

Analisis Permintaan Emas Antam sebagai Pendukung Pengembangan Produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati

Hani Yulianti^{1*}, Khairunnisa², Dewi Puspaningtyas Faeni³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma
hani.yulianti22@gmail.com*



e-ISSN: 2987-811X

MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.lumbungpare.org/index.php/maras>

Vol. 4 No. 3 September 2026

Page: 846-860

Article History:

Received: 08-06-2026

Accepted: 02-07-2026

Abstrak : Peningkatan permintaan emas Antam dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap investasi emas sebagai instrumen yang aman dan mampu melindungi nilai aset dari inflasi serta ketidakpastian ekonomi. Kondisi ini menjadi peluang bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk mengembangkan produk Cicil Emas sebagai alternatif investasi berbasis syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permintaan emas Antam sebagai pendukung pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Narasumber penelitian terdiri atas Area Manager BSI, Branch Manager BSI, Area Pawning Manager, praktisi emas Antam, dosen ekonomi syariah, pengamat pasar emas, dan nasabah Cicil Emas. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan emas Antam dipengaruhi oleh fungsi emas sebagai aset safe haven, perlindungan terhadap inflasi, likuiditas yang tinggi, kemudahan akses investasi, dan kesesuaiannya dengan prinsip syariah. Meningkatnya permintaan emas memberikan peluang yang besar bagi pengembangan produk Cicil Emas BSI. Penelitian ini menyimpulkan bahwa permintaan emas Antam memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan produk Cicil Emas dan penguatan ekosistem bisnis emas syariah di BSI.

Kata Kunci: Permintaan Emas Antam; Cicil Emas; Investasi Emas; Bullion Bank; Bank Syariah Indonesia

PENDAHULUAN

Emas merupakan salah satu instrumen investasi yang banyak dipilih masyarakat karena memiliki kemampuan mempertahankan nilai aset dalam jangka

panjang dan relatif tahan terhadap gejolak ekonomi. Dalam teori investasi, emas dikenal sebagai aset *safe haven* yang mampu memberikan perlindungan terhadap inflasi, ketidakpastian ekonomi, dan fluktuasi pasar keuangan. Di Indonesia, emas batangan produksi PT Aneka Tambang Tbk (Antam) menjadi salah satu instrumen investasi yang paling diminati karena memiliki standar kemurnian yang terjamin, tingkat likuiditas yang tinggi, serta mudah diperjualbelikan.

Fenomena meningkatnya minat masyarakat terhadap investasi emas dapat dilihat dari perkembangan harga emas Antam yang terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Logam Mulia Antam, harga emas batangan ukuran 1 gram pada Juni 2026 berada pada kisaran Rp2.738.000–Rp2.839.000 per gram. Nilai tersebut menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dibandingkan beberapa tahun sebelumnya (kenaikan lebih dari 50% dalam 1 tahun terakhir).

Tabel 1. Perkembangan Harga Emas Antam/Gram

Tahun	Harga Rata-rata Emas Antam 1 Gram
2023	± Rp1.050.000
2024	± Rp1.300.000
2025	± Rp2.150.000
2026	± Rp2.700.000–Rp2.800.000

Sumber: Data diolah dari Logam Mulia Antam dan berbagai publikasi harga emas tahun 2023–2026.

Meningkatnya permintaan emas memberikan peluang bagi industri perbankan syariah untuk mengembangkan produk investasi berbasis emas. Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia telah mengembangkan berbagai layanan emas seperti Tabungan E-mas, Gadai Emas, Cicil Emas, dan perdagangan emas digital. Produk Cicil Emas menjadi salah satu layanan unggulan yang memungkinkan masyarakat memiliki emas secara bertahap melalui mekanisme pembiayaan syariah. Pengembangan bisnis emas BSI semakin diperkuat dengan implementasi Bullion Bank yang memungkinkan integrasi layanan penyimpanan, perdagangan, pembiayaan, dan investasi emas dalam satu ekosistem.

Data BSI menunjukkan bahwa bisnis emas mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2026, bisnis emas BSI tumbuh sebesar 125% (*year on year*), transaksi investasi emas digital melalui aplikasi BYOND meningkat lebih dari 2.700%, dan pembiayaan Cicil Emas tumbuh sebesar 174,32%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa bisnis emas berpotensi menjadi salah satu sumber pertumbuhan baru bagi perbankan syariah.

Tabel 2. Indikator Pertumbuhan Bisnis Emas BSI

Indikator	Perkembangan
Pertumbuhan Bisnis Emas BSI	125% (YoY)
Pertumbuhan Transaksi E-mas BYOND	> 2.700%
Pertumbuhan Cicil Emas	174,32% (YoY)
Nilai Bisnis Emas BSI	Rp705 mili

Sumber: Bank Syariah Indonesia dan publikasi bisnis emas tahun 2025–2026.

