



**PERSEPSI GENERASI MILENIAL
PEKALONGAN TERHADAP
INVESTASI SYARIAH (E-MAS) PADA
PLATFORM DIGITAL BYOND BY BSI**



HILYA HANA PUTRI
NIM. 40122146

**PERSEPSI GENERASI MILENIAL
PEKALONGAN TERHADAP INVESTASI
SYARIAH (E-MAS) PADA PLATFORM
DIGITAL BYOND BY BSI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

HILYA HANA PUTRI

NIM. 40122146

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**PERSEPSI GENERASI MILENIAL
PEKALONGAN TERHADAP INVESTASI
SYARIAH (E-MAS) PADA PLATFORM
DIGITAL BYOND BY BSI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Hilya Hana Putri**
NIM : **40122146**
Judul Skripsi : **Persepsi Generasi Milenial Pekalongan
Terhadap Investasi Syariah (E-Mas)
Pada Platform Digital Byond By BSI**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 03 Juni 2026

Yang menyatakan,



Hilya Hana Putri

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Hilya Hana Putri

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya,
maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : **Hilya Hana Putri**

NIM : **40122146**

Judul Skripsi : **Persepsi Generasi Milenial Pekalongan
Terhadap Investasi Syariah (E-Mas)
Pada Platform Digital Byond By BSI**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat
segera dimunaqasahkan. Demikian nota pembimbing ini
dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas
perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 20 Mei 2026
Pembimbing,



Pratomo Cahyo Kurniawan, M.Ak.
NIP. 198907082020121010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H.ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajej Pekalongan, www.fcbi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : **Hilya Hana Putri**
NIM : **40122146**
Judul Skripsi : **Persepsi Generasi Milenial Pekalongan Terhadap Investasi Syariah (E-Mas) Pada Platform Digital Byond By BSI**
Dosen Pembimbing : **Pratomo Cahyo Kurniawan, M.Ak.**

Telah diujikan pada hari Rabu, 24 Juni 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Ahmad Sukron, M.E.I.
NIP 197110152005011003

Penguji II

M. Arif Kurniawan, M.M.
NIP 198606182020121007



Pekalongan, 04 Juli 2026
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. M. Mulya Rafidz Ma'shum, M.Ag
NIP 197806162003121003

MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah:5-6)

“Jangan takut gagal, takutlah karena tidak mencoba”

(Lee Haechan)

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia”

(Hindia ‘Mata Air’)

“Ini akan berlalu, meskipun saat-saat yang sulit datang, Aku bertahan dan berpikir bahwa itu akan berlalu”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan.

Di antara seluruh halaman dalam skripsi ini, lembar persembahan adalah halaman yang paling bermakna, karena di sinilah penulis menitipkan rasa terima kasih yang tidak mampu terucap oleh kata-kata. Bismillahirrahmanirrohim, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kepada pemilik mutlak seluruh zat dan alam semesta, yang mengatur, menguasai, dan berkuasa atas segala sesuatu, Allah SWT., Sang Maha Pemilik Arah. Terima kasih telah Menjadi satu-satunya rumah tempatku pulang saat dunia terasa begitu riuh dan sesak, serta satu-satunya sandaran yang tidak pernah berpaling. Terima kasih telah menjaga waras dan langkahku, bahkan di saat penulis hampir lupa alasan untuk tetap hidup. Nadin Amizah benar adanya, *“Nyamakku nyala karna dengan-Mu”*.
2. Teruntuk cinta pertama sekaligus panutan hidupku, Ayahanda Abdul Wachid dan pintu surgaku Ibunda Siti Khoziyah yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang, pengorbanan dan do'anya kepada anak-anaknya agar sukses dan selamat dunia akhirat. Terima kasih atas cinta yang tak bertepi dan pengorbanan yang tak terhingga.

Meski beliau tak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun beliau telah memberikan segalanya hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Penulis percaya doa-doa beliau lah yang selalu menyelamatkan dan menuntun penulis melewati masa-masa sulit.

3. Teruntuk kakak perempuanku satu-satunya Aena Zuhrotul Fitri, S.Pd.I., Gr. yang terkasih dan tersayang yang telah selalu menyayangiku, memberikan dukungan dan semangat, menghiburku, dan menemani segala proses skripsianku. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup peneliti. Sukses selalu dan semoga bahagia selalu menyertaimu.
4. Teruntuk kakak laki-lakiku satu-satunya Alm Muhammad Alfatun Nazar yang kini sudah berpulang ke Sang Pencipta, yang menjadi alasan aku tidak jadi menyerah. Semoga kamu tenang disisi-Nya dan menjadi cahaya bagi langkah kami di bumi.
5. Almater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak/Ibu dosen UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terutama dosen pembimbingku Bapak Pratomo Cahyo Kurniawan, M.Ak. yang telah ikhlas, sabar, dan tiada henti memberikan ilmu do'a serta mengasuh dan membimbing saya dengan baik.
7. Guru TK-SMK yang telah mengajarkan dan mengarahkan sejak kecil sampai sekarang dalam hal mencari ilmu.
8. Teman-teman yang saya sayangi terlebih 3 orang sahabat baikku yang selalu menemani di kala senang dan sedih selama menempuh kuliah di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

9. Semua pihak dari Bank Syariah Indonesia maupun para masyarakat yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
10. Kepada pemilik tanggal lahir 06 Juni 2000, Lee Donghyeok, dan pemilik tanggal lahir 13 Agustus 2000, Na Jaemin, beserta seluruh 22 member NCT, selaku idola yang menyemangati dan memberi motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini melalui lagu dan karya-karyanya.
11. Untuk seseorang yang belum bisa kutulis dengan jelas namanya di sini, namun sudah tertulis jelas di Lauhul Mahfudz utukku. Terima kasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu bentuk penulis dalam memantaskan diri. Meskipun saat ini penulis tidak tahu keberadaanmu entah di bumi bagian mana dan menggenggam tangan siapa. Seperti kata Bj Habibie “Kalau memang dia dilahirkan untuk saya, kamu jungkir balik pun saya yang dapat”.
12. Last but not least. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada perempuan hebat bernama Hilya Hana Putri, terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah ketika jalan di depan terasa gelap, ketika keraguan terus datang, dan ketika langkah terasa berat untuk diteruskan. Terima kasih karena tetap memilih bangkit dan melanjutkan, walau seringkali tidak tahu pasti kemana arah ini membawa. Terima kasih karena telah menjadi teman paling setia bagi diri sendiri, hadir dalam sunyi, dalam lelah, dalam diam yang penuh tanya, terima kasih karena sudah mempercayai proses, meski hasil belum tentu sesuai harapan. Meski harus menghadapi kegagalan, kebingungan, bahkan perasaan ingin menyerah. Terima kasih karena tetap jujur pada rasa takut, namun

tidak membiarkan rasa takut itu membatasi langkah, karena keberanian bukanlah ketiadaan rasa takut, melainkan keinginan untuk tetap bergerak meski takut masih melekat erat, dan paling penting, terima kasih karena sudah berani memilih. Memilih untuk mencoba, memilih untuk belajar, dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah engkau mulai.



ABSTRAK

PUTRI, HILYA HANA, 2026. Persepsi Generasi Milenial Pekalongan terhadap Investasi Syariah (E-Mas) pada Platform Digital Byond by BSI.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam cara masyarakat mengakses layanan keuangan, termasuk investasi berbasis syariah. Salah satu inovasi yang hadir adalah produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia. Kehadiran layanan ini memberikan kemudahan bagi masyarakat, khususnya generasi milenial, untuk berinvestasi secara praktis dan sesuai prinsip syariah. Namun, di sisi lain masih terdapat perbedaan pemahaman, minat, serta persepsi di kalangan milenial terhadap produk E-Mas tersebut. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana sebenarnya persepsi generasi milenial terhadap layanan investasi emas syariah di platform digital tersebut.

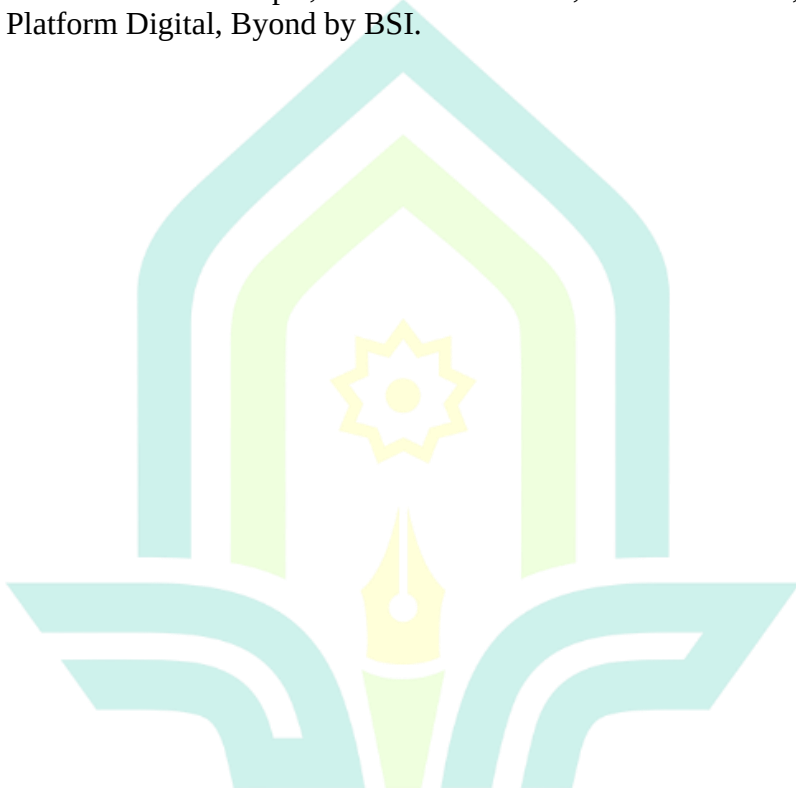
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami persepsi generasi milenial terhadap produk E-Mas pada platform Byond by BSI. Secara lebih rinci, penelitian ini berupaya menggali tingkat pemahaman milenial, minat mereka terhadap produk E-Mas, pandangan terhadap nilai dan manfaat produk E-Mas, serta minat atau kecenderungan dalam menggunakan produk E-Mas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap informan yang terdiri dari generasi milenial, baik yang telah menggunakan maupun yang belum menggunakan produk E-Mas. Analisis data dilakukan secara bertahap melalui proses reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan, sehingga menghasilkan gambaran yang utuh dan mendalam mengenai persepsi informan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial pada umumnya telah memiliki pemahaman dasar mengenai produk E-Mas, namun belum seluruhnya memahami secara mendalam terkait mekanisme dan prinsipnya. Minat terhadap

investasi ini cukup baik, terutama didorong oleh kemudahan akses melalui platform digital dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya investasi. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala seperti kurangnya informasi yang jelas, keterbatasan literasi keuangan syariah, serta adanya keraguan terhadap risiko yang dirasakan oleh sebagian milenial.

Kata Kunci : Persepsi, Generasi Milenial, Produk E-Mas, Platform Digital, Byond by BSI.



ABSTRACT

PUTRI, HILYA HANA, 2026. Pekalongan Millennials' Perceptions of Sharia Investment (E-Mas) on the Byond by BSI Digital Platform.

Advances in digital technology have transformed the way people access financial services, including Sharia-based investments. One such innovation is the E-Mas product on the Byond by BSI digital platform, developed by Bank Syariah Indonesia. This service makes it easier for the public—especially millennials—to invest conveniently and in accordance with Sharia principles. However, there are still differences in understanding, interest, and perception among millennials regarding the E-Mas product. This raises the question of how millennials actually perceive Sharia-compliant gold investment services on this digital platform.

This study aims to identify and understand millennials' perceptions of the E-Mas product on the Byond by BSI platform. More specifically, this study seeks to explore millennials' level of understanding, their interest in the E-Mas product, their views on the value and benefits of the E-Mas product, as well as their interest or tendency to use the E-Mas product.

The method used in this study was a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation of informants consisting of millennials, both those who have used and those who have not used E-Mas products. Data analysis was conducted in stages through the processes of data reduction, data presentation, and drawing conclusions, resulting in a comprehensive and in-depth understanding of the informants' perceptions.

The research findings indicate that millennials generally have a basic understanding of the E-Mas product, but do not yet fully grasp its mechanisms and principles. Interest in this investment is quite strong, driven primarily by easy access via digital platforms and growing awareness of the importance of investing. Nevertheless, several obstacles remain, such as a

lack of clear information, limited knowledge of Islamic finance, and concerns about risk among some millennials.

Keywords: Perception, Millennial Generation, E-Mas products, Digital Platform, Byond by BSI.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. H.A.M. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Dr. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Bapak Pratomo Cahyo Kurniawan, M.AK. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Bapak Syamsuddin, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang tidak hentinya memberikan masukan motivasi untuk penyusunan usulan penelitian hingga skripsi

7. Bapak Ahmad Sukron, M.E.I. dan Bapak M. Arif Kurniawan, M.M. selaku dosen penguji
8. Pihak Bank Syariah Indonesia serta para informan yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan
9. Teruntuk kedua orang tuaku, Ayahanda Abdul Wachid dan Ibunda Siti Ghoziyah
10. Teruntuk kedua kakakku, Aena Zuhrotul Fitri dan Muhammad Alfatun Nazar
11. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 3 Juni 2026



Hilya Hana Putri

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI	xvi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xxvii
DAFTAR LAMPIRAN	xxviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II	12
LANDASAN TEORI	12
A. Landasan Teori	12
B. Telaah Pustaka.....	31

C. Kerangka Berpikir	37
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
A. Metode Penelitian	41
BAB IV	45
PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Lokasi / Subjek Penelitian	45
B. Data dan Pembahasan	48
1) Pemahaman Generasi Milenial mengenai Produk E-Mas pada Platform Digital Byond by BSI.	64
2) Pandangan Generasi Milenial terhadap Peran dan Nilai Manfaat Produk E-Mas pada Platform Digital Byond by BSI.	69
3) Minat atau Kecenderungan Generasi Milenial untuk Menggunakan Produk E-Mas sebagai Sarana Investasi berbasis Syariah.	73
BAB V	82
PENUTUP	82
A. Simpulan	82
B. Saran	84
C. Keterbatasan Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan berdasar pada hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia no. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia no. 0543 b/U/ 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang belum diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

A. Konsonan

Fonem-konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	Ĥ	Ha (dengan titik bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha

د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... يَ	Fathah dan Ya	Ai	A dan I

... وَ	Fathah dan Wau	Au	A dan U
--------	-------------------	----	---------

Contoh :

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- fa'ala
ذُكِرَ	- zukira
يَذْهَبُ	- yaẓhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَؤُلَ	- haula

C. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
... اَ ...	Fathah dan alif atau ya	A	A dan garis di atas
... يَ	Kasrah dan ya	I	I dan garis di atas
... وَ	Dhammah dan wau	U	U dan garis di atas

Contoh :

قَالَ	- qāla
-------	--------

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - rauḍah al-atfāl

- rauḍatulatfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah

- al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةُ - talḥah

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ	- Nazzala
الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-ḥajj

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterate-rasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterate-rasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu

الْبَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuḏūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْءٍ	- syai'un
إِنَّ	- Inna
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَلْ	- akala

H. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَأَنَّ اللَّهَ هُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn
---	----------------------------------

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn Wa auf al-kaila wa-almīzān Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīm al-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ تَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhimajrehāwamursahā
وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَجُّ الْبَيْتِ	Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistatā’a ilaihi sabīla
مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistatā’a ilaihi sabīlā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ	Inna awwalabaitinwuḍi’alinnāsilall
لِلَّذِي بَيْنَكَ مُبَارَكًا	ażībibakkatamubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ	Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fih al-Qur’ānu
الْقُرْآنُ	Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fihil Qur’ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ	Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn
	Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn
	Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Naṣrunminallāhiwafathunqarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amrujamī'an
	Lillāhil-amrujamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāhabikullisyai'in 'alīm

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

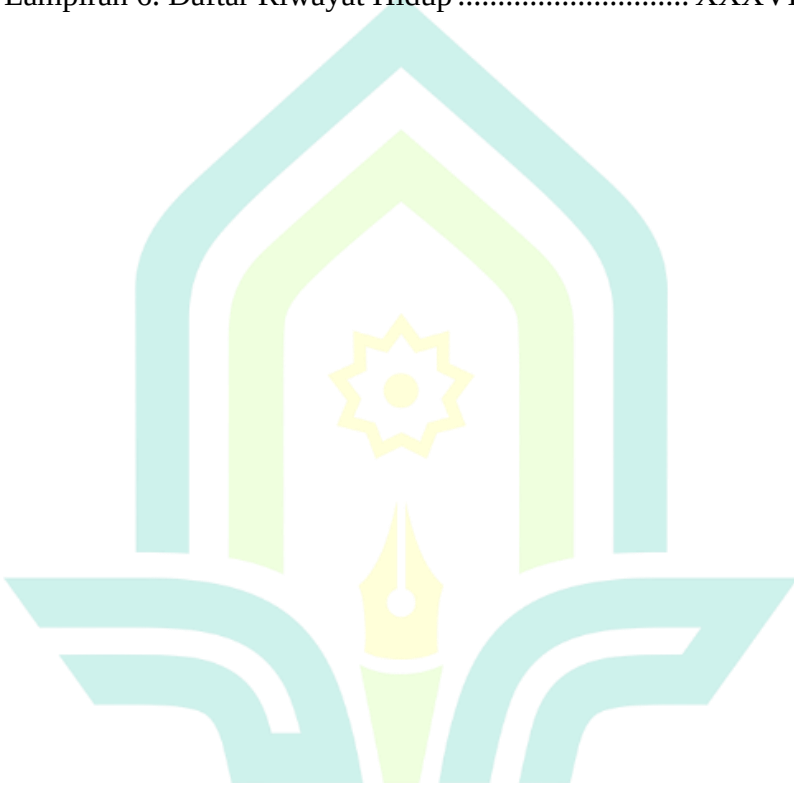
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan Kerangka Berpikir	40
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengantar Penelitian	VIII
Lampiran 2. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian IX	
Lampiran 3. Instrumen Pengumpulan Data	X
Lampiran 4. Hasil Wawancara	XII
Lampiran 5. Dokumentasi	XXXII
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	XXXVI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi dan digitalisasi yang terus berkembang, perekonomian dunia bergerak cepat melalui proses liberalisasi, integrasi pasar, dan kemajuan teknologi finansial. Sistem ekonomi konvensional yang menekankan pertumbuhan kuantitatif dan efisiensi pasar mengalami tantangan besar terkait stabilitas, keadilan sosial, dan keberlanjutan. Dalam konteks tersebut, muncul gagasan alternatif yaitu sistem ekonomi syariah yang menawarkan prinsip-prinsip keuangan dan usaha berdasarkan nilai-nilai keadilan, larangan riba, transparansi, serta pembagian risiko dan keuntungan yang lebih adil (Wulandari & Nisa, 2024).

Ekonomi Syariah di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat muslim untuk menggunakan produk keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam. Hal ini tidak lepas dari fakta bahwa Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, sehingga kebutuhan akan sistem ekonomi yang selaras dengan syariah menjadi semakin kuat (Santi, 2019). Perkembangan tersebut tercermin dalam semakin beragamnya lembaga keuangan syariah dan produk-produk investasi yang ditawarkan, termasuk saham syariah, sukuk negara, dan juga emas syariah yang hingga kini masih dianggap sebagai salah satu instrumen investasi paling aman dan stabil (Fazri et al., 2023).

