

## **PENGARUH DIGITALISASI, MOTIVASI DAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI TABUNGAN EMAS DI PEGADAIAN**

**Riztami Ramadhani Siswoyo<sup>1</sup>, Supaino<sup>2</sup>, Rizal Agus<sup>3</sup>**

Keuangan Dan Perbankan Syariah<sup>1,2,3</sup>, Akuntansi, Politeknik Negeri Medan

riztamisiswoyo@students.polmed.ac.id<sup>1</sup>, supaino@polmed.ac.id<sup>2</sup>, rizal.19610814@polmed.ac.id<sup>3</sup>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh digitalisasi, motivasi, literasi keuangan syariah terhadap keputusan berinvestasi tabungan emas PT Pegadaian di era pandemi covid-19 pada Mahasiswa Muslim Politeknik Negeri Medan. Sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Jenis data yang digunakan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif menggunakan skala likert. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 46 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dengan melakukan uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi, motivasi, literasi keuangan syariah secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berinvestasi tabungan emas PT Pegadaian di era covid 19 pada mahasiswa muslim Politeknik Negeri Medan. Variabel digitalisasi, motivasi, literasi keuangan syariah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi tabungan emas PT Pegadaian di era pandemi covid-19 pada Mahasiswa Muslim Politeknik Negeri Medan sebesar 15.9% sedangkan sisanya 84.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** Digitalisasi, Motivasi, Literasi Keuangan Syariah, Tabungan Emas Pegadaian

### **PENDAHULUAN**

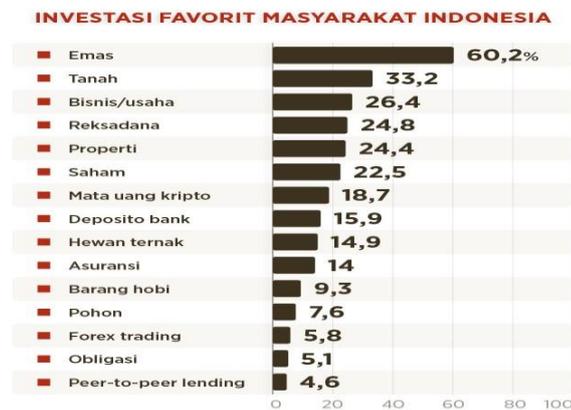
Pandemi covid-19 menjadikan ekosistem ekonomi menjadi semakin sulit. Dilansir dari (Voa Indonesia 2022), Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Margo Yuwono menyatakan inflasi tahun 2021 sebesar 1,87 persen mengalami kenaikan sebesar 0,19 persen dari tahun 2020 sebesar 1,68 persen. 88 dari 90 kota di Indonesia yang disurvei mengalami inflasi, penyebabnya adalah terdapat penurunan kemampuan beli masyarakat dikarenakan adanya aturan pembatasan mobilisasi masyarakat untuk menekan angka covid-19 dan melambungnya harga beli di pasar.

Dampak dari ketidakstabilan ekonomi tersebut menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk mengelola keuangan dengan baik, termasuk berinvestasi atau menyiapkan tabungan yang menghasilkan return yang lebih menjamin dikemudian hari. Dilansir dari (Katadata 2022), Direktur Anugerah Mega Investama Hans Kwee menyatakan ada dua faktor yang mempengaruhi meningkatnya investasi ditengah pandemi. Pertama, meningkatnya teknologi dan mudahnya akses informasi digital. Kedua, kecenderungan masyarakat yang tinggal dirumah agar terhindar dari Covid19.

Dilansir dari laman (Kominfo 2021), Direktur Literasi dan Edukasi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Horas Tarihoran mengatakan bahwa dari 69,90 juta generasi milenial di Indonesia sebanyak 95% pengguna smartphone dan 49% pengguna internet banking. Hal tersebut menjadikan milenial sebagai peluang besar dalam akselerasi layanan keuangan digital namun sebaliknya terdapat tantangan pada tingkat literasi keuangan di kalangan ini masih tergolong rendah. Fenomena ini kemudian dimanfaatkan oleh Lembaga Jasa Keuangan untuk mengakselerasi produk dengan mengadakan berbagai program literasi digital termasuk diantaranya melalui webinar dan penyebaran infografis keuangan pada media sosial. Sebagai bentuk inovasi di era digitalisasi, lembaga jasa keuangan melakukan transformasi kualitas pelayanan berbasis digital seperti internet banking, mobile banking pada perbankan dan aplikasi mobile digital pada industri keuangan non perbankan yang bertujuan memudahkan nasabah mengakses produk keuangan tanpa harus datang ke outlet.

## Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Melalui fasilitas kemudahan yang ditawarkan oleh Lembaga Jasa Keuangan, nasabah diharuskan cerdas dalam memilih produk keuangan yang ingin digunakan. Berbagai macam produk keuangan yang dapat diakses melalui satu genggam smartphone mulai dari layanan perbankan, asuransi, pembiayaan dan termasuk diantaranya adalah investasi. Investasi adalah menanamkan pokok harta dan mengambil keuntungan dari sebuah proses yang disertai kemungkinan risiko yang dapat terjadi. Dilansir dari (Katadata 2022), berikut adalah instrumen investasi yang menjadi favorit masyarakat Indonesia per Desember 2021:



Gambar 1. Investasi Favorit Masyarakat Indonesia  
Sumber: Katadata per desember 2021

Berdasarkan gambar diatas, emas menjadi primadona dalam berinvestasi. Dilansir dari (Zigi.id 2021), Vivi Zabkie, manajer riset Katadata Insight Center menyebutkan secara total telah disurvei 1.939 responden yang berinvestasi baik secara tradisional maupun investasi digital. Sebanyak 60,2% mengaku mempunyai emas termasuk didalamnya kelompok usia muda yaitu Gen Y dan Gen Z. Responden dari Gen Z, kelompok kategori berusia 15-22 Tahun sebanyak 358 orang, terangkum berinvestasi emas sebanyak 43%, kedua investasi saham 37% dan ketiga pada reksadana 36%. Kemudahan bertransaksi emas dewasa ini juga dipengaruhi oleh platform digital yang semakin berkembang.

Emas dengan harga yang cenderung naik namun berfluktuatif menjadikan emas adalah aset yang baik untuk dijadikan tabungan jangka panjang. Tabungan emas merupakan simpanan jangka panjang karena bersifat anti-inflasi dan tidak berpengaruh dengan nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika (Syafputri, 2012). Pemilihan instrumen emas dipersepsikan karena tidak sulit untuk dijual dan memiliki fluktuasi yang cenderung stabil dibanding instrumen lainnya. Berikut terlampir grafik harga emas dalam kurun waktu 5 tahun:



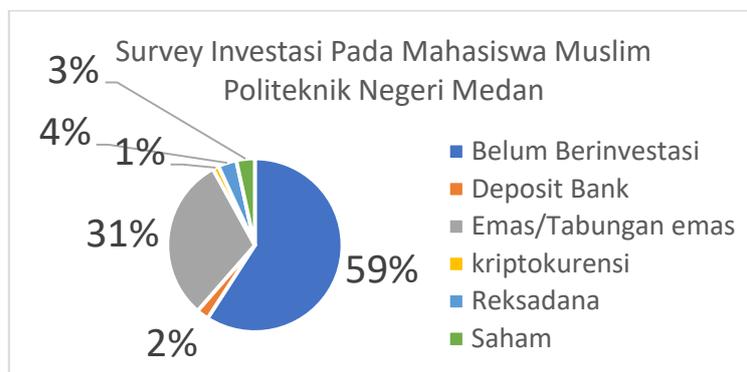
Gambar 2. Harga Emas 5 tahun 2018 - 2022  
Sumber: Bullion Rates Maret 2022

## Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Pada grafik diatas menunjukkan tren fluktuasi harga emas selama 5 tahun, dimana pada tiga tahun terakhir cenderung mengalami kenaikan ditengah pandemi covid-19. Dilansir dari (CNBC 2020), VP *Precious Metals Sales & Marketing* Antam, Iwan Dahlan menyatakan bahwa menyimpan emas masih sangat diminati karena emas tidak terpengaruh dengan inflasi.

