

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%.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

Tinjauan teoritis disusun sebagai landasan konseptual penelitian yang memuat teori, konsep, dan definisi yang berkaitan dengan variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2023), landasan teori digunakan untuk menjelaskan fenomena yang diteliti serta hubungan antarvariabel secara sistematis, sehingga dapat menjadi dasar dalam penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian.

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)* Menurut Ahli Wicaksono (2022)

2.1.1.1 Sejarah dan Pengembangan TAM

Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 sebagai model teoritis untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap teknologi informasi. Wicaksono (2022) menjelaskan bahwa TAM dikembangkan untuk menyederhanakan proses penerimaan teknologi dengan memfokuskan pada faktor-faktor kognitif utama yang memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan suatu sistem.

TAM kemudian berkembang menjadi salah satu model yang paling luas digunakan dalam penelitian penerimaan teknologi karena strukturnya yang sederhana, konsisten, dan mudah dioperasionalisasikan dalam penelitian empiris (Wicaksono, 2022).

2.1.1.2 Perkembangan Variabel dalam TAM

Menurut Wicaksono (2022), pada tahap awal TAM terdiri atas dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Selanjutnya, model ini dikembangkan dengan memasukkan konstruk *intention to use* dan *usage behaviour* untuk menjelaskan hubungan antara persepsi pengguna, niat penggunaan, dan perilaku penggunaan aktual. Dengan demikian, TAM membentuk alur hubungan kausal yang menjelaskan pergeseran dari persepsi terhadap teknologi menuju niat untuk menggunakan, dan selanjutnya menuju perilaku penggunaan aktual.

2.1.1.3 Konsep Dasar TAM

Menurut Wicaksono (2022) konsep dasar TAM menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat sistem (*perceived usefulness*). Kedua persepsi tersebut membentuk niat individu untuk menggunakan teknologi (*intention to use*), yang selanjutnya memengaruhi perilaku penggunaan aktual (*usage behaviour*).

Dalam penelitian ini, konstruk yang diadopsi langsung dari *Technology Acceptance Model (TAM)* meliputi persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang dioperasionalkan sebagai persepsi kemudahan, serta *intention to use* yang dioperasionalkan sebagai niat penggunaan. Sementara itu, variabel Persepsi Keamanan Digital dan Literasi Keuangan Syariah merupakan pengembangan dari kerangka TAM yang disesuaikan dengan karakteristik objek penelitian yaitu fitur E-mas BYOND by BSI di Kota Padang.

2.1.1.4 Alasan Pemilihan TAM sebagai Kerangka Teori

TAM dipilih sebagai kerangka teori karena memiliki daya jelaskan yang kuat dengan struktur model yang parsimonious. Wicaksono (2022) menekankan bahwa TAM relevan digunakan untuk berbagai jenis teknologi karena konstruksinya bersifat umum dan dapat disesuaikan dengan konteks sistem yang diteliti. Selain itu, hubungan antarvariabel dalam TAM bersifat jelas dan konsisten sehingga memudahkan perumusan hipotesis dan pengujian empiris.

2.1.2 Niat Penggunaan Menurut Ahli Wicaksono (2022)

2.1.2.1 Pengertian Niat Penggunaan

Menurut Wicaksono (2022), Niat penggunaan dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) dikonseptualisasikan sebagai *intention to use*, yaitu kecenderungan individu untuk menggunakan suatu teknologi secara sadar dan terencana. Penulis menjelaskan bahwa niat penggunaan merupakan bentuk niat subjektif yang muncul setelah individu mengevaluasi teknologi yang bersangkutan, baik dari aspek manfaat maupun kemudahan penggunaannya. Dengan demikian, niat penggunaan tidak muncul secara spontan, melainkan melalui proses kognitif yang melibatkan pertimbangan rasional terhadap sistem yang akan digunakan.

Lebih lanjut, niat penggunaan berperan sebagai penghubung antara sikap individu terhadap teknologi dan perilaku penggunaan yang nyata. Dalam kerangka TAM, niat penggunaan dipengaruhi secara langsung oleh *perceived usefulness* dan *perceived ease of*

use, yang selanjutnya mendorong terbentuknya *usage behavior*. Dengan kata lain, sekuat apa pun sikap positif seseorang terhadap suatu teknologi, perilaku penggunaan tidak akan terwujud tanpa adanya niat yang telah terbentuk terlebih dahulu melalui evaluasi kognitif terhadap teknologi tersebut.

Dalam konteks aplikasi perbankan digital, niat penggunaan mencerminkan kesiapan psikologis individu untuk menerima serta memanfaatkan sistem dalam kegiatan sehari-hari. Semakin tinggi tingkat niat yang dimiliki, semakin besar kemungkinan teknologi tersebut digunakan secara konsisten dan berkelanjutan. Oleh karena itu, niat penggunaan menjadi variabel kunci dalam menjelaskan keberhasilan adopsi suatu teknologi dan efektivitas pemanfaatannya dalam praktik.