Emas telah lama dikenal sebagai instrumen investasi jangka panjang yang bernilai tinggi serta relatif

rendah risiko, karena tidak terpengaruh secara langsung oleh inflasi dan kebijakan moneter. Harga emas cenderung stabil bahkan cenderung meningkat dari waktu ke waktu, menjadikannya pilihan yang populer di kalangan masyarakat untuk melindungi aset maupun sebagai tabungan jangka panjang (Nudia, 2022). Di sisi lain, transformasi digital yang pesat turut mendorong lahirnya platform investasi berbasis aplikasi yang membuat investasi emas semakin mudah diakses (Kamal & Apriani, 2022).

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas investasi, karena menyediakan sarana dan prasarana yang praktis, cepat, dan efisien untuk melakukan transaksi secara daring (Kumala, 2022). Perkembangan teknologi digital mendorong lembaga keuangan untuk menghadirkan inovasi layanan berbasis digital, termasuk investasi emas digital yang mulai banyak ditawarkan melalui berbagai platform. Kondisi ini menunjukkan bahwa investasi emas tidak lagi hanya dilakukan melalui cara konvensional, tetapi juga mulai berkembang melalui berbagai layanan digital yang menawarkan kemudahan akses bagi masyarakat.

Beberapa platform digital seperti Tokopedia Emas, Shopee Emas, maupun layanan investasi digital lainnya menjadi contoh perubahan pola masyarakat dalam melakukan investasi emas (Arafat & Krismono, 2022). Inovasi teknologi ini tidak hanya membuat layanan menjadi lebih mudah diakses, tetapi juga menjadi salah satu fenomena yang menarik perhatian masyarakat terutama dari kalangan muda seperti generasi milenial untuk mengenal dan mempertimbangkan investasi berbasis digital (Rif'ah, 2024). Perkembangan berbagai

platform investasi digital tersebut juga mendorong lembaga keuangan syariah untuk menghadirkan layanan yang mampu menggabungkan kemudahan teknologi dengan prinsip-prinsip syariah.

Inovasi digital dalam layanan keuangan syariah juga tercermin dari hadirnya Byond by BSI, sebuah aplikasi perbankan syariah yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia sebagai transformasi dari BSI Mobile. Aplikasi ini tidak hanya menawarkan kemudahan transaksi perbankan, tetapi juga menghadirkan pengalaman yang lebih personal dan interaktif melalui desain antarmuka yang modern dan fitur yang beragam (Halimah et al., 2025). Inovasi ini mencerminkan strategi BSI untuk menjawab kebutuhan generasi milenial yang cenderung mengutamakan kepraktisan, keamanan, dan layanan yang selaras dengan nilai religiusitas, sehingga menjadikan Byond sebagai platform potensial dalam mendorong minat investasi emas syariah secara digital (Salsabila et al., 2025).

Melalui layanan digitalnya, BSI menghadirkan fitur E-Mas yang memungkinkan masyarakat melakukan investasi emas secara digital melalui platform Byond by BSI. Fitur tersebut menjadi salah satu bentuk pengembangan layanan investasi emas yang menggabungkan kemudahan teknologi dengan prinsip investasi berbasis syariah. Fitur E-Mas pada layanan digital BSI merupakan inovasi transaksi emas yang dikembangkan untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan transaksi emas sekaligus tetap memperhatikan konsep maqashid syariah (Arfarizan, 2023).

Kehadiran E-Mas pada Byond by BSI memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin mulai berinvestasi

emas tanpa harus melakukan transaksi secara langsung melalui kantor cabang. Melalui layanan digital tersebut, pengguna dapat melakukan pembelian emas dengan lebih fleksibel sesuai kebutuhan. Investasi emas melalui Byond by BSI dilakukan melalui beberapa tahapan digital, yaitu memilih fitur investasi, menentukan nominal pembelian emas, melakukan verifikasi data, menyetujui akad dan ketentuan yang berlaku, kemudian menyelesaikan transaksi melalui PIN sehingga pengguna dapat mulai melakukan investasi emas secara digital (Hidayati & Wardiningsih, 2026). Kehadiran layanan tersebut berkaitan erat dengan perubahan perilaku masyarakat dalam mengenal dan melakukan investasi emas, dari sistem konvensional menuju layanan berbasis digital yang lebih praktis dan mudah diakses. Salah satu kelompok masyarakat yang memiliki karakteristik tersebut adalah generasi milenial.

Generasi milenial menempati posisi penting dalam struktur demografi Indonesia. Berdasarkan data BPS, jumlah penduduk milenial dengan rentang usia 29–44 tahun mencapai lebih dari 64 juta jiwa atau sekitar 22,7% dari total penduduk Indonesia (BPS, 2025). Kelompok usia ini berada pada fase produktif, dengan sebagian besar sudah mulai bekerja, ada yang merintis karier, dan sebagian lainnya masih menempuh pendidikan (Hamonangan & Wisuda, 2022). Kondisi ini menjadikan milenial sebagai segmen yang potensial dalam perkembangan ekonomi, termasuk dalam aktivitas investasi, sebab mereka memiliki akses, energi, dan peluang yang lebih besar untuk terlibat dalam kegiatan finansial modern (Hamonangan & Wisuda, 2022).

Kedekatan generasi milenial dengan teknologi digital menjadikan kelompok ini memiliki pengalaman dan

pandangan yang beragam dalam menerima layanan investasi berbasis aplikasi. Bursa Efek Indonesia mencatat bahwa mayoritas investor pasar modal saat ini berasal dari kelompok usia di bawah 40 tahun. Generasi ini dikenal sebagai *digital native* yang akrab dengan perangkat teknologi sejak dini dan memiliki kecenderungan memilih layanan yang praktis, cepat, dan fleksibel (Liviana & Munawaroh, 2022). Oleh karena itu, generasi milenial menjadi kelompok yang menarik untuk dikaji dalam memahami bagaimana mereka memandang investasi emas syariah digital.

Generasi milenial dipilih sebagai subjek penelitian ini karena pada tahun 2025 generasi tersebut, yang umumnya berusia antara 29-44 tahun, sudah banyak yang bekerja dan berada dalam fase kehidupan produktif dan memiliki kedekatan dengan perkembangan teknologi digital, sehingga cenderung mencari investasi yang aman, stabil, dan minim risiko seperti investasi emas, dan menjadi kelompok yang menarik untuk melihat bagaimana mereka memahami dan memandang layanan investasi emas syariah berbasis digital (Liviana & Munawaroh, 2022).

Meskipun layanan investasi emas digital menawarkan berbagai kemudahan, keberadaan layanan tersebut tidak secara otomatis membuat seluruh masyarakat memiliki pemahaman dan pandangan yang sama terhadap penggunaannya. Pemahaman mengenai manfaat emas sebagai aset jangka panjang menjadi salah satu hal yang dapat membentuk pandangan generasi milenial terhadap investasi emas digital (Rosiyani & Hasyim, 2021). Namun, di balik antusiasme tersebut, masih terdapat keraguan terkait keamanan dan keaslian platform investasi emas syariah yang tersedia secara

digital. Salah satu sumber ketidakpercayaan datang dari kekhawatiran terhadap sertifikasi syariah dan potensi risiko teknologi seperti kebocoran data atau ketidaktransparanan operasional (Rezaldo et al., 2025).

Lebih jauh lagi, aspek religiusitas menjadi salah satu pertimbangan yang dapat muncul dalam cara generasi milenial memandang kesesuaian investasi emas dengan prinsip syariah. Sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku turut mempengaruhi keputusan mereka untuk berinvestasi di instrumen emas syariah (Akbar, 2024). Ditambah lagi, meski teknologi digital menawarkan kecepatan dan kemudahan, belum semua platform investasi mampu memberikan jaminan penuh terhadap aspek keamanan transaksi dan perlindungan konsumen, yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat kepercayaan investor (Iswanti et al., 2024). Sementara itu, secara umum, literasi keuangan juga berperan penting dalam membentuk minat investasi baik pada produk konvensional maupun syariah (Fadilah et al., 2022).

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji mengenai perilaku investasi generasi muda, namun masih bersifat umum. Fadilah et al., (2022) melalui studi literatur menyoroti faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi generasi Z dan milenial secara global, tanpa spesifikasi pada instrumen syariah atau platform digital. Demikian pula, Rahadi & Stevanus, (2020) membahas persepsi milenial terhadap berbagai instrumen investasi seperti emas, saham, dan properti, namun belum menyinggung aspek syariah maupun risiko teknologi digital. Oleh karena itu, kajian khusus mengenai persepsi generasi milenial terhadap investasi emas syariah di

platform digital masih terbatas dan perlu diteliti lebih lanjut.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami bagaimana generasi milenial memandang investasi emas syariah melalui platform digital. Dari sisi praktis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi lembaga keuangan syariah dan penyedia platform digital dalam merancang layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Dari sisi akademis, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai ekonomi syariah, khususnya terkait perilaku investasi generasi milenial dalam konteks digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi generasi milenial terhadap investasi emas syariah di platform digital. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana generasi milenial memahami, memberikan penilaian, serta membentuk pandangan terhadap penggunaan E-Mas sebagai layanan investasi emas syariah digital.

B. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana pemahaman generasi milenial mengenai produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI?
- 2) Bagaimana pandangan generasi milenial terhadap peran dan nilai manfaat produk E-Mas pada platform Byond by BSI sebagai sarana investasi berbasis syariah?
- 3) Bagaimana minat atau kecenderungan generasi milenial untuk menggunakan produk E-Mas sebagai sarana investasi berbasis syariah?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi

yang konkret untuk meningkatkan literasi masyarakat mengenai investasi syariah maupun digital.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus, pembahasan dalam penelitian ini dibatasi pada beberapa aspek utama berkaitan dengan investasi emas syariah digital. Adapun batasan masalah yang diterapkan adalah :

1. Penelitian ini berfokus pada generasi milenial kelahiran 1981-1996 yang berdomisili di wilayah Pekalongan baik Kota maupun Kabupaten dan memiliki ketertarikan atau pengalaman dalam investasi emas syariah digital. Jenis investasi yang dibahas dalam penelitian dibatasi pada produk E-Mas dalam platform digital Byond by BSI.
2. Fokus penelitian ini adalah diarahkan pada pemahaman, pandangan, dan minat atau kecenderungan generasi milenial terhadap investasi emas syariah melalui produk E-Mas di platform Byond by BSI, mencakup bagaimana mereka memahami konsepnya, menilai manfaat serta perannya, dan memaknai niat dan minat penggunaan (baik sebagai pengguna maupun calon pengguna).
3. Penelitian dilakukan dalam lingkup wilayah Pekalongan dengan pemilihan informan yang relevan terhadap fenomena yang dikaji. Responden dipilih berdasarkan kriteria usia, ketertarikan terhadap investasi syariah, dan keterjangkauan dalam proses pengumpulan data.
4. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dan dokumentasi. Pendekatan kuantitatif

atau analisis statistik terhadap data besar tidak akan dilakukan dalam penelitian ini.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1) Tujuan Penelitian

- a. Mengidentifikasi pemahaman generasi milenial mengenai produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI.
- b. Menganalisis pandangan generasi milenial terhadap peran dan nilai manfaat produk E-Mas di platform Byond by BSI.
- c. Menggali dan memahami minat atau kecenderungan generasi milenial dalam menggunakan produk E-Mas sebagai sarana investasi berbasis syariah.

2) Manfaat Penelitian

a) Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi dan keuangan syariah, khususnya mengenai pemahaman dan persepsi generasi milenial terhadap investasi emas syariah berbasis digital. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai perilaku dan pandangan generasi muda terhadap instrumen investasi syariah di era digital, serta memberikan perspektif baru mengenai bagaimana pemahaman, pandangan, dan minat generasi milenial membentuk persepsi mereka terhadap produk investasi syariah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji tema serupa, terutama dalam konteks pengembangan

produk keuangan syariah digital dan perilaku generasi muda terhadap inovasi keuangan berbasis prinsip Islam.

b) Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI), masyarakat milenial, serta lembaga pendidikan. Bagi BSI, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang strategi pemasaran, edukasi, dan pengembangan produk E-Mas agar lebih sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan generasi muda. Bagi masyarakat, khususnya generasi muda, penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya investasi syariah, serta memperkenalkan kemudahan dan keamanan berinvestasi emas melalui platform digital yang sesuai prinsip syariah. Sementara bagi akademisi dan lembaga pendidikan, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan studi kasus dalam pengajaran dan pengembangan ilmu ekonomi serta keuangan syariah di masa mendatang.

E. Sistematika Pembahasan

Agar penelitian ini tersusun secara sistematis dan mudah dipahami, maka proposal skripsi ini dibagi ke dalam beberapa bab dengan uraian sebagai berikut.

Bab I: Pendahuluan, bab ini berisi gambaran awal penelitian yang mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

Bab II: Landasan Teori, bab ini membahas berbagai teori dan konsep yang mendukung penelitian, termasuk

teori mengenai literasi keuangan dan teori keputusan investasi, teori kepercayaan, serta teori kepatuhan syariah. Selain itu, bab ini juga mengulas penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan untuk memperkuat dasar teori penelitian.

Bab III: Metode Penelitian, bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, mencakup jenis penelitian, pendekatan yang digunakan, lokasi dan subjek penelitian, sumber data, serta teknik pengumpulan data. Selain itu, bab ini juga menguraikan analisis keabsahan data dan metode analisis data yang digunakan untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan, serta sistematika penulisan skripsi agar pembahasan lebih terstruktur.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini kemudian dianalisis untuk memahami persepsi generasi milenial terkait investasi emas syariah digital. Selain itu, dalam bab ini juga dilakukan pembahasan terhadap temuan penelitian dengan mengaitkannya pada teori yang telah diuraikan sebelumnya.

Bab V: Kesimpulan dan Saran, bab terakhir ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, yang merangkum temuan utama serta implikasi penelitian terhadap persepsi generasi milenial. Selain itu, bab ini juga memberikan saran bagi lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan transparansi dan edukasi, pengembang platform untuk meningkatkan fitur dan keamanan, serta peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dengan cakupan dan metode yang lebih luas.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu teori yang banyak digunakan untuk memahami bagaimana seseorang menerima dan menggunakan suatu teknologi baru. Model ini pertama kali dikembangkan oleh Davis (1989) yang merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Davis, 1989). TAM menjelaskan bahwa penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi dapat dipahami melalui bagaimana pengguna memberikan penilaian terhadap keberadaan teknologi tersebut, terutama berkaitan dengan manfaat yang dirasakan serta kemudahan dalam penggunaannya (Sunaryanto & Priyono, 2025).

Dalam penelitian berbasis teknologi, TAM digunakan untuk melihat bagaimana pengalaman dan persepsi pengguna terbentuk ketika berinteraksi dengan suatu sistem digital. Penerimaan teknologi tidak hanya dilihat dari apakah seseorang menggunakan atau tidak menggunakan suatu alayanan, tetapi juga bagaimana pengguna memahami fungsi, manfaat, serta kemudahan yang diberikan oleh teknologi tersebut. Dengan demikian, TAM dapat digunakan sebagai kerangka untuk menggambarkan persepsi pengguna dalam menerima suatu inovasi teknologi berdasarkan pengalaman dan pemahaman mereka terhadap layanan yang digunakan (Sunaryanto & Priyono, 2025).

Konsep dasar TAM berangkat dari pemikiran bahwa pengguna akan menerima sebuah teknologi apabila teknologi dianggap mampu memberikan nilai manfaat dan dapat digunakan dengan cara yang mudah dipahami. Davis menjelaskan bahwa terdapat dua konsep utama dalam TAM, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Kedua konsep tersebut menjadi dasar dalam memahami bagaimana seseorang memberikan penilaian terhadap suatu teknologi berdasarkan pengalaman penggunaan serta pandangan pribadi pengguna terhadap teknologi tersebut (Sunaryanto & Priyono, 2025).

Konsep pertama dalam TAM yaitu *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan menggambarkan bagaimana pengguna memahami manfaat dari suatu teknologi dalam membantu aktivitas yang dilakukan (Davis, 1989). Persepsi kegunaan tidak hanya berkaitan dengan fungsi teknologi secara umum, tetapi juga bagaimana pengguna merasakan nilai atau manfaat yang diperoleh setelah menggunakan layanan tersebut (Sutrisno et al., 2020). Dalam konteks ini, persepsi kegunaan dapat dilihat melalui bagaimana generasi milenial memahami keberadaan E-Mas pada platform Byond by BSI sebagai sarana investasi emas syariah, baik dari sisi kemudahan dalam melakukan investasi maupun manfaat yang mereka rasakan dalam memenuhi kebutuhan investasi (Arbaian et al., 2025).

Konsep kedua yaitu *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan menjelaskan bagaimana pengguna memandang tingkat kemudahan suatu teknologi untuk dipahami dan digunakan (Tarihoran et al., 2025). Suatu layanan digital dapat

diterima apabila pengguna merasa bahwa proses penggunaan, fitur, serta mekanisme yang tersedia dapat dipahami sesuai dengan kemampuan mereka. Sebaliknya, apabila pengguna mengalami kesulitan dalam memahami sistem teknologi tersebut, maka hal tersebut dapat menjadi bagian dari pengalaman pengguna yang membentuk persepsinya terhadap layanan tersebut (Sutrisno et al., 2020).

Selain dua konsep utama tersebut, perkembangan TAM juga memperkenalkan beberapa aspek lain yang berkaitan dengan penerimaan teknologi, seperti *attitude toward using* (sikap terhadap penggunaan), *behavioral intention to use* (niat menggunakan), serta kepercayaan (*trust*) terhadap teknologi. Aspek-aspek tersebut menggambarkan bagaimana pengguna membentuk pandangan terhadap suatu teknologi, mulai dari proses mengenal layanan, memberikan penilaian, hingga menentukan sikap terhadap penggunaan teknologi tersebut. Dalam penelitian kualitatif, aspek tersebut dapat digunakan untuk memahami alasan, pertimbangan, dan pengalaman pengguna ketika berhadapan dengan sebuah inovasi digital (Arbaen et al., 2025).

Keterkaitan teori TAM dengan penelitian mengenai persepsi generasi milenial terhadap E-Mas pada platform Byond by BSI dapat dipahami melalui bagaimana informan memberikan pemaknaan terhadap layanan investasi digital tersebut. E-Mas sebagai bentuk inovasi investasi emas syariah berbasis teknologi tidak hanya menawarkan produk investasi, tetapi juga menghadirkan sistem digital yang membutuhkan pemahaman dan penerimaan dari masyarakat. Oleh karena itu, teori TAM digunakan

untuk melihat bagaimana generasi milenial memahami manfaat, kemudahan, serta pengalaman mereka dalam mengenal dan menggunakan layanan investasi tersebut (Arbaien et al., 2025).

Melalui konsep *perceived usefulness*, penelitian ini dapat menggambarkan bagaimana generasi milenial memandang manfaat E-Mas sebagai alternatif investasi berbasis syariah. Sementara itu, konsep *perceived ease of use* digunakan untuk memahami bagaimana pengalaman informan ketika mengakses dan menggunakan fitur E-Mas melalui platform Byond by BSI. Persepsi tersebut kemudian dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana pengguna maupun calon pengguna membangun pemahaman terhadap keberadaan investasi emas digital (Sutrisno et al., 2020).

Penerimaan terhadap teknologi dalam perspektif TAM tidak hanya berkaitan dengan aspek penggunaan aplikasi, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana pengguna memberikan makna terhadap teknologi berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Hal ini sejalan dengan penelitian mengenai SuperApp BYOND by BSI yang menjelaskan bahwa aspek dalam TAM seperti persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap penggunaan, niat penggunaan, serta kepercayaan menjadi bagian yang dapat digunakan untuk memahami penerimaan masyarakat terhadap layanan digital berbasis perbankan syariah (Sunaryanto & Priyono, 2025).

