

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor jasa keuangan dan perbankan.¹ Transformasi ini tidak hanya mengubah sistem operasional perbankan, tetapi juga membentuk pola perilaku nasabah dalam mengakses layanan keuangan.²

Transformasi digital mendorong lembaga perbankan untuk terus berinovasi dalam menyediakan layanan yang lebih cepat, mudah, aman, dan efisien guna memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin dinamis. Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi bagian penting dalam sistem keuangan modern dan berperan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.³

Di Indonesia, perkembangan perbankan digital menunjukkan tren yang sangat signifikan, terutama berkorelasi dengan proliferasi pengguna internet dan perangkat seluler. Berdasarkan data Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan

¹ H. Ali, 'Financial Technology and Its Role in Promoting Digital Services in Islamic Banks.', 2023 <<https://doi.org/10.29124/kjeas.1548.7>>.

² H. Maulina Desky, 'Digital Transformation in Islamic Banking.', *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 5.12 (2022), pp. 12–42.

³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2019), h. 25.'

(2025), nilai transaksi *digital banking* di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

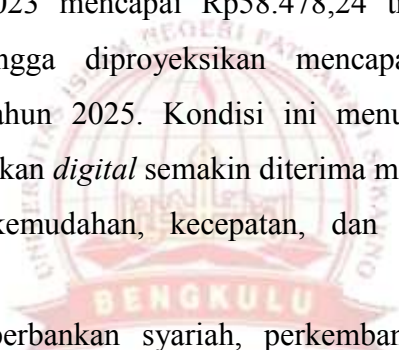
Tabel 1.1 Perkembangan Digital banking di Indonesia (2023-2025)

No	Tahun	Transaksi Digital (Rp Triliun)	Pertumbuhan(%)
1.	2023	Rp 58.478,24	13,48%
2.	2024	Rp 63.803,77	9,11%
3.	2025	Rp 71.384,41	11,88%

Sumber: *Bank Indonesia, Laporan Transaksi Ekonomi Dan Keuangan Digital Indonesia (2023–2025)*.

Berdasarkan Tabel 1.1, nilai transaksi *digital banking* pada tahun 2023 mencapai Rp58.478,24 triliun dan terus meningkat hingga diproyeksikan mencapai Rp71.384,41 triliun pada tahun 2025. Kondisi ini menunjukkan bahwa layanan perbankan *digital* semakin diterima masyarakat karena memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi.⁴

Dalam perbankan syariah, perkembangan digitalisasi diwujudkan melalui berbagai layanan *mobile banking* yang memungkinkan nasabah memperoleh layanan perbankan tanpa harus selalu datang secara langsung ke kantor cabang. Salah satu bentuk layanan tersebut adalah Muamalat DIN (Digital Islamic Network) yang dikembangkan oleh Bank Muamalat Indonesia. Kehadiran Muamalat DIN memberikan alternatif bagi nasabah untuk mengakses berbagai layanan perbankan

⁴Bank Indonesia, Laporan Transaksi Ekonomi Dan Keuangan Digital Indonesia 2023–2025, Diakses Melalui Bank Indonesia (Diakses 5 Januari 2026)'.


melalui perangkat digital. Kemudahan akses, kecepatan, keamanan, dan keandalan layanan digital menjadi aspek yang dapat membentuk pengalaman nasabah dalam berinteraksi dengan bank.

Layanan digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga dapat menjadi bagian dari proses nasabah dalam mengenal dan mempertimbangkan produk perbankan. Nasabah yang memperoleh pengalaman layanan yang mudah dan nyaman dapat memiliki akses informasi yang lebih baik terhadap produk yang ditawarkan oleh bank. Oleh karena itu, kualitas layanan Muamalat DIN menjadi relevan untuk dikaji dalam kaitannya dengan minat nasabah menggunakan produk perbankan syariah, termasuk produk pembiayaan berbasis emas.