2.1.2.2 Karakteristik Niat penggunaan

Niat penggunaan memiliki karakteristik utama berupa dorongan internal untuk memanfaatkan teknologi secara sukarela. Wicaksono (2022) menjelaskan bahwa niat tidak muncul karena tekanan eksternal, melainkan sebagai hasil kesadaran individu terhadap manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh sistem. Hal ini menunjukkan bahwa niat bersifat intrinsik dan sangat bergantung pada persepsi pengguna terhadap teknologi.

Karakteristik berikutnya adalah orientasi niat terhadap masa depan. Individu yang memiliki niat penggunaan cenderung menunjukkan kecenderungan untuk memanfaatkan teknologi tidak hanya saat ini, tetapi juga di masa mendatang. Dengan kata lain, niat mencerminkan kesinambungan antara pengalaman saat ini dengan rencana penggunaan di kemudian hari.

Selain itu, niat penggunaan juga ditandai dengan kesiapan perilaku. Individu yang memiliki niat terhadap suatu teknologi lebih terdorong untuk mencoba fitur-fitur baru, mengeksplorasi sistem, dan mengintegrasikannya ke dalam aktivitas rutin. Karakteristik ini menunjukkan bahwa niat tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga berimplikasi pada tindakan nyata dalam penggunaan teknologi.

2.1.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan

Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), niat penggunaan (*intention to use*) dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang berasal dari persepsi individu maupun lingkungan sosialnya. Faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana individu meyakini bahwa suatu teknologi mudah dipelajari dan dioperasikan. Apabila individu memandang teknologi sebagai sesuatu yang sederhana, tidak rumit, dan tidak memerlukan usaha yang besar untuk digunakan, maka individu tersebut cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakannya. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, semakin kuat niat individu untuk menggunakan teknologi tersebut.

2. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan mengacu pada sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja, efektivitas, atau kualitas aktivitas yang dilakukan. Jika individu menilai bahwa teknologi memberikan manfaat nyata dan membantu mencapai

tujuan tertentu, maka kecenderungan individu untuk berniat menggunakan teknologi tersebut akan semakin besar.

3. Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup pengaruh dari lingkungan sekitar individu, seperti pendapat orang lain, norma sosial, dan perilaku kelompok sosial tertentu. Ketika individu melihat bahwa orang-orang di sekitarnya menggunakan teknologi tersebut dan memperoleh manfaat darinya, hal ini dapat mendorong terbentuknya niat untuk ikut menggunakan teknologi tersebut.

4. Faktor Personal

Faktor personal berkaitan dengan karakteristik internal individu, seperti kepribadian, sikap terhadap perubahan, tingkat kepercayaan diri, serta kecenderungan mencoba hal baru. Individu yang terbuka terhadap inovasi, memiliki rasa ingin tahu tinggi, dan percaya pada kemampuannya sendiri cenderung lebih mudah membentuk niat untuk menggunakan teknologi baru dibandingkan individu yang bersikap konservatif terhadap perubahan.

2.1.2.4 Indikator Niat penggunaan Menurut Wicaksono (2022)

Berdasarkan adaptasi konsep *Intention to Use* dalam TAM, niat penggunaan dapat diukur melalui beberapa indikator utama:

1. Keinginan untuk menggunakan teknologi

Indikator ini menggambarkan sejauh mana individu memiliki hasrat dan niat awal untuk memanfaatkan suatu sistem dalam aktivitas sehari-hari. Keinginan tersebut muncul sebagai hasil evaluasi terhadap manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh sistem.

2. Kecenderungan untuk terus menggunakan teknologi di masa depan

Wicaksono (2022) menjelaskan bahwa niat tidak berhenti pada niat awal, tetapi berlanjut pada komitmen jangka panjang. Pengguna yang memiliki niat tinggi akan menunjukkan konsistensi dalam menggunakan sistem, meskipun terdapat alternatif lain yang tersedia.

3. Niat untuk mencoba fitur layanan dan merekomendasikan kepada pihak lain

Indikator ini menunjukkan bahwa individu dengan niat tinggi cenderung ingin mengeksplorasi berbagai layanan di dalam fitur yang tersedia dan berbagi pengalaman dengan orang lain. Hal ini menandakan bahwa niat penggunaan tidak hanya berdampak pada perilaku individu, tetapi juga berpotensi memperluas adopsi teknologi di lingkungan sosial.