BSI Area Jakarta Fatmawati merupakan salah satu wilayah operasional yang memiliki potensi pasar yang besar dalam pengembangan produk emas. Karakteristik masyarakat perkotaan yang semakin sadar investasi, tingkat literasi keuangan yang meningkat, serta kemudahan akses layanan digital menjadikan wilayah ini sebagai

pasar potensial bagi pengembangan produk Cicil Emas. Namun demikian, tingginya permintaan emas Antam belum tentu secara otomatis berbanding lurus dengan pemanfaatan produk Cicil Emas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu menjelaskan bagaimana permintaan emas Antam dapat menjadi faktor pendukung pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati.

Tabel 3. *Research Gap* Penelitian

Peneliti	Fokus Penelitian	Temuan Utama	Keterbatasan	Posisi Penelitian saat ini
Hidayat & Nurhayati (2023)	Investasi emas syariah	Minat investasi dipengaruhi keamanan investasi	Tidak membahas Cicil Emas	Menghubungkan investasi emas dengan Cicil Ema
Prasetyo & Rahmawati (2024)	Pengaruh harga emas	Harga emas memengaruhi keputusan investasi	Tidak membahas perbankan syariah	Mengkaji implikasi terhadap produk BSI
Zaelani (2022)	Keputusan menggunakan Cicil Emas	Faktor syariah dan kemudahan pembiayaan dominan	Tidak mengkaji permintaan emas nasional	Menghubungkan permintaan emas dengan Cicil Emas
Erman (2025)	Strategi pemasaran Cicil Emas	Promosi memengaruhi minat nasabah	Tidak membahas Bullion Bank	Mengkaji Cicil Emas dalam konteks Bullion Bank
Penelitian ini (2026)	Permintaan emas dan pengembangan Cicil Emas	Analisis keterkaitan permintaan emas dengan pengembangan Cicil Emas BSI	Hanya mengkaji BSI dari sisi 1 area saja yaitu area Jakarta fatmawati	Menawarkan model pengembangan Cicil Emas berbasis tren permintaan emas

Penelitian terdahulu umumnya membahas investasi emas, keputusan pembelian emas, dan produk Cicil Emas secara terpisah. Hidayat dan Nurhayati (2023) menemukan bahwa minat investasi emas dipengaruhi oleh persepsi keamanan investasi. Prasetyo dan Rahmawati (2024) menunjukkan bahwa kenaikan harga emas berpengaruh terhadap keputusan investasi masyarakat. Sementara itu, Zaelani (2022) menemukan bahwa kemudahan pembiayaan dan kesesuaian prinsip syariah menjadi faktor utama dalam penggunaan produk Cicil Emas. Penelitian lain yang dilakukan oleh Erman (2025) lebih menitikberatkan pada strategi pemasaran produk Cicil Emas dalam meningkatkan minat nasabah.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih memiliki keterbatasan karena hanya mengkaji permintaan emas atau produk Cicil Emas secara terpisah. Penelitian terdahulu belum menjelaskan bagaimana peningkatan permintaan emas Antam dapat menjadi faktor pendukung pengembangan produk Cicil Emas pada perbankan syariah. Selain itu, penelitian mengenai pengembangan produk Cicil Emas

dalam konteks implementasi Bullion Bank juga masih sangat terbatas, mengingat kebijakan Bullion Bank merupakan fenomena baru dalam industri perbankan syariah Indonesia.

Kesenjangan penelitian (*research gap*) tersebut menunjukkan bahwa masih diperlukan kajian yang menghubungkan aspek permintaan emas Antam dengan strategi pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis bagaimana tren permintaan emas Antam, faktor-faktor yang memengaruhinya, serta implikasinya terhadap pengembangan produk Cicil Emas pada BSI Area Jakarta Fatmawati.

Adapun kebaruan penelitian ini terletak pada tiga aspek utama. Pertama, penelitian ini mengintegrasikan kajian permintaan emas Antam dengan pengembangan produk Cicil Emas yang selama ini lebih banyak diteliti secara terpisah. Kedua, penelitian ini mengkaji peran permintaan emas sebagai faktor strategis dalam mendukung pertumbuhan produk Cicil Emas pada perbankan syariah. Ketiga, penelitian ini dilakukan dalam konteks implementasi Bullion Bank yang merupakan model bisnis baru dalam industri perbankan syariah Indonesia sehingga menghasilkan perspektif yang lebih aktual terhadap pengembangan ekosistem bisnis emas syariah.

Berdasarkan fenomena empiris, perkembangan bisnis emas BSI, serta adanya kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini tidak hanya menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan emas Antam, tetapi juga menjelaskan bagaimana permintaan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai pendukung pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian investasi emas dan perbankan syariah serta memberikan rekomendasi praktis bagi Bank Syariah Indonesia dalam merumuskan strategi pengembangan produk Cicil Emas di masa mendatang.