Hal tersebut didukung oleh sejumlah penelitian terdahulu. Penelitian Harahap, Afandi, dan Siregar menunjukkan bahwa sejumlah faktor dalam layanan *digital banking* berpengaruh terhadap niat nasabah menggunakan layanan digital perbankan syariah. Penelitian Pratiwi juga menunjukkan bahwa karakteristik layanan digital, termasuk kredibilitas dan risiko yang dirasakan, berkaitan dengan perilaku adopsi layanan digital perbankan syariah. Sementara itu, penelitian Fianto et al. menunjukkan pentingnya kualitas layanan *mobile banking* dalam pengalaman nasabah pada perbankan syariah. Penelitian-penelitian tersebut memberikan

dasar bahwa layanan digital merupakan salah satu faktor yang relevan untuk dikaji dalam perilaku nasabah.⁵

Selain digitalisasi, faktor ekonomi seperti fluktuasi harga emas juga berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Emas dikenal sebagai instrumen investasi yang relatif stabil dan berfungsi sebagai lindung nilai (*safe haven asset*) terhadap inflasi dan ketidakpastian ekonomi.⁶

Dalam beberapa tahun terakhir, fluktuasi harga emas di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Tren Fluktuasi Harga Emas Antam di Indonesia (2023-2026)

Tahun	Rentan Harga (Rp/gram)	Tren Pergerakan	Karakteristik Utama
2023	Rp1.012.000- Rp1.145.000	Stabil meningkat	Kenaikan bertahap, dipengaruhi pemulihan ekonomi global
2024	Rp1.129.000- Rp1.560.000	Menguat	Penguatan konsisten sejak kuartal II akibat faktor global
2025	Rp1.506.000- Rp2.605.000	Lonjakan tajam	Mencapai rekor tertinggi baru, tren bullish

⁵ PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, Profil Perusahaan Dan Layanan Digital, 2024. (Diakses 5 Januari 2026).

⁶ World Gold Council, Gold Demand Trends Report, 2024.' diakses 5 Januari 2026).

			sangat kuat
2026	Rp2.639.000- Rp3.168.000	Tinggi dan Volatilitas rendah	Mencapai rekor tertinggi sepanjang masa pada 29 Januari

Sumber: Logam Mulia Antam 2023-2026.⁷

Berdasarkan Tabel 1.2, fluktuasi harga emas Antam di Indonesia menunjukkan tren kenaikan yang konsisten pada periode 2023–2026. Pada tahun 2023, fluktuasi harga emas relatif stabil dengan kecenderungan meningkat, kemudian mengalami penguatan pada tahun 2024 seiring kondisi ekonomi global yang tidak menentu. Tahun 2025 menjadi periode dengan lonjakan harga yang cukup signifikan dengan tren bullish yang kuat, dan pada tahun 2026 fluktuasi harga emas kembali mencapai level tertinggi sepanjang periode pengamatan dengan pergerakan yang cenderung stabil di level tinggi.

Fluktuasi harga emas dapat memengaruhi pertimbangan nasabah dalam menggunakan pembiayaan emas. Kenaikan harga dapat dipandang sebagai peluang peningkatan nilai emas, tetapi harga yang tinggi dan perubahan yang tidak menentu juga dapat membuat nasabah lebih berhati-hati. Dengan demikian, fluktuasi harga emas menjadi salah satu

⁷ PT Aneka Tambang Tbk (Antam), Harga Emas Logam Mulia 2023–2025, Diakses Melalui Situs Resmi Logam Mulia Antam’.

faktor yang relevan dalam membentuk minat nasabah menggunakan pembiayaan emas.⁸

Dalam perbankan syariah, kondisi tersebut berkaitan dengan hadirnya Pembiayaan Emas Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia yang memberikan fasilitas kepemilikan emas melalui mekanisme pembiayaan sesuai prinsip syariah.⁹ Minat nasabah terhadap produk ini dapat dipengaruhi oleh kondisi harga emas serta kemudahan dalam memperoleh informasi dan layanan perbankan melalui Muamalat DIN.

Dalam perspektif perilaku konsumen, nasabah mempertimbangkan berbagai informasi dan kondisi sebelum memilih suatu produk. Layanan Muamalat DIN dapat memberikan kemudahan akses layanan dan informasi, sedangkan fluktuasi harga emas menjadi salah satu pertimbangan ekonomi sebelum nasabah menggunakan Pembiayaan Emas Hijrah. Oleh karena itu, kedua faktor tersebut diduga dapat memengaruhi minat nasabah menggunakan produk tersebut.

Hubungan tersebut didukung oleh penelitian terdahulu. Penelitian Chasna, Usdeldi, dan Syahrizal menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas, sedangkan Nursya'bani dan Fatah serta Maysarah, Syafina, dan Nurwani menunjukkan

⁸ World Gold Council, 'Gold Demand Trends: Full Year 2024, (London: World Gold Council, 2025). Lihat Juga PT Aneka Tambang Tbk, "Harga Emas", Logam Mulia, 2023–2026.'