2.1.2.5 Relevansi Niat Penggunaan dalam Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI

Dalam konteks perbankan digital, niat penggunaan menjadi indikator penting dalam keberhasilan transformasi layanan berbasis teknologi. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa niat atau niat merupakan tahap awal yang menentukan terbentuknya perilaku penggunaan aktual. Wicaksono (2022) menekankan bahwa tanpa adanya niat, meskipun sistem telah dirancang dengan baik, tingkat pemanfaatan layanan cenderung rendah.

Niat terhadap penggunaan dan investasi emas digital dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap kemudahan dan keamanan layanan. Putri dan Riofita (2025) menunjukkan bahwa kemudahan transaksi, yang tercermin dari fleksibilitas nominal pembelian, integrasi sistem pembayaran digital, dan kemudahan antarmuka, menjadi faktor utama pendorong niat

investasi emas digital. Pribowo dan Fathihani (2023) juga menemukan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital, baik secara parsial maupun simultan dengan variabel lainnya. Namun demikian, tidak semua penelitian menemukan pengaruh kemudahan secara konsisten. Safikri (2025) menunjukkan bahwa meskipun kemudahan transaksi berpengaruh signifikan, keuntungan investasi justru tidak berpengaruh, yang mengindikasikan bahwa pengguna lebih memprioritaskan aspek fungsional dan keamanan dibandingkan potensi keuntungan semata.

Selain kemudahan, aspek keamanan (*security*) juga terbukti menjadi determinan penting dalam membentuk niat terhadap emas digital. Fathihani *et al.* (2023) menemukan bahwa *security* berpengaruh positif terhadap niat berinvestasi emas digital, sedangkan *Perceived Risk* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini diperkuat oleh Safikri (2025) serta Faizah dan Mangole (2025) yang menunjukkan bahwa *security* berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital. Hal ini menegaskan bahwa persepsi keamanan transaksi dan perlindungan data menjadi faktor krusial dalam mendorong individu untuk berniat menggunakan produk emas digital.

Dalam konteks literasi keuangan syariah, Ruswanda *et al.* (2025) menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi Z untuk berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia. Sebaliknya, Zulfayani *et al.* (2023) menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah mahasiswa berimplikasi pada rendahnya niat menggunakan produk dan layanan bank syariah. Meskipun objeknya tidak secara spesifik pada emas digital, temuan ini relevan dalam menjelaskan bahwa pemahaman terhadap prinsip dan mekanisme keuangan syariah merupakan faktor fundamental yang

membentuk niat terhadap produk keuangan syariah, termasuk investasi emas digital berbasis syariah.

2.1.3 Persepsi Kemudahan Menurut Ahli Wicaksono (2022)

2.1.3.1 Pengertian Persepsi Kemudahan

Menurut Wicaksono (2022), Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) adalah sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi dapat dilakukan dengan mudah, tanpa mengalami kesulitan berarti. Konsep ini mencerminkan keyakinan pengguna terhadap kemudahan belajar, kemudahan operasional, serta dukungan dan sumber daya yang tersedia, yang berperan penting dalam membentuk niat penggunaan teknologi.

2.1.3.2 Indikator Persepsi Kemudahan

Wicaksono (2022) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat diukur melalui beberapa indikator utama:

1. Kemudahan Belajar

Persepsi individu mengenai kemudahan mempelajari teknologi baru, termasuk desain antarmuka dan fitur yang mendukung proses pembelajaran.

2. Kemudahan Penggunaan

Persepsi tentang kemudahan menjalankan teknologi setelah dipelajari, mencakup efisiensi, navigasi intuitif, dan minim hambatan saat penggunaan.

3. Ketersediaan Dukungan Teknis

Sejauh mana bantuan teknis tersedia ketika pengguna menghadapi kesulitan, sehingga meningkatkan kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi.

4. Ketersediaan Sumber Daya

Akses terhadap perangkat keras, perangkat lunak, dan jaringan internet yang memadai untuk mendukung pemanfaatan teknologi.

2.1.3.3 Relevansi Persepsi Kemudahan dengan Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI

Menurut Wicaksono (2022), persepsi kemudahan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi niat individu dalam menggunakan suatu layanan berbasis teknologi. Semakin mudah sebuah layanan digunakan, semakin tinggi niat pengguna untuk memanfaatkan fitur tersebut secara aktif. Dalam konteks fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI, hal ini mencakup antarmuka yang mudah dipahami, proses transaksi yang sederhana, serta dukungan teknis yang responsif, yang dapat meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan pengguna. Dengan demikian, persepsi kemudahan menjadi faktor penting yang mendorong niat penggunaan fitur E-mas sebagai instrumen investasi syariah yang praktis dan dapat diakses secara digital.

