

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP INVESTASI CICIL EMAS SEBAGAI SIMPANAN
JANGKA PANJANG PADA BSI KCP MOJOKERTO SURODINAWAN**

¹Lutvi Alamsyah, ¹Rizka Andika Romadhani

^{1,2}Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Pesantren KH. Abdul
Chalim, Mojokerto

Email: ¹lutvitijia5@gmail.com, ²rizkaandika@gmail.com

INFO ARTIEKL

Kata Kunci:

*Persepsi
Masyarakat;
Perilaku Konsumen;
Cicil Emas; Bank
Syariah Indonesia;
Investasi Emas.*

Cara Sitasi:

Penulis, Rizka
Andika Romadhani.
"Persepsi
Masyarakat
terhadap Investasi
Cicil Emas Sebagai
Simpanan Jangka
Panjang pada BSI
KCP Mojokerto
Surodinawan."
Currency (Jurnal
Ekonomi dan
Perbankan Syariah)
[Volume 05, Nomor
01](#) September 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis dan mendeskripsikan persepsi masyarakat Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto terhadap investasi Cicil Emas yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Mojokerto Surodinawan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara tidak terstruktur, dan dokumentasi. Informan terdiri atas lima nasabah aktif Cicil Emas yang berdomisili di Kecamatan Prajurit Kulon dan satu Branch Manager BSI KCP Mojokerto Surodinawan. Pemilihan informan dilakukan secara purposive. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña melalui pengumpulan, kondensasi/reduksi, penyajian data, serta penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber. Analisis penelitian menggunakan konsep persepsi dalam teori perilaku konsumen Kotler dan Keller, yaitu proses menerima, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap Cicil Emas BSI cenderung positif. Pada tahap penerimaan, informasi diperoleh dari BSI, media sosial, keluarga, teman, dan pengalaman transaksi. Pada tahap pengorganisasian, masyarakat menghubungkan informasi dengan pengetahuan, pengalaman, kondisi pribadi, serta lingkungan sosial. Pada tahap interpretasi, masyarakat menilai Cicil Emas dari kemudahan pembayaran, manfaat emas sebagai aset, keamanan prosedur, kejelasan informasi, kepercayaan kepada BSI, dan kesesuaian dengan kebutuhan penyimpanan aset jangka panjang. Namun, pemahaman mengenai akad, mekanisme kepemilikan emas, biaya, dan ketentuan pembiayaan masih perlu diperkuat. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi positif tidak hanya dipengaruhi karakteristik produk, tetapi juga kualitas informasi dan pengalaman pelayanan yang diterima masyarakat.

This study aims to analyze and describe the perception of the people of Prajurit Kulon District, Mojokerto City, toward the Gold

Installment investment offered by Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Mojokerto Surodinawan. The study employed a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation, unstructured interviews, and documentation. The informants consisted of five active Gold Installment customers domiciled in Prajurit Kulon District and one Branch Manager of BSI KCP Mojokerto Surodinawan. Informants were selected purposively. Data were analyzed using the Miles, Huberman, and Saldaña model through data collection, condensation/reduction, data display, and conclusion drawing, while source triangulation was used to strengthen data validity. The analysis employed the concept of perception in consumer behavior theory developed by Kotler and Keller, particularly the processes of receiving, organizing, and interpreting information. The findings indicate that public perception of BSI Gold Installment tends to be positive. At the receiving stage, information was obtained from BSI, social media, family, friends, and transaction experiences. At the organizing stage, people connected the information with their knowledge, experience, personal conditions, and social environment. At the interpretation stage, people evaluated Gold Installment based on payment convenience, the perceived benefits of gold as an asset, procedural security, information clarity, trust in BSI, and suitability for long-term asset saving. However, understanding of the contract, gold ownership mechanism, costs, and financing provisions still needs to be strengthened. The findings indicate that positive perception is influenced not only by product characteristics but also by the quality of information and service experiences received by the community.

Pendahuluan

Perkembangan investasi di Indonesia menunjukkan meningkatnya perhatian masyarakat terhadap pengelolaan keuangan yang terencana dan berkelanjutan. Investasi semakin dipandang sebagai bagian dari strategi menjaga nilai kekayaan dan mempersiapkan kebutuhan masa depan. Dalam kondisi ekonomi yang ditandai ketidakpastian, inflasi, dan perubahan kondisi ekonomi global, masyarakat cenderung mempertimbangkan instrumen yang dipersepsikan memiliki risiko relatif terkendali dan mampu mempertahankan nilai aset (Pakata et al., 2025).

Emas merupakan salah satu aset yang banyak dipandang sebagai instrumen penyimpan nilai. Karakteristik emas yang memiliki nilai ekonomi, dapat diperdagangkan, dan dipersiapkan untuk kebutuhan jangka panjang menjadikannya relevan dalam perencanaan keuangan (Wulandari et al., 2026). Investasi emas juga sering dipertimbangkan sebagai alternatif investasi ketika terjadi ketidakpastian ekonomi dan perubahan tingkat inflasi (Rahmansyah & Rani, 2021). Dalam konteks tersebut, lembaga keuangan berperan menyediakan akses kepemilikan emas melalui produk yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Lembaga keuangan syariah juga menawarkan skema kepemilikan emas dengan mekanisme yang disesuaikan dengan prinsip syariah (Hafizd, 2021).

Bank Syariah Indonesia (BSI) menyediakan produk Cicil Emas sebagai fasilitas pembiayaan kepemilikan emas secara bertahap. Mekanisme pembayaran secara angsuran memberikan alternatif bagi masyarakat yang tidak harus menyediakan seluruh dana pembelian pada awal transaksi. Produk ini sekaligus memperkenalkan masyarakat pada aspek pembiayaan syariah, termasuk akad, margin, kewajiban pembayaran, dan mekanisme kepemilikan emas. Penelitian Putri et al. (2024) menjelaskan bahwa produk Cicil Emas pada BSI menggunakan mekanisme akad murabahah dan dapat menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat untuk memiliki emas secara bertahap (Putri et al., 2024).

Pertumbuhan produk emas BSI menunjukkan perkembangan yang kuat. Berdasarkan data yang digunakan dalam penelitian, hingga Mei 2025 total pembiayaan Cicil Emas dan gadai emas BSI mencapai Rp16,43 triliun atau meningkat 92,52% dibandingkan periode sebelumnya. Pembiayaan Cicil Emas mencapai Rp8,89 triliun dengan pertumbuhan 175,13%, sementara jumlah nasabah Cicil Emas pada triwulan II 2025 mencapai 162,8 ribu orang. Transaksi emas melalui BYOND by BSI juga tercatat Rp1,11 triliun. Data tersebut menunjukkan bahwa produk emas BSI berkembang secara nasional, tetapi pertumbuhan nasional tidak serta-merta berarti bahwa masyarakat di setiap daerah memiliki persepsi yang sama. Dalam penelitian mengenai investasi emas, kondisi ekonomi dan persepsi masyarakat menjadi aspek yang perlu diperhatikan karena keputusan terhadap investasi emas tidak hanya berkaitan dengan karakteristik aset, tetapi juga dengan bagaimana masyarakat memahami manfaat dan risikonya (Suci & Fahlevi, 2023).

