



Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan, Promosi dan Harga Emas Terhadap Keputusan Mitra Bank Berinvestasi Emas di BSI Kota Jambi

Adry Rusdiansyah Meidi, Amri Amir, Nurida Isnaeni

Universitas Jambi

adryrusdiansyah@gmail.com, amri_amir@unja.ac.id, nurida_isnaeni@unja.ac.id

Alamat : Jl. Jambi - Muara Bulian No.KM. 15, Mendalo Darat, Kec. Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi, Jambi

Korespondensi email : adryrusdiansyah@gmail.com

ABSTRACT: This study aims to analyze the influence of income, knowledge, promotion, and gold prices on the investment decisions of bank partners in investing in gold at Bank Syariah Indonesia (BSI) in Jambi City. The population used in this research consists of BSI partners who invest in gold in Jambi City, with a sample of 90 respondents. It can be concluded that the respondents in this study are predominantly female, totaling 63 respondents, while males amount to 27 respondents. Based on age, the majority are aged 30-39 years, with 40 respondents. In terms of education level, 70 respondents hold a bachelor's degree. Data collection techniques employed include questionnaires, documentation, and interviews. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results show that all examined variables, both internal factors (income and knowledge) and external factors (promotion and gold prices), significantly influence gold investment decisions. The coefficient of determination (R^2) of 0.827 indicates that 82% of the variation in the dependent variable can be explained by the variables studied. This research provides a broader understanding of the factors influencing gold investment decisions and suggests strategies for more effective promotion and better financial education.

Keywords: Gold Investment Decisions, Income, Knowledge, Promotion, Gold Prices, Indonesian Sharia Bank

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, pengetahuan, promosi, dan harga emas terhadap keputusan mitra bank dalam berinvestasi emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Jambi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mitra BSI yang berinvestasi emas di Kota Jambi, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 90 responden. Dapat di simpulkan bahwa responden dengan jumlah terbanyak pada penelitian ini adalah didominasi oleh jenis kelamin perempuan berjumlah 63 responden sedangkan laki-laki berjumlah 27 responden. Berdasarkan usia didominasi oleh 30-39 tahun sebanyak 40 responden. Sedangkan berdasarkan tingkat pendidikan sarjana sebanyak 70 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang diteliti, baik faktor internal (pendapatan dan pengetahuan) maupun faktor eksternal (promosi dan harga emas), berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,827 menunjukkan bahwa 82% variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang diteliti. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih luas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi emas dan memberikan saran untuk strategi promosi yang lebih efektif dan edukasi keuangan yang lebih baik.

Kata Kunci : Keputusan Investasi Emas, Pendapatan, Pengetahuan, Promosi, Harga Emas, Bank Syariah Indonesia

PENDAHULUAN

Transformasi signifikan dalam pola hidup masyarakat Indonesia menunjukkan pergeseran ke arah gaya hidup yang lebih konsumtif. Fenomena ini mencakup semua lapisan masyarakat, termasuk golongan menengah ke bawah, dan dipengaruhi oleh globalisasi dan media massa. Globalisasi dapat diidentifikasi sebagai salah satu penyebab perubahan ini,

Received: Juni 20, 2024; Accepted: Juli 06, 2024; Published: Agustus 31, 2024

* Adry Rusdiansyah Meidi, adryrusdiansyah@gmail.com

dimana pengaruh dari media cetak, radio, dan televisi turut berperan dalam mendorong minat masyarakat untuk membeli produk produk yang dipasarkan (Azizah, 2016).

Pola hidup konsumtif, meskipun memberikan beberapa dampak positif, cenderung mendorong perilaku boros dalam pengeluaran, yang bertentangan dengan prinsip pengelolaan harta dalam Islam sebagaimana disebutkan dalam Q.S. Al-Isra ayat 26-27.

Artinya : "Dan berikan kepada mereka haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang yang miskin dan orang yang dalam perjalanan, dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang pemboros itu saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya."

Maka dari itu , perlu diupayakan pengurangan budaya konsumtif di tengah masyarakat. Sebagai gantinya, investasi dapat dipersembahkan sebagai alternatif untuk menangani isu pemborosan tersebut.

Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, telah mengembangkan sistem keuangan syariah yang beroperasi tanpa riba. Investasi syariah menawarkan alternatif untuk mengurangi budaya konsumtif dengan cara mengalokasikan dana secara bijak sesuai prinsip Islam. Berbagai jenis investasi syariah, termasuk emas, semakin diminati karena sesuai dengan nilai-nilai Islam yang mengutamakan keadilan, transparansi, dan penghindaran praktik spekulasi.

Oleh karena itu, investasi syariah hadir sebagai wadah bagi mitra, terutama yang beragama Islam, untuk berinvestasi sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran agama Islam. Prinsip-prinsip investasi syariah didasarkan pada ajaran Al-Quran dan Hadits, mengakui bahwa harta adalah amanah dari Allah yang harus dimanfaatkan dengan bijak untuk kepentingan diri sendiri dan orang lain. Beberapa prinsip umum yang menjadi landasan investasi syariah adalah: Prinsip Halal dan Thoyib: Investasi harus dilakukan dalam aset yang halal dan baik, sesuai dengan ajaran agama. Prinsip Transparansi: Transparansi ditekankan untuk menghindari ketidakpastian (gharar) dan praktik-praktik perjudian (maysir). Prinsip Keadilan dan Persamaan: Investasi harus mematuhi prinsip keadilan dan kesetaraan dalam segala aspeknya. Penghindaran Gangguan Mekanisme Pasar: Pemilik harta dan pelaku usaha tidak boleh melakukan tindakan yang sengaja mengganggu mekanisme pasar (Rodoni, 2009). Investasi syariah meliputi berbagai jenis, termasuk namun tidak terbatas pada investasi saham syariah, reksadana syariah, sukuk, asuransi syariah, properti, emas, serta jenis investasi lainnya. Semua ini bertujuan untuk memungkinkan individu menjalankan investasi sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam.

Investasi emas, khususnya melalui produk Logam Mulia (LM), menjadi pilihan populer karena dianggap aman dan menguntungkan, serta memiliki nilai lindung saat terjadi krisis ekonomi. Namun, biaya awal yang tinggi sering menjadi kendala bagi pemula. Bank Indonesia mengatur investasi emas melalui Surat Edaran BI Nomor 14/7/DPBS, yang mengarahkan praktik investasi emas pada bank syariah untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah.

Tabel 1.1 Jumlah Mitra Investasi Emas Percabang di BSI Kota Jambi

TAHUN	Dr. Sutomo	Gatot Subroto	Sipin	Hayam Wuruk	Pattimura
2018	85	303	-	-	-
2019	65	266	1	-	-
2020	122	308	3	-	-
2021	148	246	20	31	-
2022	240	256	163	110	130

Tabel 1.2 Jumlah Data Mitra Investasi Emas di BSI Kota Jambi

TAHUN	MITRA
2018	391 Orang
2019	332 Orang
2020	433 Orang
2021	445 Orang
2022	899 Orang

Sumber : BSI Area Kota Jambi

Data menunjukkan peningkatan jumlah nasabah investasi emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Jambi, mencerminkan minat yang meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Produk Cicil Emas dari BSI mempermudah nasabah untuk membeli emas secara bertahap, mengatasi kendala biaya awal yang besar. Investasi emas digemari karena stabilitas dan potensinya untuk melindungi nilai terhadap fluktuasi ekonomi. Pendidikan dan pendapatan juga memainkan peran penting dalam keputusan investasi, dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung mendorong keputusan investasi yang lebih terinformasi. Berdasarkan latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pendapatan, pengetahuan, promosi, dan harga emas terhadap keputusan investasi emas di BSI Kota Jambi. Penelitian ini penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi, yang dapat

membantu dalam pengembangan produk keuangan syariah yang lebih efektif dan sesuai kebutuhan masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Investasi Emas

Investasi emas telah menjadi salah satu instrumen investasi yang paling populer di dunia, termasuk di Indonesia. Emas dikenal sebagai aset yang memiliki nilai intrinsik yang stabil dan cenderung meningkat dalam jangka panjang. Menurut Tyson (2011) Investasi emas memang diakui sebagai pilihan investasi yang dapat diandalkan dan memberikan potensi keuntungan finansial yang baik bagi para investor.

