BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini menghadapi ketidakpastian ekonomi global berupa inflasi yang cenderung meningkat, depresiasi nilai tukar rupiah, serta fluktuasi suku bunga, yang mendorong masyarakat untuk mencari instrumen investasi yang lebih aman dan tahan guncangan. Salah satu pilihan utama adalah emas, yang sejak lama dikenal sebagai aset *safe-haven*. Berdasarkan tinjauan literatur oleh Siagian (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara), perkembangan ekonomi makro tersebut telah meningkatkan permintaan masyarakat terhadap emas sebagai instrumen investasi jangka panjang. Penyebab utama termasuk kekhawatiran terhadap inflasi, biaya hidup yang meningkat, serta rendahnya literasi keuangan yang membuat masyarakat mencari alternatif investasi yang dianggap lebih stabil dan mudah dipahami (Siagian, 2025).

Selain itu, digitalisasi layanan keuangan termasuk platform emas digital telah memperluas akses investasi membuka peluang bagi generasi muda dan masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah. Modal awal yang rendah dan kemudahan transaksi menjadi faktor utama meningkatnya minat, terutama di kalangan usia produktif 25-40 tahun (Siagian, 2025). Tren ini menandai pergeseran dari investasi tradisional ke bentuk digital yang lebih terjangkau dan inklusif.

investasi emas digital turut mengalami pertumbuhan yang

signifikan. Misalnya, penelitian oleh (Fathihani et al., 2023), menunjukkan bahwa faktor keamanan, pengetahuan, dan persepsi risiko secara statistik berpengaruh terhadap minat generasi milenial di Jakarta Barat untuk berinvestasi dalam emas digital melalui platform digital (kuantitatif, SEM, 100 responden). Lebih lanjut, studi dari (Pribowo & Fathihani, 2023) menemukan bahwa variabel pengetahuan, kemudahan penggunaan, serta sistem pembayaran secara simultan dan parsial memengaruhi minat mahasiswa terhadap investasi emas digital (kuantitatif, SPSS, 105 responden). Sementara itu, riset pada pengguna Pegadaian Digital Service (2020) mengungkap bahwa meskipun keamanan digital cukup tinggi, risiko yang belum tersosialisasi secara menyeluruh masih menjadi kendala utama dalam menarik minat investasi emas digital di kalangan milenial(Ripada, 2020).Ketiga studi tersebut mencerminkan tren nasional bahwa masyarakat Indonesia, terutama generasi muda (milenial dan Gen Z), semakin terbuka terhadap produk investasi emas digital. Namun, tingkat adopsi masih dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan, persepsi risiko, serta kemudahan akses melalui aplikasi digital. Fenomena ini memperlihatkan adanya gap antara ketersediaan platform digital untuk investasi emas dan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan layanan tersebut secara optimal.

Bank Syariah Indonesia (BSI) telah menghadirkan fitur Cicil Emas melalui aplikasinya (BSI Mobile/Byond by BSI) sebagai inovasi investasi syariah yang memungkinkan nasabah membeli emas batangan dengan sistem cicilan. Cicil Emas BSI adalah produk pembiayaan yang

memungkinkan nasabah untuk membeli emas logam mulia secara angsuran, yang didasarkan pada prinsip jual beli (akad murabahah). Dengan akad ini, nasabah dan bank sepakat pada harga beli di awal, lalu nasabah membayar dengan cicilan tetap sampai pelunasan. Produk ini dirancang untuk memudahkan masyarakat memiliki emas batangan tanpa harus membayar tunai di satu waktu, singkatnya, cicil emas di BSI memungkinkan masyarakat memiliki emas batangan sekarang dan membayarnya secara bertahap, sesuai prinsip syariah yang adil tanpa bunga bank konvensional (BSI, 2024).