Dengan demikian, dalam penelitian ini teori TAM digunakan sebagai landasan untuk memahami persepsi generasi milenial terhadap produk E-Mas pada platform Byond by BSI melalui pengalaman,

pemahaman, serta pandangan informan terhadap manfaat dan kemudahan layanan tersebut (Davis, 1989). Teori ini membantu menjelaskan bagaimana sebuah inovasi teknologi diterima oleh pengguna berdasarkan proses pemaknaan yang muncul dari interaksi mereka dengan layanan investasi digital berbasis syariah (Sunaryanto & Priyono, 2025).

2. Generasi Milenial

Generasi milenial, atau yang kerap disebut Generasi Y, merupakan kelompok demografi yang hadir setelah Generasi X dan mendahului Generasi Z. Secara umum, para peneliti dan media populer menetapkan awal 1980-an sebagai periode kelahiran generasi ini, dengan pertengahan 1990-an sebagai batas akhir. Meskipun demikian, rentang tahun kelahiran generasi milenial tidak selalu sama karena dapat berbeda tergantung pada sumber maupun kebijakan resmi di tiap negara. Namun, secara luas, generasi ini umumnya didefinisikan sebagai mereka yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996.

Di Indonesia, generasi milenial mencakup individu yang lahir dalam rentang tahun tersebut dan menempati posisi penting dalam struktur demografi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Sensus Penduduk 2025, jumlah penduduk milenial mencapai 22,7% dari total populasi nasional, menjadikannya kelompok terbesar kedua setelah Generasi Z (BPS, 2025).

Generasi milenial merupakan kelompok generasi yang tumbuh dalam perkembangan teknologi informasi dan mengalami perubahan pola kehidupan masyarakat akibat proses digitalisasi. Generasi ini memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan

generasi sebelumnya karena lebih terbiasa berinteraksi dengan teknologi digital, internet, dan berbagai layanan digital dalam aktivitas sehari-hari (Rahayu et al., 2022). Perkembangan teknologi finansial juga memberikan ruang yang lebih luas bagi masyarakat, termasuk generasi milenial, untuk memperoleh informasi, melakukan transaksi, serta mengenal aktivitas investasi yang sebelumnya dianggap hanya dapat dilakukan oleh kelompok tertentu dengan kemampuan ekonomi yang lebih besar (Purnamasari et al., 2021).

Kemudahan akses tersebut tetap membutuhkan pemahaman mengenai literasi keuangan digital agar pengguna mampu memahami manfaat maupun risiko dari layanan keuangan yang digunakan. Literasi keuangan digital berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami, menganalisis, serta menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi secara tepat sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik (Rahayu et al., 2022).

Karakteristik generasi milenial yang dekat dengan teknologi juga terlihat dari cara mereka memperoleh informasi mengenai investasi. Generasi ini cenderung memanfaatkan media digital dan platform daring sebagai sumber informasi sebelum menentukan pilihan finansial. Perkembangan financial technology (fintech) telah mengubah cara masyarakat melakukan aktivitas investasi karena berbagai produk investasi kini dapat diakses melalui aplikasi digital. Kondisi tersebut menjadikan teknologi tidak hanya sebagai sarana transaksi, tetapi juga sebagai media pembentukan pemahaman dan persepsi masyarakat

terhadap suatu produk investasi (Sa'diyah & Pratika, 2022).

Dalam perkembangan investasi berbasis syariah, generasi milenial menjadi salah satu kelompok yang memiliki potensi untuk mengenal dan memanfaatkan produk investasi yang sesuai dengan prinsip Islam. Investasi syariah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas untuk memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga berkaitan dengan nilai kepatuhan terhadap prinsip syariah, kebermanfaatan, serta tanggung jawab dalam pengelolaan harta. Meningkatnya perhatian generasi muda terhadap investasi syariah menunjukkan adanya perubahan cara pandang bahwa investasi dapat menjadi bagian dari pengelolaan keuangan jangka panjang yang tetap mempertimbangkan nilai-nilai agama (Lemiyana et al., 2024).

Keterkaitan generasi milenial dengan investasi emas syariah dapat dilihat dari adanya kebutuhan terhadap instrumen investasi yang mudah dipahami, aman, serta dapat diakses melalui teknologi digital. Emas menjadi salah satu instrumen investasi yang dikenal masyarakat karena memiliki nilai aset yang dapat dipertahankan dalam jangka panjang. Melalui perkembangan teknologi finansial, investasi emas kini dapat dilakukan melalui platform digital sehingga lebih sesuai dengan karakter generasi milenial yang mengutamakan kemudahan dan fleksibilitas dalam aktivitas keuangan. Kehadiran produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI menjadi salah satu bentuk inovasi layanan keuangan syariah yang mengintegrasikan investasi emas dengan kemudahan akses digital. Dalam konteks penelitian ini, keberadaan E-Mas tidak hanya dipandang sebagai produk

investasi, tetapi juga sebagai bentuk perkembangan layanan syariah yang perlu dipahami melalui bagaimana generasi milenial memaknai manfaat, kemudahan, serta kesesuaian produk tersebut dengan kebutuhan mereka.

Selain faktor teknologi, gaya hidup juga menjadi bagian yang melekat pada karakter generasi milenial dalam menentukan pilihan keuangan. Gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang menggunakan waktu, aktivitas, serta sumber daya yang dimiliki, termasuk dalam menentukan keputusan terkait pengelolaan keuangan. Perubahan gaya hidup digital membuat generasi milenial semakin terbiasa menggunakan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan, sehingga pola tersebut turut membentuk cara mereka mengenal dan mempertimbangkan suatu produk investasi (Lemiyana et al., 2024).

Dengan demikian, generasi milenial dalam penelitian ini dipahami sebagai kelompok masyarakat yang memiliki karakteristik khas dalam memanfaatkan teknologi, memperoleh informasi, serta membangun persepsi terhadap produk keuangan. Persepsi generasi milenial terhadap investasi emas syariah E-Mas pada platform digital Byond by BSI tidak hanya berkaitan dengan ketertarikan terhadap investasi, tetapi juga mencakup bagaimana mereka memahami mekanisme produk, melihat manfaat investasi, serta menilai kesesuaian layanan digital tersebut dengan prinsip syariah dan kebutuhan mereka sebagai generasi yang hidup dalam perkembangan teknologi.

3. Literasi Keuangan dan Teori Keputusan Investasi

Literasi secara umum merujuk pada kemampuan individu dalam mengolah dan memahami informasi

melalui aktivitas membaca, menulis, dan berpikir kritis. Menurut Harvey J. Graff (2007), literasi merupakan kemampuan dasar seseorang dalam menulis dan membaca, yang menjadi fondasi untuk mengakses pengetahuan lebih kompleks (Graff, 2007). Konsep ini berkembang seiring zaman, mencakup berbagai bentuk seperti literasi digital, media, dan khususnya keuangan yang menjadi kunci dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Literasi keuangan merupakan salah satu aspek penting yang berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan terhadap aspek keuangan dalam kehidupan sehari-hari secara bijak untuk mencapai kesejahteraan di masa depan. Literasi keuangan tidak hanya dipahami sebagai pengetahuan mengenai konsep keuangan, tetapi juga mencakup kemampuan individu dalam menggunakan pemahaman tersebut untuk menentukan pilihan keuangan yang tepat dan bertanggung jawab (Yani & Cerya, 2024).

Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung memiliki pemahaman mengenai cara mengelola aset, menyusun perencanaan keuangan, serta mempertimbangkan berbagai alternatif sebelum mengambil keputusan keuangan. Pengetahuan mengenai investasi diperlukan agar individu tidak hanya mengikuti tren atau keputusan orang lain, tetapi mampu mempertimbangkan manfaat, risiko, kesesuaian suatu instrumen investasi dengan kebutuhan dan tujuan keuangannya, serta menghindari keputusan yang kurang rasional (Yani & Cerya, 2024).

Literasi keuangan memiliki beberapa indikator yang menggambarkan tingkat pemahaman seseorang

terhadap pengelolaan keuangan. Indikator tersebut meliputi pemahaman dasar mengenai konsep keuangan, kemampuan dalam mengelola kredit atau pembiayaan, serta pemahaman mengenai tabungan, investasi, asuransi, dan risiko. Ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghitung atau memahami transaksi keuangan, tetapi juga mencakup kemampuan seseorang dalam merencanakan keuangan jangka panjang melalui pemilihan instrumen yang tepat (Maulidia & Mustaqim, 2024).

Dalam penelitian mengenai persepsi generasi milenial terhadap E-Mas pada platform Byond by BSI, literasi keuangan menjadi bagian penting untuk melihat sejauh mana generasi milenial memahami investasi emas syariah tidak hanya sebagai produk penyimpanan aset, tetapi juga sebagai instrumen investasi yang memiliki karakteristik, mekanisme, dan tujuan tertentu. Hal ini karena pemahaman terhadap produk investasi dapat membentuk cara seseorang memberikan penilaian dan pandangan terhadap penggunaan layanan investasi digital.

Selain literasi keuangan secara umum, dalam konteks ekonomi syariah terdapat konsep literasi keuangan syariah yang memiliki karakteristik lebih khusus. Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep, prinsip, serta produk keuangan yang berjalan berdasarkan nilai-nilai Islam. Pemahaman tersebut mencakup pengetahuan mengenai prinsip halal dan haram dalam transaksi, larangan riba, konsep akad, keadilan dalam transaksi, serta kesesuaian suatu produk keuangan dengan prinsip syariah. Dengan

demikian, literasi keuangan syariah tidak hanya melihat kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan, tetapi juga bagaimana seseorang memahami nilai dan prinsip agama yang menjadi dasar dalam aktivitas keuangan (Yani & Cerya, 2024).

Pemahaman terhadap aspek syariah dapat membantu masyarakat mengenali perbedaan antara investasi konvensional dan investasi syariah, termasuk dalam memahami akad, mekanisme transaksi, serta nilai kepatuhan syariah yang melekat pada suatu produk investasi. Hal tersebut menjadi penting karena masih terdapat masyarakat yang mengenal investasi syariah hanya dari sisi label “syariah”, tetapi belum memahami secara mendalam mengenai prinsip yang mendasarinya (Arfarizan, 2023).

Keterkaitan literasi keuangan syariah dengan produk E-Mas pada platform Byond by BSI dapat dilihat dari kebutuhan pengguna untuk memahami bagaimana mekanisme investasi emas digital tersebut berjalan sesuai dengan prinsip syariah. E-Mas merupakan layanan investasi emas digital yang menggabungkan kemudahan teknologi dengan konsep investasi berbasis syariah melalui platform digital BSI. Oleh karena itu, pengguna tidak hanya membutuhkan pemahaman mengenai cara melakukan transaksi emas digital, tetapi juga perlu memahami aspek syariah seperti akad, keamanan transaksi, serta kesesuaian produk dengan nilai-nilai Islam (Arfarizan, 2023).

Bagi generasi milenial sebagai kelompok yang dekat dengan perkembangan teknologi digital, tingkat literasi keuangan dan literasi keuangan syariah dapat menjadi salah satu faktor yang membentuk persepsi terhadap investasi E-Mas. Kemudahan penggunaan

aplikasi tidak selalu cukup untuk mendorong seseorang menerima suatu produk investasi, karena pengguna juga membutuhkan pemahaman mengenai manfaat, risiko, serta nilai syariah yang terdapat dalam produk tersebut. Hal ini sesuai dengan temuan bahwa literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami dan mengambil keputusan keuangan, termasuk keputusan yang berkaitan dengan aktivitas investasi (Yani & Cerya, 2024).

Dengan demikian, dalam penelitian ini literasi keuangan dipahami sebagai kemampuan generasi milenial dalam mengenali, memahami, dan memberikan penilaian terhadap investasi emas syariah melalui E-Mas pada platform Byond by BSI. Pemahaman tersebut tidak hanya mencakup aspek teknis investasi, tetapi juga mencakup pemahaman mengenai prinsip syariah, manfaat investasi emas, mekanisme digital, serta keyakinan terhadap kesesuaian produk dengan kebutuhan dan nilai yang diyakini oleh pengguna.

4. Platform Digital Byond by BSI

Perkembangan teknologi digital dalam sektor perbankan syariah mendorong hadirnya berbagai inovasi layanan keuangan yang memungkinkan masyarakat mengakses produk perbankan secara lebih mudah dan fleksibel. Salah satu bentuk transformasi digital yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah menghadirkan platform digital Byond by BSI sebagai layanan perbankan berbasis aplikasi yang mengintegrasikan berbagai kebutuhan transaksi dan layanan keuangan syariah dalam satu platform. Byond by BSI adalah super-app digital perbankan syariah yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia

(BSI) pada tahun 2024 sebagai transformasi dari layanan perbankan digital sebelumnya seperti BSI Mobile (Arbaen et al., 2025).

Byond by BSI tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi perbankan, tetapi juga menjadi media bagi nasabah untuk mengakses berbagai produk keuangan, termasuk layanan investasi berbasis syariah. Kehadiran platform digital tersebut menunjukkan adanya perubahan pola pelayanan perbankan dari sistem konvensional menuju layanan digital yang lebih mengutamakan kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta pengalaman pengguna dalam memperoleh layanan keuangan (Halimah et al., 2025).

Byond by BSI menyediakan akses terhadap produk investasi emas syariah berupa E-Mas. Melalui platform tersebut, masyarakat dapat melakukan aktivitas investasi emas tanpa harus datang secara langsung ke kantor cabang bank. Fitur E-Mas pada Byond by BSI menjadi salah satu bentuk inovasi digitalisasi layanan emas yang memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memiliki emas melalui mekanisme transaksi berbasis aplikasi. Dengan demikian, Byond berperan sebagai media yang menghubungkan pengguna dengan layanan investasi emas syariah, sedangkan produk utama yang menjadi objek investasi adalah E-Mas sebagai bentuk kepemilikan emas digital yang dikelola sesuai prinsip syariah (Hidayati & Wardiningsih, 2026).

E-Mas merupakan layanan kepemilikan emas secara digital yang memungkinkan nasabah melakukan pembelian, penyimpanan, serta pengelolaan emas melalui sistem aplikasi. Berbeda dengan pembelian emas secara langsung yang mengharuskan seseorang

memiliki emas dalam bentuk fisik, E-Mas memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk mulai berinvestasi melalui kepemilikan emas dalam bentuk saldo gram emas secara digital. Produk ini menjadi alternatif investasi bagi masyarakat yang ingin memiliki emas dengan dana yang lebih terjangkau karena pembelian dapat dilakukan sesuai kemampuan finansial. Dalam layanan E-Mas BSI, nasabah dapat melakukan transaksi emas melalui fitur investasi pada aplikasi, mulai dari pembelian emas, pengelolaan saldo emas, hingga layanan yang berkaitan dengan kepemilikan emas sesuai ketentuan yang berlaku (Hidayati & Wardiningsih, 2026).

Mekanisme investasi E-Mas melalui Byond by BSI dilakukan melalui beberapa tahapan digital. Nasabah terlebih dahulu mengakses aplikasi Byond by BSI kemudian memilih menu investasi emas dan fitur E-Mas. Setelah itu, nasabah menentukan nominal pembelian atau jumlah gram emas yang ingin dimiliki, melakukan verifikasi data, menyetujui akad serta ketentuan transaksi, kemudian menyelesaikan proses melalui PIN transaksi. Setelah proses tersebut selesai, rekening Tabungan E-Mas dapat digunakan sebagai sarana kepemilikan emas digital. Mekanisme tersebut menunjukkan bahwa investasi emas melalui E-Mas memberikan kemudahan karena seluruh proses dapat dilakukan secara mandiri melalui perangkat digital tanpa harus melakukan transaksi secara langsung di kantor bank (Hidayati & Wardiningsih, 2026).

Sebagai investasi berbasis syariah, E-Mas memiliki karakteristik yang membedakannya dengan investasi emas konvensional. Karakteristik utama E-Mas terletak pada adanya pengelolaan transaksi

berdasarkan prinsip syariah, yaitu menghindari unsur riba, gharar (ketidakjelasan), dan praktik transaksi yang tidak sesuai dengan prinsip muamalah Islam. Produk E-Mas juga menggunakan mekanisme penitipan emas secara digital, di mana saldo kepemilikan nasabah tercatat dalam bentuk gram emas. Dalam layanan Tabungan E-Mas BSI, sistem penyimpanan emas menggunakan akad wadiah yad amanah, yaitu bentuk penitipan di mana emas yang dimiliki nasabah dititipkan kepada pihak bank dan tidak boleh dimanfaatkan secara bebas oleh bank. Hal tersebut menunjukkan bahwa E-Mas tidak hanya mengedepankan aspek kemudahan digital, tetapi juga mempertimbangkan aspek kepatuhan terhadap prinsip keuangan syariah (Hidayati & Wardiningsih, 2026).

Keberadaan fitur E-Mas dalam platform digital juga memberikan karakteristik investasi yang lebih inklusif bagi masyarakat, khususnya generasi milenial yang dekat dengan penggunaan teknologi. Melalui digitalisasi layanan emas, masyarakat dapat memulai investasi dengan nominal yang relatif kecil sehingga investasi emas tidak lagi hanya dipandang sebagai instrumen yang membutuhkan modal besar. Selain itu, layanan digital memberikan fleksibilitas karena proses pembelian maupun pengelolaan emas dapat dilakukan kapan saja melalui aplikasi. Digitalisasi E-Mas pada layanan BSI menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi sarana untuk memperluas akses masyarakat terhadap produk keuangan syariah serta meningkatkan kemudahan dalam melakukan transaksi investasi emas (Arfarizan, 2023).

Apabila dibandingkan dengan investasi emas konvensional, E-Mas memiliki perbedaan pada aspek

mekanisme transaksi dan prinsip pengelolaannya. Investasi emas konvensional pada umumnya lebih menekankan pada aktivitas jual beli emas berdasarkan harga pasar tanpa adanya batasan khusus terkait prinsip syariah. Sementara itu, E-Mas memiliki karakteristik tambahan berupa penggunaan akad dan pengawasan terhadap kesesuaian transaksi dengan prinsip Islam. Selain itu, emas konvensional biasanya mengharuskan investor membeli dan menyimpan emas dalam bentuk fisik, sedangkan E-Mas memungkinkan masyarakat memiliki emas melalui pencatatan digital yang tetap merepresentasikan kepemilikan emas. Dengan adanya sistem digital tersebut, E-Mas memberikan alternatif bagi masyarakat yang menginginkan investasi emas dengan proses yang lebih praktis, aman, serta sesuai dengan nilai-nilai syariah (Arfarizan, 2023).

Perbedaan E-Mas dengan tabungan emas pada umumnya juga terlihat pada aspek layanan dan integrasi sistem digital. Meskipun sama-sama memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memiliki emas secara bertahap, E-Mas pada Byond by BSI memiliki keunggulan karena terintegrasi langsung dengan layanan perbankan syariah digital. Nasabah tidak hanya melakukan aktivitas menabung emas, tetapi juga memperoleh pengalaman investasi melalui ekosistem layanan BSI yang berbasis syariah. Dengan demikian, E-Mas dapat dipahami sebagai inovasi investasi emas digital yang menggabungkan konsep kepemilikan emas, kemudahan teknologi, dan prinsip keuangan syariah dalam satu layanan yang dapat diakses melalui platform Byond by BSI (Hidayati & Wardiningsih, 2026).

5. Teori Kepatuhan Syariah

Kepatuhan syariah (*sharia compliance*) merupakan prinsip fundamental dalam industri keuangan syariah yang menunjukkan kesesuaian seluruh aktivitas keuangan dengan prinsip-prinsip Islam. Kepatuhan syariah tidak hanya berkaitan dengan aspek formal berupa pemenuhan regulasi, tetapi juga mencakup kesesuaian akad, mekanisme transaksi, serta operasional produk keuangan agar terhindar dari unsur yang dilarang dalam syariah (Nurhisam, 2016). Kepatuhan syariah didukung oleh regulasi seperti Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang menegaskan bahwa setiap produk dan layanan harus melalui proses verifikasi dan audit syariah secara berkala (Mokoagow, 2024).