Dalam konteks investasi, emas seringkali dipergunakan sebagai bentuk diversifikasi portofolio dan sebagai aset yang dapat melindungi nilai dari inflasi dan ketidakstabilan ekonomi. Menurut Abdul Halim (2005) Investasi secara umum dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu investasi pada aset riil (real assets) dan investasi pada aset finansial (financial assets).

Dalam konteks ekonomi Islam, investasi diatur oleh prinsip-prinsip syariah yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadits. Terdapat pedoman-pedoman yang mengatur jenis-jenis investasi yang diperbolehkan, seperti mudharabah dan musyarakah, sementara investasi yang melanggar prinsip-prinsip syariah antara lain adalah maisir (perjudian), gharar (ketidakpastian berlebihan), riba (bunga), batil (transaksi yang tidak sah), bay'i ma'dum (transaksi jual beli yang bersifat penipuan), ihtikar (menimbun barang untuk mempengaruhi harga pasar), taghbir (pengaturan palsu atas barang), ghabn (kecurangan dalam transaksi jual beli), talaqqi al-rukban (transaksi yang melibatkan penundaan pembayaran hutang dengan memberikan sesuatu kepada kreditur), ghishsh (penipuan dalam transaksi), tanajush/najsh (transaksi yang didasarkan pada keberuntungan), dharar (kerugian), rishwah (suap), maksiat (perbuatan dosa), dan zalim (perbuatan sewenang-wenang). Investasi juga tidak boleh dialokasikan kepada permodalan yang berasal dari sumber yang diharamkan, baik dari segi substansi maupun cara memperolehnya. Prinsip-prinsip ini menjadi pedoman dalam menjalankan investasi sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Emas dalam bahasa Inggris disebut "gold." Istilah ini berasal dari bahasa Jerman Kuno, yaitu "ghel," yang memiliki arti bersinar atau berwarna kuning. Dari segi kimia, emas adalah unsur dengan simbol Au, yang berasal dari bahasa Latin "Aurum," yang berarti cahaya fajar.

Nomor atom emas adalah 79. Kode ISO-nya adalah XAU. Sejak zaman dahulu, emas telah ditambang dan dicari untuk dijadikan koin, perhiasan, serta objek seni lainnya. Emas juga sering disebut sebagai logam padat, lembut, berkilau, dan merupakan logam yang paling mudah dibentuk di antara logam berharga lainnya. Emas murni memiliki warna kuning cerah dan memancarkan kilau yang menarik perhatian (Kusnandar, 2010).

Emas ialah logam berharga yang memiliki nilai tinggi, memiliki warna kuning, dan umumnya digunakan dalam pembuatan perhiasan seperti cincin dan gelang. Referensi Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (Poerwadarminta, 2006; 295) juga menyebutkan hal yang serupa. Emas juga dianggap sebagai komoditas berharga yang diakui secara global setelah mata uang asing dari negara-negara G-7, yakni Amerika, Jepang, Jerman, Inggris, Italia, Kanada, dan Perancis. (Marsis, 2013:62).

B. Pendapatan

Pendapatan bisa diartikan sebagai total uang yang diterima oleh individu atau kelompok masyarakat dalam periode tertentu, sebagai bentuk imbalan atas kontribusi faktor-faktor produksi yang mereka berikan dalam pembentukan produk nasional. Menurut Reksoprayitno (2009), mengungkapkan bahwa pendapatan atau penghasilan adalah uang yang diterima oleh individu atau perusahaan dalam berbagai bentuk seperti gaji, upah, sewa, bunga, dan laba, termasuk juga tunjangan seperti manfaat kesehatan dan pensiun."

Pada prinsipnya, pendapatan adalah sumber penghasilan bagi seseorang untuk membiayai kebutuhan harian. Hal ini memiliki peranan penting dalam menjaga kelangsungan hidup dan pemenuhan kehidupan individu, baik secara langsung maupun tidak langsung (Suroto, 2000).