Pada tingkat lokal, BSI KCP Mojokerto Surodinawan juga menunjukkan peningkatan jumlah nasabah pembiayaan Cicil Emas. Data internal yang digunakan dalam penelitian menunjukkan jumlah nasabah meningkat dari 275 orang pada 2021 menjadi 361 orang pada 2022, 400 orang pada 2023, 450 orang pada 2024, dan 520 orang pada 2025. Peningkatan tersebut menjadi konteks empiris untuk mengkaji bagaimana masyarakat memandang dan memaknai produk, bukan untuk mengukur minat secara kuantitatif. Penelitian Aulia et al. (2025) menunjukkan bahwa produk Cicil Emas dapat dipandang sebagai alternatif investasi jangka panjang karena memungkinkan masyarakat memperoleh emas melalui mekanisme pembayaran secara bertahap (Aulia et al., 2025).

Kecamatan Prajurit Kulon merupakan wilayah di Kota Mojokerto yang memiliki jumlah penduduk 8.194 orang, terdiri atas 4.169 perempuan dan 4.025 laki-laki. Data kependudukan tersebut digunakan sebagai gambaran konteks masyarakat yang menjadi lokasi penelitian. Jumlah penduduk memberikan gambaran mengenai luasnya kelompok masyarakat yang berpotensi berinteraksi dengan produk layanan keuangan, tetapi tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa seluruh penduduk berminat menggunakan Cicil Emas. Karena itu, data demografis dalam penelitian ini ditempatkan sebagai konteks wilayah, sedangkan fokus analisis tetap pada persepsi.

Persepsi penting dikaji karena masyarakat tidak hanya menerima informasi tentang suatu produk, tetapi juga memilih informasi yang dianggap relevan, menghubungkannya dengan pengetahuan dan pengalaman yang telah dimiliki, lalu memberikan interpretasi dan penilaian. Dalam konteks investasi emas, persepsi terhadap risiko dan manfaat investasi dapat menjadi bagian dari pertimbangan masyarakat dalam menentukan pilihan investasi (Khotmi & Rispawati, 2026). Penelitian mengenai keputusan investasi emas juga menunjukkan bahwa pemahaman, kepercayaan, serta persepsi terhadap kondisi investasi merupakan aspek yang berkaitan dengan perilaku masyarakat dalam memilih investasi emas (Suci & Fahlevi, 2023).

Penelitian terdahulu memperlihatkan adanya ruang pengembangan kajian. Aritonang (2024) meneliti persepsi masyarakat terhadap investasi emas pada bank syariah di Kecamatan

Barumun Tengah dengan pendekatan kualitatif. Hendrawan mengkaji persepsi nasabah terhadap keuntungan investasi emas melalui Cicil Emas di BSI KCP Masamba. Rica Almara (2024) menganalisis persepsi nasabah berinvestasi melalui pembiayaan Cicil Emas di BSI KCP Stabat. Alpiani berfokus pada keputusan nasabah memilih pembiayaan Cicil Emas, sedangkan Lolitasari dan Sunarmi (2026) membahas perilaku nasabah dalam memilih Cicil Emas dan Nabung Emas. Kajian mengenai perilaku nasabah menunjukkan bahwa pemilihan produk investasi emas berkaitan dengan pertimbangan terhadap kebutuhan investasi, kemampuan finansial, pemahaman produk, pelayanan, dan karakteristik produk yang ditawarkan (Lolitasari & Sunarmi, 2026).

Penelitian mengenai investasi emas juga memperlihatkan bahwa faktor ekonomi dapat memengaruhi cara masyarakat memandang emas sebagai instrumen investasi. Ahla dan Muzalifah (2026) menunjukkan bahwa inflasi dan perubahan harga emas menjadi faktor yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam investasi emas. Sementara itu, Rahmansyah dan Rani (2021) mengkaji hubungan harga emas, inflasi, dan nilai tukar dalam konteks investasi emas di Indonesia (Rahmansyah & Rani, 2021). Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa persepsi masyarakat terhadap emas dapat terbentuk melalui interaksi antara karakteristik produk, kondisi ekonomi, pengetahuan, dan pengalaman masyarakat.

Penelitian ini memiliki posisi berbeda karena memusatkan perhatian pada proses persepsi masyarakat dalam menerima, mengorganisasikan, serta menginterpretasikan informasi mengenai Cicil Emas BSI pada konteks Kecamatan Prajurit Kulon. Dengan demikian, penelitian tidak diarahkan untuk mengukur seberapa besar pengaruh suatu variabel terhadap minat atau keputusan investasi, tetapi untuk memperoleh pemahaman mengenai bagaimana masyarakat memaknai produk Cicil Emas berdasarkan informasi, pengetahuan, pengalaman, dan pertimbangan yang mereka miliki.

Kontribusi penelitian ini terletak pada penggambaran proses terbentuknya persepsi masyarakat secara kontekstual pada wilayah Kecamatan Prajurit Kulon terhadap Cicil Emas BSI. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi BSI dalam meningkatkan kualitas penyampaian informasi mengenai akad, mekanisme kepemilikan emas, biaya, dan ketentuan pembiayaan agar masyarakat memperoleh pemahaman yang lebih lengkap. Kejelasan informasi tersebut penting karena pemahaman terhadap karakteristik dan mekanisme produk menjadi bagian dari pertimbangan masyarakat dalam menggunakan produk investasi emas (Putri et al., 2024; Lolitasari & Sunarmi, 2026).

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis dan mendeskripsikan persepsi masyarakat Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto terhadap investasi Cicil Emas yang ditawarkan BSI KCP Mojokerto Surodinawan. Fokus penelitian diarahkan pada proses penerimaan informasi, pengorganisasian informasi, serta interpretasi dan penilaian masyarakat terhadap produk.

Kajian Pustaka

1. Persepsi dalam Perilaku Konsumen

Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen Philip Kotler dan Kevin Lane Keller sebagai landasan utama. Perilaku konsumen membahas bagaimana individu memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa. Dalam kerangka tersebut, persepsi merupakan bagian dari proses psikologis konsumen ketika menerima berbagai stimulus pemasaran. Persepsi tidak hanya berkaitan dengan penerimaan informasi, tetapi juga mencakup proses memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi sehingga menghasilkan pemaknaan tertentu terhadap suatu objek (Kotler & Keller, 2016). Proses tersebut menyebabkan informasi yang diterima oleh konsumen tidak selalu

menghasilkan pemahaman yang sama karena setiap individu memiliki pengetahuan, pengalaman, kebutuhan, dan kondisi lingkungan yang berbeda (Khotmi & Rispawati, 2026).

