

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan investasi emas di Indonesia menunjukkan kecenderungan yang terus meningkat, khususnya melalui layanan tabungan emas yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah seperti Bank Syariah Indonesia. Produk Tabungan Emas menjadi salah satu pilihan investasi yang diminati masyarakat karena kemudahan akses, setoran awal yang terjangkau, serta tingkat risiko yang relatif rendah. Fenomena ini mencerminkan meningkatnya ketertarikan masyarakat, terutama generasi muda, terhadap investasi emas. Kondisi tersebut juga didukung oleh berbagai penelitian terdahulu, seperti yang ditunjukkan oleh Baur dan Lucey (2010) dalam penelitian Junpeng Dee, Liuling Li (2013:13), yang menegaskan bahwa emas berperan penting sebagai instrumen diversifikasi portofolio investor.

Walaupun emas telah lama dikenal sebagai instrumen investasi yang relatif aman, pemahaman masyarakat mengenai perannya sebagai pelindung terhadap inflasi di Indonesia masih terbatas. Berdasarkan teori portofolio modern yang dikemukakan oleh Markowitz dalam penelitian Dharma Saputra, Irwan Trinugroho (2024:40), diversifikasi aset diperlukan untuk meminimalkan risiko sekaligus mengoptimalkan keuntungan. Selain itu, emas juga memiliki landasan kuat dalam perspektif Islam, di mana statusnya sebagai aset ribawi diatur secara ketat. Salah satu ayat yang menyebutkan tentang emas terdapat dalam Q.S Ali Imran ayat/3:14:

رُئِيَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ

وَالْحَيْلِ الْمُسَوِّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْبِ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَبِ ۝١٤

Artinya: *Dijadikan indah bagi manusia pada aneka kesenangan berupa perempuan, anak – anak, harta benda yang berlimpah tak terhingga berupa emas perak, kuda pilihan, binatang ternak, dan sawah ladang. Itulah kesenangan di dunia dan di sisi Allah tempat kembali yang baik. (QS. Ali Imran:14).*

Ayat yang menjelaskan bahwa harta, termasuk emas, merupakan perhiasan dunia yang bersifat sementara dan merupakan titipan dari Allah SWT. Oleh karena itu, manusia dituntut untuk mengelola harta secara baik, halal, dan bertanggung jawab atas perolehan serta penggunaannya (Kurniawati 2023).

Di Indonesia, perkembangan pesat perbankan syariah, khususnya melalui Bank Syariah Indonesia, telah membuka peluang baru bagi masyarakat untuk berinvestasi emas sesuai prinsip syariah. Produk Tabungan Emas BSI hadir sebagai inovasi yang memudahkan masyarakat untuk menabung emas dengan modal relatif kecil, proses yang mudah, serta jaminan keamanan dan kehalalan. Melalui layanan ini, nasabah dapat menabung emas dalam jumlah gramasi kecil dan mencairkannya kapan saja dalam bentuk uang tunai maupun fisik (Kusmiyati dkk. 2021). Meskipun minat masyarakat terhadap produk ini terus meningkat, BSI masih menghadapi tantangan dalam memahami pola perilaku nasabah dari berbagai kelompok usia. Penelitian Fauzan dkk. (2024) menunjukkan bahwa faktor syariah dan keuntungan menjadi pertimbangan utama nasabah dalam memilih tabungan emas di BSI, namun penelitian tersebut belum secara khusus membandingkan preferensi antara dua kelompok generasi dominan, yaitu Generasi Milenial dan Generasi Z. Kehadiran produk Tabungan Emas BSI di Kota Banjarbaru juga mencerminkan komitmen BSI

dalam menjangkau masyarakat lokal yang memiliki minat tinggi terhadap investasi emas.

Dari sisi konsumen, pasar Bank Syariah Indonesia didominasi oleh dua kelompok generasi yang berpengaruh, yaitu Generasi Milenial dan Generasi Z, yang masing-masing memiliki karakteristik dan perilaku keuangan yang berbeda. Generasi Milenial merupakan individu yang lahir pada tahun 1981–1996 dan tumbuh pada masa transisi digital serta berbagai dinamika ekonomi, sehingga cenderung lebih berhati-hati dalam memilih investasi, namun tetap terbuka terhadap inovasi keuangan digital. Sementara itu, Generasi Z yang lahir pada tahun 1997–2012 dikenal sebagai digital natives yang sangat terbiasa dengan teknologi serta memiliki preferensi pada instrumen investasi yang fleksibel, transparan, dan praktis (Badan Pusat Statistik; Rusydi dkk. 2024). Meskipun sama-sama berada pada kelompok usia produktif, perbedaan karakteristik dalam cara memperoleh informasi, mengelola keuangan, serta mengambil keputusan investasi diduga memengaruhi preferensi mereka dalam memilih produk keuangan syariah, termasuk Tabungan Emas BSI.