Pegadaian merupakan salah satu bagian dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak pada bidang bisnis lembaga keuangan non-bank dimana memiliki peran dalam memberikan jasa/produk terkait usaha pembiayaan maupun investasi, salah satunya adalah investasi emas. Pegadaian menghadirkan solusi kepada masyarakat yang ingin berinvestasi emas melalui pembukaan rekening tabungan emas dan cicilan emas. Terkhusus produk cicilan dan tabungan emas merupakan produk dari Pegadaian Syariah yang dapat ditransaksikan di seluruh *outlet* Pegadaian. Dilansir dari laman (Sahabat Pegadaian 2020), Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI sebagai otoritas fatwa memilih pandangan yang memperbolehkan dan mengahalalkan transaksi pada jual beli emas secara tidak tunai sebagaimana fatwa DSN MUI Nomor 77/DSN-MUI/VI/2010 tentang Jual-Beli Emas secara tidak tunai.

Tabungan emas merupakan produk dari Pegadaian Syariah berupa layanan titipan saldo emas yang ditransaksikan secara *real time and real price*. Dengan beberapa fasilitas kemudahan yaitu saldo awal Rp 100.000, biaya administrasi Rp 30.000 dan mendapatkan akses transaksi pada Aplikasi Pegadaian Digital Service. Melalui kemudahan tersebut, mahasiswa menjadi target untuk investasi tabungan emas dengan adanya kerjasama webinar literasi keuangan. Berdasarkan data survey yang dilakukan peneliti pada 10 Desember 2021 dari keseluruhan 88 responden mahasiswa muslim Politeknik Negeri Medan, terdapat 27 orang yang sudah memiliki tabungan emas. Data hasil survey dapat dilihat dibawah ini:



Gambar 3. Data Investasi Mahasiswa Muslim Politeknik Negeri Medan  
Sumber: Pra Penelitian

Pada grafik diatas menunjukkan dari 88 responden sebanyak 59% mahasiswa muslim belum berinvestasi dikarenakan adanya kebutuhan lain sehingga tidak mempunyai sisa uang untuk disisihkan pada tabungan/investasi dan sebagian lagi menyampaikan untuk menabung emas/berinvestasi harus memiliki pengetahuan yang mendalam sehingga menyebabkan mahasiswa takut akan risiko kegagalan pada investasi. Menyusul di urutan kedua sebanyak 31% terdapat mahasiswa yang menabung emas, hal ini dikarenakan terselenggaranya edukasi melalui kegiatan webinar literasi keuangan yang diadakan oleh Pegadaian di Politeknik Negeri Medan, selanjutnya 4% pada reksadana, 3% instrumen saham, 2% deposit bank dan 1% kriptokurensi.

Meningkatnya jumlah generasi muda dalam menabung ataupun berinvestasi melalui kemudahan akses informasi tentang produk keuangan, Pegadaian memperluas kualitas pelayanan dalam ranah digitalisasi. Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) merupakan produk digital berbasis aplikasi *mobile* yang dapat diakses pada *smartphone* android dan IOS. Penggunaan aplikasi berbasis *mobile* memudahkan nasabah yang ingin bertransaksi tanpa harus datang ke outlet tetapi dapat dilakukan kapanpun dan dari mana saja. Sebagai akselerasi fitur digitalisasi, Pegadaian juga membuat

program Agen Pegadaian sebagai perpanjangan tangan dari Pegadaian berbasis aplikasi *mobile android*. Digitalisasi adalah rangkaian dari semua aspek informasi baik kata, angka, suara, data, gambar dan gerak yang dikodekan menjadi suatu bentuk bit yang memungkinkan untuk dilakukan transformasi data maupun manipulasi (Eka Wenats dalam Fitria, 2021). Menurut Fitria et al (2021), Digitalisasi Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk tabungan emas PT Pegadaian UPC Ajibarang dengan kesimpulan nasabah menggunakan tabungan emas karena mudah dalam melakukan transaksi. Iva hidayatul (2021), digitalisasi produk berpengaruh positif pada Intensi Generasi Milenial dalam penggunaan Jasa Keuangan Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2015 STAIM Nglawak Kertosono).

