

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Transformasi digital di sektor jasa keuangan secara global telah mengubah pola masyarakat dalam bertransaksi, menyimpan dana, dan berinvestasi melalui pemanfaatan sistem digital yang dinilai lebih cepat, efisien, dan aman, sehingga mendorong meningkatnya niat atau minat masyarakat terhadap inovasi keuangan dan perbankan digital (Mangkona *et al.*, 2023). Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia (Wafa, 2025), perkembangan tersebut menjadi peluang strategis bagi perbankan syariah untuk mengembangkan layanan berbasis teknologi yang tidak hanya unggul secara inovatif, tetapi juga selaras dengan prinsip syariah dan kebutuhan masyarakat, sehingga berpotensi memperkuat niat atau minat penggunaan layanan perbankan digital syariah.

Pada tingkat nasional, Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah milik BUMN terbesar di Indonesia yang terbentuk melalui penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah pada 1 Februari 2021 (Irawan *et al.*, 2021) menempati peringkat pertama sebagai bank syariah dengan total aset terbesar pada kuartal I tahun 2024, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1 (Burhan, 2024).

Tabel 1. Daftar Bank Syariah Terbesar di Indonesia

No	Nama Bank	Aset Q1 2024	Aset Q1 2023	Pertumbuhan YoY
1	Bank Syariah Indonesia (BSI)	Rp357,9 triliun	Rp313,25 triliun	14,25%
2	Bank Muamalat Indonesia	Rp64,92 triliun	Rp61,59 triliun	5,41%
3	Unit Usaha Syariah (UUS) CIMB Niaga	Rp64,59 triliun	Rp64,23 triliun	0,57%
4	UUS BTN	Rp54,84 triliun	Rp46,51 triliun	17,9%
5	UUS Maybank Indonesia	Rp41,21 triliun	Rp39,6 triliun	4,06%
6	UUS Bank Permata	Rp38,09 triliun	Rp34,65 triliun	9,92%
7	BRK Syariah	Rp30,03 triliun	Rp31,04 triliun	-3,27%
8	Bank Aceh Syariah	Rp28,19 triliun	Rp27,02 triliun	4,35%
9	BTPN Syariah	Rp21,16 triliun	Rp22,11 triliun	-4,29%
10	Bank Panin Dubai Syariah	Rp16,52 triliun	Rp16,5 triliun	0,13%

Sumber: Bisnis.com

Sebagai bagian dari upaya adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan kebutuhan nasabah, BSI terus mempercepat transformasi digital untuk menghadirkan layanan perbankan syariah yang lebih inovatif, inklusif, dan mudah diakses oleh masyarakat. Salah satu langkah yang ditempuh adalah peluncuran aplikasi BYOND by BSI pada 9 November 2024 sebagai pengganti layanan BSI Mobile (Bank Syariah Indonesia, 2024).

BYOND by BSI menyediakan berbagai fitur yang inovatif, salah satunya Fitur E-mas sebagai layanan investasi emas digital berbasis prinsip syariah. Fitur ini memungkinkan nasabah melakukan pembelian, penjualan, transfer, hingga pencetakan emas fisik dengan saldo yang ditampilkan dalam satuan gram dan dikonversi ke nilai rupiah. Dengan nilai investasi awal yang rendah dan biaya administrasi yang terjangkau, Fitur E-mas dapat diakses oleh berbagai kalangan, termasuk investor pemula, serta berfungsi tidak hanya sebagai instrumen investasi jangka panjang tetapi juga sebagai sarana tabungan dan likuiditas jangka pendek dengan potensi imbal hasil yang kompetitif (Anwar, 2021).

Fenomena meningkatnya penggunaan E-mas secara nasional menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan dan mencerminkan tingginya niat atau minat masyarakat terhadap fitur tersebut. Data Bank Syariah Indonesia (2025) melaporkan bahwa saldo BSI emas tumbuh 110% Year to Date pada periode Desember–Juni 2025, sedangkan volume pembelian emas meningkat hingga 191%. Laporan Antaranews (2025) juga mencatat bahwa hingga Maret 2025 nilai bisnis emas BSI mencapai Rp14,33 triliun, dengan sekitar 119 ribu nasabah dan total saldo emas sebesar 621 kilogram. Dalam lingkup regional, di wilayah Palembang nilai Tabungan BSI E-mas pada 2025 telah mencapai Rp216 miliar dengan pertumbuhan tahunan sebesar 232% (Septi, 2025).