Produk Tabungan Emas pada Bank Syariah Indonesia telah hadir sebagai salah satu inovasi unggulan dalam perbankan syariah. Meskipun demikian, masih terdapat kesenjangan antara fitur produk yang tersedia dengan tingkat pemahaman pengguna, khususnya di kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z mengenai peran emas sebagai instrumen investasi. Sebagian nasabah masih memandang tabungan emas hanya sebagai bentuk simpanan nilai, tanpa memahami fungsinya dalam diversifikasi portofolio dan sebagai pelindung nilai terhadap inflasi. Kondisi

ini menunjukkan bahwa BSI belum sepenuhnya memahami perbedaan preferensi kedua kelompok generasi tersebut, sehingga berpotensi menimbulkan ketidaktepatan dalam strategi pemasaran. Penelitian Erfiana, Luh, and Sariani (2024), menunjukkan bahwa strategi promosi tabungan emas BSI saat ini berfokus pada pemanfaatan media sosial melalui aplikasi Byond by BSI dengan fitur e-mas yang memudahkan investasi mulai dari Rp50.000 serta menekankan aspek keamanan dan prinsip syariah. Namun, strategi yang tidak disesuaikan dengan karakteristik masing-masing generasi berpotensi kurang efektif dalam menjangkau seluruh segmen pasar.

Adanya anggapan bahwa satu strategi pemasaran dapat diterapkan secara seragam pada Generasi Milenial dan Generasi Z merupakan pendekatan yang kurang tepat. Tanpa pemahaman yang mendalam terhadap karakteristik dan motivasi masing-masing generasi, BSI berisiko mengabaikan faktor-faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi, baik pada Generasi Milenial maupun Generasi Z. Perbedaan karakteristik tersebut menciptakan kesenjangan informasi yang signifikan, sehingga penelitian yang membandingkan preferensi kedua generasi menjadi penting untuk dilakukan.

Menurut teori portofolio modern yang diperkenalkan oleh Harry Markowitz dalam penelitian Sukardi dkk. (2023:36), diversifikasi aset merupakan strategi utama untuk meminimalkan risiko sekaligus mengoptimalkan tingkat pengembalian. Dalam konteks ini, emas memiliki peran penting karena memiliki hubungan yang relatif rendah dengan instrumen keuangan lain seperti saham dan obligasi, sehingga dapat membantu menstabilkan portofolio investasi. Namun,

rendahnya tingkat pemahaman keuangan, khususnya di kalangan generasi muda, menyebabkan potensi pemanfaatan strategi ini belum optimal.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan Generasi Milenial dan Generasi Z di Indonesia masih tergolong rendah, yang berdampak pada cara mereka dalam mengelola serta memanfaatkan produk keuangan syariah, termasuk tabungan emas. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam penelitian Azhar dkk. (2024:185), menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan generasi tersebut masih berada pada kategori rendah, sehingga berpotensi menimbulkan permasalahan keuangan di masa depan, seperti pengambilan keputusan investasi yang kurang tepat, tingkat utang yang tinggi, serta rendahnya perencanaan keuangan jangka panjang.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk keuangan, seperti promosi, literasi keuangan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan. Namun demikian, penelitian yang secara khusus membandingkan preferensi antara Generasi Milenial dan Generasi Z terhadap produk Tabungan Emas pada perbankan syariah masih relatif terbatas, khususnya di Kota Banjarbaru.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, penelitian ini mengangkat topik “Preferensi Nasabah dalam Memilih Tabungan Emas Bank Syariah Indonesia (BSI) di Banjarbaru (Studi Perbandingan antara Generasi Milenial dan Generasi Z)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan preferensi antara Generasi Milenial dan Generasi Z dalam memilih produk Tabungan Emas BSI di Banjarbaru.