Dalam konteks produk investasi emas, persepsi menjadi penting karena masyarakat tidak hanya mempertimbangkan keberadaan produk, tetapi juga bagaimana mereka memahami manfaat, risiko, mekanisme, dan kesesuaian produk dengan kebutuhan mereka. Penelitian mengenai investasi emas menunjukkan bahwa persepsi risiko, kepercayaan terhadap lembaga keuangan, serta literasi keuangan syariah merupakan aspek yang berkaitan dengan pertimbangan masyarakat dalam menentukan investasi emas (Khotmi & Rispawati, 2026). Dengan demikian, persepsi terhadap Cicil Emas BSI dapat dipahami sebagai proses psikologis ketika masyarakat menerima informasi mengenai produk, menghubungkan informasi tersebut dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, kemudian memberikan interpretasi dan penilaian terhadap produk tersebut.

Tiga tahapan tersebut digunakan sebagai indikator analisis dalam penelitian ini. Pertama, penerimaan dan perhatian terhadap informasi, yang mencakup sumber informasi, informasi yang diperhatikan, serta pengalaman awal masyarakat dalam mengenal produk Cicil Emas. Tahap ini berkaitan dengan bagaimana individu memperoleh dan memberikan perhatian terhadap informasi mengenai suatu produk. Dalam konteks investasi emas, sumber informasi dan pemahaman masyarakat mengenai karakteristik produk menjadi bagian penting karena pengetahuan yang diperoleh dapat membentuk cara masyarakat memandang produk investasi (Suci & Fahlevi, 2023).

Kedua, pengorganisasian informasi, yang mencakup cara masyarakat menghubungkan informasi baru dengan pengetahuan, pengalaman, kondisi pribadi, dan lingkungan sosial. Informasi mengenai Cicil Emas tidak diterima secara terpisah, tetapi dapat dibandingkan dengan pengalaman masyarakat terhadap produk keuangan lain, kemampuan finansial, kebutuhan investasi, serta informasi yang diperoleh dari keluarga, teman, media sosial, maupun pihak bank. Penelitian mengenai perilaku nasabah dalam memilih produk investasi emas menunjukkan bahwa pemahaman terhadap produk, kemampuan finansial, kebutuhan, dan pengalaman nasabah dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan pilihan produk emas (Lolitasari & Sunarmi, 2026).

Ketiga, interpretasi dan penilaian, yang mencakup penilaian masyarakat terhadap manfaat, keamanan, kemudahan, kepercayaan, kesesuaian dengan kebutuhan, serta gambaran umum terhadap produk Cicil Emas. Pada tahap ini, masyarakat memberikan makna terhadap informasi yang telah diterima dan diorganisasikan berdasarkan sudut pandang masing-masing. Penelitian Aulia et al. (2025) menunjukkan bahwa Cicil Emas dapat dipersepsikan sebagai alternatif kepemilikan emas untuk tujuan jangka panjang melalui mekanisme pembayaran secara bertahap. Sementara itu, penelitian Putri et al. (2024) menunjukkan pentingnya pemahaman terhadap akad murabahah dan mekanisme produk Cicil Emas dalam konteks pembiayaan emas pada BSI (Aulia et al., 2025; Putri et al., 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, persepsi masyarakat dalam penelitian ini dipahami sebagai proses psikologis yang terdiri atas penerimaan dan perhatian terhadap informasi, pengorganisasian informasi, serta interpretasi dan penilaian terhadap produk Cicil Emas BSI. Ketiga tahapan tersebut menjadi dasar untuk menggambarkan bagaimana masyarakat Kecamatan Prajurit Kulon memahami dan memberikan makna terhadap investasi Cicil Emas pada BSI KCP Mojokerto Surodinawan.

2. Cicil Emas sebagai Objek Persepsi

Cicil Emas dalam penelitian ini dipahami sebagai produk pembiayaan yang memberikan fasilitas kepada masyarakat untuk memiliki emas melalui pembayaran secara

bertahap sesuai akad dan ketentuan yang disepakati. Produk Cicil Emas pada perbankan syariah umumnya menggunakan mekanisme pembiayaan yang memungkinkan nasabah memperoleh emas dengan pembayaran secara angsuran, sehingga masyarakat tidak harus menyediakan seluruh dana pembelian emas pada saat awal transaksi (Putri et al., 2024). Skema tersebut menjadikan Cicil Emas sebagai salah satu alternatif bagi masyarakat yang ingin memiliki emas untuk tujuan investasi dalam jangka panjang (Aulia et al., 2025).

Karakteristik produk yang relevan dengan persepsi masyarakat meliputi mekanisme pembayaran, uang muka dan angsuran, jangka waktu pembiayaan, status dan proses kepemilikan emas, biaya atau margin, pelayanan, serta aspek perlindungan dan keamanan. Aspek-aspek tersebut dapat memengaruhi bagaimana masyarakat memahami dan memberikan penilaian terhadap suatu produk pembiayaan emas. Penelitian mengenai perilaku nasabah dalam memilih produk investasi emas menunjukkan bahwa kemampuan finansial, pemahaman terhadap produk, kebutuhan investasi, pelayanan, dan karakteristik produk menjadi pertimbangan dalam menentukan pilihan antara produk Cicil Emas dan Nabung Emas (Lolitasari & Sunarmi, 2026).

Mekanisme akad juga menjadi bagian penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap Cicil Emas karena produk pembiayaan syariah tidak hanya dinilai berdasarkan manfaat ekonominya, tetapi juga berdasarkan kesesuaian transaksi dengan prinsip syariah. Penelitian Putri et al. (2024) menunjukkan bahwa pembiayaan Cicil Emas pada BSI berkaitan dengan penerapan akad murabahah, sehingga pemahaman masyarakat mengenai akad dan mekanisme transaksi menjadi bagian yang penting dalam menilai produk tersebut (Putri et al., 2024). Selain itu, aspek keamanan dan kepercayaan terhadap lembaga penyedia produk juga menjadi pertimbangan dalam investasi emas. Khotmi dan Rispawati (2026) menunjukkan bahwa persepsi risiko dan kepercayaan terhadap lembaga merupakan aspek yang berkaitan dengan keputusan investasi emas.