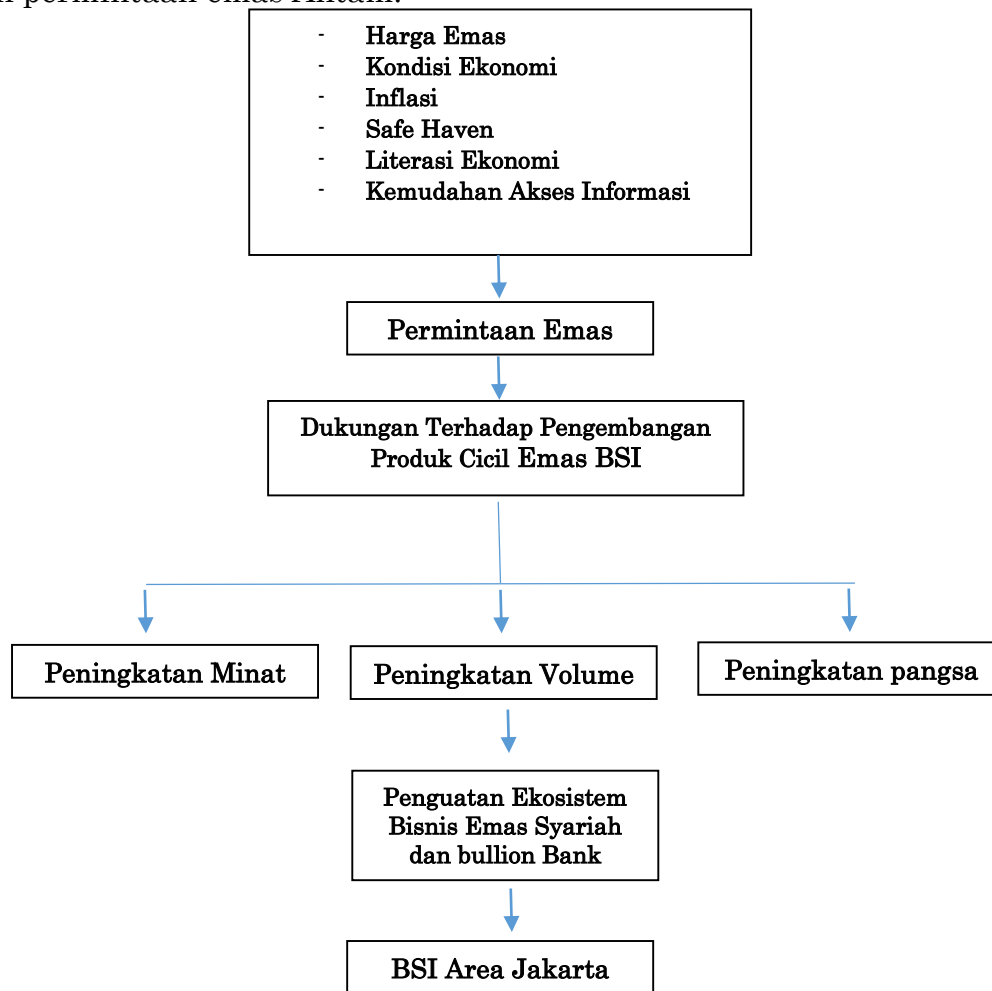
Berdasarkan fenomena meningkatnya permintaan emas Antam di masyarakat, perkembangan bisnis emas syariah, serta penguatan peran Bank Syariah Indonesia sebagai Bullion Bank, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana permintaan emas dapat mendukung pengembangan produk Cicil Emas. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi permintaan emas Antam di masyarakat saat ini?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi permintaan emas Antam di masyarakat?
3. Bagaimana permintaan emas Antam dapat mendukung pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati?
4. Apa saja peluang dan tantangan yang dihadapi Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati dalam mengembangkan produk Cicil Emas berdasarkan tren permintaan emas Antam?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis kondisi permintaan emas Antam di masyarakat saat ini.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan emas Antam.
3. Menganalisis peran permintaan emas Antam sebagai pendukung pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati.

4. Mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati dalam mengembangkan produk Cicil Emas berdasarkan tren permintaan emas Antam.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya permintaan emas Antam di masyarakat yang dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi maupun non-ekonomi. Faktor-faktor tersebut meliputi kenaikan harga emas, kondisi ekonomi yang tidak pasti, inflasi, fungsi emas sebagai aset *safe haven*, meningkatnya literasi investasi masyarakat, serta kemudahan akses investasi melalui perkembangan teknologi digital.

Berbagai faktor tersebut mendorong peningkatan permintaan emas Antam sebagai salah satu instrumen investasi yang dianggap aman dan menguntungkan dalam jangka panjang. Tingginya permintaan emas mencerminkan semakin besarnya minat masyarakat untuk memiliki emas sebagai bagian dari perencanaan keuangan dan investasi.