Dalam konteks industri keuangan syariah, kepatuhan syariah menjadi pembeda utama antara sistem keuangan syariah dan sistem keuangan konvensional karena seluruh aktivitasnya harus berlandaskan pada nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah. Dengan demikian, penerapan kepatuhan syariah menjadi unsur penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan berbasis syariah (Nurhisam, 2016).

Dalam penerapannya, kepatuhan syariah berkaitan erat dengan keberadaan regulasi dan pengawasan syariah. Lembaga keuangan syariah dalam menjalankan aktivitasnya mengacu pada ketentuan yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), sementara pengawasan dilakukan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk memastikan bahwa

produk dan kegiatan operasional telah sesuai dengan prinsip syariah. DPS memiliki peran dalam mengawasi penerapan akad serta memastikan bahwa transaksi yang dilakukan tidak bertentangan dengan ketentuan syariah. Oleh karena itu, kepatuhan syariah tidak hanya menjadi kewajiban administratif, tetapi juga menjadi bentuk tanggung jawab moral lembaga keuangan syariah dalam memberikan layanan yang sesuai dengan nilai Islam (Nurhisam, 2016).

Investasi syariah merupakan kegiatan penempatan dana atau aset tertentu dengan tujuan memperoleh manfaat ekonomi di masa depan yang dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Berbeda dengan investasi konvensional yang lebih berorientasi pada aspek keuntungan finansial, investasi syariah menekankan keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam.

Dalam investasi syariah, aktivitas investasi harus dilakukan pada sektor yang halal, menggunakan akad yang sesuai, serta menghindari unsur riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi atau perjudian). Oleh karena itu, investasi syariah tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk kegiatan muamalah yang memperhatikan aspek keadilan, transparansi, dan kebermanfaatan bagi para pihak yang terlibat. Hal ini bertujuan agar kegiatan investasi tidak hanya memberikan keuntungan secara finansial, tetapi juga menciptakan hubungan ekonomi yang sesuai dengan nilai etika Islam. (Mokoagow, 2024).

Dalam konteks investasi emas syariah, kepatuhan syariah menjadi aspek yang penting karena emas termasuk salah satu instrumen investasi yang

memiliki ketentuan khusus dalam perspektif fikih muamalah. Investasi emas syariah harus memperhatikan mekanisme transaksi agar tidak mengandung unsur yang dilarang, terutama berkaitan dengan kepemilikan emas, kejelasan harga, serta akad yang digunakan. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia melalui Fatwa DSN-MUI Nomor 77/DSN-MUI/V/2010 tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai menjelaskan bahwa transaksi jual beli emas diperbolehkan selama dilakukan dengan ketentuan yang sesuai prinsip syariah.

Fatwa tersebut menjadi salah satu dasar hukum dalam pengembangan produk investasi emas syariah di Indonesia dengan mempertimbangkan dalil Al-Qur'an mengenai kebolehan jual beli dan larangan riba, serta hadis Nabi Muhammad SAW mengenai ketentuan transaksi emas. Dengan adanya landasan hukum tersebut, investasi emas syariah memiliki pedoman yang jelas dalam pelaksanaannya sehingga masyarakat dapat melakukan investasi emas melalui mekanisme yang sesuai dengan prinsip Islam. (DSN-MUI, 2010).

Mekanisme investasi emas syariah secara umum dilakukan melalui proses pembelian emas yang memiliki kejelasan nilai, kepemilikan, serta pencatatan transaksi. Pada perkembangan layanan digital, investasi emas syariah dapat dilakukan melalui platform berbasis aplikasi yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian emas secara lebih mudah dan praktis. Dalam produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI, investasi emas dilakukan melalui layanan digital yang mengintegrasikan teknologi dengan prinsip keuangan syariah, sehingga pengguna dapat melakukan transaksi

emas secara digital tanpa harus melakukan pembelian emas secara fisik secara langsung. Meskipun berbasis digital, mekanisme tersebut tetap harus memperhatikan prinsip kepemilikan aset, transparansi transaksi, serta kesesuaian akad agar tetap memenuhi aspek kepatuhan syariah (Mokoagow, 2024).

Dengan demikian, kepatuhan syariah dalam investasi emas digital tidak hanya dilihat dari label syariah yang melekat pada suatu produk, tetapi juga dari bagaimana mekanisme transaksi, akad, pengelolaan aset, serta pengawasannya telah berjalan sesuai dengan prinsip Islam. Dalam penelitian mengenai persepsi generasi milenial terhadap E-Mas pada platform Byond by BSI, aspek kepatuhan syariah menjadi salah satu hal yang penting untuk dipahami karena dapat memengaruhi tingkat kepercayaan dan pemahaman masyarakat terhadap investasi emas berbasis syariah. Pemahaman terhadap prinsip dan mekanisme syariah tersebut menjadi bagian dari bagaimana generasi milenial memaknai keberadaan produk investasi emas digital sebagai alternatif investasi yang tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga sesuai dengan nilai keagamaan (Nurhisam, 2016).

B. Telaah Pustaka

Penelitian mengenai perilaku investasi generasi milenial telah banyak dilakukan, meskipun sebagian besar masih bersifat umum, dan belum menyoroti investasi emas syariah digital secara khusus. Rahadi & Stevanus, (2020) melalui studi literatur mengkaji persepsi generasi milenial dalam memilih instrumen investasi. Penelitian ini menemukan bahwa mayoritas milenial cenderung memilih instrumen dengan risiko rendah seperti emas, deposito, dan

properti dibandingkan instrumen berisiko tinggi seperti saham. Hal ini menunjukkan bahwa milenial lebih mengutamakan keamanan dan stabilitas nilai aset dalam jangka panjang. Di sisi lain, kemunculan berbagai platform digital justru memberikan alternatif baru yang lebih praktis dan modern, meskipun masih terdapat kekhawatiran terkait risiko penipuan atau ketidakstabilan pasar (Rahadi & Stevanus, 2020).

Selanjutnya, Priswari & Munari, (2021) meneliti faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi generasi milenial. Hasilnya menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi dan citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, sementara faktor gender dan pendidikan tidak terlalu berpengaruh. Hal ini menegaskan bahwa generasi milenial cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan investasi dengan mempertimbangkan informasi dan reputasi perusahaan, bukan semata-mata latar belakang demografis. Temuan ini memberikan gambaran bahwa persepsi milenial terhadap investasi tidak lepas dari pemahaman informasi keuangan dan kepercayaan pada lembaga yang menyediakan instrumen investasi. Namun, penelitian ini belum mengkaji secara spesifik persepsi milenial terhadap investasi emas syariah digital di platform perbankan syariah seperti Byond by BSI, sehingga masih ada celah penelitian yang perlu diisi oleh penelitian ini (Priswari & Munari, 2021).

Di tahun yang sama, Rosiyani & Hasyim, (2021) meneliti minat generasi milenial dalam menggunakan produk tabungan emas di pegadaian syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, pengetahuan, dan motivasi menjadi faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas, sedangkan kualitas layanan

tidak terlalu menentukan. Produk tabungan emas dianggap menarik karena menawarkan cara investasi yang mudah, terjangkau, dan fleksibel, sehingga sesuai dengan karakter generasi milenial yang menginginkan kemudahan dan kepraktisan. Namun, sebagian milenial masih memiliki persepsi bahwa investasi emas lebih cocok untuk orang tua, sehingga diperlukan edukasi dan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat mereka. Meskipun demikian, penelitian ini hanya berfokus pada Pegadaian Syariah dan belum membahas emas syariah melalui platform digital modern seperti Byond by BSI, sehingga penelitian ini mencoba mengisi gap tersebut (Rosiyani & Hasyim, 2021).

Penelitian berikutnya oleh Fadilah et al., (2022) mengulas faktor-faktor penentu keputusan investasi pada generasi Z dan milenial melalui studi literatur. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa literasi keuangan, sikap keuangan, serta persepsi terhadap keuangan menjadi penentu penting dalam keputusan investasi generasi milenial dan generasi Z. Meskipun banyak dari mereka masih memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah, kecenderungan untuk berinvestasi tetap tinggi, terutama dengan dukungan teknologi digital. Studi ini juga mengungkapkan bahwa gaya hidup konsumtif sering kali membuat generasi milenial hanya menyisihkan sebagian kecil pendapatannya untuk investasi. Dengan demikian, kemampuan memahami dan mengelola keuangan menjadi kunci agar generasi muda dapat membangun pola pikir investasi yang sehat. Akan tetapi, penelitian ini masih membahas investasi secara umum tanpa menyoroti instrumen emas syariah digital dan peran platform seperti Byond by BSI, sehingga penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut (Fadilah et al., 2022).

Penelitian Tanjung et al., (2023) lebih menekankan pada persepsi generasi milenial dan Gen Z terhadap investasi masa depan. Melalui pendekatan kualitatif, ditemukan bahwa sebagian besar generasi muda di Indonesia masih berada dalam kondisi finansial yang kurang sehat. Namun, mereka menunjukkan minat besar terhadap instrumen investasi yang dianggap aman, seperti emas. Menariknya, penelitian ini juga menegaskan bahwa media sosial dan pendidikan keuangan berperan besar dalam membentuk cara pandang generasi muda terhadap investasi. Hal ini semakin memperkuat bahwa persepsi generasi milenial dalam memilih instrumen investasi dipengaruhi oleh akses informasi yang mereka peroleh di era digital. Meski demikian, penelitian tersebut belum secara khusus menyoroti investasi emas syariah berbasis platform digital Byond by BSI, sehingga penelitian ini memiliki posisi unik dalam memperluas kajian tersebut (Tanjung et al., 2023).

Pribowo & Fathihani, (2023) meneliti pengaruh pengetahuan, kemudahan, dan sistem pembayaran terhadap minat generasi milenial untuk berinvestasi emas digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Pengetahuan investasi membantu milenial memahami risiko dan potensi keuntungan, kemudahan teknologi meningkatkan kepercayaan diri pengguna, sementara sistem pembayaran digital yang efektif membuat transaksi lebih praktis dan efisien. Penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi antara literasi keuangan dan dukungan teknologi menjadi kunci dalam membangun minat investasi emas digital di kalangan milenial. Namun, penelitian ini masih berfokus pada faktor-faktor kuantitatif

yang memengaruhi minat investasi tanpa menggali persepsi mendalam generasi milenial terhadap investasi emas syariah, khususnya pada platform perbankan syariah seperti Byond by BSI. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi gap dengan pendekatan kualitatif yang lebih menekankan pada pemahaman persepsi generasi milenial terhadap investasi emas syariah digital (Pribowo & Fathihani, 2023).

Penelitian Akbar (2024) secara khusus mengkaji niat generasi milenial muslim dalam berinvestasi emas pada bank syariah di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku dan persepsi kontrol diri memiliki pengaruh positif terhadap niat berinvestasi emas, sedangkan pengetahuan tentang bank syariah tidak selalu menjadi faktor penentu. Hasil ini menunjukkan bahwa keyakinan pribadi, kemudahan akses, serta rasa aman terhadap produk syariah menjadi pertimbangan utama bagi milenial muslim. Temuan ini sangat relevan dengan penelitian yang akan dilakukan karena platform digital BYOND by BSI menawarkan kemudahan dan prinsip syariah yang berpotensi membentuk persepsi positif generasi milenial terhadap investasi emas (Akbar, 2024).

Penelitian Pratiwi et al., (2024) menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji persepsi risiko investasi di kalangan generasi milenial, khususnya pada investasi saham. Penelitian ini menemukan bahwa persepsi risiko milenial dipengaruhi oleh literasi keuangan, informasi dari media sosial, serta faktor psikologis seperti rasa takut mengalami kerugian. Meskipun objek investasinya berbeda dengan emas, hasil penelitian ini memberikan gambaran penting bahwa generasi milenial memiliki kecenderungan berhati-hati dan lebih memilih

instrumen investasi yang dianggap aman. Hal ini menjadi dasar penting dalam memahami bagaimana milenial membentuk persepsi terhadap investasi emas syariah yang dinilai berisiko lebih rendah dibandingkan saham (Pratiwi et al., 2024).

Selanjutnya, Sundari et al., (2024) membahas persepsi generasi muslim milenial terhadap produk investasi syariah dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menekankan bahwa pemahaman dan persepsi generasi milenial terhadap produk investasi syariah sangat dipengaruhi oleh edukasi, religiusitas, serta pengalaman pribadi. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun minat milenial terhadap investasi syariah semakin meningkat, tingkat literasi keuangan Islam mereka masih rendah. Kondisi ini membuat mereka rentan terhadap risiko salah memilih instrumen investasi. Oleh karena itu, edukasi keuangan syariah yang tepat diperlukan agar generasi milenial dapat menumbuhkan persepsi positif terhadap investasi yang sesuai dengan nilai agama, termasuk investasi emas syariah. Namun, penelitian ini masih bersifat umum pada produk syariah dan belum menitikberatkan pada emas syariah digital di platform tertentu, sehingga penelitian ini berperan untuk mengisi kekosongan tersebut (Sundari et al., 2024).

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Cahyani & Darmawan, (2025) membahas pengaruh persepsi risiko terhadap minat membeli emas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko memegang peranan penting dalam membentuk sikap seseorang terhadap investasi emas. Semakin rendah risiko yang dirasakan, maka semakin tinggi pula minat individu untuk berinvestasi. Emas dipersepsikan sebagai instrumen yang relatif aman dan stabil dibandingkan instrumen

investasi lain, sehingga banyak diminati oleh masyarakat. Temuan ini relevan dengan penelitian yang akan dilakukan karena generasi milenial cenderung mempertimbangkan tingkat risiko sebelum memutuskan berinvestasi, termasuk dalam investasi emas syariah berbasis digital seperti BYOND by BSI (Cahyani & Darmawan, 2025).

Dari berbagai penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai persepsi generasi milenial terhadap investasi emas syariah di platform digital masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian hanya menyinggung aspek investasi secara umum, instrumen syariah tanpa digital, atau emas digital tanpa perspektif syariah. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menekankan pada literasi keuangan, kepatuhan syariah, serta tingkat kepercayaan milenial terhadap keamanan teknologi dalam investasi emas syariah digital.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan proses pemaknaan generasi milenial terhadap produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI. Penelitian ini berangkat dari pemahaman bahwa generasi milenial merupakan kelompok yang memiliki kedekatan dengan perkembangan teknologi digital dan terbiasa memanfaatkan layanan berbasis teknologi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas pengelolaan keuangan dan investasi. Namun, persepsi generasi milenial terhadap suatu produk investasi syariah tidak hanya terbentuk dari keberadaan teknologi digital, melainkan juga melalui proses pemahaman, penilaian, pengalaman, serta interpretasi

mereka terhadap manfaat dan nilai yang ditawarkan oleh produk tersebut.

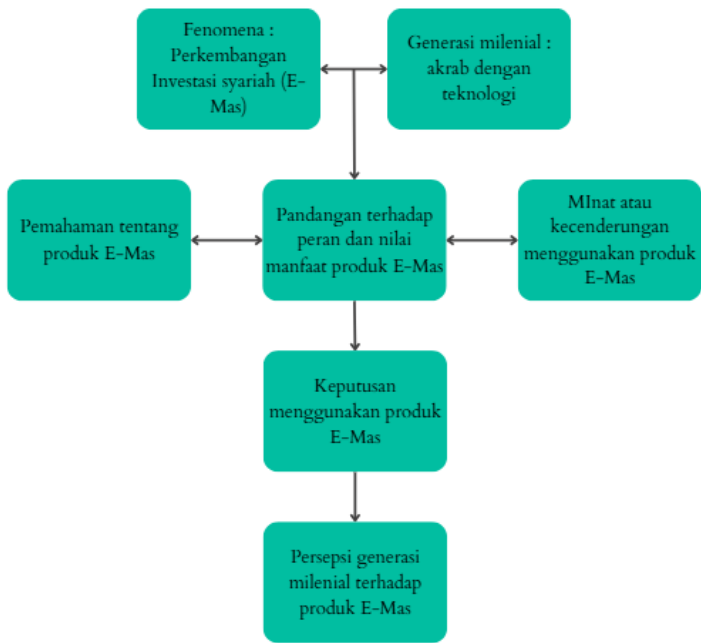
Pemahaman generasi milenial dalam penelitian ini berkaitan dengan bagaimana mereka mengenali dan memaknai produk E-Mas pada platform Byond by BSI sebagai salah satu bentuk investasi emas digital berbasis syariah. Pemahaman tersebut mencakup pengetahuan mengenai fitur, fungsi, mekanisme transaksi, serta karakteristik E-Mas sebagai produk investasi yang menggabungkan konsep investasi emas dengan kemudahan layanan digital. Proses pemahaman ini tidak terlepas dari keberadaan literasi keuangan syariah yang menjadi dasar bagi generasi milenial dalam memahami konsep investasi yang sesuai dengan prinsip syariah. Melalui pemahaman tersebut, generasi milenial membentuk cara pandang tertentu terhadap keberadaan E-Mas sebagai alternatif investasi yang sesuai dengan kebutuhan dan nilai yang mereka yakini.

Selanjutnya, pandangan generasi milenial dalam penelitian ini menggambarkan bagaimana mereka memberikan makna terhadap keberadaan produk E-Mas pada platform Byond by BSI. Pandangan tersebut berkaitan dengan cara generasi milenial menilai manfaat, kemudahan, keamanan, serta kesesuaian produk tersebut dengan perkembangan gaya hidup digital saat ini. Produk E-Mas tidak hanya dipahami sebagai sarana untuk melakukan investasi emas, tetapi juga sebagai layanan keuangan yang membawa nilai syariah dalam aktivitas investasi. Cara generasi milenial memandang aspek kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap platform, serta kesesuaian prinsip syariah menjadi bagian dari proses terbentuknya persepsi mereka terhadap produk tersebut.

Selain pemahaman dan pandangan, penelitian ini juga melihat minat generasi milenial dalam memaknai keputusan untuk menggunakan produk E-Mas sebagai sarana investasi emas syariah. Minat tersebut dipahami sebagai bentuk ketertarikan dan kecenderungan generasi milenial berdasarkan pengalaman, keyakinan, serta penilaian mereka terhadap produk yang ditawarkan. Keberadaan platform digital Byond by BSI sebagai media layanan investasi juga menjadi bagian yang dipertimbangkan, terutama berkaitan dengan rasa aman, kepercayaan terhadap sistem digital, transparansi transaksi, serta kesesuaian produk dengan prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar dalam investasi tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, pemahaman, pandangan, dan minat menjadi bagian yang saling berkaitan dalam proses pembentukan persepsi generasi milenial terhadap investasi emas syariah melalui produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI. Pemahaman mengenai produk akan membentuk cara generasi milenial dalam memberikan penilaian terhadap manfaat dan nilai produk, kemudian penilaian tersebut menjadi bagian dari pengalaman dan pertimbangan mereka dalam memaknai penggunaan E-Mas sebagai sarana investasi. Dengan demikian, penelitian ini berfokus untuk menggali bagaimana generasi milenial, khususnya di wilayah Pekalongan, memahami, memandang, serta memberikan makna terhadap investasi emas syariah digital melalui produk E-Mas pada platform Byond by BSI.

Kerangka Alur Pikir



Gambar 1. Bagan Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi fenomenologi untuk memahami secara mendalam persepsi generasi milenial terhadap investasi emas syariah di platform digital. Pemilihan metode ini didasarkan pada sifat penelitian yang ingin menggali pengalaman, pemikiran, dan persepsi subjektif responden secara komprehensif. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang berfokus pada pengukuran variabel, pendekatan kualitatif ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai aspek kompleks yang memengaruhi keputusan investasi milenial (Fadli, 2021).