Dari sisi tujuan investasi, Cicil Emas dapat dipersepsikan sebagai instrumen untuk memperoleh dan menyimpan aset dalam jangka panjang. Aulia et al. (2025) menjelaskan bahwa pembiayaan Cicil Emas memberikan peluang kepada masyarakat untuk memperoleh emas secara bertahap sebagai alternatif investasi jangka panjang. Dengan demikian, persepsi masyarakat terhadap Cicil Emas tidak hanya terbentuk dari aspek harga emas atau kemampuan membayar angsuran, tetapi juga dari pemahaman mengenai manfaat investasi, mekanisme pembiayaan, risiko, keamanan, dan kesesuaian produk dengan kebutuhan finansial masyarakat (Aulia et al., 2025; Khotmi & Rispawati, 2026).

Berdasarkan uraian tersebut, Cicil Emas sebagai objek persepsi dalam penelitian ini dianalisis melalui beberapa karakteristik utama, yaitu (1) mekanisme pembayaran dan angsuran, (2) uang muka dan jangka waktu pembiayaan, (3) akad dan proses kepemilikan emas, (4) biaya atau margin, (5) pelayanan dan kepercayaan, serta (6) keamanan dan perlindungan. Karakteristik tersebut digunakan untuk memahami bagaimana masyarakat Kecamatan Prajurit Kulon menerima informasi, mengorganisasikan informasi, serta memberikan interpretasi dan penilaian terhadap produk Cicil Emas BSI KCP Mojokerto Surodinawan.

3. Persepsi Masyarakat terhadap Produk Keuangan Syariah

Persepsi masyarakat terhadap produk keuangan syariah dapat dipengaruhi oleh informasi yang diterima, pengalaman menggunakan produk keuangan, faktor sosial, kondisi pribadi, serta tingkat kepercayaan terhadap lembaga keuangan. Pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai produk keuangan syariah menjadi bagian penting dalam membentuk cara individu memandang manfaat, mekanisme, dan kesesuaian produk dengan

kebutuhannya (Suci & Fahlevi, 2023). Selain itu, kepercayaan terhadap lembaga keuangan juga menjadi aspek yang berkaitan dengan bagaimana masyarakat memberikan penilaian terhadap produk investasi yang ditawarkan (Khotmi & Rispawati, 2026).

Dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut tidak diposisikan sebagai variabel yang diuji secara terpisah, tetapi sebagai konteks untuk memahami proses terbentuknya persepsi masyarakat. Artinya, informasi, pengalaman, kondisi sosial, kondisi ekonomi, dan kepercayaan digunakan untuk melihat bagaimana masyarakat menerima dan memberikan makna terhadap informasi mengenai Cicil Emas BSI. Pendekatan tersebut sejalan dengan kajian perilaku nasabah yang menunjukkan bahwa pemahaman produk, kemampuan finansial, kebutuhan, pengalaman, dan pelayanan dapat menjadi bagian dari pertimbangan masyarakat dalam memilih produk investasi emas (Lolitasari & Sunarmi, 2026).

Aspek syariah juga digunakan sebagai konteks pendukung, terutama ketika masyarakat menilai akad dan kesesuaian produk dengan prinsip syariah. Pada produk Cicil Emas, pemahaman terhadap akad menjadi penting karena transaksi tidak hanya dipersepsikan berdasarkan manfaat ekonomi, tetapi juga berdasarkan mekanisme pembiayaan yang digunakan. Penelitian Putri et al. (2024) menunjukkan bahwa produk Cicil Emas pada BSI menggunakan akad murabahah dalam mekanisme pembiayaannya. Oleh karena itu, pemahaman masyarakat mengenai akad, mekanisme transaksi, kewajiban pembayaran, dan kepemilikan emas dapat menjadi bagian dari proses interpretasi terhadap produk (Putri et al., 2024).

Kesesuaian dengan prinsip syariah juga dapat menjadi pertimbangan masyarakat ketika berinteraksi dengan produk investasi emas pada lembaga keuangan syariah. Hafizd (2021) menjelaskan bahwa investasi emas dalam lembaga keuangan syariah perlu memperhatikan ketentuan dan prinsip hukum Islam yang mengatur transaksi tersebut. Dengan demikian, aspek syariah dalam penelitian ini tidak digunakan sebagai variabel yang diukur secara kuantitatif, tetapi sebagai konteks yang membantu menjelaskan bagaimana masyarakat memahami dan menilai akad, mekanisme transaksi, serta kesesuaian Cicil Emas dengan prinsip syariah.

Berdasarkan uraian tersebut, persepsi masyarakat terhadap produk keuangan syariah dalam penelitian ini dipahami sebagai proses yang terbentuk melalui interaksi antara informasi, pengetahuan, pengalaman, kondisi pribadi, lingkungan sosial, kepercayaan, dan pemahaman terhadap prinsip syariah. Seluruh aspek tersebut menjadi konteks dalam menganalisis bagaimana masyarakat Kecamatan Prajurit Kulon menerima informasi, mengorganisasikan informasi, serta menginterpretasikan dan memberikan penilaian terhadap produk Cicil Emas BSI KCP Mojokerto Surodinawan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian diarahkan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai makna, pandangan, pengalaman, dan interpretasi informan terhadap suatu fenomena dalam konteks alamiah. Penelitian kualitatif menempatkan peneliti sebagai instrumen utama yang berinteraksi secara langsung dengan sumber data untuk memahami fenomena berdasarkan perspektif informan (Creswell & Poth, 2018). Jenis penelitian deskriptif digunakan karena penelitian berfokus pada penggambaran secara sistematis mengenai persepsi masyarakat terhadap produk Cicil Emas, bukan menguji hubungan antarvariabel secara statistik (Moleong, 2021).

Penelitian dilakukan di BSI KCP Mojokerto Surodinawan yang beralamat di Ruko Surodinawan Square No. 6G, Jalan Surodinawan, Kota Mojokerto. Pemilihan lokasi penelitian

dilakukan secara purposif karena lokasi tersebut berkaitan langsung dengan objek penelitian, yaitu pelayanan produk Cicil Emas, serta memiliki nasabah yang berdomisili di Kecamatan Prajurit Kulon. Pemilihan lokasi dan sumber data secara purposif dalam penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh informasi dari pihak-pihak yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan fenomena yang dikaji (Sugiyono, 2022).

Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian terdiri atas masyarakat/nasabah Cicil Emas yang berdomisili di Kecamatan Prajurit Kulon dan pihak BSI yang terlibat langsung dalam pelayanan produk. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, pemilihan informan tidak ditentukan semata-mata berdasarkan jumlah, tetapi berdasarkan kemampuan informan dalam memberikan informasi yang relevan, mendalam, dan sesuai dengan fokus penelitian (Creswell & Poth, 2018; Sugiyono, 2022).