Peningkatan permintaan emas Antam selanjutnya menciptakan peluang bagi Bank Syariah Indonesia untuk mengembangkan produk Cicil Emas sebagai alternatif kepemilikan emas yang lebih terjangkau. Produk Cicil Emas memungkinkan masyarakat memperoleh emas melalui mekanisme pembiayaan syariah secara bertahap sehingga dapat menjangkau segmen masyarakat yang lebih luas.

Dalam konteks Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati, meningkatnya permintaan emas berpotensi mendorong peningkatan minat nasabah terhadap produk Cicil Emas, peningkatan volume pembiayaan emas, serta perluasan pangsa pasar bisnis emas syariah. Kondisi tersebut semakin diperkuat dengan hadirnya BSI sebagai Bullion Bank yang memungkinkan integrasi layanan emas secara lebih komprehensif.

Dengan demikian, penelitian ini memandang bahwa permintaan emas Antam merupakan faktor strategis yang dapat mendukung pengembangan produk Cicil Emas sekaligus memperkuat ekosistem bisnis emas syariah pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati. **Proposisi Penelitian:**

- P1: Permintaan emas Antam dipengaruhi oleh persepsi masyarakat terhadap emas sebagai instrumen investasi yang aman dan menguntungkan.
- P2: Peningkatan permintaan emas Antam menciptakan peluang bagi Bank Syariah Indonesia untuk mengembangkan produk Cicil Emas.
- P3: Produk Cicil Emas BSI menjadi alternatif kepemilikan emas yang lebih terjangkau bagi masyarakat di tengah meningkatnya permintaan emas.
- P4: Status BSI sebagai bullion bank memperkuat pengembangan produk Cicil Emas melalui integrasi ekosistem bisnis emas syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena permintaan emas Antam serta perannya sebagai pendukung pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Area Jakarta Fatmawati. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali persepsi, pengalaman, pandangan, dan strategi para narasumber terkait perkembangan investasi emas dan produk Cicil Emas secara komprehensif.

Menurut Creswell (2018), penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena yang dikaji adalah meningkatnya permintaan emas Antam dan implikasinya terhadap pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia.

Penelitian dilaksanakan pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati yang dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu area operasional yang aktif mengembangkan bisnis emas syariah, khususnya produk Cicil Emas. Selain itu, wilayah Jakarta Fatmawati memiliki karakteristik masyarakat perkotaan dengan tingkat literasi keuangan yang relatif tinggi dan minat investasi yang terus berkembang.

Penelitian dilaksanakan selama periode Mei sampai Juni 2026, yang meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian. Penentuan narasumber dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan narasumber berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.

Narasumber Penelitian

Penelitian ini melibatkan tujuh narasumber yang memiliki pengalaman, pengetahuan, dan keterlibatan langsung terhadap aktivitas investasi emas maupun

pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia. Berikut data narasumber penelitian ini.

Tabel 4. Narasumber Penelitian

No	Narasumber	Keterangan
1	Area Manager BSI	Penanggung jawab pengembangan bisnis area
2	<i>Branch Manager</i> BSI	Pengelola operasional cabang
3	Pawning <i>Sales Officer</i> BSI	Pelaksana pemasaran produk emas
4	Praktisi Emas Antam	Pelaku bisnis emas
5	Dosen Ekonomi Syariah	Akademisi dan ahli ekonomi syariah
6	Pengamat Pasar Emas	Pengamat perkembangan pasar emas
7	Nasabah Cicil Emas BSI	Pengguna produk Cicil Emas

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan perusahaan, publikasi resmi BSI, data harga emas Antam, laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jurnal ilmiah, dan dokumen lain yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) dilakukan secara semi-terstruktur dengan seluruh narasumber untuk memperoleh informasi mengenai kondisi permintaan emas Antam, faktor-faktor yang memengaruhi permintaan emas, peran permintaan emas dalam pengembangan produk Cicil Emas, serta peluang dan tantangan pengembangan produk Cicil Emas.
2. Observasi dilakukan terhadap aktivitas pemasaran dan layanan produk emas pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati.
3. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung berupa laporan perusahaan, publikasi resmi, data harga emas, serta dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Proses analisis dilakukan secara berkelanjutan sejak tahap pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan. Tahapan analisis data meliputi:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Pada tahap ini peneliti melakukan seleksi, penyederhanaan, pemusatan perhatian, dan pengorganisasian data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang tidak relevan dengan fokus penelitian disisihkan, sedangkan data yang relevan dikelompokkan sesuai tema penelitian.

2. Coding

Setelah data direduksi, peneliti melakukan proses coding dengan memberikan kode tertentu pada setiap informasi yang diperoleh dari narasumber. Proses coding bertujuan untuk memudahkan identifikasi tema-tema utama yang muncul dalam penelitian.