Peranan aspek psikologi juga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Motivasi tergabung dalam aspek psikologi yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian termasuk diantaranya persepsi, memori dan pembelajaran, dalam teori *Black Box* Kotler dan Keller (2012:178). Menurut Sumarwan (2016:23) motivasi adalah timbulnya keinginan akibat dari kebutuhan yang dirasakan konsumen. Pada penelitian Fitria (2021), motivasi berpengaruh secara positif signifikan pada keputusan pembelian tabungan emas di Pegadaian UPC Ajibarang, dijelaskan pada penelitian ini nasabah memilih produk tabungan emas karena adanya motivasi tinggi untuk memenuhi kebutuhan. Pada penelitian Aulia (2019), motivasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah (Cabang Palu Plaza Kota Palu). Novita et al (2021), motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di pegadaian syariah pekalongan. Zikriatul et al (2021), motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih produk tabungan emas. Muhammad et al (2021), motivasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih perbankan syariah.

Pemahaman terkait produk investasi dan kehalalan suatu produk keuangan menjadi penting sebagai pertimbangan saat membuat keputusan berinvestasi. Literasi keuangan syariah secara konseptual memberikan definisi sebagai kapabilitas seseorang dalam mengintegrasikan antara pengetahuan, sikap dan keterampilan dalam pengelolaan sumber daya keuangan berlandaskan ajaran islam (Rahim *et. al*, 2016). Pada penelitian Puradi Dhepril (2020:96), literasi keuangan syariah berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan menabung pada bank syariah, tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki generasi milenial mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah. Resti et al (2020) literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Siti Aisyah (2019) literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah.

Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan pada 14 Maret 2022 terhadap 15 orang mahasiswa muslim Politeknik Negeri Medan yang menabung emas di Pegadaian, terdapat 5 orang yang pernah menggunakan aplikasi Pegadaian digital services dikarenakan hal tersebut memudahkan nasabah untuk menyetorkan uang tabungan tanpa harus datang ke outlet dan menunggu antrian panjang sementara 10 orang belum menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service dikarenakan user experience pada aplikasi tersebut masih sulit untuk dimengerti, sistem pembayaran yang harus link ke bank tertentu yang tidak dimiliki semua nasabah serta untuk pengguna baru harus mendapatkan kode CIF dari outlet untuk mendapatkan akses premium aplikasi. Pada variabel motivasi, 12 orang termotivasi untuk selalu menabung emas dalam kurun waktu 3 bulan dikarenakan menabung emas terlihat menjanjikan sebagai tabungan jangka panjang, terdapat juga dukungan orang tua serta dengan menabung dapat menahan diri dari sikap boros sementara 3 orang belum termotivasi dikarenakan banyaknya keinginan dan kebutuhan yang harus dipenuhi sehingga tidak ada uang yang dapat disisihkan untuk ditabung. Pada variabel Literasi Keuangan Syariah, 8 orang mengetahui bahwa produk tabungan emas merupakan produk yang sesuai dengan syariah karena tabungan merupakan inovasi produk dari Pegadaian syariah yang juga dilayani di Pegadaian konvensional sementara 7 orang lainnya belum memahami bahwa produk tabungan emas

## Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun 2022

Pegadaian merupakan produk syariah tetapi memahani bahwa transaksi jual-beli emas pada tabungan emas ada beberapa ulama yang memperbolehkan.

Berdasarkan latar belakang dari hasil pra penelitian tersebut peneliti berminat untuk meneliti terkait penelitian mengenai pengaruh digitalisasi, motivasi, literasi keuangan syariah terhadap keputusan berinvestasi tabungan emas di era pandemi covid-19 pada PT Pegadaian dengan subjek penelitian adalah mahasiswa muslim Politeknik Negeri Medan yang memiliki tabungan emas.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Keputusan Berinvestasi**

Berdasarkan Schiffman dan Kanuk (dalam Sumarwan, 2016) pengertian keputusan adalah proses memilih suatu perilaku dari beberapa alternatif pilihan. Individu yang ingin membuat suatu keputusan setidaknya harus memiliki alternatif pilihan. Apabila individu telah membuat keputusan alternatif pada suatu objek yang dipilih dan menggantinya apabila dikehendaki, dalam hal tersebut ia dikatakan telah membuat keputusan. Menurut Kotler (2012) keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dipilih seseorang saat melakukan pembelian terhadap suatu objek setelah melewati rangkaian yang telah dilewati seseorang tersebut. Menurut Drummond (dalam Dhepril, 2020) menjelaskan bahwa pengertian keputusan berinvestasi memiliki pengertian yang sama dengan keputusan pembelian yang memiliki makna yaitu kesimpulan atas bermacam pilihan dalam mencari solusi dan menilai terhadap berbagai pilihan secara sistematis dan objektif serta diikuti dengan pertimbangan atas kebermanfaatannya.