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi fenomenologi untuk mengeksplorasi secara mendalam pemahaman, pandangan, minat atau kecenderungan, pengalaman, dan persepsi generasi milenial terhadap investasi emas syariah di platform digital. Studi fenomenologi dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara lebih mendalam persepsi pengguna sekaligus memberikan gambaran tentang pentingnya detail dan kedalaman data yang diteliti (Adlini et al., 2022).

3. Setting Penelitian

Penelitian dilakukan di lingkungan generasi milenial daerah Pekalongan yang aktif atau berpotensi

melakukan investasi emas syariah digital. Lingkup penelitian mencakup pengguna platform digital Byond by BSI, dengan memperhatikan latar belakang demografis sosio-ekonomi responden.

4. Subjek Penelitian dan Sampel

Subjek penelitian adalah generasi milenial kelahiran 1981–1996 yang pernah atau telah berinvestasi emas syariah digital. Sampel dipilih secara purposif dengan kriteria: (1) usia 29–44 tahun, (2) tidak/memiliki pengalaman menggunakan platform investasi syariah, dan (3) bersedia berpartisipasi dalam wawancara. Jumlah sampel akan berkisar antara 5-10 responden.

5. Sumber Data

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui dua sumber utama:

- a. Data Primer: Untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam, penelitian ini akan melibatkan wawancara semi-terstruktur dengan informan. Informan terdiri dari generasi milenial yang memiliki pengalaman dan pemahaman berbeda terhadap investasi emas syariah, yaitu informan yang telah menggunakan produk E-Mas pada platform Byond by BSI maupun informan yang belum menggunakan tetapi memiliki pengetahuan atau ketertarikan terhadap investasi emas syariah digital.
- b. Data Sekunder: Data ini akan diperoleh dari literatur-literatur akademis, laporan terkait investasi syariah dan *fintech*, serta artikel yang relevan dengan penelitian ini.

6. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu wawancara semi-terstruktur dan dokumentasi. Pengumpulan data diarahkan untuk memperoleh informasi secara mendalam mengenai persepsi generasi milenial terhadap investasi emas syariah melalui produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI. Wawancara akan difokuskan untuk menggali tiga aspek utama penelitian yaitu pemahaman, pandangan manfaat, dan minat penggunaan E-Mas. Serta analisis dokumen pendukung seperti kebijakan platform dan sertifikasi syariah. (Muharam, 2023).

7. Analisis Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini akan menggunakan triangulasi sumber yang dilakukan dengan membandingkan dan memeriksa kembali informasi yang diperoleh dari beberapa sumber informan yang memiliki karakteristik berbeda. Peneliti juga melakukan pengecekan terhadap data pendukung berupa dokumentasi dan literatur yang berkaitan dengan investasi emas syariah untuk memperkuat hasil penelitian. Melalui teknik triangulasi sumber tersebut, data yang diperoleh diharapkan mampu menggambarkan persepsi generasi milenial secara lebih mendalam dan tidak hanya berdasarkan satu sudut pandang informan.

8. Metode Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Langkah-langkah analisis meliputi reduksi data untuk menyaring informasi yang relevan, penyajian data dalam bentuk tema-tema utama, serta penarikan kesimpulan

berdasarkan pola-pola yang ditemukan. Proses ini dilakukan secara *iteratif* (berulang-ulang) untuk memastikan hasil analisis yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan (Rezaldo et al., 2025).



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi / Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan objek kajian berupa produk investasi emas syariah E-Mas pada platform digital Byond by BSI yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada perkembangan layanan keuangan syariah berbasis digital yang semakin berkembang dan memberikan perubahan terhadap cara masyarakat dalam mengakses produk investasi. Dalam penelitian ini, Byond by BSI dipahami sebagai media layanan digital yang menjadi sarana bagi masyarakat, khususnya generasi milenial, untuk mengenal dan menggunakan produk investasi emas syariah secara lebih praktis melalui teknologi digital (Halimah et al., 2025).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu lembaga perbankan syariah di Indonesia yang hadir sebagai hasil penggabungan beberapa bank syariah milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Sebagai bank yang menjalankan kegiatan berdasarkan prinsip syariah, BSI memiliki peran dalam menyediakan layanan keuangan yang tidak hanya berorientasi pada aktivitas transaksi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai Islam seperti keadilan, transparansi, serta menghindari unsur riba, gharar, dan maysir. Perkembangan BSI menunjukkan adanya transformasi layanan keuangan syariah yang mengikuti perubahan kebutuhan masyarakat, termasuk melalui pengembangan layanan berbasis digital (Halimah et al., 2025).

Dalam kondisi perkembangan teknologi saat ini, BSI melakukan inovasi layanan melalui digitalisasi

perbankan dengan menghadirkan aplikasi Byond by BSI. Byond by BSI merupakan bentuk transformasi layanan digital dari BSI Mobile yang dikembangkan untuk memberikan pengalaman transaksi yang lebih mudah, modern, dan terintegrasi bagi pengguna. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi perbankan, tetapi juga menjadi media yang menyediakan berbagai layanan keuangan syariah, termasuk layanan investasi emas digital. Pengembangan Byond by BSI menunjukkan upaya BSI dalam menyesuaikan layanan perbankan syariah dengan karakteristik masyarakat yang semakin terbiasa menggunakan teknologi digital dalam aktivitas keuangan (Halimah et al., 2025).

Melalui platform Byond by BSI, masyarakat dapat mengakses salah satu layanan investasi emas syariah yaitu E-Mas. E-Mas merupakan layanan kepemilikan emas secara digital yang memungkinkan nasabah melakukan pembelian, penyimpanan, serta pengelolaan emas melalui aplikasi. Kehadiran E-Mas memberikan alternatif bagi masyarakat yang ingin memiliki emas tanpa harus melakukan pembelian emas secara fisik secara langsung. Produk ini menjadi salah satu bentuk inovasi investasi syariah yang menggabungkan konsep kepemilikan emas dengan kemudahan teknologi digital (Hidayati & Wardiningsih, 2026).

Investasi emas melalui E-Mas pada Byond by BSI memiliki karakteristik yang berbeda dengan investasi emas secara konvensional. Dalam investasi emas konvensional, masyarakat umumnya membeli dan menyimpan emas dalam bentuk fisik, sedangkan pada E-Mas kepemilikan emas dicatat melalui sistem digital dalam bentuk saldo emas. Meskipun dilakukan secara digital, produk ini tetap mengacu pada prinsip investasi syariah melalui

mekanisme transaksi yang memperhatikan aspek kepatuhan syariah. Hal tersebut menjadi salah satu bagian yang membedakan E-Mas dengan layanan investasi emas digital lainnya karena tidak hanya menawarkan kemudahan transaksi, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai syariah dalam pengelolaannya (Arfarizan, 2023).

Mekanisme penggunaan E-Mas pada Byond by BSI dimulai ketika pengguna mengakses aplikasi Byond by BSI dan memilih menu investasi emas atau fitur E-Mas. Setelah masuk pada layanan tersebut, pengguna dapat menentukan nominal pembelian atau jumlah gram emas yang ingin dimiliki. Selanjutnya pengguna melakukan proses verifikasi data, menyetujui akad serta ketentuan transaksi yang berlaku, kemudian menyelesaikan transaksi melalui PIN aplikasi. Setelah proses tersebut selesai, kepemilikan emas pengguna akan tercatat dalam sistem Tabungan E-Mas sehingga pengguna dapat memantau kepemilikan emas secara digital melalui aplikasi (Hidayati & Wardiningsih, 2026).

Dalam aspek penyimpanan, E-Mas memberikan kemudahan karena pengguna tidak perlu menyimpan emas secara fisik. Kepemilikan emas tercatat dalam bentuk saldo gram emas pada sistem digital yang dikelola oleh BSI. Sistem penyimpanan tersebut memberikan kemudahan bagi masyarakat karena mengurangi risiko penyimpanan emas secara langsung di rumah. Selain itu, mekanisme penyimpanan E-Mas juga memperhatikan prinsip syariah melalui penggunaan akad yang sesuai dengan ketentuan transaksi emas dalam layanan perbankan syariah (Hidayati & Wardiningsih, 2026).

Adapun transaksi pada E-Mas dapat dilakukan melalui aplikasi Byond by BSI sesuai dengan kebutuhan

pengguna. Nasabah dapat melakukan pembelian emas secara bertahap berdasarkan kemampuan finansial yang dimiliki. Sistem digital pada E-Mas memungkinkan proses transaksi dilakukan secara lebih fleksibel karena pengguna dapat mengakses layanan tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Kemudahan tersebut menjadi salah satu aspek yang menarik untuk dikaji dalam penelitian ini karena berkaitan dengan bagaimana generasi milenial memahami, menilai, dan memberikan pandangan terhadap penggunaan layanan investasi emas syariah berbasis digital.

Berdasarkan gambaran tersebut, subjek penelitian ini adalah generasi milenial di wilayah Pekalongan yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau ketertarikan terhadap investasi emas syariah melalui E-Mas pada platform Byond by BSI. Pemilihan generasi milenial sebagai subjek penelitian berkaitan dengan karakteristik kelompok tersebut yang dekat dengan perkembangan teknologi digital dan memiliki pengalaman dalam menggunakan berbagai layanan berbasis aplikasi. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha memahami bagaimana generasi milenial memaknai keberadaan E-Mas sebagai salah satu bentuk inovasi investasi syariah digital, baik dari sisi pemahaman, manfaat, kemudahan, maupun pertimbangan mereka terhadap penggunaan layanan tersebut.

B. Data dan Pembahasan

Setelah menjelaskan latar belakang penelitian, teori-teori yang mendukung penelitian, serta metode yang digunakan, pada bab ini akan dipaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Hasil penelitian tersebut disusun berdasarkan data yang diperoleh melalui proses

wawancara, dan dokumentasi. Pembahasan dalam bab ini merupakan hasil dari pengumpulan data yang dilakukan melalui studi dokumentasi, serta wawancara dengan informan yang relevan dengan penelitian. Selain itu, pembahasan juga difokuskan pada permasalahan utama yang menjadi objek penelitian. Pada bab hasil penelitian dan pembahasan ini, akan menguraikan berbagai hal mengenai hasil wawancara dengan beberapa Pihak BSI dan Generasi Milenial yang merupakan nasabah maupun bukan, terkait dengan Investasi Syariah (E-Mas) di platform digital Byond by BSI.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Sugiono pada bukunya *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*:

“Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme* yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen), di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci (Sugiono, 2018). Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna suatu fenomena daripada melakukan generalisasi terhadap populasi yang lebih luas.”

Metode analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan serta menjelaskan suatu fenomena secara mendalam berdasarkan kondisi yang terjadi secara nyata di lapangan, kemudian data atau informasinya di analisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah.

Untuk tahap analisis yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data, dan melakukan analisis data yang

dilakukan sendiri oleh peneliti. Untuk dapat mengetahui Persepsi Generasi Milenial terhadap Investasi Syariah (E-Mas) pada Platform Digital Byond by BSI. Pertama, menyusun daftar untuk pertanyaan wawancara berdasarkan fokus penelitian mengenai Investasi E-Mas di Byond by BSI. Untuk informan, Peneliti mewawancarai pihak internal Bank Syariah Indonesia, yaitu satu orang *marketing* dan dua orang *customer service*, serta lima orang masyarakat yang termasuk dalam kategori generasi milenial, baik yang sudah menggunakan maupun yang belum menggunakan produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI.

Melalui wawancara tersebut, peneliti berusaha menggali informasi secara lebih mendalam mengenai pemahaman generasi milenial terhadap investasi emas syariah, pandangan mereka terhadap peran serta manfaat produk E-Mas sebagai sarana investasi berbasis syariah, serta minat atau kecenderungan mereka dalam menggunakan produk tersebut. Selain itu, wawancara dengan pihak internal bank juga dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran, bentuk edukasi kepada nasabah, serta berbagai tantangan yang dihadapi dalam mengenalkan produk investasi emas syariah kepada generasi milenial.

Hasil penelitian yang diperoleh kemudian disajikan secara deskriptif dan dianalisis berdasarkan fokus penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Penyajian data dalam bab ini disusun berdasarkan temuan dari hasil wawancara dengan para informan yang kemudian dikaitkan dengan teori maupun hasil penelitian terdahulu yang relevan. Dengan demikian, pembahasan yang disajikan tidak hanya menggambarkan kondisi yang terjadi di lapangan, tetapi juga memberikan pemahaman yang

lebih mendalam mengenai persepsi generasi milenial terhadap investasi emas syariah melalui produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penelitian, diperoleh beberapa temuan yang berkaitan dengan pemahaman generasi milenial terhadap investasi emas syariah, pandangan mereka terhadap manfaat produk E-Mas, serta minat mereka dalam menggunakan produk tersebut sebagai sarana investasi berbasis syariah. Pembahasan hasil penelitian ini kemudian disusun sesuai dengan rumusan masalah penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

Deskripsi hasil Wawancara Informan

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan para informan penelitian. Penyajian data dilakukan secara deskriptif berdasarkan masing-masing informan, baik dari pihak internal Bank Syariah Indonesia maupun dari generasi milenial sebagai masyarakat.

Penyajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara langsung mengenai jawaban dan pandangan informan terkait investasi emas syariah di platform digital Byond by BSI, sebelum dilakukan analisis lebih lanjut berdasarkan rumusan masalah penelitian.

1) *Marketing* BSI

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rizal sebagai pihak *Marketing* Bank Syariah Indonesia, diperoleh beberapa informasi terkait strategi pemasaran, minat generasi milenial, serta pengembangan produk E-Mas.

Terkait strategi pengenalan produk E-Mas kepada generasi milenial, Bapak Rizal sebagai pihak *marketing* menjelaskan bahwa “untuk strategi yang

digunakan BSI untuk menarik generasi milenial diantaranya yaitu program *bundling*, jadi kalau ada nasabah gadai emas di BSI, maka nasabah tersebut bisa langsung aktivasi E-Mas”. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa BSI tidak hanya memperkenalkan E-Mas sebagai produk investasi, tetapi juga menghubungkannya dengan layanan emas yang telah lama dikenal masyarakat.

Mengenai minat generasi milenial terhadap investasi emas syariah, beliau mengatakan, “minat generasi milenial terhadap investasi emas syariah saat ini itu cukup besar, mengingat sekarang banyak generasi milenial yang sudah bekerja dan berkeluarga jadi kebutuhan untuk masa depannya sudah terpikirkan, yang jika dibandingkan dengan generasi Z yang sebagian baru memasuki dunia kerja dan masih banyak yang belum berkeluarga, juga masih mudah terpengaruh untuk memenuhi keinginan mengikuti gaya hidup zaman sekarang”.

Ketika ditanyai nilai utama yang ditonjolkan dalam memasarkan produk E-Mas, beliau menyampaikan, “nilai yang paling ditonjolkan untuk menarik minat generasi milenial yaitu dengan memperlihatkan *history* harga emas dari tahun ke tahun, dimana sekarang harga emas melonjak drastis dibanding beberapa tahun terakhir, dan nilai rupiah cukup tinggi untuk satu batangnya saja”. Informasi mengenai riwayat harga emas digunakan untuk menunjukkan bahwa emas merupakan investasi yang relatif stabil dan menguntungkan dalam jangka panjang.

Tentang media promosi yang paling efektif dan bagaimana tanggapan generasi milenial terhadap

investasi E-Mas, beliau menambahkan, “media yang paling efektif untuk mengenalkan produk emas ini yaitu media sosial, mengingat generasi milenial sekarang juga tidak terlalu awam dengan teknologi yang satu ini, sudah banyak generasi milenial sekarang yang paham teknologi. Tanggapan generasi milenial mengenai investasi emas berbasis syariah di platform digital ini yaitu diantaranya mudah digunakan, info harga beli dan jual serta potensi keuntungannya juga terpampang dengan jelas, lalu aman dan nyaman, dimana BSI menerapkan prinsip 1:1, yang mana BSI harus punya emas fisiknya sebanding dengan jumlah pembeli, atau bahkan jika bisa BSI mempunyai stok cadangan, untuk nasabah lain yang berencana mampu membeli”.

Untuk harapan pengembangan produk kedepannya, beliau menyatakan, “harapannya emas bisa digadai secara digital, jadi tidak harus dijual terlebih dahulu. Sebenarnya sudah ada fiturnya namun belum siap digunakan, sedang dalam proses pengembangan. Lalu juga diharapkan agar bisa mempunyai lebih dari 1 rekening emas, jadi bagi generasi milenial yang sedang banyak kebutuhannya itu bisa memisah-misahkan antara kebutuhan satu dengan kebutuhan yang lain. Juga agar emas ini ada buku tabungannya, jadi jika sewaktu-waktu butuh untuk menggadai atau menjual emasnya dan lupa pin atau hp error atau kemungkinan yang lainnya, nasabah tetap bisa melakukan transaksi dengan buku tersebut”.

2) 2 Orang *Customer Service* BSI

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Okky selaku *customer service* Bank Syariah Indonesia, diperoleh informasi terkait peran mereka dalam

memberikan edukasi kepada nasabah, pemahaman dan respon generasi milenial, serta tanggapan nasabah terhadap produk E-Mas. Bapak Okky menjelaskan bahwa “peran sebagai CS yaitu sebagai *edukator* kepada nasabah, jadi CS itu memberitahukan mengenai produk, keuntungan, fitur-fitur produk, benefit, dan lain-lainnya kepada nasabah”.

Mengenai pemahaman generasi milenial, pertanyaan atau kendala yang sering disampaikan nasabah, serta respon generasi milenial terhadap investasi emas syariah, beliau menjelaskan, “Pemahaman generasi milenial tentang investasi emas syariah ini malah baik, karena sudah banyak yang melek teknologi, dan sebagian besar juga sudah mengetahui mengenai emas, kebanyakan juga sudah pernah mencoba beberapa investasi jadi pandangannya lebih luas. Kalau pertanyaan atau kendala yang sering ditanyakan nasabah itu rata-rata soal saldo, biaya cetak fisik, rekening *dormant* (tidak aktif). Respon generasi milenial setelah mendapat penjelasan itu lebih banyak yang positif (mau membuka rekening E-Mas), memang ada yang negatif (belum mau membuka rekening) namun itu hanya sebagian kecil saja”.

Tentang keunggulan produk E-Mas serta tantangan dalam mengenalkan produk, beliau mengatakan, “Keunggulan produk E-Mas dibandingkan yang lain itu kalau di BSI bisa langsung mencairkan ke rekening, dan bisa dicetak juga. Kalau tantangan dalam mengenalkan produk kepada nasabah itu yang pertama, harus mengerti kondisi nasabah dulu terlebih dalam segi ekonomi, karena tidak semua nasabah itu ekonominya cukup untuk melakukan investasi, namun pihak CS tetap menawarkan karena

barangkali kedepannya, nasabah tersebut akan berinvestasi. Kemudian literasi keuangan, karena ternyata tidak sedikit juga nasabah yang masih minim literasi mengenai keuangan”.

3) Milenial Pengguna BSI

Berdasarkan hasil wawancara dengan Naely Thoyyibah, seorang guru yang lahir pada tahun 1983, dan beralamatkan di Kabupaten Pekalongan, serta merupakan pengguna produk E-Mas pada platform Byond by BSI, diperoleh gambaran bahwa pemahaman terhadap investasi emas syariah sudah cukup baik. Mengenai pemahamannya tentang investasi emas syariah, Informan mengatakan, “Investasi emas syariah itu adalah menabung emas secara syariah, bebas riba, kepemilikan emas yang sah, dan harga yang jelas”.

Tentang perbedaan investasi emas syariah dengan konvensional, informan menjelaskan, “perbedaan investasi emas syariah dan emas biasa ialah terletak pada prinsipnya, dimana investasi syariah itu menerapkan prinsip Islam yang bebas riba, serah terima sesuai syariah, ada akad transaksi yang jelas, dan untuk investasi digital itu jelas terdapat bentuk fisiknya, serta hanya ada di beberapa aplikasi investasi yang memang sudah memenuhi syariah Islam. Sedangkan investasi biasa itu tidak menerapkan prinsip syariah dan biasanya ada di hampir semua aplikasi konvensional”.