Kriteria informan nasabah meliputi: (1) terdaftar sebagai nasabah aktif Cicil Emas BSI KCP Mojokerto Surodinawan, (2) berdomisili di Kecamatan Prajurit Kulon, (3) pernah atau sedang melakukan pembiayaan minimal tiga bulan, (4) memahami pengalaman penggunaan produk, dan (5) mampu memberikan informasi secara baik sesuai dengan fokus penelitian. Informan dari pihak bank adalah Branch Manager yang memahami pelayanan dan pengembangan produk Cicil Emas. Penggunaan kriteria tersebut dimaksudkan agar informan yang dipilih memiliki pengalaman langsung terhadap fenomena yang diteliti sehingga mampu memberikan informasi yang mendalam (Patton, 2015).

Informan masyarakat/nasabah dalam penelitian berjumlah lima orang, yaitu Lathifaturrohmah, Kamilatun Diniyah, Tutik Atin, Nurhidayah, dan Qomariyah. Informan kunci dari pihak bank adalah Hirno Zuhni Sungkono selaku Branch Manager. Jumlah informan dalam penelitian kualitatif dapat berkembang sesuai kebutuhan informasi di lapangan. Penentuan kecukupan data lebih diarahkan pada kedalaman dan relevansi informasi serta tercapainya kondisi ketika informasi yang diperoleh telah memadai untuk menjelaskan fokus penelitian (Patton, 2015).

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui wawancara dengan informan yang dipilih berdasarkan kriteria penelitian. Data primer dalam penelitian kualitatif diperoleh secara langsung dari sumber utama yang mengalami atau mengetahui fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2022). Data sekunder diperoleh dari dokumen yang berkaitan dengan penelitian, termasuk data pembiayaan Cicil Emas BSI KCP Mojokerto Surodinawan dan data kependudukan Kecamatan Prajurit Kulon yang digunakan sebagai konteks penelitian.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara tidak terstruktur, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi dan aktivitas yang berkaitan dengan pelayanan Cicil Emas. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman, pemahaman, pandangan, serta interpretasi informan terhadap produk yang diteliti. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Penggunaan beberapa teknik pengumpulan data memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang lebih komprehensif mengenai fenomena penelitian (Moleong, 2021; Sugiyono, 2022).

Wawancara tidak terstruktur digunakan agar peneliti dapat memberikan ruang kepada informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara lebih bebas. Dalam penelitian kualitatif, wawancara yang fleksibel memungkinkan peneliti mengeksplorasi

informasi yang muncul selama proses penelitian dan menggali pengalaman informan secara lebih mendalam (Creswell & Poth, 2018).

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña, yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sejak proses pengumpulan data sampai penelitian menghasilkan kesimpulan. Model tersebut terdiri atas kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Miles et al., 2014).

Pertama, kondensasi data, yaitu proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi informasi yang berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap Cicil Emas, terutama mengenai penerimaan informasi, pengorganisasian informasi, serta interpretasi dan penilaian informan (Miles et al., 2014).

Kedua, penyajian data, yaitu menyusun data yang telah dikondensasikan ke dalam bentuk uraian naratif, matriks, atau pengelompokan tema sehingga hubungan antarinformasi dapat dipahami secara lebih sistematis. Penyajian data membantu peneliti melihat pola, kecenderungan, dan keterkaitan informasi yang muncul dari keterangan para informan (Miles et al., 2014).

Ketiga, penarikan dan verifikasi kesimpulan, yaitu proses menemukan makna dan pola dari data yang telah dianalisis. Kesimpulan tidak langsung ditetapkan berdasarkan satu informasi, tetapi diverifikasi secara berulang dengan membandingkan data yang diperoleh selama proses penelitian. Dengan demikian, kesimpulan yang dihasilkan tetap didasarkan pada informasi empiris yang diperoleh dari informan dan sumber data lainnya (Miles et al., 2014).

Keabsahan Data

Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa sumber yang berbeda. Dalam penelitian ini, informasi masyarakat/nasabah dibandingkan dengan informasi dari pihak BSI serta dokumen yang tersedia. Triangulasi digunakan untuk meningkatkan kredibilitas data dengan melihat konsistensi informasi dari berbagai sumber sehingga peneliti tidak hanya bergantung pada satu sumber informasi (Sugiyono, 2022).

Dengan prosedur tersebut, hasil penelitian diarahkan untuk menggambarkan persepsi informan secara kontekstual, mendalam, dan konsisten, khususnya mengenai bagaimana masyarakat Kecamatan Prajurit Kulon menerima informasi, mengorganisasikan informasi, serta menginterpretasikan dan menilai produk Cicil Emas BSI KCP Mojokerto Surodinawan.

Hasil Penelitian

1. Penerimaan dan Perhatian terhadap Informasi Cicil Emas

Hasil wawancara menunjukkan bahwa masyarakat memperoleh informasi mengenai Cicil Emas melalui sumber yang beragam. Lathifaturrohmania pertama kali mengetahui produk ketika melakukan transaksi di BSI. Kamilatun Diniyah memperoleh informasi dari teman yang telah menjadi nasabah BSI dan kemudian mencari penjelasan lebih lanjut ke kantor. Tutik Atin mengenal Cicil Emas melalui media sosial BSI, tetapi tetap membutuhkan interaksi langsung untuk memahami mekanisme. Nurhidayah mengetahui produk ketika melakukan transaksi di BSI, sedangkan Qomariyah memperoleh informasi dari keluarga yang telah menggunakan produk.

Keragaman sumber tersebut menunjukkan bahwa stimulus awal dalam pembentukan persepsi tidak berasal dari satu saluran. Lingkungan sosial dapat menjadi pintu masuk informasi, media sosial dapat memperkenalkan keberadaan produk, sedangkan interaksi dengan pegawai bank berfungsi memberikan klarifikasi dan informasi yang lebih rinci.

Branch Manager juga menjelaskan bahwa informasi disampaikan melalui pegawai, kegiatan marketing, media sosial, dan layanan digital BSI. Menurut pihak bank, tingkat pemahaman masyarakat mulai baik, tetapi sebagian masih belum memahami mekanisme Cicil Emas secara detail.

Temuan tersebut sesuai dengan konsep Kotler dan Keller (2016) bahwa persepsi merupakan proses ketika individu memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan berbagai stimulus yang diterimanya sehingga menghasilkan gambaran tertentu terhadap suatu objek. Informasi yang dianggap memiliki relevansi dengan kebutuhan, kepentingan, dan pengalaman individu cenderung memperoleh perhatian lebih besar dalam proses persepsi (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks penelitian ini, informasi mengenai emas sebagai aset untuk kebutuhan masa depan dan kemudahan memiliki emas melalui mekanisme pembayaran secara bertahap menjadi informasi yang menarik perhatian informan.