⁹ PT Bank Muamalat Indonesia Tbk, "Pembiayaan Emas Hijrah", Bank Muamalat Indonesia, 2024.'

adanya hubungan fluktuasi harga emas dengan minat atau keputusan nasabah pada produk cicil emas.¹⁰ Namun, penelitian yang menguji Layanan Muamalat DIN dan Fluktuasi Harga Emas secara simultan terhadap Minat Menggunakan Pembiayaan Emas Hijrah, khususnya pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu, masih terbatas.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan faktor layanan digital dan faktor ekonomi berupa fluktuasi harga emas dalam satu model untuk menjelaskan minat nasabah menggunakan Pembiayaan Emas Hijrah. Penelitian terdahulu cenderung mengkaji layanan digital terhadap niat penggunaan *digital banking* atau fluktuasi harga emas terhadap minat maupun keputusan pada produk cicil emas secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh Layanan Muamalat DIN dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Menggunakan Pembiayaan Emas Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu.

Dalam perspektif ekonomi Islam, penggunaan produk pembiayaan emas juga perlu memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Al-Qur'an menegaskan larangan riba sebagaimana firman Allah Swt. dalam *Q.S. Ali Imran/3:130*:

¹⁰ Nursya'bani and Fatah, “The Effect of Gold Price Fluctuations on Customer Interest in Gold Installment Investments”, *Journal of Management and Islamic Finance*, 2023.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝ ١٣٠

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”. (Q.S.Ali Imran/130).¹¹

Ayat di atas menegaskan pentingnya sistem keuangan yang bebas *riba*, sehingga produk pembiayaan emas berbasis *murabahah* menjadi alternatif yang sesuai dengan prinsip syariah.

Dasar hukum investasi emas adalah fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai. Menurut Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, menabung emas diperbolehkan (*halal*) selama emas yang dibeli tersebut ada wujudnya atau bukan berupa emas fisik, jelas spesifikasinya, serta bisa diserahkan terimakan.¹²

Dalam pengambilan keputusan penggunaan produk keuangan, persepsi harga menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi Pembiayaan Emas Hijrah. Persepsi harga merupakan penilaian subjektif konsumen terhadap kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan manfaat yang diperoleh. Ketika harga dipandang sesuai dengan manfaat, maka minat

¹¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an Dan Terjemahannya (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019), Q.S. Ali Imran [3]: 130.

¹² Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, Fatwa No.77/DSN-MUI/VI/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai, Jakarta: DSN-MUI, 2010.

untuk menggunakan suatu produk akan meningkat. Sebaliknya, jika harga dianggap terlalu tinggi atau tidak sebanding dengan manfaat, maka minat konsumen cenderung menurun.

Fluktuasi harga emas di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren peningkatan. Kenaikan fluktuasi harga emas ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti inflasi, kondisi ekonomi global, serta ketidak pastian pasar keuangan. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat memiliki persepsi yang berbeda terhadap emas, baik sebagai peluang investasi maupun sebagai aset yang relatif mahal untuk dimiliki.

Penelitian ini menggunakan Teori Perilaku Konsumen sebagai landasan teoritis. Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen merupakan studi mengenai bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.¹³ Proses pengambilan keputusan konsumen meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan penggunaan, dan evaluasi pasca penggunaan. Dalam konteks penelitian ini, Pembiayaan Emas Hijrah dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan layanan digital Muamalat DIN serta persepsi terhadap fluktuasi harga emas.

¹³ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th Edition (Harlow: Pearson, 2016).

Menurut Desky dan Nasution, digitalisasi layanan perbankan syariah memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk keuangan digital. Selain itu, persepsi harga juga terbukti berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih suatu produk.¹⁴ Namun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih mengkaji variabel tersebut secara terpisah dan belum banyak yang menggabungkan layanan Muamalat DIN dan fluktuasi harga emas terhadap minat penggunaan Pembiayaan *Emas Hijrah*, khususnya pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan keseluruhan uraian tersebut, terdapat fenomena perkembangan layanan digital perbankan, perubahan harga emas, serta keberadaan produk Pembiayaan *Emas Hijrah* yang menarik untuk dikaji dalam perspektif perilaku nasabah. Penelitian ini tidak hanya melihat perkembangan layanan digital atau harga emas secara terpisah, tetapi menguji kedua faktor tersebut secara bersamaan terhadap minat nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh Layanan Muamalat DIN dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Pembiayaan

¹⁴ Maulina Desky & H. Nasution, "Digital Transformation in Islamic Banking," *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, Vol. 5 No. 12 (2022): 12–20.

Emas Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu.

B. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis pengaruh Layanan Muamalat DIN dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah Menggunakan Pembiayaan Emas Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu. Variabel Layanan Muamalat DIN (X_1) meliputi kemudahan, keamanan, kecepatan atau efisiensi, keandalan, dan kenyamanan. Variabel Fluktuasi Harga Emas (X_2) meliputi perubahan harga, volatilitas atau ketidakstabilan harga, tren atau kecenderungan harga, serta dampak perubahan harga terhadap keputusan menggunakan pembiayaan emas. Adapun variabel Minat Nasabah (Y) meliputi minat transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif. Penelitian difokuskan pada nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu yang memenuhi kriteria sebagai responden dan tidak membahas produk pembiayaan maupun layanan digital lainnya di luar variabel penelitian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah layanan Muamalat DIN berpengaruh terhadap Minat Nasabah Dalam menggunakan pembiayaan Emas Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu?

2. Apakah fluktuasi harga emas berpengaruh terhadap Minat Nasabah Dalam menggunakan pembiayaan Emas Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu?
3. Apakah layanan Muamalat DIN dan fluktuasi harga emas secara simultan berpengaruh terhadap Minat Nasabah Dalam menggunakan pembiayaan Emas Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh layanan Muamalat DIN terhadap Minat Nasabah Dalam menggunakan pembiayaan Emas Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu.
2. Untuk menganalisis pengaruh fluktuasi harga emas terhadap Minat Nasabah Dalam menggunakan pembiayaan Emas Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu.
3. Untuk menganalisis pengaruh simultan digitalisasi layanan dan fluktuasi harga emas terhadap Minat menggunakan pembiayaan Emas Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perbankan syariah dan perilaku konsumen. Hasil penelitian dapat menjadi bahan referensi untuk memahami pengaruh Layanan Muamalat DIN dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah Menggunakan Pembiayaan Emas Hijrah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik mengenai pemanfaatan layanan digital perbankan syariah dan faktor harga emas dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk pembiayaan emas. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa dengan objek, variabel, maupun metode penelitian yang berbeda.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini memiliki kegunaan praktis yang ditujukan bagi pihak-pihak terkait, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu dalam meningkatkan kualitas Layanan Muamalat DIN dan strategi pemasaran Pembiayaan Emas Hijrah, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian sejenis.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya yang dilakukan peneliti untuk mencari perbandingan serta menemukan referensi yang dapat mendukung penelitian yang akan dilakukan. Selain itu, kajian penelitian terdahulu membantu peneliti dalam menentukan posisi penelitian serta menunjukkan orisinalitas penelitian yang dilakukan. Pada bagian ini, peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian mengenai digitalisasi layanan perbankan syariah, persepsi harga, dan Pembiayaan Emas Hijrah. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Darwis Harahap, Ahmad Afandi, dan Try Mahendra Siregar pada tahun 2023 dengan judul *The Islamic Banking Customers' Intention to Use Digital Banking Services: An Indonesian Study*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat nasabah bank syariah dalam menggunakan layanan digital banking di Indonesia. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kebiasaan, motivasi spiritual, dan nilai manfaat berpengaruh positif terhadap niat nasabah menggunakan layanan digital banking syariah. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada pembahasan

mengenai layanan digital perbankan syariah dan Pembiayaan Emas Hijrah. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitian dan variabel yang digunakan, karena penelitian ini secara khusus mengkaji layanan Muamalat DIN dan fluktuasi harga emas terhadap Pembiayaan Emas Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu.¹⁵

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Intan Kusuma Pratiwi pada tahun 2024 dengan judul *Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking Digital Services: A Modified UTAUT2 Approach*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan layanan digital perbankan syariah. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan UTAUT2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas dan persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan layanan digital perbankan syariah. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas minat penggunaan layanan digital pada perbankan syariah. Perbedaannya terletak pada teori dan variabel penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan model UTAUT2, sedangkan penelitian ini menggunakan Teori Perilaku Konsumen serta menambahkan variabel fluktuasi harga emas.¹⁶

¹⁵ Darwis Harahap, Ahmad Afandi, and Try Mahendra Siregar, 'The Islamic Banking Customers ' Intention To Use Digital Banking Services : An Indonesian Study', 9.3 (2023), pp. 533–58.