Terkait pengalaman menggunakan produk E-Mas di Byond by BSI, informan menyatakan bahwa, “saya sudah pernah menggunakan, dan memang mudah dan nyaman untuk berinvestasi emas di Byond by BSI, karena bisa membeli kurang dari 1 gram,

sesuai jumlah dana yang diinginkan, tidak harus membeli utuh 1 gram atau lebih, hanya saja untuk menjual emasnya ada nominal minimum 0,05 gram, jadi yang mempunyai emas di bawah nominal tersebut tidak bisa menjualnya”.

Mengenai alasan menggunakan produk E-Mas, informan menyatakan, “yang paling mempengaruhi keputusan menggunakan produk E-Mas itu karena minat untuk kebutuhan masa depan juga, mengingat bahwa nilai emas yang tidak menyusut seperti nilai tukar uang, sehingga menyimpan atau berinvestasi emas lebih aman untuk masa depan”.

Mengenai kemudahan platform, informan menyatakan bahwa “mudah dan nyaman karena bentuknya yang digital sehingga bisa diakses kapan saja dan dari mana saja. Tampilannya sangat mulus, membuat proses beli emas jadi seperti kita melakukan transfer atau bayar tagihan rutin, tidak ada lagi rasa was-was atau bingung dengan prosedur yang kaku. Kenyamanan utamanya ada pada sinkronisasi aset, dimana saya bisa melihat saldo tabungan dan portofolio emas dalam satu layar, sehingga saya punya kendali penuh atas perencanaan masa depan tanpa perlu berganti-ganti aplikasi yang hanya memenuhi memori ponsel”.

Dari sisi keamanan, informan menilai bahwa, “Keamanan data dan transaksi di Byond by BSI sangat bagus, yang mana ketika akan masuk atau melakukan transaksi itu membutuhkan PIN hingga biometrik, sehingga memastikan bahwa hanya saya yang memegang kendalinya. juga setiap pergerakan aset itu ada jejak digital yang valid”.

Mengenai manfaat investasi emas dan tingkat kepercayaan terhadap produk, informan menilai bahwa, “manfaat utama investasi emas bagi generasi milenial itu untuk jangka panjang, mengingat sekarang sudah banyak generasi milenial yang berkeluarga jadi kebutuhan untuk masa depannya juga masih banyak hal. Untuk tingkat kepercayaan terhadap produk E-Mas, insya Allah aman dengan prinsip syariahnya”.

Yang membuat tertarik menggunakan produk E-Mas, informan mengaku, “Saya tertarik menggunakan produk E-Mas karena sekarang harga emas benar-benar melonjak jika dibandingkan dengan tahun-tahun ke belakang. jadi untuk simpanan masa depan itu sangat cocok”.

4) Milenial Pengguna BSI

Berdasarkan hasil wawancara dengan Undari, seorang ibu rumah tangga yang lahir pada tahun 1991 dan beralamatkan di Kota Pekalongan, serta merupakan pengguna produk E-Mas pada platform Byond by BSI, diperoleh gambaran bahwa pemahaman terhadap investasi emas syariah sudah cukup baik dan mendalam. Informan memahami bahwa, “investasi emas syariah itu investasi dalam bentuk logam mulia (emas) yang dikelola sesuai dengan prinsip dan hukum Islam”.

Mengenai perbedaan investasi emas syariah dan konvensional, informan mengatakan, “Perbedaan investasi emas syariah dan biasa itu terletak pada akad dan transaksinya. investasi emas syariah itu memiliki aset fisik nyata, dan diawasi oleh DPS, serta menggunakan sistem jual beli atau titipan yang bebas dari unsur riba, bunga, atau spekulasi. investasi emas biasa lebih fleksibel mengikuti regulasi pasar umum

tanpa batasan hukum fikih, sehingga transaksinya hanya bersifat nilai di atas kertas tanpa jaminan ketersediaan fisik emas secara real-time”.

Tentang pengalaman menggunakan E-Mas, informan menyatakan bahwa, “saya sudah mengetahui dan sudah menggunakan produk E-Mas di Byond BSI. mudah dan nyaman digunakan, dengan fitur cicilan, bisa membeli emas sesuai keadaan uang, tidak harus membeli 1 gram”.

Mengenai alasan menggunakan produk E-Mas dan kemudahan penggunaan platform, informan menyatakan, “Yang memengaruhi keputusan menggunakan produk E-Mas itu karena bisa menjaga nilai mata uang dan untuk investasi untuk masa depan. Kemudahan penggunaan platform Byond by BSI itu karena bisa dengan modal terjangkau (membeli emas bisa mulai Rp.50.000). Fitur lengkap, bisa melakukan pembelian, penjualan, transfer saldo emas, hingga pengajuan cetak fisik emas. proses praktis, karena berbentuk digital sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja melalui ponsel tanpa harus datang ke kantor cabang”.

Dalam hal keamanan dan manfaat utama bagi generasi milenial, informan menyatakan, “Keamanan data dan transaksi di Byond BSI itu terjamin karena diawasi oleh OJK dan DPS, serta dijamin kesediaan fisik emasnya di brankas bank, juga ada fitur *autentikasi biometrik* untuk melindungi akun. Lalu untuk manfaat bagi generasi milenial itu diantaranya kemudahan akses dengan modal murah, karena bisa mulai investasi hanya dengan puluhan ribu rupiah langsung dari hp. juga untuk mengamankan nilai uang

dari inflasi di masa depan dengan modal terjangkau dan proses serba digital.”

Tentang kepercayaan terhadap produk, informan mengatakan, “Tingkat kepercayaan tinggi, karena platform resmi yang pastinya ada pengawasan ketat dari DPS, yang menjamin setiap transaksi dilakukan secara tunai dalam sistem, sehingga terhindar dari unsur riba, atau spekulasi kosong. regulasi resmi dari OJK juga menjamin transaksi di aplikasi aman dari penipuan.”

Yang membuat tertarik menggunakan produk E-Mas, informan mengaku, “Tertarik dengan kemudahan dan kenyamanan fitur dalam aplikasi Byond, apalagi investasi emas sangat cocok untuk masa depan yang masih panjang dan inflasi yang tinggi”.

Secara keseluruhan, informan menunjukkan minat yang tinggi terhadap produk E-Mas, terutama karena kemudahan, kenyamanan, serta manfaatnya dalam membantu perencanaan keuangan jangka panjang.

5) Milenial Non-pengguna BSI

Berdasarkan hasil wawancara dengan Usna, seorang penjaga toko bangunan yang lahir pada tahun 1996 dan beralamatkan di Kabupaten Pekalongan, serta belum menggunakan produk E-Mas, diperoleh gambaran bahwa pemahaman terhadap investasi emas syariah sudah ada, meskipun belum sepenuhnya mendalam. Informan memahami bahwa, “investasi emas syariah itu seperti membeli emas kemudian disimpan, jika nanti waktu-waktu membutuhkan uang maka emas tersebut bisa dijual. dan prosedur transaksinya juga sesuai dengan syariah Islam”.

Menurut informan, perbedaan utama antara investasi emas syariah dan konvensional itu adalah, “Investasi emas syariah itu tidak ada ribanya, tidak mengambil keuntungan. sedangkan investasi emas biasa itu seperti investasi biasa pada umumnya, dalam prosedurnya tidak ada syariah Islam, dan lebih konvensional”.

Tentang produk E-Mas dan alasan belum menggunakan produk tersebut, Informan mengaku, “Sudah tahu melalui iklan di televisi dan juga media sosial, namun belum pernah menggunakan, karena di sisi lain juga tidak menggunakan BSI. Jikalau nantinya memakai produk tersebut, mungkin karena produknya digital jadi lebih praktis”.

Mengenai kemudahan investasi digital, serta keamanan data dan transaksi, ia berpendapat, “Untuk kemudahan itu ada sisi positif ada sisi negatifnya ya, karena itu digital jadi memang lebih mudah karena bisa diakses dimana dan kapan saja, namun tetap takutnya ketika sedang transaksi ternyata kuota habis, atau ada bug di aplikasinya. Untuk keamanan data dan transaksi itu harusnya aman ya karena Byond BSI kan aplikasi legal yang tentunya diawasi oleh OJK.”.

Dari sisi manfaat dan tingkat kepercayaan terhadap produk, informan melihat bahwa, “Manfaat utama bagi generasi milenial itu lebih mudah dan mempersingkat waktu, jadi bagi yang sudah berumah tangga dan tidak bisa meninggalkan rumah itu tetap bisa melakukan transaksi. Untuk tingkat kepercayaan terhadap produk E-Mas itu 50-50 ya, karena itu aplikasi legal jadi memang sudah ada pengawasnya, namun tetap saja takut mengingat maraknya kasus

saldo kesedot, hilang, takut juga ketika sedang menggunakan eh aplikasinya malah trouble”.

Untuk minat kedepannya, ia mengatakan, “Tertarik atau tidaknya? jelas tertarik karena lebih kekinian juga dan pastinya lebih *update* apalagi di tengah dunia digital yang sekarang makin marak”.

6) Milenial Non-pengguna BSI

Berdasarkan hasil wawancara dengan Aena, seorang penjual kue yang lahir pada tahun 1994 dan beralamatkan di Kabupaten Pekalongan, serta belum menggunakan produk E-Mas pada platform Byond by BSI, diperoleh gambaran bahwa pemahaman terhadap investasi emas syariah sudah cukup baik meskipun belum diikuti dengan pengalaman penggunaan secara langsung, informan menyatakan, “Investasi emas syariah itu intinya menabung yang dibentukkan emas dan dengan prinsip syariah”.

Informan memahami bahwa, “Kalau investasi emas syariah itu menggunakan dasar hukum islam, jadi tidak ada riba. Kalau investasi emas biasa itu masih bisa kemungkinan ada ribanya dalam transaksi”.

Informan juga mengaku belum pernah menggunakan produk E-Mas, informan mengaku sudah pernah melakukan investasi emas dalam bentuk fisik, “Belum pernah menggunakan E-Mas, tetapi sudah pernah menginvestasikan dalam bentuk fisik. tetapi mengingat sekarang inflasi semakin meningkat, jadi kemungkinan besar ingin menggunakan, apalagi E-Mas BSI bisa dicicil”.

Mengenai kemudahan platform serta keamanan data dan transaksi, informan menyatakan, “Kemudahan penggunaan, karena bentuknya yang digital, jadi tidak perlu repot-repot ke toko emas, dan

bisa diakses dimana saja dan kapan saja. memudahkan pengguna untuk menyisihkan uang semampu yang dia bisa karena bisa dicicil. karena platform resmi jadi tidak mudah takut penipuan. bisa difisikkan juga. lalu karena bisa dicicil, harganya jadi lebih terjangkau sesuai awal menyicilnya. Untuk keamanan data dan transaksi di BSI, harusnya aman ya karena kan itu platform resmi yang pastinya diawasi OJK dan lembaga pengawas lainnya”.

Dari sisi manfaat dan tingkat kepercayaan terhadap produk, informan melihat bahwa, “Manfaat utama bagi milenial itu pastinya dapat menyelamatkan nilai mata uang, dimana nilai inflasi sekarang semakin naik, dengan nilai tukar rupiah yang menurun, investasi emas bisa menjadi penolong. Tingkat kepercayaan, harusnya lebih meyakinkan karena terhindar dari riba”. Mengenai ketertarikannya terhadap produk E-Mas, informan menyatakan, “Tertarik. karena bisa menabung dengan mudah dengan fitur cicilan”.

7) Milenial Non-pengguna BSI

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ulfa, seorang karyawan yang lahir pada tahun 1996, dan beralamatkan di Kabupaten Pekalongan, serta belum menggunakan produk E-Mas, diperoleh gambaran bahwa pemahaman terhadap investasi emas syariah sudah cukup baik, meskipun belum diikuti dengan pengalaman penggunaan secara langsung. Informan memahami bahwa, “Investasi emas syariah itu beli emas untuk tujuan disimpan dengan transaksi yang sesuai prinsip Islam, tidak ada ribanya. Kalau investasi emas syariah itu prosesnya sesuai prinsip syariah dan terhindar dari riba. kalau investasi emas biasa itu beli

emas seperti pada umumnya dengan kemungkinan riba yang besar”.

Informan mengaku sudah mengetahui produk E-Mas melalui media seperti televisi, namun belum pernah menggunakannya, “Sudah mengetahui melalui iklan di TV, namun belum pernah menggunakan. Yang memengaruhi kalau nantinya menggunakan produk E-Mas itu mungkin karena kemudahan dan kepraktisannya. mengingat E-Mas melalui platform aplikasi sehingga mudah dilakukan dimana saja dan kapan saja”.

Dari segi kemudahan serta keamanan, informan menilai bahwa, “Byond by BSI menurutku itu mudah digunakan karena berbentuk platform aplikasi. Keamanan data dan transaksi seharusnya aman karena merupakan aplikasi legal dan pastinya ada pengawasan dari OJK.”.

Dari sisi manfaat, informan melihat bahwa, “Manfaat utama bagi generasi milenial itu bisa untuk investasi masa depan, apalagi gen milenial sekarang sudah banyak yang menikah dan pastinya banyak kebutuhan”. Namun demikian, tingkat kepercayaan masih berada pada kategori cukup, karena adanya kekhawatiran terhadap risiko digital seperti gangguan sistem atau masalah teknis lainnya, “lumayan percaya, karena digital dan tidak bisa kita lihat secara langsung, tetap ada rasa takut akan kemungkinan *trouble* dan lain sebagainya”. Mengenai ketertarikannya terhadap produk E-Mas, informan menyatakan, “Tertarik. karena karena kemudahan dan kepraktisannya”.

Secara keseluruhan, informan menunjukkan ketertarikan terhadap produk E-Mas, terutama karena kemudahan dan kepraktisannya. Namun, masih

diperlukan peningkatan kepercayaan serta pemahaman yang lebih mendalam agar dapat mendorong keputusan untuk menggunakan produk tersebut.

Setelah memaparkan hasil wawancara dari masing-masing informan, selanjutnya peneliti melakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh. Analisis ini disusun berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga pembahasan menjadi lebih terarah dan sistematis.

1) Pemahaman Generasi Milenial mengenai Produk E-Mas pada Platform Digital Byond by BSI.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pemahaman generasi milenial terhadap produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI terbentuk melalui pengalaman, informasi yang diperoleh, serta interaksi informan dengan layanan digital yang tersedia. Hasil wawancara menunjukkan adanya perbedaan pemahaman antara informan yang telah menggunakan produk E-Mas dengan informan yang belum menggunakannya. Informan yang telah menggunakan produk E-Mas cenderung memiliki pemahaman yang lebih spesifik karena mereka memperoleh pengalaman langsung dalam mengakses aplikasi, menggunakan fitur E-Mas, melakukan pembelian emas, serta memahami proses kepemilikan emas melalui sistem digital. Sementara informan yang belum menggunakan produk E-Mas umumnya masih memahami investasi emas dalam konteks umum dan belum memahami secara rinci mengenai mekanisme produk E-Mas.

Perbedaan pemahaman antara pengguna dan non-pengguna menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan menjadi salah satu faktor yang membentuk cara informan memahami suatu produk digital. Informan yang telah berinteraksi langsung dengan E-Mas tidak hanya memahami E-Mas sebagai bentuk investasi emas, tetapi juga memahami bagaimana produk tersebut digunakan melalui sistem digital pada aplikasi Byond by BSI. Sebaliknya, informan yang belum menggunakan E-Mas cenderung memahami produk berdasarkan informasi yang mereka terima, sehingga pemahaman yang terbentuk masih bersifat umum.

Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap produk keuangan digital tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan awal, tetapi juga melalui pengalaman dalam menggunakan layanan tersebut. Kondisi tersebut sesuai dengan pendapat Sundari et al., (2024) yang menjelaskan bahwa pemahaman seseorang terhadap produk keuangan berkaitan dengan tingkat literasi keuangan yang dimiliki, karena literasi membantu seseorang mengenali karakteristik, manfaat, serta mekanisme suatu produk keuangan (Sundari et al., 2024).

Berdasarkan pengalaman informan pengguna, E-Mas dipahami sebagai layanan kepemilikan emas digital yang tersedia dalam aplikasi Byond by BSI, bukan hanya sebagai investasi emas secara umum. Informan menjelaskan bahwa penggunaan E-Mas dilakukan melalui tahapan digital, yaitu dengan memilih fitur E-Mas pada aplikasi, menentukan jumlah pembelian sesuai kebutuhan, melakukan proses transaksi, kemudian melihat kepemilikan emas dalam

bentuk saldo digital pada aplikasi. Pemahaman tersebut menunjukkan bahwa penggunaan langsung terhadap fitur E-Mas memberikan pengalaman yang membantu informan memahami mekanisme produk secara lebih konkret. Hal ini menjelaskan bahwa mekanisme penggunaan layanan E-Mas dilakukan melalui proses pemilihan fitur investasi, penentuan nominal pembelian, verifikasi data, persetujuan akad, hingga penyelesaian transaksi melalui sistem digital yang tersedia pada aplikasi Byond by BSI (Hidayati & Wardiningsih, 2026).

Sementara itu, pada informan yang belum menggunakan E-Mas, pemahaman terhadap produk masih berada pada tahap awal. Sebagian informan mengetahui bahwa E-Mas merupakan layanan investasi emas digital milik BSI, tetapi belum memahami secara mendalam mengenai cara pembelian, penyimpanan saldo emas, maupun mekanisme transaksi yang tersedia dalam aplikasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemahaman terhadap produk digital tidak hanya terbentuk dari informasi yang diterima, tetapi juga dari pengalaman langsung dalam menggunakan layanan. Dalam hal ini, literasi keuangan syariah berperan dalam membantu seseorang memahami karakteristik produk keuangan, termasuk memahami bagaimana suatu produk digunakan serta bagaimana kesesuaiannya dengan prinsip syariah (Yani & Cerya, 2024).

Selain memahami mekanisme penggunaan, beberapa informan juga memberikan perhatian terhadap aspek syariah dalam produk E-Mas. Informan memandang bahwa keberadaan BSI sebagai lembaga keuangan syariah memberikan nilai tambah karena

produk tersebut dianggap tidak hanya menawarkan investasi emas, tetapi juga memiliki pertimbangan terhadap prinsip Islam. Pemahaman tersebut menunjukkan bahwa informan tidak hanya melihat aspek kemudahan digital, tetapi juga memperhatikan kesesuaian produk dengan nilai syariah. Hal ini berkaitan dengan karakteristik E-Mas sebagai produk investasi emas digital yang menggabungkan teknologi dengan prinsip syariah melalui penerapan akad, kejelasan transaksi, serta menghindari unsur yang bertentangan dengan prinsip muamalah Islam (Arfarizan, 2023).

Informan memaknai E-Mas sebagai produk yang memberikan alternatif investasi melalui layanan digital dengan tetap memperhatikan prinsip Islam. Pandangan tersebut menunjukkan bahwa nilai religius menjadi salah satu bagian yang membentuk cara generasi milenial memahami produk investasi syariah. Hal ini sejalan dengan Al Mubaroq et al., (2025) yang menjelaskan bahwa nilai keagamaan dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi cara generasi milenial dalam memandang dan menentukan pilihan terhadap produk keuangan syariah (Al Mubaroq et al., 2025).

