.175.457 nasabah.

Pegadaian memiliki sejarah panjang sejak tahun 1901. Pada awal bulan April 1990, PT Pegadaian (Persero) meluncurkan divisi baru bernama Pegadaian Syariah. Pegadaian Syariah merupakan bagian integral dari PT Pegadaian (Persero),

salah satu badan usaha milik negara Indonesia (www.pegadaian.co.id). Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara merupakan Pegadaian Syariah satu-satunya yang ada di Yogyakarta. Adapun alasan penulis memilih Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara sebagai tempat penelitian karena penulis ingin menganalisis mengenai investasi tabungan emas.

Dari uraian diatas dimana laporan keuangan secara keseluruhan di Kantor pusat PT. Pegadaian terjadi peningkatan terus-menerus dari tahun ketahun namun pada Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara Yogyakarta justru mengalami penurunan ditahun 2021-2022. Bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.3 Data Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan Emas
2018	988
2019	1.499
2020	1.772
2021	1.470
2022	1.373

Sumber: Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara

Berdasarkan data nasabah tabungan emas CPS Kusumanegara yang pada tahun 2018-2020 terus mengalami peningkatan mulai dari 988 nasabah tabungan emas di tahun 2018, kemudian naik menjadi 1.499 nasabah tabungan emas di tahun 2019 dan terus naik hingga 1.772 nasabah tabungan emas di tahun 2020. Setelah mengalami peningkatan dari 2018-2020 ternyata di tahun berikutnya justru

mengalami penurunan yaitu di tahun 2021-2022. Dimana pada tahun 2021 jumlah nasabah tabungan emas di pegadaian mengalami penurunan menjadi 1.470, dan pada tahun selanjutnya 2022 jumlah nasabah tabungan emas di pegadaian kembali mengalami penurunan menjadi 1.373 orang.

Minat nasabah dalam menabung emas dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya literasi keuangan syariah, harga emas, dan promosi. Dalam penelitian yang dilakukan Yulika (2022) membahas salah satu faktor yang mempengaruhi minat nasabah yaitu literasi keuangan syariah. Hal tersebut menjelaskan bahwa literasi keuangan syariah menjadi salah satu pertimbangan yang penting bagi nasabah. Kemudian dibuktikan dengan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa literasi keuangan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Kemudian pentingnya literasi keuangan syariah bisa juga dilihat dari data pada survei pada OJK sebagai berikut:

Tabel 1. 4 Tabel Indeks Literasi Tahun 2019 dan 2022

Indeks	2019	2022
Literasi	38,03%	49,68%

Sumber: ojk.co.id

Terlihat dari statistik di atas, temuan SNLIK tahun 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68%, naik dibandingkan tahun 2019 sebesar 38,03. Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu pengetahuan dasar keuangan syariah dan lembaga keuangan syariah. Sementara indikator yang digunakan peneliti dalam penelitian ini meliputi pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap dan pengelolaan keuangan individu.

Peneliti tertarik menggunakan variabel literasi keuangan syariah dengan indikator yang berbeda dari penelitian sebelumnya, hal tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi minat.

Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi minat adalah harga emas yang cenderung fluktuatif dan sulit diprediksi juga dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung emas di Pegadaian Syariah.



Gambar 1.2 Grafik Harga Emas di Indonesia 5 tahun (2018-2023)

Sumber: harga-emas.org

Melihat grafik harga emas 5 tahun ke belakang emas terkenal tidak mudah dipengaruhi inflasi, terlebih dengan pasang surutnya perekonomian global, setiap orang dapat menilai dan melihat pergerakan emas. Sekalipun harga emas fluktuatif, harga emas memiliki kecenderungan naik. Oleh sebab itu, emas menjadi pilihan mudah bagi banyak orang.

Tujuan dari memperkenalkan produk tabungan emas adalah untuk memudahkan konsumen yang ingin menabung untuk membeli emas. Bagi mereka yang memiliki budget terbatas yang ingin berinvestasi emas, tabungan emas yang fleksibel bisa menjadi pilihan. Orang-orang tertarik untuk berinvestasi emas karena alasan selain harganya yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Nasabah

yang memiliki tabungan emas dapat mengambil tabungannya dalam bentuk emas atau tunai, dengan tabungan mulai dari 0,01 gram atau setara dengan nominal sekitar Rp. 10.000 (Kasmir, 2012:208).