#### **Digitalisasi**

Berdasarkan Sumarwan (2016) kemajuan teknologi terutama pada internet dan *smartphone* sangat berpengaruh pada transformasi perilaku konsumen secara signifikan. Kemajuan digitalisasi ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan sistem jasa keuangan.

Digitalisasi menurut KBBI adalah proses pemberian atau pemakaian sistem digital. Menurut Edo (2021), digitalisasi ekonomi adalah perubahan sistem ekonomi konvensional menjadi sistem digital yang berdampak pada masyarakat dalam ruang lingkup tempat, waktu dan mobilitas kehidupannya. Islam memperbolehkan penerapan teknologi yang memudahkan masalah orang banyak (Madrah et al., 2019). *Mashlahah* berasal dari kata *Shalaha* yang memiliki arti manfaat atau melakukan aktifitas yang bermanfaat. Kata *mashlahah* berlawanan dengan kata *mafsadah* yang berarti sesuatu yang merusak atau merugikan (Oni, 2020:202).

Dalam penerapannya, digitalisasi memiliki konsep yang bertujuan untuk mempermudah pelayanan dan saling tolong menolong antara si pemberi pelayanan dengan konsumen yang membutuhkan pelayanan. Menurut Nasution (dalam Madrah et al., 2019) Digitalisasi pelayanan transaksi keuangan memiliki beberapa karakteristik, yang mana tidak terdapat unsur riba, dhorot (efek negatif), Al-Jahalalah (Transparansi), dan dhoror (Penipuan) antara pihak penjual dan pembeli.

#### **Motivasi**

Menurut Sumarwan (2016:23) motivasi adalah timbulnya keinginan akibat dari desakan keperluan konsumen dalam kehidupannya. Hal tersebut timbul diakibatkan oleh adanya rasa tidak nyaman (*State of tension*) diantara yang diharapkan terjadi dengan hal yang terjadi sebenarnya. Melalui hal itu memicu seseorang melakukan sesuatu untuk mendapatkan hal tersebut.

Mowen dan Minor (dalam Sumarwan, 2016:23) motivasi merupakan sebuah hal yang mengarahkan seseorang dalam proses untuk mencapai tujuan. Hal ini berkaitan antara langkah, urgensi, harapan ataupun keinginan yang menuju kepada suatu perilaku sehingga membuat sebuah keputusan.

### Literasi Keuangan Syariah

Menurut Dhepril (2020) literasi keuangan syariah merupakan keterampilan serta pengetahuan tentang perbuatan pengelolaan finansial yang bertujuan dalam maksimalisasi kesejahteraan (*Falah*) dan sesuai dengan prinsip ajaran Islam. Dalam Al-Qur'an surah Al-Mujadalah (58):11:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ - ١١

Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, "Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis," maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, "Berdirilah kamu," maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antarmu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Maha teliti apa yang kamu kerjakan. (Al-Mujadalah (58):11). (Quran Kemenag 2022)

Dari ayat di atas dalam tafsir Syaikh Muhammad bin Shalih Asy-Syawi menyampaikan keutamaan sebuah ilmu. Hasil dari sebuah ilmu dapat memunculkan adab yang baik dalam melaksanakan ilmu tersebut. Berperilaku yang baik adalah bagian dari ilmu dan iman. Dalam Dhepril (2020), Melalui peningkatan literasi keuangan syariah akan timbul sikap yang baik dalam mengelola keuangan. Landasan ilmu keuangan syariah menjadi acuan dalam bertransaksi dari proses mendapatkan hingga bagaimana menggunakan uang.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan lokasi penelitian ini dilakukan di Politeknik Negeri Medan. Parameter pengukuran dan pengamatan dalam penelitian ini yaitu Keputusan Berinvestasi (Y) sebagai variabel dependen serta Digitalisasi (X1), Motivasi (X2), Literasi Keuangan Syariah (X3) sebagai variabel independen. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara penyebaran kuisioner melalui google form kepada mahasiswa muslim Politeknik Negeri Medan dan juga studi kepustakaan. Penelitian ini menggunakan analisis statistik, yaitu analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan bantuan program SPSS. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh digitalisasi, motivasi, literasi keuangan syariah terhadap keputusan berinvestasi tabungan emas Pegadaian pada mahasiswa Politeknik Negeri Medan di era covid-19. Dalam penelitian ini perhitungan statistik menggunakan model analisis regresi berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$KB = a + b_1D + b_2M + b_3LKS + e$$