Pendapatan merupakan faktor kunci dalam keputusan investasi. Penelitian-penelitian telah menunjukkan bahwa individu dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki lebih banyak dana yang tersedia untuk investasi. Ini berarti bahwa pendapatan dapat mempengaruhi tidak hanya keputusan untuk berinvestasi, tetapi juga jumlah investasi yang dilakukan. Dalam konteks investasi emas, pendapatan yang lebih tinggi dapat memungkinkan individu untuk membeli emas dalam jumlah yang lebih besar atau untuk memulai investasi emas lebih awal dalam hidup mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut hubungan antara pendapatan dan keputusan investasi emas di BSI Kota Jambi.

C. Pengetahuan

Menurut pandangan yang diungkapkan oleh Notoatmodjo (2010), pengetahuan adalah hasil dari penggabungan informasi dengan pemahaman atau potensi untuk menganalisis, dan ini menjadi bagian integral dari pikiran seseorang. Banyak keuntungan yang dapat diperoleh dari memiliki pengetahuan, termasuk manfaat pribadi seperti kemampuan untuk membedakan antara yang benar dan yang salah, mampu mengidentifikasi perbedaan antara berbagai objek, serta memahami situasi dan permasalahan dengan kemampuan untuk menganalisis dan mencari solusi dalam kehidupan sehari-hari.

Pengetahuan tentang investasi emas juga diidentifikasi sebagai faktor penting dalam keputusan investasi. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa individu dengan pengetahuan yang lebih baik tentang investasi emas cenderung lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi. Pengetahuan ini dapat mencakup pemahaman tentang pasar emas, faktor-faktor yang mempengaruhi harga emas, dan bagaimana investasi emas dapat mempengaruhi portofolio secara keseluruhan. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana pengetahuan mempengaruhi keputusan investasi emas di BSI Kota Jambi dan apakah terdapat kesenjangan informasi yang perlu diatasi.

D. Promosi

Promosi merupakan tindakan yang melibatkan komunikasi produk dan upaya persuasif terhadap konsumen target untuk mendorong mereka melakukan pembelian (Ania, 2020). Dalam konteks pemasaran, promosi berperan penting dalam menciptakan iklan yang efektif untuk membentuk citra merek (brand image) (Fadilla, et al., 2021).

Promosi merupakan rangkaian aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Dalam praktiknya, perusahaan berupaya untuk mengedepankan dan menyampaikan keunggulan produk yang mereka tawarkan kepada konsumen dengan tujuan mempengaruhi keputusan pembelian (Alma, 2014:230). Apabila konsep sebuah merek telah berhasil meresap dalam kesadaran masyarakat, upaya penjualan produk, baik berupa barang maupun jasa, akan menjadi lebih lancar. Sebaliknya, kurangnya pengenalan, edukasi, dan promosi yang dilakukan oleh lembaga perbankan syariah dapat menjadi salah satu faktor penyebab lambatnya pertumbuhan sektor perbankan syariah di Indonesia (Rachmasari, 2020).

Pentingnya promosi dalam mengenalkan produk, termasuk produk BSI Investasi Cicil Emas, tidak dapat diabaikan. Promosi memiliki peranan yang signifikan dalam memengaruhi pandangan dan keputusan mitra terhadap produk tersebut. Oleh karena itu, strategi promosi

tidak hanya sebatas memperkenalkan produk kepada mitra, tetapi juga harus mampu mempengaruhi mitra sehingga mereka merasa tertarik dan akhirnya memutuskan untuk menggunakan produk tersebut.

Promosi adalah alat yang kuat yang digunakan oleh bank dan institusi keuangan untuk mempromosikan produk investasi mereka. Dalam konteks investasi emas, promosi dapat berupa kampanye iklan, seminar, atau materi edukasi yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk investasi emas yang ditawarkan. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana promosi yang dilakukan oleh BSI Kota Jambi mempengaruhi keputusan investasi emas dan apakah strategi promosi yang berbeda dapat menghasilkan hasil yang berbeda dalam keputusan investasi.

E. Harga Emas

Harga mengacu pada jumlah uang yang diterima oleh penjual sebagai hasil dari penjualan produk barang atau jasa. Ini mencakup transaksi penjualan yang terjadi di perusahaan, tempat usaha, atau bisnis. Secara lebih khusus, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), harga diartikan sebagai nilai sebuah barang yang diukur atau diwakili dalam bentuk uang (Hasibuan, 2021, p. 16). Artinya, harga mencerminkan nilai dalam bentuk uang dari produk atau jasa tersebut. Ini melibatkan pembayaran yang dilakukan oleh pembeli sebagai imbalan atas kombinasi barang atau jasa yang diberikan, termasuk pelayanan yang disertakan (Gischa, 2020).