Sejarah Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) bermula dari upaya BSI mengembangkan lini bisnis emas sebagai bagian dari strategi perbankan syariah untuk mendorong investasi logam mulia dan solusi kepemilikan aset secara syariah, sehingga masyarakat tidak hanya menabung emas tetapi juga bisa membeli emas dengan skema angsuran melalui produk Cicil Emas yang diluncurkan bank tersebut. Sejak diperkenalkan, produk ini mendapat respons positif, terbukti dari pertumbuhan pembiayaan Cicil Emas yang melonjak signifikan sepanjang tahun 2024–2025, seperti peningkatan lebih dari 168% hingga mencapai nilai pembiayaan triliunan rupiah dan ribuan nasabah yang memanfaatkan fasilitas ini untuk memiliki emas batangan dengan harga saat akad murabahah disepakati di awal. Pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa Cicil Emas BSI telah berkembang menjadi salah satu produk unggulan dalam portofolio bisnis emas syariah di Indonesia dan berkontribusi nyata

terhadap peningkatan literasi investasi emas di kalangan masyarakat (BSI, 2024).

Dalam perspektif Islam, keputusan berinvestasi dipengaruhi oleh persepsi, kemudahan, dan kepercayaan yang sejalan dengan nilai-nilai syariah. Al-Qur'an menegaskan bahwa persepsi manusia terbentuk dari apa yang didengar, dilihat, dan dipahami sebagaimana yang terdapat dalam (QS. Al-Isrā': 36):

إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

"Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semuanya itu akan diminta pertanggungjawabannya."

Menurut Tafsir Al-Misbah karya M. Quraish Shihab, QS. Al-Isra ayat 36 menjelaskan bahwa setiap manusia diperintahkan untuk tidak mengikuti atau mempercayai sesuatu tanpa didasarkan pada pengetahuan dan informasi yang benar. Pendengaran, penglihatan, dan hati merupakan sarana memperoleh informasi yang kelak akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah SWT. Oleh karena itu, seseorang harus memastikan kebenaran informasi sebelum mengambil keputusan.

Dalam konteks penelitian ini, ayat tersebut berkaitan dengan persepsi nasabah terhadap produk Cicil Emas melalui aplikasi BYOND by BSI. Persepsi positif akan terbentuk apabila masyarakat memperoleh informasi yang benar mengenai mekanisme cicilan emas, akad murabahah, keamanan transaksi, serta manfaat investasi yang ditawarkan. Semakin baik informasi yang diterima, semakin baik pula persepsi masyarakat sehingga dapat meningkatkan minat untuk berinvestasi.

Minat mereka dalam menggunakan produk Cicil Emas. Selain itu, Islam juga menekankan prinsip kemudahan dalam setiap urusan sebagaimana yang terdapat dalam (QS. Al-Baqarah: 185):

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

"Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu."

Menurut Tafsir Al-Misbah, ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT menghendaki kemudahan bagi manusia dalam menjalankan berbagai aktivitas kehidupan, termasuk dalam kegiatan muamalah. Prinsip kemudahan tersebut menjadi salah satu karakteristik ajaran Islam yang bertujuan memberikan kemaslahatan dan menghindarkan manusia dari kesulitan.

Dalam penelitian ini, prinsip tersebut tercermin pada layanan Cicil Emas melalui aplikasi BYOND by BSI yang memungkinkan masyarakat melakukan investasi emas secara digital tanpa harus datang ke kantor cabang. Kemudahan dalam mengakses layanan, melakukan transaksi, serta memahami fitur aplikasi diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi.yang tercermin dalam kemudahan penggunaan aplikasi digital. Faktor kepercayaan pun menjadi kunci, sebagaimana perintah Allah untuk menunaikan amanah sebagaimana yang terdapat dalam (QS. An-Nisā': 58):

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا

"*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya."*

Berdasarkan Tafsir Al-Misbah, amanah merupakan kewajiban untuk menjaga kepercayaan yang telah diberikan kepada seseorang atau suatu lembaga dengan penuh tanggung jawab, kejujuran, dan keadilan. Amanah menjadi salah satu nilai penting dalam setiap aktivitas muamalah karena akan menumbuhkan rasa percaya di antara para pihak.