Penelitian ini memfokuskan pada empat faktor utama yang diduga memengaruhi preferensi nasabah, yaitu promosi, literasi keuangan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini penting untuk dilakukan guna menganalisis seberapa pengaruh keempat faktor tersebut terhadap preferensi nasabah dalam memilih Tabungan Emas BSI serta untuk mengetahui perbedaan preferensi antara Generasi Milenial dan Generasi Z di Banjarbaru.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh secara parsial dan simultan variabel promosi, literasi keuangan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan memengaruhi keputusan Generasi Milenial dalam memilih produk Tabungan Emas pada Bank Syariah Indonesia di Banjarbaru?
2. Bagaimana pengaruh secara parsial dan simultan variabel promosi, literasi keuangan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan memengaruhi keputusan Generasi Z dalam memilih produk Tabungan Emas pada Bank Syariah Indonesia di Banjarbaru?
3. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara Generasi Milenial dan Generasi Z dalam memilih produk Tabungan Emas Bank Syariah Indonesia di Banjarbaru?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh parsial dan simultan variabel promosi, literasi keuangan syariah, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan

Generasi Milenial dalam memilih tabungan emas Bank Syariah Indonesia di Kota Banjarbaru

2. Untuk menganalisis pengaruh parsial dan simultan variabel promosi, literasi keuangan, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan Generasi Z dalam memilih produk Tabungan Emas pada Bank Syariah Indonesia di Banjarbaru.
3. Untuk Menganalisis dan membandingkan perbedaan preferensi nasabah antara Generasi Milenial dan Generasi Z dalam memilih produk Tabungan Emas pada Bank Syariah Indonesia di Banjarbaru.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini memiliki manfaat yang penting, baik secara teoritis maupun praktis, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi berbagai pihak.

1. Teoretis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perilaku konsumen dan keuangan syariah. Hasil penelitian ini dapat menjadi bukti empiris yang mendukung teori generasi, di mana setiap generasi memiliki karakteristik yang berbeda dan memengaruhi pengambilan keputusan finansial, khususnya dalam konteks investasi emas pada perbankan syariah.
  - b. Penelitian ini juga diharapkan dapat mengisi kesenjangan (research gap) dari studi-studi sebelumnya yang belum secara spesifik membandingkan preferensi investasi emas antara Generasi Milenial dan Generasi Z di

Banjarbaru, khususnya pada produk Tabungan Emas di Bank Syariah Indonesia.

## 2. Praktis

### a. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan strategis bagi manajemen BSI di Banjarbaru. Dengan memahami perbedaan preferensi antar generasi, BSI dapat:

- 1) Menyusun strategi pemasaran yang tepat, yaitu merancang kampanye pemasaran yang lebih tersegmentasi dan efektif, seperti melalui platform digital untuk Generasi Z serta program edukasi keuangan untuk Generasi Milenial.
- 2) Mengembangkan produk dan layanan yang lebih relevan, seperti fitur investasi digital yang interaktif bagi Generasi Z dan layanan konsultasi keuangan yang lebih komprehensif bagi Generasi Milenial.

### b. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat membantu nasabah, khususnya Generasi Milenial dan Generasi Z, dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan produk investasi, sehingga mereka dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional dan bijak.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan landasan bagi penelitian selanjutnya, baik yang mengkaji produk perbankan syariah

lainnya, membandingkan kelompok generasi yang berbeda, maupun dilakukan pada wilayah penelitian yang berbeda.

## **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas pada skripsi ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika penulisan. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

### **1. Bagian Awal Skripsi**

Bagian awal memuat halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman pernyataan keaslian tulisan, halaman bukti bebas plagiasi, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman abstrak, halaman kata pengantar, halaman transliterasi, halaman motto, halaman kata persembahan, halaman daftar isi, halaman daftar tabel dan halaman daftar gambar.

### **2. Bagian Utama Skripsi**

Bagian utama terbagi atas bab dan sub bab yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian signifikansi penelitian, dan sistematika penulisan

#### **BAB II            LANDASAN TEORI**

Bab ini terdiri dari kajian teori, kajian penelitian terdahulu kerangka pikir, dan hipotesis penelitian

#### **BAB III           METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, variabel dan indikator, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan tahapan penelitian.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan

#### BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari simpulan dan saran.