Meskipun demikian, capaian tersebut belum dapat mencerminkan kondisi pemanfaatan Fitur E-mas di Kota Padang, karena hingga saat ini belum tersedia publikasi data atau jurnal yang secara khusus memuat tingkat penggunaannya di daerah tersebut. Oleh sebab itu, untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi pemanfaatan Fitur E-mas di Kota Padang, penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara terhadap nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna BYOND by BSI di Kota Padang, yang hasilnya disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Wawancara Pendahuluan terhadap 30 Nasabah BSI Pengguna BYOND by BSI di Kota Padang

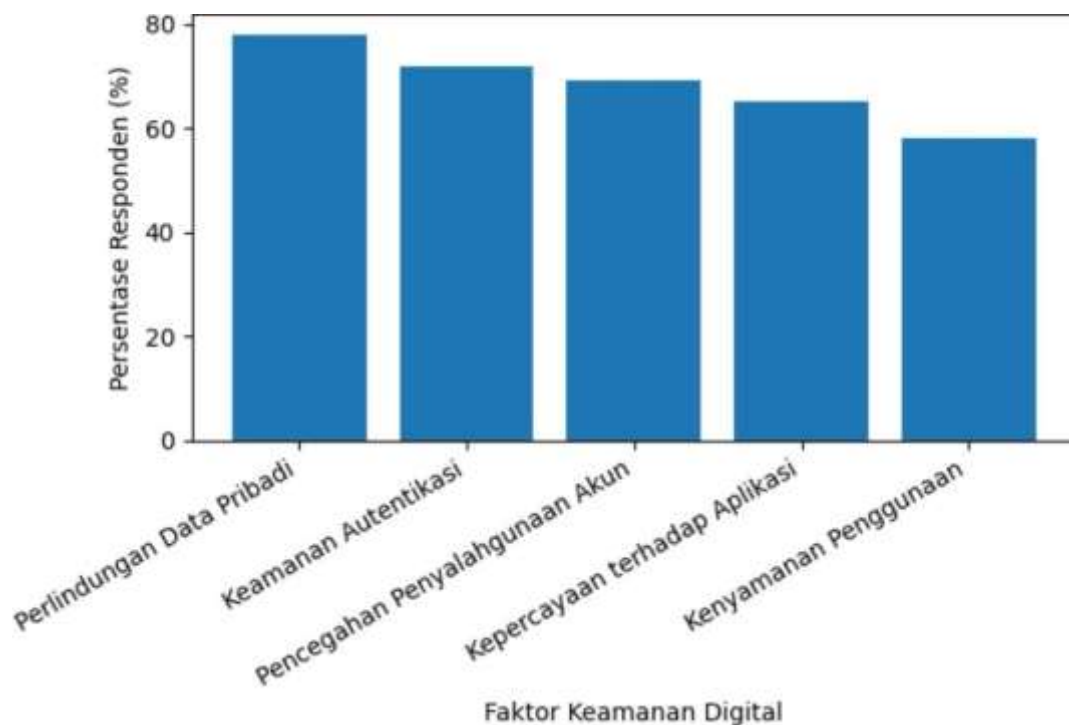
No	Fokus Penggalan Awal	Ringkasan Temuan Utama	n	Persentase
1	Pemahaman fitur E-mas	Sebagian responden belum memahami cara kerja fitur E-mas secara memadai.	12	40,0%
2	Kemudahan penggunaan	Responden menilai fitur E-mas belum sepenuhnya mudah digunakan, terutama bagi pengguna baru.	13	43,3%
3	Dukungan penggunaan	Responden kurang mengetahui adanya panduan atau bantuan teknis penggunaan fitur.	11	36,7%
4	Keamanan transaksi digital	Responden masih ragu terhadap keamanan data dan transaksi E-mas.	14	46,7%