Persepsi kemudahan merupakan faktor penting dalam mendorong niat terhadap investasi emas digital. Putri dan Riofita (2025) menunjukkan bahwa kemudahan transaksi, yang tercermin dari fleksibilitas nominal pembelian, integrasi pembayaran digital, dan antarmuka yang mudah digunakan, menjadi pendorong utama niat investasi emas digital. Pribowo dan Fathihani (2023) juga menemukan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan

terhadap niat investasi emas digital, baik secara parsial maupun simultan dengan variabel lainnya. Temuan serupa ditunjukkan oleh Safikri (2025), yang menyatakan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital.

Dengan demikian, meskipun konteks penelitian berbeda, persepsi kemudahan secara konsisten muncul sebagai determinan penting dalam membentuk niat terhadap investasi emas digital. Oleh karena itu, pengujian persepsi kemudahan terhadap niat penggunaan Fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI relevan untuk memahami adopsi layanan investasi emas digital dalam konteks perbankan syariah.

2.1.4 Persepsi Keamanan Digital Menurut Ahli Silaen *et al.* (2025)

2.1.4.1 Pengertian Persepsi Keamanan Digital

Menurut Silaen *et al.* (2025), persepsi keamanan digital adalah penilaian atau keyakinan individu mengenai sejauh mana penggunaan layanan perbankan digital dapat berlangsung dengan aman. Konsep ini mencakup perlindungan terhadap data pribadi dan finansial, keandalan sistem, mekanisme menghadapi ancaman siber, serta tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank sebagai institusi penyedia layanan. Persepsi keamanan digital berperan dalam membentuk rasa percaya dan kenyamanan pengguna, yang pada akhirnya memengaruhi niat mereka untuk memanfaatkan layanan digital secara aktif.

2.1.4.2 Indikator Persepsi Keamanan Digital

Berdasarkan adaptasi dari Silaen *et al.* (2025), indikator persepsi keamanan digital dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Perlindungan Data Pribadi dan Finansial

Menggambarkan sejauh mana pengguna menilai bahwa data pribadi dan informasi finansial mereka terlindungi dari akses atau penyalahgunaan yang tidak sah.

2. Keandalan Sistem

Mencerminkan persepsi pengguna bahwa layanan digital beroperasi secara stabil, konsisten, dan minim gangguan yang dapat menghambat transaksi.

3. Kemampuan Menangkal Ancaman Siber

Menunjukkan sejauh mana pengguna menilai bahwa sistem mampu menghadapi ancaman siber, seperti peretasan, phishing, malware, atau penipuan online.

4. Privasi

Keyakinan bahwa data pribadi dikelola dengan aman, mekanisme privasi diterapkan secara efektif, dan tidak disalahgunakan.

5. Kepercayaan terhadap Institusi dan Teknologi

Menggambarkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap bank dan sistem teknologi yang digunakan dalam menjaga keamanan data dan transaksi.

2.1.4.3 Relevansi Persepsi Keamanan Digital dengan Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI

Menurut adaptasi dari Silaen *et al.* (2025), persepsi keamanan digital merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi niat individu dalam menggunakan layanan berbasis teknologi. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna, semakin besar pula niat mereka untuk memanfaatkan layanan tersebut secara aktif. Dalam konteks fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI, persepsi keamanan digital mencakup keyakinan bahwa data pribadi dan informasi finansial terlindungi dengan baik, sistem beroperasi secara andal, serta transaksi berlangsung secara aman dari risiko siber. Kondisi ini meningkatkan rasa aman, kepercayaan, dan kenyamanan pengguna, sehingga persepsi keamanan digital menjadi faktor penting dalam mendorong niat penggunaan fitur E-mas sebagai instrumen investasi syariah berbasis digital.

Beberapa penelitian menegaskan pentingnya persepsi keamanan dalam membentuk niat terhadap investasi emas digital. Fathihani *et al.* (2023) menemukan bahwa *security* berpengaruh positif terhadap niat berinvestasi emas digital, sedangkan *Perceived Risk* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna lebih menekankan pada jaminan keamanan sistem dibandingkan pada persepsi risiko abstrak. Safikri (2025) juga menunjukkan bahwa *security* berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital, bersama dengan kemudahan transaksi dan harga emas. Hal ini mengindikasikan bahwa keamanan transaksi merupakan faktor penting dalam mendorong kepercayaan dan niat pengguna.

Selanjutnya, Faizah dan Mangole (2025) menemukan bahwa secara parsial *security* berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital, meskipun pengetahuan

investasi tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi keamanan sistem dan perlindungan data menjadi determinan utama dalam membentuk niat terhadap produk emas digital. Oleh karena itu, pengujian pengaruh persepsi keamanan digital terhadap niat penggunaan Fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI relevan untuk memahami faktor kepercayaan dalam adopsi layanan investasi emas digital berbasis syariah.