Selain itu, kemudahan akses melalui platform digital seperti Byond by BSI turut mempengaruhi tingkat pemahaman generasi milenial. Informan menyatakan bahwa fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi, seperti informasi harga emas, kemudahan transaksi, serta tampilan yang ramah pengguna, membantu mereka mengenali proses penggunaan E-Mas. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi dan

pemahaman investasi, khususnya bagi generasi milenial yang akrab dengan teknologi. Dalam perspektif Technology Acceptance Model (TAM), kemudahan penggunaan teknologi dapat membantu pengguna mengenali suatu sistem dengan lebih cepat (Sutrisno et al., 2020). Dalam penelitian ini, informan yang merasa aplikasi Byond mudah digunakan cenderung lebih mampu menjelaskan mekanisme E-Mas dibandingkan dengan informan yang belum memiliki pengalaman menggunakan aplikasi tersebut.

Meskipun kemudahan akses digital membantu informan mengenal produk E-Mas, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa pemahaman mengenai produk masih berkembang secara bertahap. Beberapa informan telah memahami cara penggunaan aplikasi, tetapi belum seluruhnya memahami secara mendalam mengenai aspek mekanisme investasi, manfaat jangka panjang, maupun karakteristik E-Mas sebagai produk investasi emas syariah. Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi mempermudah akses terhadap produk, tetapi tetap membutuhkan dukungan edukasi agar pengguna tidak hanya memahami cara menggunakan layanan, tetapi juga memahami konsep yang mendasari produk tersebut. Hal ini sesuai dengan Febrianti et al., (2025) yang menjelaskan bahwa pengenalan generasi milenial terhadap produk investasi berbasis emas merupakan proses bertahap yang dipengaruhi oleh informasi, pengalaman, dan pemahaman terhadap produk.

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, dapat dipahami bahwa pemahaman generasi milenial terhadap produk E-Mas pada platform Byond by BSI terbentuk melalui kombinasi antara pengalaman

penggunaan, kemudahan teknologi, informasi yang diperoleh, serta pemahaman terhadap nilai syariah. Informan yang telah menggunakan E-Mas menunjukkan pemahaman yang lebih mendalam karena mereka memiliki pengalaman langsung dalam berinteraksi dengan fitur dan mekanisme produk. Sementara itu, informan yang belum menggunakan E-Mas masih memahami produk pada tingkat pengenalan berdasarkan informasi yang tersedia. Dengan demikian, pemahaman terhadap E-Mas bukan hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai investasi emas, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana generasi milenial memahami, mengalami, dan memaknai layanan investasi emas digital berbasis syariah melalui platform Byond by BSI.

2) Pandangan Generasi Milenial terhadap Peran dan Nilai Manfaat Produk E-Mas pada Platform Digital Byond by BSI.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, dapat diketahui bahwa generasi milenial pada umumnya memiliki pandangan yang cukup positif terhadap produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI. Informan memandang E-Mas sebagai salah satu bentuk layanan investasi emas digital yang memberikan kemudahan dalam melakukan aktivitas investasi melalui aplikasi. Produk ini dinilai mampu menjawab kebutuhan generasi milenial yang menginginkan investasi yang praktis, aman, serta sesuai dengan prinsip syariah. Bagi informan yang telah menggunakan E-Mas, produk ini tidak hanya dipandang sebagai alat untuk berinvestasi, tetapi juga sebagai layanan yang membantu dalam mengelola

keuangan melalui proses yang lebih praktis dan fleksibel.

Pandangan tersebut muncul karena informan merasakan adanya kemudahan dalam proses penggunaan E-Mas. Informan menyebutkan bahwa E-Mas memberikan kemudahan dalam memulai investasi karena tidak memerlukan modal besar, sehingga dapat dijangkau oleh berbagai kalangan, termasuk mereka yang baru mulai berinvestasi. Selain itu, akses yang lebih sederhana dalam melakukan transaksi, seperti pembelian, penjualan, dan pemantauan harga emas secara *real-time*, tanpa harus datang langsung ke kantor cabang, menjadi nilai tambah yang membuat produk ini semakin menarik. Kemudahan tersebut menjadi salah satu nilai manfaat yang dirasakan oleh pengguna karena sesuai dengan karakteristik generasi milenial yang terbiasa menggunakan layanan berbasis teknologi dalam aktivitas sehari-hari.

Pandangan informan mengenai manfaat E-Mas juga berkaitan dengan fungsi produk tersebut sebagai bagian dari perencanaan keuangan jangka panjang. Beberapa informan memaknai E-Mas sebagai bentuk persiapan keuangan karena emas dianggap memiliki keunggulan dalam hal stabilitas nilai dan risiko yang relatif rendah, serta dapat dipertahankan dalam jangka waktu tertentu yang cenderung aman dan cocok untuk tujuan seperti persiapan dana darurat, pendidikan, maupun kebutuhan masa depan lainnya. Dalam konteks penelitian ini, pandangan tersebut tidak hanya menunjukkan pemahaman terhadap emas sebagai aset investasi, tetapi juga menunjukkan bagaimana informan memaknai keberadaan E-Mas sebagai layanan digital yang membantu mereka melakukan

pengelolaan keuangan. Febrianti et al., (2025) menjelaskan bahwa emas sering dipahami sebagai salah satu instrumen yang memiliki fungsi dalam menjaga nilai kekayaan. Pemahaman tersebut dapat digunakan untuk melihat bagaimana informan menghubungkan penggunaan E-Mas dengan tujuan keuangan di masa mendatang (Febrianti et al., 2025).

Selain manfaat finansial, generasi milenial juga melihat adanya nilai manfaat dari sisi kepatuhan terhadap prinsip syariah. Informan menyampaikan bahwa penggunaan produk E-Mas memberikan rasa tenang karena produk tersebut dianggap sesuai dengan nilai-nilai Islam. Bagi informan, E-Mas tidak hanya menawarkan kemudahan transaksi digital, tetapi juga memberikan keyakinan bahwa aktivitas investasi dilakukan melalui layanan yang mempertimbangkan prinsip syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa pandangan terhadap E-Mas terbentuk dari kombinasi antara manfaat teknologi dan pertimbangan nilai keagamaan. Sebagaimana dijelaskan oleh Al Mubaroq et al., (2025), produk investasi syariah tidak hanya dipandang dari aspek keuntungan finansial, tetapi juga berkaitan dengan nilai etika dan keyakinan pengguna terhadap kesesuaian prinsip Islam (Al Mubaroq et al., 2025).

Meskipun demikian, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa tidak seluruh informan memiliki pandangan yang sama terhadap produk E-Mas. Informan yang belum menggunakan E-Mas masih menunjukkan beberapa keraguan, terutama berkaitan dengan mekanisme penggunaan, keamanan transaksi digital, serta pemahaman mengenai kepemilikan emas melalui sistem aplikasi. Beberapa informan

mengetahui keberadaan E-Mas, tetapi masih membutuhkan informasi lebih lanjut sebelum menggunakan layanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pandangan terhadap suatu produk digital tidak hanya terbentuk dari keberadaan layanan, tetapi juga dipengaruhi oleh pemahaman dan pengalaman seseorang terhadap produk tersebut.

Kondisi tersebut sejalan dengan Sundari et al., (2024) yang menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap produk keuangan syariah dipengaruhi oleh bagaimana informasi mengenai produk tersebut dipahami. Dalam penelitian ini, keraguan informan non-pengguna menunjukkan bahwa manfaat E-Mas belum sepenuhnya dapat dipahami apabila pengguna belum memperoleh informasi yang cukup mengenai mekanisme dan karakteristik produk. Oleh karena itu, edukasi mengenai penggunaan E-Mas menjadi bagian penting agar calon pengguna dapat memahami manfaat produk secara lebih menyeluruh.

Jika dikaitkan dengan Technology Acceptance Model (TAM), pandangan generasi milenial terhadap E-Mas dapat dipahami melalui konsep *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* terlihat dari bagaimana informan memandang E-Mas sebagai layanan yang memberikan manfaat nyata dalam aktivitas investasi, seperti kemudahan transaksi, efisiensi waktu, fleksibilitas penggunaan, serta akses informasi mengenai kepemilikan emas melalui aplikasi.

Sementara itu, *perceived ease of use* terlihat dari pengalaman informan dalam menggunakan fitur E-Mas yang dianggap mudah dipahami dan diakses melalui Byond by BSI. Hal tersebut sesuai dengan

penjelasan Tarihoran et al., (2025) memberitahu bahwa manfaat yang dirasakan pengguna menjadi bagian penting dalam penerimaan teknologi. Dalam penelitian ini, manfaat tersebut tampak dari cara informan menempatkan E-Mas sebagai sarana investasi yang praktis, fleksibel, dan sesuai dengan kebutuhan sehari-hari (Tarihoran et al., 2025).

Berdasarkan keseluruhan hasil wawancara, dapat dipahami bahwa generasi milenial memandang E-Mas pada platform Byond by BSI sebagai produk yang memiliki nilai manfaat dari sisi kemudahan akses, fleksibilitas penggunaan, perencanaan keuangan, serta kesesuaian dengan prinsip syariah. Informan pengguna menunjukkan pandangan yang lebih positif karena mereka telah memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan fitur dan layanan E-Mas. Sementara itu, informan non-pengguna masih berada pada tahap mempertimbangkan karena pemahaman terhadap mekanisme produk belum sepenuhnya terbentuk. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan informasi serta kurangnya pemahaman yang mendalam terhadap produk. Oleh karena itu, diperlukan strategi edukasi yang lebih efektif agar manfaat produk dapat dipahami secara lebih komprehensif oleh masyarakat.

3) Minat atau Kecenderungan Generasi Milenial untuk Menggunakan Produk E-Mas sebagai Sarana Investasi berbasis Syariah.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa minat atau kecenderungan generasi milenial dalam menggunakan produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI menunjukkan adanya variasi sesuai dengan

pengalaman dan pemahaman yang dimiliki masing-masing informan. Informan yang telah menggunakan E-Mas cenderung menunjukkan keinginan untuk tetap memanfaatkan layanan tersebut, sedangkan informan yang belum menggunakan E-Mas masih berada pada tahap mempertimbangkan penggunaan produk. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa minat terhadap E-Mas tidak muncul secara langsung, tetapi terbentuk melalui pengalaman penggunaan, informasi yang diterima, serta pemahaman terhadap mekanisme dan karakteristik produk.

Bagi informan yang telah menggunakan produk E-Mas, minat untuk tetap menggunakan produk terlihat dari pengalaman mereka selama memanfaatkan layanan pada aplikasi Byond by BSI. Informan menjelaskan bahwa kemudahan dalam melakukan pembelian emas, fleksibilitas jumlah pembelian, kemudahan memantau kepemilikan emas melalui aplikasi, serta keamanan sistem menjadi alasan utama untuk terus menggunakan E-Mas. Selain itu, pengalaman positif selama menggunakan aplikasi juga memperkuat kepercayaan dan mendorong mereka untuk menjadikan E-Mas sebagai salah satu pilihan investasi jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung (*user experience*) menjadi salah satu faktor yang membentuk kecenderungan informan untuk terus memanfaatkan produk E-Mas.

Sementara itu, bagi informan yang belum menggunakan produk E-Mas menunjukkan bahwa minat mereka cenderung masih dalam tahap ketertarikan awal. Informan memandang E-Mas sebagai produk yang menarik karena menawarkan investasi emas melalui layanan digital, namun mereka

masih membutuhkan informasi yang lebih rinci mengenai mekanisme penggunaan, sistem kepemilikan emas digital, serta keamanan transaksi sebelum memutuskan untuk menggunakan produk tersebut. Selain itu, kondisi keuangan dan prioritas kebutuhan juga menjadi pertimbangan yang memengaruhi keputusan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan terhadap E-Mas belum selalu diikuti oleh keputusan untuk menggunakan produk apabila calon pengguna belum memiliki pemahaman dan keyakinan yang memadai mengenai layanan tersebut.

Temuan tersebut sejalan dengan penjelasan Febrianti et al. (2025) yang menyatakan bahwa ketertarikan terhadap investasi berbasis emas tidak selalu langsung berubah menjadi keputusan untuk menggunakan produk. Dalam penelitian ini, minat informan non-pengguna masih berada pada tahap pertimbangan karena dipengaruhi oleh pemahaman terhadap produk, kondisi keuangan, serta prioritas kebutuhan yang dimiliki. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman informan mengenai mekanisme E-Mas dan pengalaman yang mereka miliki terhadap layanan digital, semakin terbuka pula kecenderungan mereka untuk mempertimbangkan penggunaan produk tersebut (Febrianti et al., 2025).

Selain pengalaman penggunaan, aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah juga menjadi salah satu faktor yang membentuk minat generasi milenial terhadap E-Mas. Informan mengungkapkan bahwa keyakinan terhadap kesesuaian produk dengan prinsip Islam memberikan rasa percaya dan kenyamanan dalam mempertimbangkan penggunaan E-Mas.

Kejelasan akad serta keyakinan bahwa transaksi dilakukan sesuai dengan prinsip syariah menjadi bagian dari pertimbangan informan ketika menilai produk tersebut. Hal tersebut sejalan dengan Sundari et al. (2024) yang menjelaskan bahwa kepatuhan syariah menjadi salah satu unsur yang membentuk keputusan seseorang dalam menggunakan produk investasi syariah. Hal ini membantu memahami mengapa sebagian informan menempatkan aspek bebas riba dan kejelasan akad sebagai sumber keyakinan sebelum memutuskan untuk berinvestasi.

Meskipun demikian, hasil wawancara juga menunjukkan adanya beberapa hambatan yang memengaruhi minat generasi milenial dalam menggunakan E-Mas. Informan non-pengguna mengungkapkan bahwa keterbatasan informasi mengenai mekanisme produk, kurangnya pemahaman terhadap sistem investasi emas digital, serta keraguan mengenai keamanan transaksi masih menjadi alasan untuk menunda penggunaan E-Mas. Selain itu, hasil wawancara menunjukkan bahwa keterbatasan literasi keuangan syariah dan literasi terhadap produk E-Mas turut memengaruhi terbentuknya minat informan.

Kurangnya pemahaman mengenai mekanisme transaksi, fitur layanan, serta karakteristik E-Mas sebagai produk investasi emas syariah menyebabkan sebagian informan masih merasa ragu untuk menggunakan layanan tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat terhadap suatu produk tidak hanya dipengaruhi oleh ketertarikan, tetapi juga oleh pemahaman yang dimiliki calon pengguna terhadap produk tersebut. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki

kecenderungan untuk memilih investasi yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memiliki nilai etika dan keberlanjutan (Al Mubaroq et al., 2025).

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa minat generasi milenial terhadap penggunaan produk E-Mas sebagai sarana investasi berbasis syariah tergolong cukup baik dan memiliki potensi untuk terus berkembang. Minat tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan akses, pengalaman penggunaan, literasi keuangan, serta kesesuaian dengan prinsip syariah. Meskipun demikian, masih diperlukan upaya peningkatan edukasi, sosialisasi, dan inovasi produk agar minat tersebut dapat berkembang menjadi keputusan nyata untuk menggunakan dan memanfaatkan produk E-Mas secara optimal dalam jangka panjang.

Jika dikaitkan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), minat generasi milenial terhadap E-Mas dapat dipahami melalui konsep *behavioral intention to use*, yang menunjukkan kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Dalam penelitian ini, informan yang telah menggunakan E-Mas menunjukkan kecenderungan yang lebih kuat untuk terus menggunakan layanan karena mereka telah merasakan manfaat dan kemudahan penggunaan aplikasi. Sebaliknya, pada informan yang belum menggunakan E-Mas, minat masih berada pada tahap pertimbangan karena dipengaruhi oleh persepsi terhadap risiko serta kebutuhan akan informasi yang lebih lengkap mengenai produk.

Pandangan tersebut juga berkaitan dengan aspek kepercayaan (*trust*) dan persepsi risiko (*perceived risk*)

dalam penggunaan layanan keuangan digital. Informan pengguna mengungkapkan bahwa kepercayaan terhadap E-Mas terbentuk karena layanan tersebut disediakan oleh BSI sebagai lembaga keuangan syariah yang berada di bawah pengawasan OJK dan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Kepercayaan tersebut membuat informan merasa lebih yakin dalam menggunakan layanan E-Mas. Sebaliknya, informan non-pengguna masih menunjukkan kehati-hatian karena memiliki kekhawatiran terhadap keamanan transaksi, gangguan sistem, maupun mekanisme kepemilikan emas digital. Kondisi tersebut sejalan dengan Pratiwi et al., (2024) yang menjelaskan bahwa persepsi terhadap risiko menjadi salah satu pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan investasi, serta didukung oleh Salsabila et al., (2025) yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu unsur penting dalam membentuk niat seseorang untuk menggunakan layanan keuangan digital.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa minat generasi milenial dalam menggunakan produk E-Mas terbentuk melalui kombinasi antara pengalaman penggunaan, kemudahan layanan digital, manfaat yang dirasakan, pemahaman terhadap mekanisme produk, kepercayaan terhadap penyelenggara layanan, persepsi terhadap risiko, serta keyakinan terhadap penerapan prinsip syariah. Oleh karena itu, untuk meningkatkan minat penggunaan, diperlukan upaya yang tidak hanya berfokus pada pengembangan teknologi, tetapi juga pada peningkatan kepercayaan dan pengurangan persepsi risiko di kalangan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab ini, dapat disimpulkan bahwa persepsi generasi milenial terhadap produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI menunjukkan kecenderungan yang cukup positif, meskipun masih terdapat beberapa keterbatasan dalam hal pemahaman dan pemanfaatannya. Secara umum, generasi milenial telah memiliki pemahaman dasar mengenai produk E-Mas, khususnya terkait prinsip-prinsip utama seperti bebas riba, adanya akad yang jelas, serta kepemilikan aset yang transparan. Namun, pemahaman tersebut belum sepenuhnya mendalam, terutama bagi mereka yang belum menggunakan produk E-Mas, sehingga masih diperlukan peningkatan literasi keuangan syariah agar pemahaman yang dimiliki dapat lebih komprehensif.

Dari sisi pandangan terhadap peran dan manfaat, produk E-Mas dinilai mampu memberikan solusi investasi yang sesuai dengan kebutuhan generasi milenial saat ini, yaitu praktis, fleksibel, dan berbasis digital. Kemudahan dalam bertransaksi, akses informasi yang transparan, serta kemampuan untuk memulai investasi dengan nominal yang terjangkau menjadi nilai tambah yang membuat produk ini relevan dengan gaya hidup milenial. Selain itu, kesesuaian dengan prinsip syariah juga menjadi faktor penting yang memberikan rasa aman dan keyakinan dalam berinvestasi. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial tidak hanya mempertimbangkan keuntungan finansial, tetapi juga nilai etika dan keberkahan dalam aktivitas investasi, sebagaimana dijelaskan dalam penelitian bahwa investasi syariah menggabungkan aspek keuntungan dengan nilai moral dan spiritual (Al Mubaroq et al., 2025).

Sementara itu, dari segi minat atau kecenderungan penggunaan, generasi milenial menunjukkan potensi yang cukup besar untuk menggunakan produk E-Mas sebagai sarana investasi. Informan yang telah menggunakan produk cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk melanjutkan dan mengembangkan investasinya, sedangkan yang belum menggunakan umumnya berada pada tahap ketertarikan awal. Minat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tingkat literasi keuangan, kemudahan akses digital, pengalaman penggunaan, serta kepercayaan terhadap lembaga penyedia layanan. Dalam pembahasan (Febrianti et al., 2025), ketertarikan generasi milenial terhadap produk investasi emas syariah digambarkan sebagai proses yang masih bertahap. Uraian tersebut menunjukkan bahwa pengenalan terhadap produk umumnya berkembang melalui pengalaman memperoleh edukasi, proses sosialisasi, dan kemudahan akses terhadap layanan investasi.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya beberapa kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan pemahaman terhadap produk, kurangnya sosialisasi yang mendalam, serta perbedaan kondisi ekonomi yang mempengaruhi kemampuan individu untuk berinvestasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan produk saja tidak cukup, tetapi perlu diimbangi dengan strategi edukasi dan komunikasi yang lebih efektif, serta kesadaran dari masyarakatnya sendiri agar dapat meningkatkan pemahaman sekaligus minat generasi milenial secara lebih luas. Sebagaimana dijelaskan dalam penelitian lain, pemahaman dan persepsi generasi milenial terhadap produk investasi syariah sangat dipengaruhi oleh faktor edukasi, pengalaman, serta informasi yang mereka peroleh (Sundari et al., 2024).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI memiliki potensi yang besar sebagai sarana investasi berbasis syariah bagi generasi milenial. Produk ini telah mampu menjawab sebagian kebutuhan generasi milenial akan investasi yang mudah, aman, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Namun, untuk mengoptimalkan pemanfaatannya, diperlukan upaya yang lebih intensif dalam meningkatkan literasi keuangan syariah, memperluas edukasi berbasis digital, serta mengembangkan fitur dan layanan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pengguna. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak terkait dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan partisipasi generasi milenial dalam investasi syariah di masa yang akan datang.

