

ANALISIS PERKEMBANGAN PEMBELIAN EMAS SECARA CICIL DAN SECARA TUNAI PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA, TBK.

Oleh :

Nurwulan Shofia Hasna

ABSTRAK

Penulisan ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan pembelian emas secara cicil dan tunai pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan penyebaran kuesioner kepada 96 responden nasabah aktif BSI yang pernah membeli emas baik secara cicil maupun tunai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi positif terhadap produk cicil emas, dimotivasi oleh kemudahan dalam pengelolaan keuangan pribadi dan fleksibilitas pembayaran. Tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan pembelian emas juga tergolong tinggi, terutama dalam hal kecepatan transaksi, kejelasan informasi produk, serta margin harga yang ditawarkan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa produk cicil emas BSI telah berhasil menjadi solusi investasi syariah yang inklusif, praktis, dan sesuai dengan prinsip keuangan Islam. Implikasi penelitian ini menunjukkan perlunya penguatan edukasi keuangan syariah dan pengembangan layanan digital guna meningkatkan aksesibilitas dan loyalitas nasabah terhadap produk cicil emas.

Kata Kunci: Cicil Emas, Pembelian Tunai, Persepsi Nasabah, Motivasi, Kepuasan Pelanggan.

**ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF INSTALLMENT AND
CASH GOLD PURCHASES AT PT. BANK SYARIAH
INDONESIA, TBK.**

By :

Nurwulan Shofia Hasna

ABSTRACT

This study aims to analyze the development of gold purchases through installment and cash schemes at PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk. A descriptive quantitative approach was employed by distributing questionnaires to 96 active BSI customers who had purchased gold either in installments or in cash. The results show that most respondents have a positive perception of the gold installment product, motivated by ease in managing personal finances and payment flexibility. Customer satisfaction toward gold purchasing services was also high, especially in terms of transaction speed, clarity of product information, and reasonable margin offered. The study concludes that BSI's gold installment product has successfully positioned itself as an inclusive, practical, and Sharia-compliant investment solution. The findings suggest the importance of enhancing Islamic financial literacy and developing digital services to improve customer accessibility and loyalty toward the installment-based gold investment product.

Keywords: Gold Installment, Cash Purchase, Customer Perception, Motivation, Customer Satisfaction.