2.1.5 Literasi Keuangan Syariah Menurut Ahli Hidayah (2021)

2.1.5.1 Pengertian Literasi Keuangan Syariah

Menurut Hidayah (2021), literasi keuangan syariah adalah kemampuan individu untuk memahami prinsip-prinsip dan produk keuangan yang sesuai dengan syariah, serta kemampuan membuat keputusan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Literasi ini mencakup pengetahuan, pemahaman, sikap, dan praktik terkait pengelolaan keuangan secara syariah, termasuk pemahaman terhadap instrumen keuangan halal, pengelolaan dana secara bijak, dan pemilihan produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Tingkat literasi keuangan syariah yang baik dapat meningkatkan kesadaran pengguna dalam memanfaatkan layanan keuangan syariah secara tepat dan bertanggung jawab.

2.1.5.2 Indikator Literasi Keuangan Syariah

Berdasarkan adaptasi dari Hidayah (2021), indikator literasi keuangan syariah dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengetahuan Prinsip Keuangan Syariah

Menggambarkan sejauh mana individu memahami prinsip dasar keuangan syariah, seperti larangan riba, gharar, maysir, dan akad-akads syariah (mudharabah, murabahah, wakaf, zakat).

2. Pemahaman Produk dan Layanan Keuangan Syariah

Menunjukkan kemampuan individu mengenali dan membedakan produk serta layanan keuangan syariah dari konvensional, termasuk tabungan, pembiayaan, dan investasi berbasis syariah.

3. Sikap dan Kesadaran terhadap Nilai Syariah

Mencerminkan sejauh mana individu menilai pentingnya nilai-nilai Islam dalam pengelolaan keuangan, seperti memilih produk halal, menghindari riba, dan memprioritaskan kehalalan dalam pengambilan keputusan finansial.

4. Kemampuan Perencanaan dan Manajemen Keuangan Berbasis Syariah

Menunjukkan kemampuan individu dalam membuat anggaran, menabung, berinvestasi, dan menggunakan layanan keuangan syariah secara tepat dan efisien.

5. Kesadaran dan Inklusi terhadap Layanan Keuangan Syariah

Menggambarkan sejauh mana individu mengenal, menggunakan, dan mempercayai institusi atau produk keuangan syariah sebagai bagian dari pengelolaan keuangan pribadi.

2.1.5.3 Relevansi Literasi Keuangan Syariah dengan Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI

Berdasarkan Hidayah (2021), literasi keuangan syariah merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi kecenderungan masyarakat dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis prinsip syariah. Pemahaman yang memadai mengenai konsep, manfaat, serta aspek kehalalan produk keuangan, termasuk instrumen investasi digital, mendorong munculnya rasa percaya dan kenyamanan dalam menggunakan Fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI. Oleh karena itu, Literasi Keuangan Syariah dapat dipandang sebagai variabel penting yang berperan dalam membentuk niat individu terhadap penggunaan Fitur E-mas sebagai sarana investasi yang aman, mudah diakses, dan sesuai dengan prinsip syariah.

Beberapa penelitian terdahulu menegaskan peran penting literasi keuangan syariah dalam membentuk niat penggunaan layanan keuangan digital berbasis syariah. Zulfayani *et al.* (2023) menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah mahasiswa berdampak pada rendahnya niat mereka menggunakan produk dan layanan perbankan syariah. Selanjutnya, Syamsuri dan Noor (2023) menemukan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah, namun secara simultan bersama perencanaan keuangan dan kesadaran aspek syariah, variabel ini memberikan pengaruh signifikan.

Beberapa penelitian terdahulu menegaskan pentingnya literasi keuangan syariah dalam membentuk niat terhadap produk keuangan berbasis syariah. Zulfayani *et al.* (2023) menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah mahasiswa berdampak pada rendahnya niat mereka menggunakan produk dan layanan bank syariah. Temuan ini

mengindikasikan bahwa keterbatasan pemahaman terhadap prinsip, mekanisme, dan keunggulan sistem syariah menjadi hambatan dalam pembentukan niat penggunaan.

Selanjutnya, Ruswanda *et al.* (2025) menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi Z untuk berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah, semakin besar kecenderungan individu untuk berniat menggunakan produk investasi emas berbasis syariah. Dengan demikian, literasi keuangan syariah berperan sebagai faktor fundamental dalam mendorong niat penggunaan produk emas digital dalam konteks perbankan syariah.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu disajikan untuk mengkaji dan merangkum hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian. Menurut Sugiyono (2023), kajian ini bertujuan untuk mengetahui posisi penelitian yang dilakukan, mengidentifikasi persamaan dan perbedaan variabel serta metode penelitian, dan menjadi dasar dalam penyusunan kerangka pemikiran serta perumusan hipotesis. Ringkasan penelitian terdahulu tersebut disajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan perbandingan dan analisis.