¹⁶ Intan Kusuma Pratiwi, 'Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking Digital Services: A Modified UTAUT2 Approach', 6.1 (2024).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Syahrani pada tahun 2024 dengan judul *Pengaruh Layanan Perbankan Digital dan Produk Inovasi terhadap Minat Generasi Z pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FAI UMSU)*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan perbankan digital dan produk inovasi terhadap minat Generasi Z pada perbankan syariah. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda berbantuan SPSS terhadap 92 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan perbankan digital dan produk inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada penggunaan metode kuantitatif dan pembahasan layanan digital perbankan syariah. Adapun perbedaannya terletak pada objek dan variabel penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada minat Generasi Z secara umum, sedangkan penelitian ini menguji pengaruh layanan Muamalat DIN dan fluktuasi harga emas terhadap Pembiayaan Emas Hijrah.¹⁷

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Chasna, Usdeldi, dan Syahrizal pada tahun 2024 dengan judul *Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Minat Nasabah Gadai Emas (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Muara*

¹⁷ Hasirah, 'Strategi Pemasaran Muamalat Digital Islamic Network (Din) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat Kcp Parepare', (*Skripsi, IAIN Parepare, 2023*)., 2023.

Bulian). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama mengkaji produk berbasis emas pada perbankan syariah dengan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya terletak pada variabel independen dan objek penelitian, di mana penelitian terdahulu menggunakan variabel promosi dan pelayanan pada produk gadai emas, sedangkan penelitian ini menggunakan layanan Muamalat DIN dan fluktuasi harga emas terhadap Pembiayaan Emas Hijrah.¹⁸

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Nursya'bani dan Fatah pada tahun 2023 dengan judul *“The Effect of Gold Price Fluctuations on Customer Interest in Gold Installment Investments”*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fluktuasi harga emas terhadap minat nasabah dalam melakukan investasi melalui produk cicil emas pada perbankan syariah. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis hubungan antara

¹⁸ Siti Khoiriah and others, ‘Siti Kholifah Mus, “Implementasi Pelayanan Online Melalui Muamalat DIN Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah,” *Al-Fiddoh: Jurnal Perbankan Syariah* 6, No. 1 (2025), 6.1 (2025), pp. 76–85.

fluktuasi harga emas dan minat nasabah terhadap investasi cicil emas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fluktuasi harga emas menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan minat nasabah dalam menggunakan produk cicil emas. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada penggunaan fluktuasi harga emas sebagai variabel independen dan minat nasabah sebagai variabel dependen serta sama-sama mengkaji produk emas pada perbankan syariah. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitian dan variabel pendamping. Penelitian terdahulu berfokus pada minat investasi melalui cicil emas, sedangkan penelitian ini menguji Layanan Muamalat DIN dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Menggunakan Pembiayaan Emas Hijrah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu.¹⁹

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa layanan digital perbankan syariah dan fluktuasi harga emas berkaitan dengan perilaku dan minat nasabah. Penelitian Harahap et al., Pratiwi, dan Chasna et al. menunjukkan pentingnya layanan digital dan pelayanan terhadap minat nasabah, sedangkan Nursya'bani dan Fatah serta Maysarah et al. menunjukkan keterkaitan fluktuasi harga emas dengan minat atau keputusan terhadap produk emas.

¹⁹ Rizti Zahrah Nursya'bani and Dede Abdul Fatah, 'Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Pengetahuan Investasi Syariah Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas BS', Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen, 4.1 (2023), 2023.

Namun, penelitian yang menguji Layanan Muamalat DIN dan Fluktuasi Harga Emas secara simultan terhadap Minat Menggunakan Pembiayaan Emas Hijrah, khususnya pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi *research gap* tersebut.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi ke dalam lima bab utama, masing-masing dengan subbab yang mendukung isi pembahasan secara logis dan ilmiah. Adapun penjelasan sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: Bab ini membahas latar belakang, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini menjelaskan dasar dan arah penelitian yang dilakukan.

Bab II Kajian Teori, Kerangka Berpikir, dan Hipotesis: Bab ini membahas teori yang berkaitan dengan Layanan Muamalat DIN, Fluktuasi Harga Emas, Minat Nasabah, dan Pembiayaan Emas Hijrah. Bab ini juga memuat penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian Bab ini menjelaskan jenis penelitian, lokasi dan waktu, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta definisi operasional

variabel. Bab ini juga menjelaskan instrumen dan teknik analisis data yang digunakan.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan: Bab ini menyajikan gambaran objek penelitian, karakteristik responden, hasil pengolahan dan analisis data. Selanjutnya dibahas pengaruh Layanan Muamalat DIN dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah.

Bab V Penutup: Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini juga memuat saran yang ditujukan kepada pihak terkait dan peneliti selanjutnya.