Harga emas adalah faktor eksternal yang sangat mempengaruhi keputusan investasi emas. Fluktuasi harga emas dapat mempengaruhi keputusan investasi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa harga emas yang lebih tinggi dapat menarik investor untuk membeli emas sebagai bentuk pelindung nilai, sementara harga yang lebih rendah dapat membuat investasi emas tampak lebih menarik karena potensi pengembalian yang lebih tinggi. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana harga emas mempengaruhi keputusan investasi di BSI Kota Jambi dan apakah terdapat pola tertentu dalam keputusan investasi yang dapat diidentifikasi berdasarkan pergerakan harga emas.

Menurut Joko Salim (2010) sebagaimana dikutip oleh Afriyan Farkhan Auladi, fenomena harga emas di Indonesia memiliki karakteristik unik ketika dihitung dalam mata uang rupiah. Selama ini, harga emas di Indonesia cenderung menunjukkan tren kenaikan yang berkelanjutan, namun sekaligus juga mengalami fluktuasi turun, meskipun tidak dalam skala yang signifikan. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa ketika harga emas dalam mata

uang dolar Amerika Serikat (AS) mengalami penurunan, pada saat yang bersamaan, nilai tukar dolar Amerika Serikat (AS) terhadap rupiah cenderung menguat (Auladi, 2021).

Terdapat indikator dari harga emas adalah sebagai berikut: 1. Fluktuasi tingkat inflasi yang tidak konsisten. 2. Kesehatan keuangan suatu negara. 3. Perubahan nilai tukar di pasar valuta asing (Wardani, 2018, p. 69).

F. Keputusan Berinvestasi

Keputusan mengalokasikan dana ke jenis investasi tertentu untuk meraih laba di masa mendatang dengan jangka waktu tertentu merupakan bagian dari proses keputusan investasi. Karena orientasinya jangka panjang, penting untuk mempertimbangkan dengan cermat sebelum mengambil keputusan, karena dapat berdampak besar. Proses pengambilan keputusan investasi melibatkan pemahaman tentang relasi antara harapan pengembalian dan risiko yang terlibat dalam investasi tersebut. Kaitan antara risiko dan pengembalian yang diharapkan memiliki karakteristik linier dan sejalan. Ini berarti bahwa semakin tinggi harapan pengembalian, semakin besar risiko yang harus dipertimbangkan.

Seperti yang dikemukakan oleh (Purnamasari, 2009), keputusan investasi mencakup penentuan cara alokasi dana, baik yang berasal dari internal maupun eksternal perusahaan, ke dalam berbagai bentuk investasi.. Menurut (Sutrisno, 2003) juga mengungkapkan bahwa keputusan investasi merupakan aspek yang dikenal sebagai capital budgeting, merujuk pada proses keseluruhan perencanaan dan pengambilan keputusan terkait pengeluaran dan periode pengembalian dana yang melebihi satu tahun atau bersifat jangka panjang.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Pemilihan jenis penelitian ini dilakukan karena penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang pengaruh variabel tingkat pendapatan, pendidikan, promosi, dan harga emas terhadap keputusan mitra bank dalam berinvestasi emas di BSI Kota Jambi. Peneliti memperoleh data melalui survei, dengan mengambil sampel dari populasi yang ada, dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengumpulkan data. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa angka - angka yang selanjutnya akan dianalisis menggunakan metode statistik yang sesuai.

B. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua teknik utama pengumpulan data: survei dan dokumentasi. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada nasabah BSI di Kota Jambi. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan data primer tentang pendapatan, pengetahuan, dan perilaku investasi emas. Selain itu, metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, seperti laporan bank, jurnal, dan publikasi yang relevan dengan investasi emas. Jenis data penelitian ini adalah data primer dan sekunder,

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang harus dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2019), teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan teknik metode pengumpulan data kusioner, dokumentasi dan wawancara.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BSI di Kota Jambi yang telah berinvestasi emas. Sampel penelitian diambil secara acak dari populasi ini untuk memastikan representasi yang baik dan hasil yang dapat diandalkan.

D. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini meliputi dua tahap utama: analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik sampel dan distribusi jawaban kuesioner. Analisis regresi berganda, di sisi lain, digunakan untuk memahami hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti dan keputusan investasi emas.

E. Pengujian Kualitas Data

Pengujian kualitas data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan adalah valid dan reliabel. Ini termasuk uji validitas instrumen penelitian dan uji reliabilitas untuk memastikan konsistensi data.

F. Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian diuji menggunakan analisis statistik yang sesuai, seperti uji F dan uji signifikansi. Ini dilakukan untuk menentukan apakah variabel-variabel yang diteliti mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian , Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, pengetahuan, promosi, dan harga emas terhadap keputusan mitra bank berinvestasi emas di BSI Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang diteliti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas.

a. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, responden yang diambil adalah nasabah yang telah berinvestasi emas di BSI Kota Jambi. Dari 90 responden, mayoritas adalah perempuan (70%) dan berusia antara 30-39 tahun (44%). Pendidikan terakhir mayoritas responden adalah sarjana (78%).

b. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa pendapatan (X1), pengetahuan (X2), promosi (X3), dan harga emas (X4) secara bersama-sama mempengaruhi keputusan investasi emas (Y). Nilai F hitung sebesar $> F$ tabel dengan nilai signifikan 0,000 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan. Nilai R^2 sebesar 0.827 menunjukkan bahwa 82% variasi dalam keputusan investasi emas dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang diteliti.

c. Uji Statistik

Uji statistik yang dilakukan menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas. Pendapatan dan pengetahuan sebagai faktor internal memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan investasi, sementara promosi dan harga emas sebagai faktor eksternal juga memainkan peran penting.

B. Pembahasan

a. Pengaruh Pendapatan, Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan nasabah mempengaruhi keputusan investasi emas. Hal ini sejalan dengan teori yang

menyatakan bahwa pendapatan yang lebih tinggi cenderung meningkatkan kemampuan seseorang untuk berinvestasi.

- b. **Pengaruh Pengetahuan**, Pengetahuan tentang investasi emas juga diidentifikasi sebagai faktor penting. Responden dengan pengetahuan yang lebih baik cenderung lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi. Ini menegaskan pentingnya edukasi keuangan dalam mempromosikan investasi yang bertanggung jawab.
- c. **Pengaruh Promosi**, Promosi yang dilakukan oleh BSI Kota Jambi diidentifikasi sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan investasi emas. Strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk investasi emas dan mempengaruhi keputusan investasi mereka.
- d. **Pengaruh Harga Emas**, Harga emas yang fluktuatif mempengaruhi keputusan investasi. Responden cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi emas ketika harga emas naik, yang menunjukkan bahwa harga emas memainkan peran penting dalam keputusan investasi.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang pengaruh pendapatan, pengetahuan, promosi dan harga emas terhadap keputusan nasabah berinvestasi emas di BSI Kota Jambi dapat disimpulkan :

1. Berdasarkan karakteristik responden yaitu nasabah yang berinvestasi emas di BSI Kota Jambi yang berjumlah 90 sampel. Karakteristik responden dari jenis kelamin didominasi oleh perempuan berjumlah 63 responden(70%), Berdasarkan usia didominasi oleh 30-39 tahun sebanyak 40 responden (44%). Sedangkan berdasarkan tingkat pendidikan sarjana sebanyak 70 responden (78%).
2. Berdasarkan uji parsial pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pendapatan (X1), pengetahuan (X2), promosi (X3) dan harga emas (X4) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan mitra berinvestasi emas(Y) dan berdasarkan uji simultan variabel pendapatan (X1), pengetahuan (X2), promosi (X3) dan harga emas (X4) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen keputusan (Y). Kesimpulan ini