Temuan tersebut juga sejalan dengan penelitian mengenai investasi emas yang menunjukkan bahwa pengetahuan dan informasi merupakan bagian penting dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap produk investasi emas. Suci dan Fahlevi (2023) menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai investasi emas menjadi salah satu aspek yang berkaitan dengan minat dan pertimbangan generasi muda dalam melakukan investasi emas pada Bank Syariah Indonesia. Sejalan dengan hal tersebut, Aulia et al. (2025) menjelaskan bahwa pemahaman terhadap mekanisme Cicil Emas dapat membentuk pandangan masyarakat mengenai peluang kepemilikan emas sebagai investasi jangka panjang. Dengan demikian, perhatian informan terhadap informasi mengenai manfaat emas dan mekanisme kepemilikan secara bertahap menunjukkan bahwa informasi yang relevan dengan kebutuhan dan tujuan finansial individu dapat menjadi bagian awal dalam terbentuknya persepsi terhadap produk Cicil Emas.

Implikasinya, BSI tidak cukup hanya memperluas jangkauan informasi, tetapi perlu memastikan bahwa informasi yang diterima melalui berbagai saluran memiliki isi yang konsisten. Perbedaan sumber informasi berpotensi menghasilkan tingkat pemahaman yang berbeda apabila informasi teknis tidak disampaikan secara seragam.

2. Pengorganisasian Informasi melalui Pengetahuan dan Pengalaman

Setelah menerima informasi, masyarakat menghubungkan informasi tentang Cicil Emas dengan pengetahuan dan pengalaman yang telah dimiliki. Pengorganisasian informasi terlihat ketika informan membandingkan pembelian emas secara tunai dengan sistem cicilan, mempertimbangkan kemampuan pembayaran, serta memperhatikan prosedur dan ketentuan yang dijelaskan BSI. Lathifaturrohmania, misalnya, memandang sistem cicilan sebagai cara memperoleh emas tanpa harus menunggu dana terkumpul dalam jumlah besar. Informasi tersebut kemudian dihubungkan dengan tujuan menyimpan aset untuk masa depan.

Informan lain juga menghubungkan produk dengan kondisi keuangan dan pengalaman mereka. Sistem pembayaran bertahap dipahami sebagai mekanisme yang lebih mudah disesuaikan dengan kemampuan dibandingkan pembelian secara tunai. Keamanan produk dihubungkan dengan keberadaan BSI sebagai lembaga resmi dan adanya perjanjian yang jelas. Pengalaman berinteraksi dengan bank juga menjadi dasar untuk menilai apakah informasi yang disampaikan dapat dipercaya dan dipahami.

Dalam perspektif perilaku konsumen, temuan tersebut menunjukkan bahwa konsumen tidak menerima informasi secara pasif. Informasi baru diorganisasikan bersama pengetahuan dan pengalaman sebelumnya. Faktor sosial juga tampak melalui pengaruh

teman dan keluarga, sedangkan faktor pribadi terlihat dari kemampuan pembayaran dan tujuan penyimpanan aset. Dengan demikian, pembentukan persepsi merupakan proses yang bersifat kontekstual.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Hendrawan yang menunjukkan bahwa pengalaman dan penilaian nasabah menjadi bagian penting dalam memahami persepsi terhadap manfaat atau keuntungan produk Cicil Emas. Pengalaman langsung dalam menggunakan produk dapat memberikan informasi empiris kepada nasabah yang kemudian digunakan dalam membentuk penilaian terhadap produk tersebut. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Aulia et al. (2025) yang menunjukkan bahwa pengalaman dan pemahaman terhadap mekanisme Cicil Emas dapat memengaruhi cara masyarakat memandang produk tersebut sebagai alternatif kepemilikan emas untuk investasi jangka panjang (Aulia et al., 2025).

Namun, penelitian ini memperluas pembahasan dengan tidak hanya melihat hasil akhir berupa penilaian terhadap keuntungan Cicil Emas, tetapi juga menelusuri proses terbentuknya penilaian tersebut. Dalam perspektif Kotler dan Keller (2016), persepsi berlangsung melalui proses memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi sebelum individu membentuk pemaknaan terhadap suatu objek. Oleh karena itu, pengalaman informan dalam penelitian ini dipahami sebagai bagian dari proses yang memberikan bahan bagi masyarakat untuk menghubungkan informasi mengenai Cicil Emas dengan kondisi, kebutuhan, dan pengalaman mereka sebelum menghasilkan penilaian tertentu terhadap produk (Kotler & Keller, 2016).

Dengan demikian, temuan penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap Cicil Emas tidak hanya terbentuk dari apa yang dinilai sebagai keuntungan produk, tetapi juga dari bagaimana informan menerima informasi, menghubungkannya dengan pengalaman yang dimiliki, kemudian menginterpretasikan informasi tersebut hingga membentuk penilaian terhadap Cicil Emas.

3. Interpretasi dan Penilaian terhadap Manfaat, Keamanan, dan Kemudahan

Pada tahap interpretasi, kelima nasabah memberikan penilaian yang cenderung positif. Penilaian tersebut terutama muncul pada aspek kemudahan pembayaran, manfaat emas sebagai aset, keamanan prosedur, dan kepercayaan terhadap BSI. Masyarakat memandang Cicil Emas membantu memperoleh emas secara bertahap sehingga kebutuhan dana awal terasa lebih ringan. Emas juga dipandang sebagai aset nyata yang dapat disiapkan untuk kebutuhan masa depan.

Nurhidayah menilai adanya perjanjian yang jelas antara nasabah dan bank sebagai salah satu unsur yang memperkuat kepercayaan. Qomariyah memandang sistem pembayaran bertahap sesuai dengan kemampuan yang dimiliki dan memberikan ketenangan karena emas memiliki nilai yang dapat disimpan. Secara keseluruhan, penilaian positif tidak semata-mata berasal dari karakteristik emas, tetapi juga dari pengalaman pelayanan, kejelasan prosedur, dan kemudahan pembayaran.

Dari perspektif keamanan, informan memandang proses melalui lembaga resmi seperti BSI memberikan rasa aman. Branch Manager menjelaskan bahwa sebagian besar masyarakat menilai Cicil Emas aman karena ditawarkan melalui lembaga resmi dan memiliki prosedur yang jelas. Namun, masih terdapat masyarakat yang memerlukan pemahaman lebih lanjut mengenai mekanisme penyimpanan dan proses kepemilikan emas. Kondisi ini menunjukkan bahwa rasa aman terbentuk bersama informasi mengenai prosedur, bukan hanya karena nama lembaga.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian yang dikaji dalam skripsi mengenai persepsi positif terhadap Cicil Emas berdasarkan keamanan, stabilitas, fleksibilitas, dan kesesuaian prinsip syariah. Penelitian ini menambahkan bahwa unsur-unsur tersebut menjadi bagian dari tahap interpretasi setelah masyarakat mengorganisasikan informasi berdasarkan pengalaman dan konteks pribadi.