Tabel 3. Tinjauan Penelitian Terdahulu

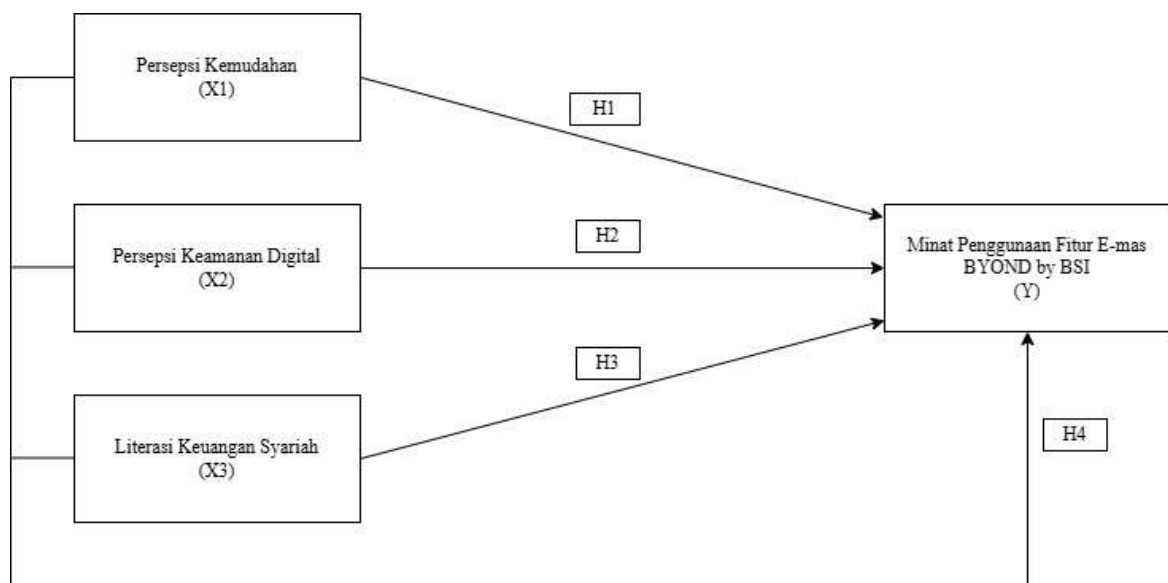
No	Penulis	Judul	Variabel	Metode	Hasil Penelitian
1.	Kurniawan <i>et al.</i> (2023)	Norma Subyektif dalam Penerimaan Aplikasi Emas Digital dengan Menggunakan Model TAM	X = Norma Subyektif (SN), Y1 = Persepsi Kebermanfaatan (PU), Y2 = Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEU)	Kuantitatif (kuesioner)	Norma subyektif berpengaruh positif terhadap persepsi kebermanfaatan (PU), tetapi tidak berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan (PEU), karena responden menilai kerabat dan rekan sejawat kurang informatif dalam menjelaskan cara penggunaan aplikasi emas digital.
2.	Putri & Riofita (2025)	Dampak Kemudahan Transaksi terhadap Niat Investasi Emas Digital di Tokopedia	X = Kemudahan Transaksi Y = Niat Investasi Emas Digital	Kualitatif deskriptif (wawancara)	Kemudahan transaksi, yang ditunjukkan melalui pembelian nominal kecil, integrasi pembayaran digital, dan antarmuka yang user-friendly, menjadi faktor utama pendorong niat investasi emas digital. Meskipun terdapat kendala seperti spread harga yang tinggi dan keterbatasan lintas platform, rasa aman, nyaman, dan kepercayaan terhadap Tokopedia tetap memperkuat niat investor.
3.	Pribowo & Fathihani, (2023)	Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, dan Sistem Pembayaran terhadap Niat Investasi Emas Digital pada Generasi Milenial (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Dian Nusantara Jakarta)	X1 = Pengetahuan X2 = Kemudahan X3 = Sistem Pembayaran Y = Niat Investasi Emas Digital	Kuantitatif (kuesioner)	Secara parsial pengetahuan, kemudahan, dan sistem pembayaran berpengaruh terhadap niat investasi emas digital. Secara simultan ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital.
4.	Juliansyah <i>et al.</i> (2022)	Pengaruh Aplikasi Tabungan Emas Digital (Dinaran) terhadap Niat Investasi Masyarakat Provinsi Kepulauan Bangka Belitung	X = Aplikasi Tabungan Emas Digital (Dinaran) Y = Niat Investasi Masyarakat	Kuantitatif (kuesioner)	Aplikasi tabungan emas digital (Dinaran) berpengaruh terhadap niat investasi masyarakat, sehingga semakin baik persepsi terhadap aplikasi maka semakin tinggi niat investasi.
5.	Fathihani <i>et al.</i> (2023)	Faktor yang Mempengaruhi Niat Berinvestasi Emas Digital	X1 = <i>Knowledge</i> X2 = <i>Security</i> X3 = <i>Perceived Risk</i>	Kuantitatif (kuesioner)	<i>Knowledge</i> dan <i>security</i> berpengaruh positif terhadap niat berinvestasi emas digital,