Berdasarkan keterkaitan antara pemahaman, pandangan, dan minat yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa persepsi generasi milenial terhadap produk E-Mas pada platform Byond by BSI cenderung positif. Persepsi ini terbentuk dari adanya kemudahan penggunaan aplikasi, manfaat yang dirasakan dalam membantu perencanaan keuangan, serta tingkat kepercayaan terhadap sistem dan prinsip syariah yang diterapkan. Namun demikian, persepsi tersebut belum sepenuhnya kuat pada seluruh informan, terutama pada non-pengguna yang masih memiliki keterbatasan pemahaman serta kekhawatiran terhadap risiko teknologi. Dengan demikian, persepsi generasi milenial dapat dikatakan berada pada tahap berkembang, dimana potensi penerimaan cukup besar namun masih memerlukan penguatan melalui edukasi dan peningkatan kepercayaan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai persepsi generasi milenial terhadap produk E-Mas pada platform Byond by BSI, dapat disimpulkan beberapa hal berikut.

Pertama, pemahaman generasi milenial mengenai produk E-Mas pada platform digital Byond by BSI menunjukkan adanya variasi sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki masing-masing informan. Sebagian besar informan telah memahami bahwa E-Mas merupakan produk investasi emas berbasis syariah yang dapat diakses secara digital melalui aplikasi Byond by BSI. Informan juga memahami bahwa produk tersebut menawarkan kemudahan dalam proses pembelian dan pengelolaan investasi emas dengan nominal yang terjangkau. Pemahaman tersebut tampak lebih berkembang pada informan yang telah menggunakan produk E-Mas, yang menunjukkan bahwa pengalaman langsung berperan dalam memperdalam pemahaman. Sementara itu, pada informan yang belum menggunakan, pemahaman yang dimiliki masih berada pada tingkat umum dan belum sepenuhnya mendalam. Hal ini menggambarkan bahwa literasi keuangan syariah di kalangan generasi milenial masih berada dalam proses berkembang.

Kedua, pandangan generasi milenial terhadap peran dan nilai manfaat produk E-Mas cenderung menunjukkan persepsi yang positif. Informan memandang bahwa E-Mas memberikan alternatif investasi yang praktis, fleksibel, mudah diakses kapan saja, serta sesuai dengan

perkembangan teknologi digital yang dekat dengan kehidupan generasi milenial. Selain itu, keberadaan produk dalam ekosistem Bank Syariah Indonesia memberikan rasa percaya bagi sebagian besar informan karena dipandang memiliki legalitas dan berlandaskan prinsip syariah. Namun demikian, pada sebagian informan yang belum menggunakan, masih tampak adanya keraguan yang berkaitan dengan keterbatasan informasi dan pemahaman terhadap sistem yang digunakan, beberapa informan juga menilai bahwa sosialisasi mengenai mekanisme, manfaat, dan karakteristik E-Mas perlu ditingkatkan agar masyarakat memperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai produk tersebut.

Ketiga, dari aspek minat atau kecenderungan, generasi milenial menunjukkan adanya ketertarikan untuk menggunakan produk E-Mas, meskipun dengan tingkat kesiapan yang berbeda. Informan yang telah menggunakan E-Mas cenderung memperlihatkan keinginan untuk terus melanjutkan penggunaan karena merasakan kemudahan transaksi, fleksibilitas layanan, serta keyakinan terhadap kesesuaian produk dengan prinsip syariah. Sementara informan yang belum menggunakan E-Mas pada umumnya menunjukkan ketertarikan untuk mencoba produk tersebut di masa mendatang, meskipun keputusan penggunaannya masih dipengaruhi oleh tingkat pemahaman, kondisi keuangan, kebutuhan investasi, serta persepsi terhadap keamanan transaksi digital. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi generasi milenial terhadap produk E-Mas dibentuk oleh pengalaman, pemahaman, dan penilaian mereka terhadap mekanisme layanan, manfaat yang dirasakan, serta tingkat kepercayaan terhadap produk investasi syariah yang disediakan melalui platform digital Byond by BSI.

Jika dikaitkan dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM), penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh informan membantu mereka dalam memahami dan mengoperasikan aplikasi, sementara manfaat yang dirasakan mendorong terbentuknya pandangan positif terhadap produk. Selanjutnya, ketertarikan untuk menggunakan produk tampak muncul sebagai hasil dari pengalaman, persepsi manfaat, serta tingkat kepercayaan yang dimiliki. Dalam hal ini, faktor kepercayaan dan persepsi risiko juga terlihat menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam membentuk kecenderungan penggunaan.

Secara keseluruhan, dapat dipahami bahwa persepsi generasi milenial terhadap produk E-Mas pada platform Byond by BSI cenderung berkembang ke arah yang positif, yang terbentuk dari interaksi antara pemahaman, pandangan, dan minat. Persepsi tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh pengalaman penggunaan, tingkat literasi keuangan, kemudahan teknologi, serta keyakinan terhadap prinsip syariah yang diterapkan. Dengan demikian, persepsi generasi milenial dapat dilihat sebagai sesuatu yang dinamis dan masih terus berkembang seiring dengan meningkatnya pemahaman dan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan keuangan digital berbasis syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi berbagai pihak.

Pertama, bagi pihak Bank Syariah Indonesia (BSI), khususnya pengelola platform Byond, diharapkan dapat

terus mengembangkan upaya edukasi kepada masyarakat mengenai produk E-Mas pada platform Byond by BSI. Edukasi tersebut tidak hanya berfokus pada cara penggunaan aplikasi, tetapi juga dapat diarahkan pada pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep investasi syariah, mekanisme produk, serta manfaat jangka panjang yang dapat diperoleh. Selain itu, upaya untuk menjaga dan meningkatkan kenyamanan serta keamanan sistem juga menjadi hal yang penting, mengingat masih adanya kekhawatiran yang dirasakan oleh sebagian masyarakat terhadap penggunaan layanan digital.

Kedua, bagi masyarakat, khususnya generasi milenial, diharapkan dapat lebih terbuka dalam mencari dan memahami informasi terkait investasi E-Mas. Dengan semakin berkembangnya teknologi, akses terhadap informasi sebenarnya semakin mudah, sehingga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pemahaman sebelum mengambil keputusan dalam berinvestasi. Pemahaman yang lebih baik diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mempertimbangkan pilihan investasi secara lebih bijak dan sesuai dengan kebutuhan serta nilai yang diyakini.

Ketiga, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang berkaitan dengan jumlah informan serta ruang lingkup yang terfokus pada satu platform layanan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menjangkau informan yang lebih beragam atau menggunakan pendekatan yang berbeda guna memperoleh gambaran yang lebih luas. Selain itu, kajian mengenai faktor lain, seperti pengaruh lingkungan sosial, pengalaman penggunaan teknologi, maupun perilaku keuangan, juga

dapat menjadi bahan pengembangan agar pemahaman terhadap fenomena ini menjadi lebih mendalam.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran awal mengenai bagaimana generasi milenial memaknai investasi emas syariah dalam konteks digital, serta dapat menjadi referensi bagi pengembangan penelitian selanjutnya di bidang keuangan syariah dan teknologi finansial.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, di antaranya sebagai berikut:

1. Keterbatasan Jumlah Informan

Penelitian ini hanya melibatkan sejumlah informan yang terbatas, sehingga hasil yang diperoleh belum sepenuhnya dapat mewakili seluruh persepsi generasi milenial. Perbedaan latar belakang, pengalaman, dan tingkat literasi keuangan memungkinkan adanya variasi pandangan yang belum terakomodasi dalam penelitian ini.

2. Keterbatasan Lingkup Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada wilayah Pekalongan, sehingga hasilnya bersifat kontekstual sesuai dengan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat setempat. Oleh karena itu, hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan untuk wilayah lain dengan karakteristik yang berbeda.

3. Keterbatasan Objek Penelitian

Fokus penelitian ini hanya pada satu platform, yaitu produk E-Mas pada Byond by BSI yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia. Hal ini menyebabkan hasil penelitian lebih spesifik pada

platform tersebut dan belum mencakup perbandingan dengan platform investasi emas syariah lainnya.

4. Keterbatasan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga data yang diperoleh sangat bergantung pada hasil wawancara, observasi, dan interpretasi peneliti. Kondisi ini memungkinkan adanya unsur subjektivitas baik dari informan maupun peneliti dalam memahami dan menafsirkan data.

5. Keterbatasan Waktu dan Kondisi Lapangan

Proses pengumpulan data memiliki keterbatasan waktu serta menyesuaikan dengan ketersediaan informan. Hal ini berpotensi memengaruhi kedalaman informasi yang diperoleh selama wawancara.

6. Keterbatasan Perkembangan Teknologi

Platform digital seperti Byond by BSI terus mengalami perkembangan dan pembaruan fitur. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menggambarkan kondisi pada saat penelitian dilakukan dan dapat berbeda dengan kondisi di masa mendatang.



DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Akbar, M. S. (2024). Analisis Niat Untuk Berinvestasi Emas Pada Generasi Milenial Muslim Pada Bank Syariah di Indonesia. *Ad-Deenar : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(01), 29–42. <https://doi.org/10.30868/ad.v8i01.6433>
- Al Mubaroq, M. M., Mustofa, B., & Pradana, M. R. (2025). Konsep dan Prinsip Investasi Syariah bagi Generasi Milenial. *Journal of Excellence, Humanities and Religiosity*, 2(2), 14–27.
- Arafat, M., & Krismono. (2022). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Investasi Emas Online Melalui Tokopediaemas. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 4(1), 858–872. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol4.iss1.art3>
- Arbaian, M. F. N., Nurkaromah, S. R., Sutarman, S., & Apriyani, H. (2025). Penerimaan dan Penggunaan SuperApp BYOND BSI : Ekstensi Teori Technology Acceptance Model. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 8(2), 90–103.
- Arfarizan, A. H. (2023). The Effect Of Brand Digitalization Of E-Mas Transactions : E-Mas Features On The Mobile BSI Maqshid Syariah Framework. *Journal Od Research and Community Service*, 4(4), 931–945.
- BPS. (2025). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin. In <https://www.bps.go.id> (p. 1).

<https://www.bps.go.id/assets/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--2023.html>

- Cahyani, Y. B., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Membeli emas. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Nusantara*, 6(1), 37–56.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- DSN-MUI. (2010). *Fatwa DSN-MUI Nomor 77/DSN-MUI/V/2010* (Issue 51).
- Fadilah, M. N., Indriwan, N., Khoirunnisa, N., & Mulyantini, S. (2022). Review Faktor Penentu Keputusan Investasi Pada Generasi Z & Millenial. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 17–29. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v2i1.112>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Fazri, R., Azmi, F., Tarigan, N. A. P., & Alwi, T. (2023). Investasi Syariah. *Journal on Education*, 05(04), 12190–12197.
- Febrianti, R., Arif, M., & Syarvina, W. (2025). Analysis of Millennial and Gen Z Interest in Using BSI Gold Credit Services as a Future Savings Investment. *Jurnal Penelitian Medan Agama*, 16(02), 288–297.
- Graff, H. J. (2007). *Literacy and historical development*. SIU Press.

- Halimah, N., Martaseli, E., & Sophan, I. (2025). Informasi BSI Mobile Dan Byond By BSI Dalam Meningkatkan Layanan Perbankan (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Sukabumi). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonmi Dan Perbankan Syariah*, 10(4), 2553–2562.
- Hamonangan, Y. E., & Wisuda, H. P. (2022). Pemahaman Investasi pada Generasi Milenial di Indonesia. *Jurnal Lلمان: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 29–40. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman>
- Hidayati, L., & Wardiningsih, R. (2026). Prosedur Investasi Emas Melalui Cicil Emas dan Tabungan E-Mas Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Lombok Aikmel. *Jurnal Praktik Akuntansi Dan Bisnis*, 1(4), 926–940.
- Iswanti, R., Endri, E., & Zaerofi, A. (2024). The Determinants of Millennial Interest in Investing on Sharia Securities Crowdfunding Platforms in Indonesia. *TIFBR: Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 18(1), 88–119. <https://doi.org/10.30993/tifbr.v18i1.355>
- Kamal, M. F., & Apriani, R. (2022). Pengaruh perkembangan teknologi di era digital terhadap investasi dan pasar modal. *JUSTITIA: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 9(1), 488–496. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/%0Ahttp://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/Justitia/article/view/4019>
- Kumala, S. L. (2022). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia. *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2), 109–117. <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.190>
- Lemiyana, Rusdi, M., & Al Maraghy, M. (2024). How Do

Digital Literacy Affect Millennial Investment in Sharia Capital Markets? The Role of Lifestyle. *Ikonomika*, 9(2), 247. <https://doi.org/10.24042/ijebi.v9i2.23757>

- Liviana, Y., & Munawaroh. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Generasi Milenial Memilih Berinvestasi Pada Platform Digital. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 9(2). <http://e-journal.polsa.ac.id/index.php/jneti/article/view/103>
- Maulidia, L. N., & Mustaqim, M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan , Sikap Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Pelaku UMKM Di Kecamatan Tulangan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4269–4279.
- Mokoagow, F. R. (2024). Kepatuhan Syariah dalam Aktivitas Bisnis Perbankan Syariah : Analisis Yuridis Normatif. *Al-'Aqdu: Journal of Islamic Economics Law*, 4(1), 44–53.
- Muharam, A. (2023). Integrasi Ekonomi Syariah dalam Sistem Keuangan Global. *Jurnal Inovasi Global*, 1(1), 14–25.
- Nudia, D. (2022). Emas Sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang. *Braz Dent J.*, 8(1), 177–187.
- Nurhisam, L. (2016). Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) dalam Industri Keuangan Syariah. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 23(1), 77–96.
- Pratiwi, A. I., Nurhadyanti, S., & Manda, G. S. (2024). Analisis Kualitatif Persepsi Risiko Investasi Saham di Kalangan Generasi Milenial. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 02(03), 771–781.
- Pribowo, K., & Fathihani. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, dan Sistem Pembayaran terhadap Minat Investasi Emas Digital pada Generasi Milenial (Studi

- pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Dian Nusantara Jakarta). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(3), 133–142. <https://siberpublisher.org/JMPD/article/view/60%0Ahttps://siberpublisher.org/JMPD/article/download/60/33>
- Priswari, D. N., & Munari. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Generasi Millennial. *Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)*, 1(1), 452–462.
- Purnamasari, V., Merlinda, S., Narmaditya, B. S., & Irwansyah, M. R. (2021). The Millennial's Investment Decisions: Implications of Financial Literacy, Motivation, and Digitalization. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 314. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.39328>
- Rahadi, D. R., & Stevanus, Y. (2020). Persepsi Dan Pengambilan Keputusan Milenial Terhadap Instrumen Investasi Masa Depan : Studi Literatur. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(2), 162–177. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i2.129>
- Rahayu, R., Ali, S., Aulia, A., & Hidayah, R. (2022). The Current Digital Financial Literacy and Financial Behavior in Indonesian Millennial Generation. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 78–94. <https://doi.org/10.18196/jai.v23i1.13205>
- Rezaldo, A. D., Warsiyah, Saputeri, N. P., & Fakhrurozi, M. (2025). Perbandingan Produk Emas Digital dan Cicilan Emas di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 12(1), 358–363. <http://search.jamas.or.jp/link/ui/2014143423>

- Rif'ah, S. (2024). Fenomena Investasi Syariah Di Era Digital. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 07(02), 174–185.
- Rosiyani, N., & Hasyim, F. (2021). Analisis Pengaruh Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah. *JEKSYAH (Islamic Economics Journal)*, 1(02), 65–79. <https://doi.org/10.54045/jeksyah.v1i02.40>
- Sa'diyah, C., & Pratika, Y. (2022). Understanding the Intention of Millennial Generation on Investment Through the Financial Technology Application. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 1–12. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i2.4974>
- Salsabila, N. S., Ridwansyah, & Bahtiar, M. Y. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Manfaat , Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Berulang Byond by Bsi (Studi pada Nasabah di Kota Bandar Lampung). *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 8(1), 109–125.
- Santi, M. (2019). Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 07(01), 47–56. <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/>
- Sunaryanto, M. B., & Priyono, A. (2025). Integrasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB) Terhadap Penerimaan QRIS Pada Generasi Muda. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 03(02), 39–51.
- Sundari, D., Marsamelia, D. E., Meldy, Hidayani, V. A., &

- Takari, R. (2024). Pemahaman dan Persepsi Generasi Muslim Milenial terhadap Produk Investasi Syariah. *Journal Of Economis and Business*, 2(2), 171–178. <https://doi.org/10.19109/ifinance.v8i2.14249.1>
- Sutrisno, Fahlevi, D., & Sarbullah. (2020). Penerimaan Financial Technology Berbasis Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Stie Semarang*, 12(1), 33–46. <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v12i1.395>
- Tanjung, A. F., Adha, R., & Sugianto. (2023). Persepsi dan Keputusan Investasi Masa Depan pada Generasi Milenial dan Gen Z. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 20(2), 257–266. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v20i2.870>
- Tarihoran, A. N., Rachmadi, A., & Wijoyo, S. H. (2025). Analisis Penerimaan Pengguna Website Brawijaya Knowledge Garden (BKG) Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Dan Information Systems Success Model (ISSM). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(3), 1–7.
- Wulandari, F., & Nisa, F. L. (2024). Ekonomi Syariah Dalam Lintas Sejarah: Analisis Kualitatif, Referensi Komprehensif, Dan Implikasi Kontemporer. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(6), 529–538. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/1539>
- Yani, R., & Cerya, E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengetahuan Investasi terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang melalui Minat Investasi sebagai Variabel Intervening. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi, Dan Kewirausahaan*, 2(1), 201–216.

Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS

1. Nama : Hilya Hana Putri
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 04 Juli 2004
3. Alamat rumah : Ds. Kayugeritan RT 02/RW 05
4. Alamat tinggal : Ds. Kayugeritan RT 02/RW 05
5. Nomor Handphone : 087763751864
6. Email : hannaaputr@gmail.com
7. Nama Ayah : Abdul Wachid
8. Pekerjaan Ayah : Penjahit
9. Nama Ibu : Siti Khoziyah
10. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SDN 02 KAYUGERITAN (2010-2016)
2. SMP : MTS YMI WONOPRINGGO (2016-2019)
3. SMA : SMK GONDANG WONOPRINGGO (2019-2022)

Pekalongan, 04
Juli 2026



Hilya Hana Putri



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51181
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : HILYA HANA PUTRI
NIM : 40122146
Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH
E-mail address : hilya.hana.putri@mhs.uingusdur.ac.id
No. Hp : 082323862183

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PERSEPSI GENERASI MILENIAL PEKALONGAN TERHADAP INVESTASI SYARIAH (E-MAS) PADA PLATFORM DIGITAL BYOND BY BSI

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.



Pekalongan, 10 Juli 2026

HILYA HANA PUTRI

nama terang dan tanda tangan penulis

NB : Harap diisi, ditempel meteral dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam file softcopy /CD