Dalam penelitian ini, ayat tersebut tidak mengartikan bahwa kepercayaan sama dengan amanah, melainkan menunjukkan bahwa nilai amanah merupakan dasar dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia. Ketika BSI mampu menjaga keamanan transaksi, memberikan informasi yang transparan, serta melaksanakan akad sesuai prinsip syariah, maka kepercayaan nasabah terhadap layanan Cicil Emas melalui aplikasi BYOND by BSI akan semakin meningkat sehingga mendorong minat untuk berinvestasi.dan hadis Nabi yang menempatkan pedagang jujur dan amanah pada kedudukan mulia sebagaimana yang terdapat dalam (HR. Tirmidzi No. 1209):

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

"*Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada."* (HR. Tirmidzi No. 1209)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengukur pengaruh persepsi nasabah, kemudahan penggunaan aplikasi, dan tingkat kepercayaan terhadap minat berinvestasi dalam produk Cicil Emas melalui aplikasi Byond by BSI, dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikombinasikan dengan variabel kepercayaan sebagai perluasan model, sehingga dapat memberikan bukti empiris mengenai

faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam mengadopsi layanan investasi emas berbasis teknologi digital. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap variabel independen secara simultan dan parsial memengaruhi minat investasi, sehingga temuan penelitian dapat menjadi dasar rekomendasi bagi BSI dalam merancang strategi peningkatan penggunaan layanan investasi digital yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah di era ekonomi digital (Yuhelmi et al., 2024).

Kerangka teori penelitian ini didasarkan pada *Technology Acceptance Model (TAM*) yang menjelaskan bahwa *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) merupakan faktor utama yang memengaruhi *behavioral intention* atau minat seseorang dalam menerima dan menggunakan teknologi, di mana semakin tinggi persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan suatu sistem, semakin tinggi pula niat penggunaan teknologi tersebut, termasuk dalam konteks layanan digital keuangan seperti Cicil Emas melalui aplikasi Byond by BSI, sebagaimana ditunjukkan dalam studi TAM yang menguji hubungan *perceived ease of use dan perceived usefulness* terhadap kepercayaan dan minat penggunaan layanan perbankan digital (Rizkyla et al., 2024). Selain itu, variabel kepercayaan *(trust)* ditambahkan sebagai *eksternal construct* dalam model untuk menangkap keyakinan pengguna terhadap integritas dan keamanan sistem digital karena dalam konteks keuangan digital, kepercayaan menjadi faktor penting yang

memengaruhi minat penggunaan layanan serta keputusan investasi, sebagaimana telah ditemukan dalam literatur yang mengintegrasikan elemen trust ke dalam TAM untuk layanan *fintech* (Mailangkay & Juwono, 2023).

Produk investasi emas yang tersedia di aplikasi Byond by BSI meliputi BSI Emas (tabungan emas digital) yang memungkinkan nasabah menabung dan memperjualbelikan emas secara digital dengan nominal kecil serta mencetak emas fisik apabila diperlukan, serta layanan Gadai Emas yang berfungsi sebagai solusi likuiditas dengan menjaminkan emas untuk memperoleh dana tunai, namun dibandingkan kedua produk tersebut, Cicil Emas menjadi pilihan investasi yang lebih strategis karena memberikan kemudahan bagi nasabah untuk memiliki emas batangan secara bertahap melalui skema angsuran, sehingga tidak membutuhkan dana besar di awal dan memungkinkan penguncian harga emas pada saat akad dilakukan, suatu keunggulan yang sangat relevan dalam kondisi pasar saat ini di mana harga emas dunia dan domestik sedang berada pada tren kenaikan yang signifikan, sehingga nasabah berpotensi memperoleh keuntungan dari selisih antara harga beli pada awal akad dengan harga pasar di masa depan, sementara dari sisi kepatuhan syariah, Cicil Emas menggunakan akad murabahah yang menjamin kejelasan harga, margin, dan objek transaksi, serta emas yang dibeli disimpan dan diasuransikan oleh Bank Syariah Indonesia sehingga lebih aman dan terkontrol, menjadikan Cicil Emas bukan hanya sebagai sarana kepemilikan emas tetapi juga sebagai instrumen investasi jangka

menengah–panjang yang stabil dan sesuai prinsip syariah (Kompas.com, 2025).

Selain faktor yang mendorong minat masyarakat dalam melakukan investasi emas melalui fitur cicil emas pada aplikasi Byond by BSI, terdapat pula persepsi dari sebagian masyarakat yang menjadi alasan untuk tidak menggunakan layanan tersebut. Berdasarkan hasil pengamatan selama kegiatan magang, ditemukan bahwa terdapat nasabah yang memilih untuk tidak menggunakan layanan cicil emas karena keterbatasan dalam pemanfaatan emas yang diperoleh. Nasabah tersebut menyatakan bahwa emas hasil cicil emas tidak dapat digunakan secara langsung sebagai perhiasan, melainkan hanya dapat disimpan sebagai aset investasi.

Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap karakteristik produk menjadi salah satu faktor yang memengaruhi minat dalam berinvestasi. Persepsi yang menganggap bahwa emas cicilan kurang fleksibel dalam penggunaannya dapat menurunkan ketertarikan masyarakat, terutama bagi mereka yang mengharapkan fungsi ganda emas sebagai instrumen investasi sekaligus perhiasan.

Selain itu, faktor kepercayaan juga dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan cicil emas. Beberapa masyarakat masih memiliki keraguan terhadap sistem cicilan berbasis aplikasi, baik dari segi keamanan, transparansi, maupun kepastian kepemilikan aset. Di sisi lain, kemudahan penggunaan aplikasi juga menjadi pertimbangan penting, di mana tingkat pemahaman dan kenyamanan pengguna dalam

mengoperasikan aplikasi akan memengaruhi minat mereka untuk berinvestasi.

Di sisi lain, terdapat pula masyarakat yang memilih untuk menggunakan layanan cicil emas sebagai salah satu alternatif investasi. Keputusan tersebut umumnya didorong oleh beberapa faktor, di antaranya kemudahan akses melalui aplikasi Byond by BSI yang memungkinkan transaksi dilakukan secara praktis tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Selain itu, fitur cicil emas dinilai memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memiliki emas secara bertahap dengan nominal yang lebih terjangkau, sehingga cocok bagi masyarakat dengan keterbatasan dana untuk membeli emas secara tunai.

Lebih lanjut, emas juga dipandang sebagai instrumen investasi yang relatif aman dan stabil dalam jangka panjang, sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk memilikinya. Adanya rasa kepercayaan terhadap lembaga perbankan, khususnya Bank Syariah Indonesia sebagai penyedia layanan, turut menjadi faktor pendorong dalam pengambilan keputusan. Kepercayaan ini mencakup keyakinan terhadap keamanan transaksi, kejelasan sistem cicilan, serta kepastian kepemilikan emas.

Dengan adanya perbedaan persepsi tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat dalam menggunakan layanan cicil emas tidak hanya dipengaruhi oleh manfaat yang ditawarkan, tetapi juga oleh persepsi, tingkat kemudahan penggunaan, serta kepercayaan terhadap layanan tersebut.

Selain Cicil Emas di Byond by BSI, Menurut JabarEkspres.com (2025), masyarakat Indonesia kini dapat berinvestasi emas melalui beragam platform digital lain, misalnya Pegadaian Digital yang memungkinkan pembelian emas fisik maupun digital mulai dari 0,01 gram serta fitur jual-beli dan cetak fisik, Tokopedia Emas dan Shopee Tabungan Emas yang bekerja sama dengan Pegadaian untuk membeli dan menyimpan emas dengan nominal rendah mulai Rp 5.000, IndoGold yang sudah lama beroperasi menawarkan investasi emas dengan minimum kecil serta pencetakan fisik, Pluang Syariah yang menyediakan investasi emas berbasis prinsip syariah dengan modal ringan, serta layanan seperti BukaEmas yang memungkinkan investasi dengan nominal sangat kecil dari Rp 100 dan Dana eMAS yang terintegrasi langsung dalam dompet digital, semuanya diawasi oleh otoritas terkait seperti OJK atau Bappebti sebagai bukti keamanan transaksi.

Penelitian ini penting karena model *Technology Acceptance Model (TAM)* telah banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku adopsi teknologi finansial, di mana *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (persepsi manfaat) terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat atau minat menggunakan layanan digital seperti fintech dan mobile banking di Indonesia, serta kepercayaan turut memperkuat hubungan tersebut dalam konteks *digital financial services*. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pengguna cenderung menerima dan berminat pada teknologi finansial ketika mereka menilai aplikasi mudah

digunakan dan bermanfaat bagi aktivitas mereka sehari-hari, sementara *trust* atau kepercayaan menjadi variabel penting dalam memperluas TAM untuk konteks layanan keuangan digital karena menyangkut keamanan dan kredibilitas sistem, sehingga hasil penelitian ini memberikan kontribusi empiris bagi strategi pengembangan Cicil Emas melalui aplikasi Byond by BSI dalam meningkatkan minat nasabah untuk berinvestasi secara digital (Yuhelmi et al., 2024).