4. Kejelasan Informasi sebagai Bagian dari Pembentukan Persepsi

Walaupun persepsi masyarakat secara umum positif, penelitian menemukan bahwa tidak seluruh aspek produk telah dipahami secara menyeluruh. Beberapa informan masih membutuhkan penjelasan mengenai akad, mekanisme kepemilikan emas, biaya, dan ketentuan pembiayaan. Branch Manager juga mengakui bahwa sebagian masyarakat masih menganggap Cicil Emas sama seperti pembiayaan biasa dan belum memahami adanya akad serta mekanisme syariah yang perlu diperhatikan.

Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa persepsi positif tidak identik dengan pemahaman yang sempurna. Masyarakat dapat menilai suatu produk mudah, aman, dan bermanfaat berdasarkan informasi yang mereka pahami, tetapi tetap memiliki pertanyaan pada aspek teknis. Dalam konsep persepsi Kotler dan Keller, keterbatasan atau ketidakjelasan informasi dapat memengaruhi proses pengorganisasian dan interpretasi. Oleh karena itu, kualitas komunikasi produk menjadi bagian penting dari pengalaman konsumen.

Bagi BSI, informasi mengenai akad, status kepemilikan emas, biaya atau margin, kewajiban pembayaran, dan mekanisme penyimpanan perlu disampaikan dengan bahasa yang sederhana serta konsisten pada pelayanan langsung, kegiatan pemasaran, media sosial, dan layanan digital. Penjelasan teknis yang mudah dipahami dapat membantu masyarakat membentuk persepsi berdasarkan informasi yang lebih lengkap.

5. Sintesis Persepsi Masyarakat

Secara keseluruhan, persepsi masyarakat Kecamatan Prajurit Kulon terhadap Cicil Emas BSI dapat dikategorikan cenderung positif. Prosesnya dimulai dari penerimaan informasi melalui BSI, media sosial, keluarga, teman, dan pengalaman transaksi. Informasi tersebut kemudian diorganisasikan dengan pengetahuan, pengalaman, kondisi pribadi, dan lingkungan sosial. Tahap berikutnya adalah interpretasi yang menghasilkan penilaian terhadap kemudahan, manfaat, keamanan, kepercayaan, kejelasan informasi, serta kesesuaian Cicil Emas dengan kebutuhan penyimpanan aset jangka panjang.

Temuan utama penelitian adalah bahwa persepsi masyarakat tidak terbentuk hanya karena keberadaan produk. Persepsi dibentuk oleh interaksi antara karakteristik produk, sumber informasi, pengalaman pelayanan, pengetahuan yang telah dimiliki, dan konteks sosial. Karena itu, peningkatan kualitas informasi dapat menjadi strategi penting untuk mempertahankan persepsi positif sekaligus mengurangi keraguan pada aspek teknis produk.

Posisi penelitian ini terhadap penelitian terdahulu terletak pada fokus terhadap proses terbentuknya persepsi masyarakat. Aritonang membahas persepsi masyarakat terhadap investasi emas pada bank syariah secara umum, sedangkan Hendrawan menekankan persepsi nasabah terhadap keuntungan investasi melalui produk Cicil Emas. Rica Almara mengkaji persepsi nasabah dalam berinvestasi melalui pembiayaan Cicil Emas pada BSI KCP Stabat, sementara Alpiani memusatkan perhatian pada keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan Cicil Emas. Penelitian mengenai investasi emas pada BSI juga menunjukkan bahwa perhatian terhadap manfaat, pemahaman produk, dan karakteristik pembiayaan

menjadi bagian dari pertimbangan masyarakat dalam menggunakan produk emas (Aulia et al., 2025; Putri et al., 2024).

Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini secara khusus menguraikan bagaimana informasi mengenai Cicil Emas diterima, diperhatikan, diorganisasikan, kemudian diinterpretasikan dan dinilai oleh masyarakat Kecamatan Prajurit Kulon. Fokus tersebut didasarkan pada konsep persepsi dalam teori perilaku konsumen yang memandang persepsi sebagai proses memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi sehingga menghasilkan pemaknaan tertentu terhadap suatu objek (Kotler & Keller, 2016). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menggambarkan apa yang dinilai masyarakat dari produk Cicil Emas, tetapi juga menelusuri proses yang melatarbelakangi terbentuknya penilaian tersebut.

Konteks wilayah Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto menjadi bagian penting dalam penelitian karena persepsi masyarakat terbentuk dalam lingkungan sosial dan pengalaman yang spesifik. Pengalaman, pengetahuan, kondisi finansial, dan pemahaman terhadap produk dapat menjadi bagian dari proses masyarakat dalam memberikan makna terhadap investasi emas (Khotmi & Rispawati, 2026; Lolitasari & Sunarmi, 2026). Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dengan menggambarkan proses persepsi masyarakat pada konteks lokal terhadap produk Cicil Emas BSI KCP Mojokerto Surodinawan.

Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada sudut pandang analisisnya, yaitu memusatkan perhatian pada tahapan penerimaan dan perhatian terhadap informasi, pengorganisasian informasi, serta interpretasi dan penilaian masyarakat, bukan semata-mata pada minat, keputusan, atau keuntungan yang dirasakan dari penggunaan produk Cicil Emas. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana persepsi masyarakat terhadap produk pembiayaan emas syariah terbentuk dalam konteks kehidupan masyarakat Kecamatan Prajurit Kulon.

Kesimpulan

Persepsi masyarakat Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto terhadap investasi Cicil Emas yang ditawarkan BSI KCP Mojokerto Surodinawan cenderung positif. Persepsi tersebut terbentuk melalui tiga proses utama dalam konsep persepsi Kotler dan Keller, yaitu penerimaan informasi, pengorganisasian informasi, serta interpretasi dan penilaian.

Pada tahap penerimaan, masyarakat memperoleh informasi dari pihak BSI, media sosial, keluarga, teman, dan pengalaman transaksi. Pada tahap pengorganisasian, informasi dihubungkan dengan pengetahuan, pengalaman, kondisi pribadi, serta lingkungan sosial. Pada tahap interpretasi, masyarakat memberikan penilaian positif terutama terhadap kemudahan pembayaran, manfaat emas sebagai aset, keamanan prosedur, pengalaman pelayanan, kepercayaan kepada BSI, dan kesesuaian produk dengan kebutuhan penyimpanan aset jangka panjang.

Namun, persepsi positif tersebut belum berarti seluruh aspek produk telah dipahami secara mendalam. Akad, mekanisme kepemilikan emas, biaya, dan ketentuan pembiayaan masih menjadi bagian yang memerlukan penjelasan lebih lanjut. Dengan demikian, kualitas dan konsistensi informasi menjadi unsur penting dalam pembentukan persepsi masyarakat terhadap Cicil Emas.