5	Pemahaman aspek syariah	Responden belum memahami secara jelas prinsip syariah dalam transaksi E-mas.	12	40,0%
6	Niat atau minat menggunakan	Sebagian responden belum menunjukkan keinginan kuat untuk menggunakan fitur E-mas.	13	43,3%

Sumber: Data Primer, diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil data awal tersebut, penelitian ini menunjukkan adanya keterkaitan antara persepsi kemudahan dan niat penggunaan Fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI. Oleh karena itu, penelitian ini mengadopsi sebagian kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 (Wicaksono, 2022), khususnya konstruk *perceived ease of use* dan *intention to use*. Dalam konteks penelitian ini, *perceived ease of use* direpresentasikan sebagai persepsi kemudahan yang dirasakan nasabah dalam memahami dan menggunakan Fitur E-mas, sedangkan *intention to use* direfleksikan sebagai niat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut. Kedua konstruk ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana kemudahan yang dirasakan dapat memengaruhi niat penggunaan terhadap fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI.

Untuk menyesuaikan model dengan karakteristik layanan perbankan digital, penelitian ini selanjutnya menambahkan variabel persepsi keamanan digital sebagai bentuk modifikasi dan pengembangan terhadap variabel teori TAM. Sebagai penguatan landasan teoretis, temuan survei global mengenai persepsi keamanan digital terhadap layanan perbankan digital disajikan pada gambar berikut.



Gambar 1. Faktor Keamanan Digital yang Memengaruhi Persepsi Pengguna terhadap Layanan Perbankan Digital (Survei Global).

Sumber: Diadaptasi dari *Online Banking Security: Global Consumer Perspectives and Behaviors* (Mortensen, 2024)

Selain itu, konteks wilayah Kota Padang juga menunjukkan urgensi penambahan variabel lain, yaitu literasi keuangan syariah. Berdasarkan temuan Scientia (2025), tingkat inklusi keuangan di Sumatera Barat telah mencapai 92,74%, namun capaian tersebut belum diimbangi dengan tingkat literasi keuangan yang memadai. Literasi keuangan secara umum tercatat sebesar 66,64%, sementara literasi keuangan syariah masih relatif rendah, yaitu hanya sebesar 13%.

Pengembangan atau modifikasi variabel dalam model teori TAM pada konteks emas digital diperbolehkan dan didukung oleh literatur sebelumnya (Kurniawan *et al.*, 2023). Oleh karena itu, penambahan variabel Persepsi Keamanan Digital dan Literasi Keuangan Syariah dalam penelitian ini dipandang relevan, karena kedua variabel tersebut berpotensi

memengaruhi niat atau minat penggunaan teknologi, sejalan dengan kerangka teoritis TAM yang dikemukakan oleh Wicaksono (2022).

Relevansi variabel dalam penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian terdahulu yang mengkaji minat terhadap investasi emas digital dari berbagai perspektif. Putri dan Riofita (2025) dalam studi kualitatif pada pengguna Tokopedia menemukan bahwa kemudahan transaksi, yang tercermin dari kemudahan nominal pembelian, integrasi sistem pembayaran digital, dan antarmuka yang ramah pengguna, menjadi faktor utama yang mendorong minat investasi emas digital. Meskipun terdapat kendala berupa spread harga yang relatif tinggi dan keterbatasan interoperabilitas antarplatform, rasa aman dan kepercayaan terhadap platform tetap memperkuat minat investor. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan dan persepsi keamanan berperan penting dalam membentuk minat investasi emas digital.

Selanjutnya, Pribowo dan Fathihani (2023) pada mahasiswa Generasi Milenial di Jakarta menunjukkan bahwa pengetahuan, kemudahan, dan sistem pembayaran secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas digital. Hasil ini menegaskan bahwa selain faktor teknis berupa kemudahan penggunaan, aspek kognitif berupa pengetahuan pengguna juga turut membentuk minat investasi. Sementara itu, Fathihani *et al.* (2023) menemukan bahwa *Knowledge* dan *security* berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi emas digital, sedangkan *Perceived Risk* tidak berpengaruh signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna lebih menekankan pada aspek keamanan dan pemahaman dibandingkan pada persepsi risiko dalam pengambilan keputusan investasi emas digital.