3. Kategorisasi Data

Data yang telah dikodekan kemudian dikelompokkan ke dalam kategori-kategori yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu:

- a. Kondisi permintaan emas Antam.
- b. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan emas.
- c. Peran permintaan emas terhadap pengembangan produk Cicil Emas.
- d. Peluang dan tantangan pengembangan produk Cicil Emas.

4. Penyajian Data

Data yang telah dikategorikan disajikan dalam bentuk narasi, tabel, matriks tematik, dan kutipan hasil wawancara untuk memudahkan interpretasi serta menemukan pola hubungan antar kategori.

5. Verifikasi Data

Peneliti melakukan pengecekan ulang terhadap data yang diperoleh melalui perbandingan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memastikan konsistensi dan keakuratan informasi.

6. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Tahap terakhir dilakukan dengan menginterpretasikan seluruh temuan penelitian, mengidentifikasi pola hubungan antar kategori, serta menarik kesimpulan yang menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Uji Keabsahan Data

Untuk menjamin validitas dan kredibilitas data, penelitian ini menggunakan beberapa teknik uji keabsahan data sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai narasumber yang memiliki latar belakang berbeda, yaitu pihak manajemen BSI, praktisi emas, akademisi, pengamat pasar emas, dan nasabah. Teknik ini bertujuan untuk memastikan konsistensi informasi yang diperoleh.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penggunaan berbagai teknik pengumpulan data diharapkan dapat meningkatkan akurasi dan kedalaman informasi penelitian.

3. *Member Checking*

Member checking dilakukan dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara dan interpretasi peneliti kepada narasumber untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh telah sesuai dengan maksud dan pengalaman narasumber.

4. *Credibility*

Uji *credibility* dilakukan melalui keterlibatan peneliti secara langsung dalam proses pengumpulan data, triangulasi sumber dan teknik, serta *member checking* sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi.

5. *Dependability*

Dependability dilakukan dengan mendokumentasikan seluruh proses penelitian secara sistematis mulai dari pengumpulan data, proses analisis, hingga penarikan kesimpulan sehingga penelitian dapat ditelusuri dan dievaluasi oleh pihak lain.

Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada analisis permintaan emas Antam sebagai pendukung pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati dengan sub fokus sebagai berikut:

1. Kondisi permintaan emas Antam di masyarakat.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan emas Antam.
3. Peran permintaan emas Antam dalam mendukung pengembangan produk Cicil Emas.
4. Peluang dan tantangan pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati.

Proposisi Penelitian

P1: Permintaan emas Antam dipengaruhi oleh persepsi masyarakat terhadap emas sebagai instrumen investasi yang aman dan menguntungkan.

P2: Peningkatan permintaan emas Antam menciptakan peluang bagi Bank Syariah Indonesia untuk mengembangkan produk Cicil Emas.

P3: Produk Cicil Emas BSI menjadi alternatif kepemilikan emas yang lebih terjangkau bagi masyarakat di tengah meningkatnya permintaan emas.

P4: Status BSI sebagai Bullion Bank memperkuat potensi pengembangan produk Cicil Emas melalui integrasi ekosistem bisnis emas syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Permintaan Emas Antam di Masyarakat

Temuan penelitian ini menunjukkan adanya dinamika baru dalam perilaku investasi masyarakat. Kenaikan harga emas yang secara teori berpotensi menurunkan permintaan ternyata tidak terjadi pada investasi emas Antam. Sebaliknya, masyarakat justru semakin meningkatkan kepemilikan emas karena memandang kenaikan harga sebagai indikator meningkatnya nilai investasi di masa depan. Fenomena ini mengindikasikan bahwa keputusan investasi emas lebih dipengaruhi oleh ekspektasi terhadap keamanan aset dibandingkan sensitivitas terhadap harga.

Temuan ini berbeda dengan pendekatan ekonomi konvensional yang menyatakan bahwa kenaikan harga cenderung menurunkan permintaan suatu komoditas. Dalam konteks investasi emas, hasil penelitian menunjukkan bahwa emas memiliki karakteristik sebagai aset investasi (*investment goods*), bukan sekadar barang konsumsi. Oleh karena itu, permintaan emas lebih dipengaruhi oleh persepsi risiko, kondisi ekonomi, dan kepercayaan masyarakat terhadap nilai emas sebagai *safe haven*.

a. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dengan seluruh narasumber, diperoleh informasi bahwa permintaan emas Antam mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Emas dipandang sebagai instrumen investasi yang aman, mudah dicairkan, dan mampu mempertahankan nilai aset dalam jangka panjang.

Praktisi emas Antam menyatakan: "Permintaan emas meningkat cukup tinggi terutama sejak harga emas terus mengalami kenaikan. Masyarakat melihat emas sebagai aset yang aman untuk menjaga nilai kekayaan". Pernyataan tersebut diperkuat oleh Pengamat Pasar Emas yang menyatakan: "Ketika terjadi ketidakpastian ekonomi dan inflasi, masyarakat cenderung mengalihkan sebagian asetnya ke emas karena dianggap lebih stabil dibanding instrumen investasi lainnya".