diambil berdasarkan nilai F hitung sebesar $> F$ tabel dengan nilai signifikan 0,000. Dan berdasarkan nilai R^2 sebesar 0.827 artinya variabel pendapatan, pengetahuan, promosi dan harga emas sebesar (82%) dan sisanya (18%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang diharapkan dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Saran yang dapat disampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Bank Syariah Indonesia(BSI) Kota Jambi
 - a. Meningkatkan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat tentang investasi emas syariah, agar pengetahuan masyarakat semakin baik dan tertarik untuk berinvestasi emas.
 - b. Mengoptimalkan strategi promosi yang efektif, seperti melalui media sosial, brosur, atau acara-acara tertentu, dengan menyajikan informasi yang jujur dan transparan sesuai prinsip syariah.
 - c. Menawarkan produk investasi emas dengan harga yang kompetitif dan menguntungkan bagi nasabah, serta menjelaskan secara transparan mengenai penetapan harga tersebut.
2. Bagi Masyarakat
 - a. Meningkatkan pengetahuan tentang investasi emas syariah, baik secara mandiri maupun mengikuti program edukasi dari lembaga keuangan syariah.
 - b. Mempertimbangkan investasi emas sebagai salah satu alternatif dalam mengelola keuangan sesuai prinsip syariah, khususnya bagi mereka yang memiliki pendapatan yang cukup.
 - c. Memperhatikan aspek halal dan keadilan dalam setiap kegiatan investasi yang dilakukan, sesuai dengan anjuran dalam Islam.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Menambahkan variabel-variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan investasi emas, seperti inflasi, tingkat suku bunga, atau faktor psikologis lainnya.
 - b. Memperluas lingkup penelitian, tidak hanya di satu kota saja, tetapi dapat melibatkan beberapa kota atau wilayah lain untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

- c. Mengeksplorasi lebih lanjut tentang implikasi prinsip-prinsip Islam dalam kegiatan investasi emas, serta mengkaji aspek-aspek lain yang perlu diperhatikan dalam investasi emas syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim. (2005). *Analisis Investasi* (Edisi Kedu). Salemba Empat.
- Ania, N. F. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Syariah Di Bri Syariah Kc Semarang*.
- Azizah, M. (2016). *Pengaruh pendapatan dan pendidikan mitra terhadap minat mitra investasi emas di BSM KC Warung Buncit*. Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah.
- Fadilla, Choiriyah, & Aravik, H. (2021). *Islamic Marketing: Konsep, Filosofi dan Implementasi*. Deepublish.
- Gischa, S. (2020). Harga: Konsep, Tujuan, dan Metode Penetapannya. *Kompas.Com*.
- Hasibuan, C. A. (2021). *Analisis Pengaruh Tingkat Inflasi dan Flukruasi Harga Emas Terhadap Penyaluran Pembiayaan Rahn (Studi Kasus Pada Produk Gadai Emas PT Bank Syariah Mandiri Tahun 2015-2020)*.
- Kusnandar, R. (2010). *Cara Cerdas Berkebun Emas*. Media Pustaka.
- Marsis, A. S. (2013). *Rahasia Terbesar Investasi. Second Hope*.
- Notoaatmodjo, S. (2010). *Ilmu Kesehatan Masyarakat: Prinsip-Prinsip Dasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Poerwadarminta. (2006). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Purnamasari. (2009). Independensi antara keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan, Vol. 13*, 06–119.
- Rachmasari, F. (2020). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Minat Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank BJB Syariah Kcp Ciputat Tangerang Selatan)*.
- Reksoprayitno, S. (2009). *Ekonomi Makro*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi (BPFE): UGM.
- Rodoni, A. (2009). *Investasi syariah*. Lembaga Penelitian UIN [Syarif Hidayatullah].
- Salim, J. (2010). *Jangan Investasi Sebelum Membaca Buku Ini*. Vsis Media.
- Sugiyono. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *metode penelitian kuantitaif,kualitatif dan R&D*. alfabeta bandung.

**PENGARUH PENDAPATAN, PENGETAHUAN, PROMOSI DAN HARGA EMAS TERHADAP KEPUTUSAN
MITRA BANK BERINVESTASI EMAS DI BSI KOTA JAMBI**

- Suroto. (2000). *Strategi Pembangunan Dan Perencanaan Kesempatan Kerja*. Gadjah Mada University.
- Tyson, E. (2011). *Investing for Dummies 6th Ed. John Wiley & Sons, Hoboken*.
- Wardani, N. H. (2018). *Pengaruh Harga Emas pada Produk Gadai Emas dan Save Deposit Terhadap Profit Abilitas PT.Bank Syariah Mandiri*.