Dimana:

KB = Keputusan Menabung

a = Konstanta

b<sub>1</sub>- b<sub>4</sub> = Koefisien regresi

D = Digitalisasi

M = Motivasi

LKS = Literasi Keuangan Syariah

e = Variabel Pengganggu

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dilakukan sebagai pengukuran kevalidan suatu kuisioner. Setelah dilakukan pengujian validitas, maka didapatkan bahwa 28 pernyataan pada kuisioner ini valid dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut dengan nilai korelasi > 0,2845. Hasil Uji Validitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Korelasi	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Digitalisasi (X1)	D1	0,649	0,2845	Valid
	D2	0,797		Valid
	D3	0,740		Valid
	D4	0,909		Valid
	D5	0,802		Valid
	D6	0,832		Valid
	D7	0,793		Valid
	D8	0,651		Valid
Motivasi (X2)	M1	0,689	0,2845	Valid
	M2	0,785		Valid
	M3	0,594		Valid
	M4	0,769		Valid
	M5	0,714		Valid
	M6	0,764		Valid
Literasi	LKS1	0,747	0,2845	Valid
Keuangan	LKS2	0,788		Valid
	Syariah (X3)	LKS3		0,922
LKS4		0,871		Valid
LKS5		0,815		Valid
LKS6		0,807		Valid
Keputusan Berinvestasi (Y)	KB1	0,379	0,2845	Valid
	KB2	0,764		Valid
	KB3	0,666		Valid
	KB4	0,767		Valid
	KB5	0,833		Valid
	KB6	0,849		Valid
	KB7	0,853		Valid
	KB8	0,769		Valid

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25(2022)

Pada uji reliabilitas nilai dari keseluruhan *Cronbach' Alpha* > 0,60 aka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh variabel yang ada pada penelitian ini dinyatakan reliabel. Pada uji normalitas diperoleh bahwa data terbukti normal dengan nilai > 0,05 dan hasil yang menunjukkan bahwa tes distribusi bernilai normal. Pengujian Multikolinearitas dapat ditinjau bahwa nilai VIF > 0,10 dan tidak lebih dari 10, hal ini menandakan bahwa variabel digitalisasi, motivasi dan literasi keuangan syariah tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Pengujian autokorelasi bahwa Durbin Watson sebesar 1,930 dimana lebih besar dari dL = 1,3912 dan dU = 1,6677. Melalui hasil tersebut didapatkan bahwa  $DU < DW < 4-DU$ , maka disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Pengujian Heteroskedastisitas bahwa nilai signifikansi > 0,05 melalui nilai ini disimpulkan bahwa tidak adanya permasalahan heteroskedastisitas dikarenakan variabel bebas pada penelitian ini mempunyai nilai dengan signifikansi > 0,05.

Tabel 2. Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	Model (Constant)	13.943	5.940		2.347
	Digitalisasi	0.258	0.194	0.254	1.328
	Motivasi	0.317	0.268	0.228	1.180
	Literasi	0.109	0.143	0.106	0.760
	Keuangan Syariah				0.452

a. Dependent Variable: Keputusan Berinvestasi

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25(2022)

Berdasarkan tabel 2 disimpulkan persamaan regresi pada penelitian ini:

$$KB = 13,943 + 0,258D + 0,317M + 0,109LKS$$

Pada persamaan regresi linier berganda diatas dapat dilihat dan disimpulkan nilai koefisien regresinya dibawah ini:

- 1) Nilai 13,943 adalah nilai konstanta, apabila nilai variabel independen (digitalisasi, motivasi, literasi keuangan syariah) dikali nol(0), maka nilai pengambilan keputusan berinvestasi adalah senilai 13,943.
- 2) Nilai 0,258 adalah nilai dari koefisien digitalisasi dan bertanda positif artinya apabila variabel digitalisasi mengalami kenaikan maka keputusan berinvestasi akan mengalami kenaikan contoh apabila digitalisasi mengalami kenaikan 1 maka besarnya keputusan berinvestasi tabungan emas Pegadaian adalah sebesar 1,258 dengan catatan variabel yang lain 0.
- 3) Nilai 0,317 adalah nilai dari koefisien motivasi dan bertanda positif artinya apabila variabel motivasi mengalami kenaikan maka keputusan berinvestasi akan mengalami kenaikan contoh apabila motivasi mengalami kenaikan 1 maka besarnya keputusan berinvestasi tabungan emas Pegadaian adalah sebesar 1,317 dengan catatan variabel yang lain 0.
- 4) Nilai 0,109 adalah nilai dari koefisien literasi keuangan syariah dan bertanda positif artinya apabila variabel literasi keuangan syariah mengalami kenaikan maka keputusan berinvestasi akan mengalami kenaikan contoh apabila literasi keuangan syariah mengalami kenaikan 1 maka besarnya keputusan berinvestasi tabungan emas Pegadaian adalah sebesar 1,109 dengan catatan variabel yang lain 0.

### Uji T

Dalam tabel distribusi t digunakan tingkat toleransi sebesar  $\alpha = 5\%$  diikuti derajat kebebasan (df)  $(n-k-1)$  atau  $(46-3-1) = 42$  selanjutnya didapatkan hasil nilai t senilai 2,018. Dikarenakan  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $1,328 < 2,018$  dan kemungkinan nilai  $(sig) > (\alpha)$  yaitu  $0,191 > 0,05$  disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti digitalisasi memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Pada variabel motivasi,  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $1,180 < 2,018$  dan kemungkinan nilai  $(sig) > (\alpha)$  yaitu  $0,245 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti motivasi memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Pada variabel literasi keuangan syariah,  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $0,760 < 2,18$  dan kemungkinan nilai  $(sig) > (\alpha)$  yaitu  $0,452 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan berinvestasi tabungan emas Pegadaian di era covid-19 pada mahasiswa muslim Politeknik Negeri Medan.

### Uji F

**Tabel 3.** Tabel Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	140.195	3	46.732	3.835	.016 <sup>b</sup>
	Residual	511.740	42	12.184		
	Total	651.935	45			

a. Dependent Variable: Keputusan Berinvestasi  
b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syariah, Digitalisasi, Motivasi

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25(2022)

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa Uji F dengan membandingkan  $F_{tabel}$  dengan  $F_{hitung}$  dengan nilai kemungkinan  $< 0,05$ . Jika dilihat dari tabel 53, nilai  $F_{hitung}$  sebesar 3,835. Pada Tabel uji F dengan tingkat toleransi kesalahan  $\alpha = 5\%$ , df1 (jumlah variabel-1) atau  $(4-1) = 3$  dan df2  $(n-k-1)$  atau  $46-3-1 = 42$  maka didapatkan hasil  $F_{tabel}$  senilai 2,83. Jika dibandingkan, maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $3,835 > 2,83$  dan nilai probabilitas  $0,016 < 0,05$ , sehingga disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dan hal tersebut membuktikan bahwa variabel digitalisasi, motivasi, literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi tabungan emas di era pandemi covid-19 pada PT Pegadaian pada Mahasiswa Muslim Politeknik Negeri Medan secara simultan.

## Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.** Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.464 <sup>a</sup>	0.215	0.159	3.491
a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan Syariah, Digitalisasi, Motivasi				

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 25(2022)