Namun demikian, tidak semua variabel menunjukkan pengaruh yang konsisten. Safikri (2025) menemukan bahwa kemudahan transaksi, *security*, dan harga emas berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas digital, sedangkan keuntungan investasi tidak berpengaruh signifikan. Di sisi lain, Faizah dan Mangole (2025) menunjukkan bahwa secara parsial hanya manfaat investasi dan *security* yang berpengaruh terhadap minat investasi emas digital, sedangkan pengetahuan investasi tidak berpengaruh signifikan. Meskipun demikian, secara simultan ketiga variabel tetap berpengaruh terhadap minat investasi emas digital. Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh suatu variabel sangat dipengaruhi oleh karakteristik responden dan konteks platform yang digunakan.

Dalam konteks literasi keuangan syariah, Ruswanda *et al.* (2025) menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z untuk berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia, baik secara parsial maupun simultan dengan variabel digital marketing. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap prinsip dan mekanisme keuangan syariah menjadi faktor penting dalam membentuk minat penggunaan produk investasi berbasis syariah. Sebaliknya, Zulfayani *et al.* (2023) menemukan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah mahasiswa berdampak pada rendahnya minat menggunakan produk dan layanan bank syariah. Hasil ini menegaskan bahwa literasi keuangan syariah merupakan prasyarat penting dalam meningkatkan minat terhadap layanan keuangan syariah.

Keragaman hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi minat terhadap investasi emas digital tidak bersifat universal, melainkan kontekstual, bergantung pada karakteristik layanan, pengguna, serta nilai yang melekat pada produk tersebut. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada

platform non-perbankan atau aplikasi pihak ketiga, serta belum banyak yang secara spesifik mengkaji fitur emas digital dalam ekosistem perbankan syariah. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan digital, dan literasi keuangan syariah terhadap minat penggunaan Fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI di Kota Padang masih relatif terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian dari sisi objek, konteks kelembagaan, lokasi, maupun integrasi variabel teknologi dan syariah, sehingga penelitian ini relevan untuk dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, masalah yang menjadi fokus penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI masyarakat di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh Persepsi Keamanan Digital terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI masyarakat di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI masyarakat di Kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Digital dan Literasi Keuangan Syariah secara simultan terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, masalah yang menjadi fokus penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap niat masyarakat Kota Padang dalam menggunakan Fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI.
2. Menguji pengaruh Persepsi Keamanan Digital terhadap niat masyarakat Kota Padang dalam menggunakan Fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI.
3. Menguji pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap niat masyarakat Kota Padang dalam menggunakan Fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI.
4. Menguji pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Digital dan Literasi Keuangan Syariah secara simultan terhadap niat masyarakat Kota Padang dalam menggunakan Fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta pihak-pihak yang berkepentingan.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perbankan digital dan manajemen bisnis digital, khususnya mengenai pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Digital dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI. Temuan penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur akademik terkait penerapan *Technology Acceptance Model* atau TAM dalam konteks layanan perbankan digital berbasis syariah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Bank Syariah Indonesia dalam upaya meningkatkan kualitas layanan pada Fitur E-mas melalui pemahaman terhadap Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Digital dan Literasi Keuangan Syariah masyarakat di Kota Padang. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi sumber informasi bagi pengguna dalam memahami faktor yang memengaruhi niat masyarakat dalam menggunakan fitur tersebut, serta menjadi referensi praktis bagi peneliti maupun praktisi yang berkaitan dengan pengembangan layanan perbankan digital berbasis syariah.

1.5 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian ini berjalan lebih terarah, fokus, dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada hal-hal berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Keamanan Digital (X2), Literasi Keuangan Syariah (X3), dan Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI (Y).
2. Subjek penelitian dibatasi pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang membuka rekening melalui aplikasi Byond by BSI yang terdaftar di Kantor Cabang (KC) BSI Kota Padang dan telah menggunakan fitur E-mas.
3. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Cochran dengan tingkat kesalahan (error tolerance) sebesar 10%.