			Y = Niat Berinvestasi Emas Digital		sedangkan <i>Perceived Risk</i> tidak berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas digital.
6.	Safikri (2025)	Determinan Inovasi Produk Emas Digital terhadap Niat Investasi Emas Digital pada Aplikasi Treasury dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi pada Mahasiswa Generasi Z di Bandar Lampung)	X1 = Kemudahan Transaksi X2 = Keuntungan Investasi X3 = <i>Security</i> X4 = Harga Emas Y = Niat Investasi Emas Digital	Kuantitatif (kuesioner)	Kemudahan transaksi, <i>security</i> , dan harga emas berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital, sedangkan keuntungan investasi tidak berpengaruh signifikan.
7.	Faizah & Mangole (2025)	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Manfaat Investasi, dan Keamanan terhadap Niat Investasi Emas Digital pada Generasi Z	X1 = Pengetahuan Investasi X2 = Manfaat Investasi X3 = <i>Security</i> Y = Niat Investasi Emas Digital	Kuantitatif (kuesioner)	Secara parsial manfaat investasi dan <i>security</i> berpengaruh terhadap niat investasi emas digital, sedangkan pengetahuan investasi tidak berpengaruh. Secara simultan ketiga variabel berpengaruh terhadap niat investasi emas digital dengan nilai R ² sebesar 39,6%
8.	Ruswanda <i>et al.</i> (2025)	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Digital Marketing terhadap Niat Generasi Z Investasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia	X1 = Literasi Keuangan Syariah X2 = Digital Marketing Y = Niat Investasi Cicil Emas	Kuantitatif (kuesioner)	Secara parsial literasi keuangan syariah dan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi cicil emas. Secara simultan kedua variabel juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi generasi Z di BSI.
9.	Zulfayani <i>et al.</i> (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Niat Mahasiswa Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah.	X = Literasi Keuangan Syariah Y = Niat Mahasiswa Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah.	Kualitatif (kuesioner terbuka pada 22 mahasiswa)	Literasi Keuangan Syariah mahasiswa masih rendah sehingga Niat Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah ikut rendah.

Sumber: Tinjauan penelitian terdahulu, diolah peneliti (2026)

2.3 Kerangka Pikir

Menurut Sugiyono (2023), kerangka pikir merupakan susunan pemikiran yang bersifat logis dan sistematis untuk menjelaskan hubungan antarvariabel penelitian yang didasarkan pada teori, konsep, dan temuan penelitian terdahulu. Kerangka pikir digunakan sebagai landasan dalam menentukan arah penelitian serta sebagai dasar dalam perumusan hipotesis yang akan diuji. Melalui kerangka pikir, keterkaitan antara variabel bebas dan variabel terikat dapat dijelaskan secara terstruktur sehingga memudahkan pemahaman terhadap alur penelitian. Kerangka pikir penelitian ini selanjutnya disajikan dalam bentuk diagram untuk memperjelas hubungan antarvariabel yang diteliti.



Keterangan:

—→ = Pengaruh Langsung

Gambar 2. Kerangka Pikir

Sumber: Kerangka pikir, diolah peneliti (2026)

2.4 Pengembangan Hipotesis

Pengembangan hipotesis disusun berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2023), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya masih harus dibuktikan secara empiris. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan melalui kajian teoritis dan temuan empiris sebelumnya yang menunjukkan adanya hubungan atau pengaruh antarvariabel, sehingga dapat diuji secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian.

2.4.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI

Menurut Wicaksono (2022), persepsi kemudahan merefleksikan sejauh mana individu menilai bahwa suatu sistem atau layanan teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan upaya yang rumit. Ketika pengguna merasa bahwa suatu fitur digital mudah dipahami dan dioperasikan, maka hambatan psikologis maupun teknis akan berkurang sehingga kecenderungan untuk mencoba dan menggunakan layanan tersebut menjadi lebih tinggi. Dalam konteks teknologi keuangan, persepsi kemudahan menjadi salah satu pemicu utama munculnya niat adopsi karena pengalaman penggunaan yang praktis dapat meningkatkan kenyamanan dan keyakinan pengguna.

Persepsi kemudahan berperan dalam membentuk niat terhadap investasi emas digital. Putri dan Riofita (2025), Pribowo dan Fathihani (2023), serta Safikri (2025) menunjukkan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital.

Hal ini menegaskan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu determinan penting dalam adopsi produk emas digital.

H1: Persepsi Kemudahan (X1) diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI (Y).