Selain itu, Area Manager BSI menjelaskan bahwa peningkatan minat masyarakat terhadap investasi emas tercermin dari pertumbuhan pembiayaan Cicil Emas yang terus meningkat di Area Jakarta Fatmawati.

b. Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa permintaan emas Antam terus mengalami peningkatan dan menjadi salah satu instrumen investasi yang diminati masyarakat. Temuan ini menjawab rumusan masalah pertama mengenai kondisi permintaan emas Antam di masyarakat serta mencapai tujuan penelitian pertama.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori investasi yang dikemukakan oleh Hartono (2022) yang menyatakan bahwa investor cenderung memilih instrumen investasi yang mampu memberikan perlindungan terhadap risiko ekonomi dan menjaga nilai aset dalam jangka panjang. Dalam perspektif teori *safe haven*, emas merupakan aset yang memiliki stabilitas relatif tinggi ketika terjadi ketidakpastian ekonomi sehingga menjadi pilihan utama investor. Temuan penelitian ini juga mendukung penelitian Hidayat dan Nurhayati (2023) yang menyimpulkan bahwa emas dipandang sebagai instrumen investasi yang aman karena mampu mempertahankan nilai aset pada saat terjadi inflasi. Penelitian Prasetyo dan Rahmawati (2024) juga menunjukkan bahwa peningkatan harga emas justru meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi karena dianggap memiliki prospek keuntungan jangka panjang.

Kondisi tersebut sesuai dengan fenomena yang terjadi di BSI Area Jakarta Fatmawati. Berdasarkan data internal area, peningkatan minat masyarakat terhadap investasi emas turut mendorong pertumbuhan pembiayaan Cicil Emas yang mencapai lebih dari target yang ditetapkan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya permintaan emas memberikan peluang pasar yang besar bagi pengembangan produk emas syariah.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Emas Antam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan masyarakat membeli emas tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan religius. Kesesuaian investasi emas dengan prinsip syariah menjadi pertimbangan penting, khususnya bagi nasabah Bank Syariah Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku investasi masyarakat Indonesia memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan model perilaku investasi yang hanya didasarkan pada pertimbangan keuntungan finansial.

Temuan ini memperluas hasil penelitian Zulfikar dan Haryono (2023) yang lebih menekankan aspek keamanan investasi. Penelitian ini menemukan bahwa perkembangan layanan digital seperti BYOND serta meningkatnya literasi investasi turut membentuk perilaku investasi masyarakat. Dengan demikian, permintaan emas pada era digital tidak lagi hanya dipengaruhi oleh faktor harga dan inflasi, tetapi juga oleh kemudahan akses layanan investasi dan kepercayaan terhadap institusi keuangan syariah.

a. Hasil Penelitian

Dosen Ekonomi Syariah menyatakan "Emas memiliki nilai intrinsik yang relatif stabil dan sesuai dengan prinsip syariah sehingga menjadi pilihan investasi yang dipercaya masyarakat". Hasil wawancara menunjukkan bahwa terdapat tujuh

faktor utama yang memengaruhi permintaan emas Antam, yaitu fungsi emas sebagai aset *safe haven*, perlindungan terhadap inflasi, kenaikan harga emas yang konsisten, tingkat likuiditas yang tinggi, kemudahan akses investasi digital, literasi investasi masyarakat, kesesuaian dengan prinsip syariah.

b. Pembahasan

Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam membeli emas tidak hanya dipengaruhi oleh harga, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi terhadap keamanan investasi dan kemudahan akses investasi. Menurut teori perilaku konsumen Kotler dan Keller (2022), keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi manfaat yang diperoleh konsumen dibandingkan risiko yang harus ditanggung. Dalam penelitian ini, manfaat berupa keamanan investasi dan perlindungan terhadap inflasi menjadi alasan utama masyarakat memilih emas.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Zulfikar dan Haryono (2023) yang menemukan bahwa faktor keamanan investasi dan potensi kenaikan nilai aset merupakan faktor dominan dalam keputusan masyarakat membeli emas. Temuan ini juga memperkuat Proposisi 1 yang menyatakan bahwa permintaan emas Antam dipengaruhi oleh persepsi masyarakat terhadap emas sebagai instrumen investasi yang aman dan menguntungkan.

Pada kondisi nyata di BSI Area Jakarta Fatmawati, meningkatnya penggunaan aplikasi digital seperti BYOND juga menunjukkan bahwa kemudahan akses investasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk emas.