Pada hasil *Adjusted R-Square* dalam tabel 4 menunjukkan nilai 0,159, hal ini memiliki arti 15,9% variasi keputusan berinvestasi tabungan emas Pegadaian berasal dari pengaruh ketiga variabel bebas pada penelitian ini (digitalisasi, motivasi dan literasi keuangan syariah) sedangkan sisanya (100% - 15,9% = 84,1%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, maka diambil kesimpulan secara parsial digitalisasi, motivasi, literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi tabungan emas PT Pegadaian di era covid 19 pada mahasiswa muslim Politeknik Negeri Medan. Digitalisasi, Motivasi, Literasi Keuangan Syariah berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berinvestasi tabungan emas PT Pegadaian di era covid 19 pada mahasiswa muslim Politeknik Negeri Medan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih Kepada Politeknik Negeri Medan melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. ISBN: 978-979-518-998-5.
- Chaudry, Muhammad Sharif. (2012). *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*, Jakarta: Penerbit Kencana. ISBN: 978-602-9413-34-2.
- Chayapa, Katawetawaraks and Wang, Cheng Lu. (2011). *Online Shopper Behavior: Influences of Online Shopping Decision*. Asian Journal of Business Research Volume 1 Number 2. Hal : 66-74.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Ghozali. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Khasanah, Iva Hidayatul. (2021). *Pengaruh Digitalisasi Produk, Brand Image dan Lokasi Terhadap Intensi Generasi Milenial Menggunakan Jasa Keuangan Di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2015 STAIM Nglawak Kertosono)*, *Journal Commodities*, vol.1 no.3. E-ISSN : 2723-6544.
- Kominfo, (2018). *E-book: Strategi Kewirausahaan Digital: Sebuah Strategi Untuk UMKM, Startup dan E-Commerce*. Jakarta Pusat.
- Kotler, Philip. (2012). *Marketing Essentials*. Jakarta: Penerbit Erlangga. ISBN-13: 978-0135572320.

- Mentari, N.M., Yohana, Hudaya, F., (2021). *Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Pekalongan*. Jurnal Neraca. Vol. 17 No. 2. DOI: <https://doi.org/10.48144/neraca.v17i2.611>.
- Munandar, Dadang. (2011). *E-Business*. Yogyakarta: Penerbit Andi. ISBN: 978-979-29-2538-8.
- Nagri, Edo Parpadma. (2021). *Peran Digitalisasi Ekonomi dalam Perspektif Islam*. *Journal of Practice Learning and Educational Development*. Vol 1, No. 4. E-ISSN: 2809-1205.
- Novita, Diana., Yuliani, Nafisah., (2019). *Analisis Customer Satisfaction Pada Transportasi Online Berbasis Android Dengan Menggunakan Metode BLACKBOX Customer*. Jurnal IKRA-ITH Informatika. Vol 3 No 2. ISSN: 2580-4316.
- Nurgilang, Yayu Siti., Kosim, Ahmad Mulyadi., Hakiem, Hilman. (2018). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Perspektif Islam Di Btn Syariah Bogor*. Jurnal Nisbah, Vol 4. No 1. DOI: <https://doi.org/10.30997/jn.v4i1.1120>.
- Nurrohmah, R.F., Purbayati, R., (2020), *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah*, Jurnal MAPS, Vol. 3 No. 2. E-ISSN: 2685-2837.
- Quran Kemenag. (2022). *Surah An-Nahl*. <https://quran.kemenag.go.id/sura/16/112>. Diakses pada 19 Maret 2022 pukul 17.29 WIB.
- Quran Kemenag. (2022). *Surah Al-Mujadalah*. <https://quran.kemenag.go.id/sura/58>. Diakses pada 20 Maret 2022 pukul 9.46 WIB.
- Rahim, S. et al. (2016). *Islamic Financial Literacy and its Determinants among University Students : An Exploratory Factor Analysis*, *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(S7), 32–35. ISSN: 2146-4138.
- Sahroni, Oni. (2020). *Ini dulu, baru itu*. Jakarta: Gema Insani. ISBN 978-602-250-691-1.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta. ISBN: 979-8433-64-0.
- Sumarwan, Ujang. (2016). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia. Edisi Kedua. ISBN: 979-450-451-3.
- Syafputri, Ella. (2012). *Investasi Emas, Dinar & Dirham*. Depok: Penebar Plus. ISBN (10) 602-8661-67-8.
- Ulya, Zikriatul., Yahya, Muhammad., Anggrainingsih, D.W. (202). *Pengaruh Promosi, Motivasi, Dan Biaya Administrasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Produk Tabungan Emas*, Jurnal Iain Langsa, Vol.6 No.2. <https://doi.org/10.32505/jii.v6i2.3735>.
- Zuhirsyan, Muhammad., Nurlinda, Nurlinda. (2021). *Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah*, Jurnal Perbankan Syariah, Vol.2, No.2: 114-130. DOI:10.46367/jps.v2i2.34.