2.4.2 Pengaruh Persepsi Keamanan Digital terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI

Menurut Silaen *et al.* (2025), persepsi keamanan digital merujuk pada keyakinan pengguna bahwa suatu sistem mampu melindungi data pribadi, transaksi, serta aktivitas digital mereka dari risiko penyalahgunaan, kebocoran informasi, maupun ancaman siber. Ketika pengguna merasa bahwa suatu layanan memiliki tingkat keamanan yang memadai, maka rasa percaya akan meningkat dan mendorong mereka untuk lebih bersedia menggunakan layanan tersebut. Dalam konteks layanan keuangan digital, persepsi keamanan digital menjadi elemen penting karena aktivitas transaksi melibatkan informasi sensitif yang memerlukan perlindungan sistem yang kuat.

Beberapa penelitian menegaskan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital. Fathihani *et al.* (2023) menemukan bahwa *security* berpengaruh positif terhadap niat berinvestasi emas digital, sedangkan *Perceived Risk* tidak berpengaruh signifikan. Safikri (2025) juga menunjukkan bahwa *security* berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital. Selanjutnya, Faizah dan Mangole (2025) menemukan bahwa *security* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap niat investasi

emas digital. Hal ini menegaskan bahwa persepsi keamanan merupakan determinan penting dalam membangun kepercayaan dan mendorong niat terhadap produk emas digital.

H2: Persepsi Keamanan Digital (X2) diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI (Y).

2.4.3 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI

Menurut Hidayah (2021), literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu dalam memahami prinsip-prinsip dasar keuangan syariah, termasuk konsep halal dan haram, mekanisme transaksi yang sesuai syariah, produk keuangan syariah, serta manfaat dan risiko yang melekat pada layanan tersebut. Tingkat literasi yang baik memungkinkan seseorang untuk melakukan penilaian yang tepat terhadap suatu produk keuangan digital berbasis syariah, sehingga meningkatkan kepercayaan dan dorongan untuk menggunakannya. Dalam konteks layanan keuangan modern, literasi syariah menjadi fondasi penting bagi pengguna untuk memastikan bahwa layanan yang dipilih sesuai dengan nilai-nilai syariah yang diyakini.

Sejumlah penelitian menegaskan pentingnya literasi keuangan syariah dalam membentuk niat terhadap produk keuangan berbasis syariah. Zulfayani *et al.* (2023) menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah mahasiswa berdampak pada rendahnya niat mereka menggunakan produk dan layanan bank syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa keterbatasan pemahaman terhadap prinsip dan mekanisme keuangan syariah menjadi hambatan dalam pembentukan niat penggunaan.

Selanjutnya, Ruswanda *et al.* (2025) menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi Z untuk berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan syariah, semakin besar kecenderungan individu untuk berniat menggunakan produk investasi berbasis syariah, termasuk emas digital.

H3: Literasi Keuangan Syariah (X3) diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI (Y).

2.4.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan Digital dan Literasi Keuangan Syariah secara Simultan terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI

Niat penggunaan layanan keuangan digital merupakan hasil interaksi berbagai faktor yang memengaruhi persepsi dan keputusan pengguna (Wicaksono, 2022). Dalam konteks fitur E-mas pada aplikasi BYOND by BSI, persepsi kemudahan (X1), persepsi keamanan digital (X2), dan literasi keuangan syariah (X3) diyakini saling melengkapi dalam membentuk niat (Y) pengguna. Persepsi kemudahan membuat layanan lebih mudah dipahami dan dioperasikan, persepsi keamanan digital meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap perlindungan data dan transaksi, sementara literasi keuangan syariah memungkinkan pengguna menilai kesesuaian layanan dengan prinsip syariah yang diyakini. Ketiga variabel ini secara simultan menciptakan dorongan yang lebih kuat bagi pengguna untuk mengadopsi fitur E-mas sebagai layanan investasi emas digital berbasis syariah.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan, keamanan, dan literasi keuangan syariah secara simultan berkontribusi terhadap niat penggunaan emas digital. Pribowo dan Fathihani (2023) menemukan bahwa pengetahuan, kemudahan, dan sistem pembayaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital. Safikri (2025) juga menunjukkan bahwa kemudahan transaksi, *security*, dan harga emas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital.

Selanjutnya, Faizah dan Mangole (2025) menemukan bahwa meskipun secara parsial tidak semua variabel berpengaruh, namun secara simultan pengetahuan investasi, manfaat investasi, dan *security* berpengaruh terhadap niat investasi emas digital. Dalam konteks syariah, Ruswanda *et al.* (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan digital marketing secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi Z untuk berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia. Hal ini menegaskan bahwa niat terhadap emas digital dibentuk oleh kombinasi faktor teknologi, sistem, dan literasi pengguna.

H4: Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Keamanan Digital (X2), dan Literasi Keuangan Syariah (X3) secara simultan diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan Fitur E-mas BYOND by BSI (Y).