Dalam penelitian Maharani, (2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel fluktuasi harga terhadap minat nasabah. Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga, menyesuaikan harga dengan manfaat produk. Sementara indikator yang digunakan peneliti dalam penelitian ini meliputi harga naik, harga turun dan harga stabil. Peneliti tertarik menggunakan variabel harga emas dengan indikator yang berbeda, hal tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi minat menabung emas.

Kemudian faktor lain yang mempengaruhi minat menabung emas yaitu faktor promosi penjualan. Pegadaian Syariah harus sukses menjalankan kampanye untuk mendorong minat nasabah menabung emas di sana. Untuk meningkatkan penjualan dan profitabilitas, menarik pelanggan baru, dan menciptakan citra produk yang menarik bagi konsumen, pemasar mempromosikan produk mereka ke populasi sasaran yang mungkin. Menurut Kasmir (2006:213) komponen-bauran promosi ada 5 (lima) yaitu promosi periklanan, penjualan personal, promosi penjualan dan publisitas. Promosi merupakan salah satu elemen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Untuk meningkatkan penjualan, merangsang pembelian berulang atas merek atau pangsa pasar yang sama, memperkenalkan barang baru, dan menarik pelanggan baru, kegiatan promosi berupaya untuk

meningkatkan atau mengembangkan pengenalan produk atau merek, preferensi merek di pasar sasaran, dan penjualan (Aulia at all, 2019).

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulya et al., (2022) yang menyatakan bahwa promosi bagian dari keputusan memilih tabungan emas bagi nasabah. Peneliti tertarik menggunakan variabel promosi dengan lokasi yang berbeda, hal tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat menabung emas di Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara.

Berdasarkan uraian yang ada diatas penulis tertarik untuk mengetahui apakah pengaruh literasi keuangan, harga emas dan promosi terhadap minat untuk menabung tabungan emas pada Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini berisikan pertanyaan-pertanyaan penting terkait sub-bab yang telah dijelaskan pada pembahasan pada Bab II. Point-pointnya sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara?
2. Bagaimana pengaruh harga emas terhadap minat menabung emas di Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat menabung emas di Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk membuat pernyataan penting yang berisi jawaban atas rumusan masalah. Tujuan tersebut tertulis dalam poin-poin berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menabung emas di Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga emas terhadap minat menabung emas di Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat menabung emas di Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat analisis ini diharapkan bisa berguna untuk mendalami hal-hal yang berkaitan dengan pengaruh literasi keuangan syariah, harga emas, dan promosi terhadap minat menabung emas di Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademisi

Untuk menambah pengetahuan bagi pembaca tentang “Pengaruh literasi keuangan syariah, harga emas, dan promosi terhadap minat menabung emas di Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara”.

2. Bagi Praktisi

a. Bagi Penulis

Sebagai media pengembangan pemikiran untuk memperdalam ilmu penulis

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi khususnya yang berkaitan dengan pengaruh literasi keuangan syariah, harga emas, dan promosi terhadap minat menabung emas di Pegadaian Syariah cabang Kusumanegara.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan pangsa pasar, dengan mempertimbangkan unsur-unsur yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan barang atau jasa di pegadaian.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulis dalam penulisan, maka penulis membagi dalam lima bab yang kemudian penulis uraikan menjadi sub bab supaya Ketika pembahasan menjadi lebih mudah.

BAB I Pendahuluan, pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori, pada bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka serta kerangka teori yang berhubungan dengan penelitian sekarang dengan tujuan sebagai bahan referensi dari penelitian ini.

BAB III Metode Penelitian, pada bab ini menjelaskan mengenai metode yang akan dilakukan dalam melakukan sebuah penelitian. Bab ini meliputi lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, pada bab ini menjelaskan hasil penelitian mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Harga Emas, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Emas Pada Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara.

BAB V Kesimpulan, pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari penulis.