Meskipun fitur Cicil Emas melalui aplikasi BSI Mobile (Byond by BSI) menawarkan kemudahan investasi dengan sistem cicilan yang *syariah-friendly*, penelitian empiris menggambarkan ketidaksesuaian antara potensi dan realisasi di lapangan. Sebagai contoh, studi di BSI KCP Pematang Siantar (2023) menunjukkan bahwa variabel seperti promosi, lokasi, produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk Cicil Emas, dengan produk menjadi variabel paling dominan yang mendorong pilihan nasabah. amun, aspek variabel kepercayaan, yang relevan dalam konteks layanan digital syariah, belum banyak dieksplorasi dalam konteks ini. Selain itu, pada penelitian yang dilakukan terhadap nasabah tabungan haji BSI di Bandung Raya (2024), ditemukan bahwa variabel persepsi kontrol perilaku, harga, promosi, dan religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Cicil Emas, namun religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *persepsi control* perilaku dan harga terhadap minat secara efektif. Temuan ini memperlihatkan adanya celah penting: peran

kepercayaan digital terhadap brand dan produk belum diteliti sebagai variabel terpisah, padahal dapat menjadi mediator atau prediktor kuat terhadap minat nasabah.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi nasabah, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh secara persial terhadap minat berinvestasi dalam produk Cicil Emas melalui aplikasi Byond by BSI?
2. Apakah persepsi nasabah, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat berinvestasi dalam produk Cicil Emas melalui aplikasi Byond by BSI?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara parsial terhadap minat berinvestasi dalam produk Cicil Emas melalui aplikasi Byond by BSI.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi nasabah, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara simultan terhadap minat berinvestasi.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini memiliki signifikansi yang kuat baik dari sisi

pengembangan keilmuan maupun dari sisi praktis dalam pengelolaan perbankan syariah digital. Secara akademik, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperluas penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada konteks investasi emas berbasis aplikasi digital syariah. Selama ini, sebagian besar penelitian TAM lebih banyak digunakan pada layanan *mobile banking* dan *fintech* umum, sementara kajian yang secara khusus menguji minat berinvestasi dalam produk pembiayaan emas berbasis akad murabahah masih sangat terbatas. Dengan memasukkan variabel kepercayaan sebagai konstruk tambahan, penelitian ini memperkaya model TAM dalam konteks keuangan syariah digital, sehingga mampu menjelaskan secara lebih komprehensif bagaimana persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan memengaruhi minat nasabah dalam mengadopsi produk Cicil Emas melalui aplikasi Byond by BSI.

Dari sisi empiris, penelitian ini menghasilkan bukti berbasis data mengenai perilaku nasabah dalam mengambil keputusan investasi emas secara digital. Temuan penelitian ini dapat menjadi rujukan ilmiah bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji adopsi teknologi keuangan syariah, khususnya pada produk investasi berbasis aset riil seperti emas. Selain itu, penelitian ini juga memperkuat literatur tentang perilaku keuangan Islam yang mengintegrasikan faktor teknologi, psikologis, dan nilai-nilai syariah dalam satu kerangka analisis.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan manfaat strategis bagi Bank Syariah Indonesia, khususnya dalam pengembangan dan

optimalisasi layanan Cicil Emas melalui aplikasi Byond by BSI. Informasi mengenai pengaruh persepsi nasabah, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat investasi dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang strategi peningkatan kualitas aplikasi, penyempurnaan fitur, serta penguatan sistem keamanan dan transparansi transaksi. Dengan demikian, BSI dapat meningkatkan tingkat adopsi Cicil Emas, memperluas basis nasabah, serta memperkuat posisinya sebagai pelopor investasi emas digital berbasis syariah di Indonesia.

Bagi masyarakat, penelitian ini memberikan manfaat dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran terhadap investasi emas syariah berbasis digital. Hasil penelitian ini diharapkan mampu membantu nasabah dalam menilai keandalan, kemudahan, dan keamanan layanan Cicil Emas, sehingga mereka dapat mengambil keputusan investasi yang lebih rasional, aman, dan sesuai dengan prinsip syariah. Dalam jangka panjang, hal ini berkontribusi terhadap peningkatan literasi keuangan syariah dan mendorong masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam sistem keuangan syariah yang lebih inklusif dan berkelanjutan.