Keterbatasan penelitian terletak pada jumlah informan yang terbatas dan konteks penelitian yang berfokus pada masyarakat/nasabah Cicil Emas di Kecamatan Prajurit Kulon serta BSI KCP Mojokerto Surodinawan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas karakteristik informan dan wilayah penelitian agar diperoleh variasi persepsi yang lebih beragam. Bagi BSI,

peningkatan edukasi mengenai akad, kepemilikan emas, biaya, dan ketentuan pembiayaan disarankan dilakukan secara konsisten melalui layanan langsung, media sosial, dan layanan digital.

Daftar Pustaka

- "Penerapan Akuntansi Syariah dan Akad Murabahah Menurut Perspektif Imam Syafi'i pada Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarnegara." 2023. *Nizam: Jurnal Islampedia* 2 (2): 93–102.
- Aulia, Rahmadhani, Romi Adetio Setiawan, dan Yunida Een Fryanti. 2025. "Peluang Investasi Emas Jangka Panjang Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bengkulu Adam Malik)." *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 6 (2). <https://doi.org/10.51339/nisbah.v6i2.3634>.
- Bengi, Eva Simah, Yolanda Salsabila Balkis, Rapika Dewi, Gadis Ananda, dan Husni Kamal. 2025. "Prosedur Pembiayaan Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI): Kajian Mekanisme dan Implementasinya." *Equivalent: Journal of Economic, Accounting and Management* 3 (2). <https://doi.org/10.61994/equivalent.v3i2.1055>.
- Creswell, John W., dan Cheryl N. Poth. 2018. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Edisi ke-4. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Fajriani, Nur, Hasanna Lawang, Subaedah, Andi Darmawangsa, dan Ahmad. 2026. "Analisis Praktik Cicil Emas dan Strategi Pemasarannya dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah di Bank Syariah Indonesia." *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 11 (2). <https://doi.org/10.23969/jp.v11i02.46715>.
- Hafizd, Jefik Zulfikar. 2021. "Investasi Emas dalam Perspektif Hukum Islam." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 5 (2). <https://doi.org/10.26618/j-hes.v5i02.5302>.
- Huda, Nurul, dan Mustafa Edwin Nasution. 2007. *Investasi pada Pasar Modal Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Khoirunnisa, S., A. Irawan, dan A. M. Zainul Musthofa. 2023. "Analisis Hukum Pembiayaan Bermasalah pada Produk Cicil Emas (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia KCP Ciledug)." *AL-IKHTISAR: The Renewal of Islamic Economic Law* 4 (2): 38–44.
- Khotmi, Herawati, dan Dewi Rispawati. 2026. "Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan Lembaga terhadap Keputusan Investasi Emas dengan Literasi Keuangan Syariah sebagai Variabel Moderasi." *PEKA* 14 (1). [https://doi.org/10.25299/peka.2026.vol14\(1\).28410](https://doi.org/10.25299/peka.2026.vol14(1).28410).
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. Edisi ke-15. Harlow: Pearson Education.
- Lolitasari, Avelia, dan Sunarmi. 2026. "Analisis Perilaku Nasabah dalam Pemilihan Produk Investasi Emas: Cicil Emas vs Nabung Emas di BSI KCP Pringsewu." *JURNALIS (Jurnal Akuntansi dan Ilmu Bisnis)* 6 (3): 46–54.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Edisi ke-3. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Moleong, Lexy J. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2002. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Murdifin Haming dan Salim Basalamah. 2010. *Studi Kelayakan Investasi Proyek dan Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ningsih, Putri Rahayu, dan Taufiqur Rahman. 2023. "Analisis Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas BSI dalam Upaya Meningkatkan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC

- Bojonegoro." *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah* 7 (2): 935–946. <https://doi.org/10.30651/justeko.v7i2.20651>.
- Pakata, Ahmad Syawal Senong, Muh. Fiqran, Sitti Fatimah, Ahmad Nouruzzaman, dan M. Ikhsan Purnama. 2025. "The Role of Investment Interest in Linking Inflation, Exchange Rate, and Interest Rate Perceptions to Gold Investment Decisions." *Journal of Institution and Sharia Finance* 8 (2). <https://doi.org/10.24256/joins.v8i2.9905>.
- Patilima, Hamid. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Patton, Michael Quinn. 2015. *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. Edisi ke-4. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Putri, Ramanda, Rizka Apriani, Latifah Ayu Azizah, Sintia Bella, dan Peny Cahaya Azwari. 2024. "Analisis Akad Murabahah pada Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakabaring Palembang." *Istinbath* 16 (1). <https://doi.org/10.19109/istinbath.v16i1.25832>.
- Putri, Sanda Berliana, Putri Apria Ningsih, dan Aztyara Ismadharliani. 2026. "Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Investasi Emas pada Nasabah Cicil Emas BSI KC Jambi Pattimura." *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 11 (2). <https://doi.org/10.23969/jp.v11i02.51668>.
- Rahmansyah, A., dan Rani. 2021. "Gold Price, Inflation, and Dollar Exchange Rate: The Case of Gold Investment in Indonesia." *The Indonesian Capital Market Review* 13 (1). <https://doi.org/10.21002/icmr.v13i1.13238>.
- Rukin. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Sari, Puput Permata. 2025. "Program Investasi Emas pada Produk BSI Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Universitas Jember." *Al-Aflah*. <https://doi.org/10.23971/al-aflah.v3i1.7920>.
- Siyoto, Sandu, dan Muhammad Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suci, Agnes Alfionita Eka, dan Mirdha Fahlevi. 2023. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Muda terhadap Keputusan Berinvestasi Emas pada Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Sains Riset* 13 (1).
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, Nur, dan Shul Thanul Azkar Shultan. 2021. "Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional." *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran dan Pembaharuan Hukum Islam* 24 (1): 33–58. <https://doi.org/10.15642/alqanun-2021.24.1.33-58>.
- Susilo, Dedi, dan Khoirin Haniifah. 2023. "Pengaruh Pengetahuan dan Promosi terhadap Minat Masyarakat untuk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus pada Ibu-Ibu di Tulungagung)." *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi* 9 (2).
- Widad, Romzatul, dan Anisa Marifah. 2023. "Strategi Cicil Emas dalam Meningkatkan Kecerdasan Finansial Masyarakat dan Jumlah Nasabah: Studi Kasus KCP Bank Syariah Indonesia Situbondo Basuki Rahmat." *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah* 7 (2). <https://doi.org/10.33650/profit.v7i2.7590>.
- Wulandari, Subhan, dan Fuadi. 2026. "Cicil Emas sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang (Studi Kasus BSI KCP Pati Kutoharjo)." *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 8 (2). <https://doi.org/10.31961/impact.v8i2.15406>.
- Yusuf, Muri. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Zeny, Zeiniye. 2023. "Peluang Investasi Emas Melalui Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Situbondo." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9 (3): 4308–4315.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10153>.