3. Permintaan Emas sebagai Pendukung Pengembangan Produk Cicil Emas

Temuan penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya permintaan emas tidak hanya meningkatkan pembelian emas secara tunai, tetapi juga mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam memilih mekanisme kepemilikan emas. Produk Cicil Emas menjadi solusi bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan dana namun ingin memperoleh manfaat investasi emas sejak dini. Kondisi ini menunjukkan bahwa inovasi produk pembiayaan mampu memperluas akses masyarakat terhadap investasi emas.

Temuan ini berbeda dengan penelitian Zaelani (2022) yang lebih menitikberatkan pada faktor kemudahan pembiayaan sebagai alasan penggunaan Cicil Emas. Penelitian ini menunjukkan bahwa permintaan emas merupakan faktor yang mendahului kebutuhan terhadap produk Cicil Emas. Dengan kata lain, meningkatnya permintaan emas menciptakan peluang pasar yang kemudian direspons oleh BSI melalui pengembangan produk Cicil Emas. Hubungan tersebut menunjukkan adanya keterkaitan antara tren investasi masyarakat dan inovasi produk perbankan syariah.

a. Hasil Penelitian

Area Manager BSI menyampaikan bahwa pertumbuhan pembiayaan Cicil Emas di Area Jakarta Fatmawati mencapai 108% dari target pada periode penelitian.

Nasabah Cicil Emas menyatakan: "Saya memilih Cicil Emas karena harga emas terus naik. Jika menunggu membeli secara tunai, akan semakin sulit. Dengan cicilan saya bisa mulai berinvestasi sekarang".

b. Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya permintaan emas secara langsung menciptakan peluang bagi pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia. Menurut teori pengembangan produk Kotler dan Keller (2022), perusahaan perlu menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan perubahan perilaku pasar. Dalam konteks penelitian ini, meningkatnya permintaan emas menciptakan kebutuhan terhadap produk yang mampu memberikan akses kepemilikan emas secara lebih mudah dan terjangkau.

Temuan ini mendukung penelitian Zaelani (2022) yang menemukan bahwa kemudahan pembiayaan menjadi salah satu alasan utama nasabah memilih produk Cicil Emas. Hasil penelitian juga memperkuat Proposisi 2 dan Proposisi 3 bahwa peningkatan permintaan emas menciptakan peluang pengembangan produk Cicil Emas dan menjadikan Cicil Emas sebagai alternatif kepemilikan emas yang lebih terjangkau.

Pada kondisi nyata di BSI Area Jakarta Fatmawati, pertumbuhan pembiayaan Cicil Emas menunjukkan bahwa produk ini telah menjadi salah satu instrumen investasi yang diminati masyarakat perkotaan yang memiliki keterbatasan dana untuk membeli emas secara tunai.

4. Bullion Bank dan Penguatan Ekosistem Bisnis Emas Syariah

Temuan penelitian menunjukkan adanya dinamika baru dalam pengembangan bisnis emas syariah di Indonesia. Implementasi Bullion Bank tidak hanya berfungsi sebagai kebijakan kelembagaan, tetapi juga menjadi katalisator bagi pengembangan berbagai produk emas syariah, termasuk Cicil Emas. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan produk tidak hanya ditentukan oleh permintaan pasar, tetapi juga oleh dukungan regulasi dan inovasi kelembagaan.

Temuan ini memperluas penelitian Syabrina (2026) yang hanya membahas implementasi layanan Bullion Bank dari aspek regulasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa Bullion Bank memiliki implikasi yang lebih luas terhadap strategi bisnis Bank Syariah Indonesia melalui integrasi layanan tabungan emas, Cicil Emas, gadai emas, dan perdagangan emas. Dengan demikian, Bullion Bank tidak hanya meningkatkan daya saing BSI, tetapi juga memperkuat ekosistem bisnis emas syariah secara berkelanjutan.

a. Hasil Penelitian

Seluruh narasumber menyatakan bahwa implementasi Bullion Bank memberikan peluang besar terhadap pengembangan bisnis emas syariah. Pengamat Pasar Emas menyatakan: "Bullion Bank akan memperkuat ekosistem emas nasional karena seluruh layanan emas dapat terintegrasi dalam satu sistem".

b. Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa implementasi Bullion Bank memberikan peluang strategis bagi BSI dalam mengembangkan produk Cicil Emas. Menurut teori keunggulan kompetitif Porter (1985), perusahaan dapat meningkatkan daya saing melalui diferensiasi layanan dan penguatan ekosistem bisnis. Dalam konteks ini, Bullion Bank memberikan keunggulan kompetitif bagi BSI karena memungkinkan integrasi layanan tabungan emas, cicil emas, gadai emas, dan perdagangan emas.

Temuan ini mendukung penelitian Syabrina (2026) yang menyatakan bahwa implementasi layanan bank emas membuka peluang pengembangan produk emas syariah yang lebih luas. Temuan penelitian juga memperkuat Proposisi 4 bahwa status BSI sebagai Bullion Bank mampu memperkuat pengembangan produk Cicil Emas melalui integrasi ekosistem bisnis emas syariah.

Pada kondisi nyata di BSI Area Jakarta Fatmawati, implementasi Bullion Bank dipandang sebagai peluang untuk meningkatkan penetrasi pasar, memperluas basis nasabah, dan memperkuat posisi BSI sebagai pelopor bisnis emas syariah di Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Analisis Permintaan Emas Antam sebagai Pendukung Pengembangan Produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati, dapat disimpulkan bahwa”:

1. Permintaan emas Antam di masyarakat menunjukkan tren yang terus meningkat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap investasi yang aman dan mampu melindungi nilai aset dalam jangka panjang.
2. Faktor-faktor utama yang memengaruhi permintaan emas Antam meliputi fungsi emas sebagai aset *safe haven*, perlindungan terhadap inflasi, likuiditas yang tinggi, kemudahan akses investasi, meningkatnya literasi investasi, serta kesesuaian investasi emas dengan prinsip syariah.
3. Meningkatnya permintaan emas Antam memberikan peluang yang signifikan bagi pengembangan produk Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia. Produk Cicil Emas menjadi alternatif investasi yang memungkinkan masyarakat memiliki emas secara bertahap melalui mekanisme pembiayaan syariah yang mudah dan terjangkau.
4. Pengembangan produk Cicil Emas di BSI Area Jakarta Fatmawati memiliki peluang yang besar didukung oleh pertumbuhan minat investasi emas, digitalisasi layanan, dan implementasi Bullion Bank. Namun demikian, pengembangan tersebut masih menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi investasi sebagian masyarakat, persaingan dengan *platform* investasi lain, serta fluktuasi harga emas global.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa permintaan emas Antam merupakan faktor strategis yang mendukung pengembangan produk Cicil Emas serta memperkuat ekosistem bisnis emas syariah pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati disarankan untuk meningkatkan edukasi dan literasi investasi emas kepada masyarakat guna memperkuat minat terhadap produk Cicil Emas. Selain itu, optimalisasi layanan digital dan pemanfaatan momentum implementasi Bullion Bank perlu dilakukan untuk memperluas akses serta meningkatkan daya tarik produk emas syariah. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods serta cakupan wilayah yang lebih luas sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara permintaan emas dan pengembangan produk Cicil Emas pada perbankan syariah.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah narasumber yang relatif terbatas dan hanya dilakukan pada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh wilayah operasional Bank Syariah Indonesia. Selain itu, penelitian menggunakan pendekatan kualitatif sehingga belum mengukur secara statistik hubungan antara permintaan emas Antam dan pengembangan produk Cicil Emas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan cakupan wilayah yang lebih luas dan menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bank Syariah Indonesia Area Jakarta Fatmawati atas dukungan dan kesempatan yang diberikan selama pelaksanaan penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh narasumber yang telah berpartisipasi dan memberikan informasi yang berharga, serta kepada semua pihak yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Antonio, M. S. (2019). *Bank syariah: Dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- [2] Bank Syariah Indonesia. (2025). *Laporan tahunan 2024*. Bank Syariah Indonesia.
- [3] Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage.
- [4] Erman, N., & Winario, M. (2025). Analisis strategi pemasaran produk Cicil Emas dalam meningkatkan minat nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kota Pekanbaru. *AL-Muqayyad*, 8(2), 176–187.
- [5] Hartono, J. (2022). *Teori portofolio dan analisis investasi* (12th ed.). BPFE.
- [6] Hidayat, S., & Nurhayati, S. (2023). Analisis minat masyarakat terhadap investasi emas syariah pada perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 13(1), 45–57.
- [7] Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage.
- [8] Nasution, R. A. V. (2024). Analisis persepsi nasabah berinvestasi melalui produk pembiayaan Cicil Emas pada PT Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3(3), 106–123.
- [9] Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Roadmap pengembangan dan penguatan perbankan syariah Indonesia 2025–2029*. Otoritas Jasa Keuangan.
- [10] PT Aneka Tambang Tbk. (2026). *Data harga emas logam mulia Antam*. <https://www.logammulia.com>
- [11] Prasetyo, A., & Rahmawati, I. (2024). Pengaruh harga emas terhadap keputusan investasi masyarakat di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 78–89.
- [12] Purnomo, B., & Fauziah, N. (2023). Emas sebagai *safe haven* pada kondisi ketidakpastian ekonomi global. *Jurnal Ekonomi Islam*, 14(2), 112–126.
- [13] Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.

-
- [14] Syabrina, M. K. (2026). Analisis produk layanan emas Bank Syariah Indonesia berdasarkan POJK Nomor 17 Tahun 2024. *Jurnal Inovasi Nasional dan Ummah*, 4(1), 15–27.
 - [15] Zaelani, R. H. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 1(1), 14–24.
 - [16] Zulfikar, M., & Haryono, T. (2023). Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan emas sebagai instrumen investasi masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 7(2), 201–215.