

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
INVESTASI EMAS DIGITAL PADA *MARKETPLACE* DENGAN
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING**



TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Magister Ekonomi (M.E.)

Oleh:



RISWANTI
NIM. 50422005

**PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID
PEKALONGAN
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Riswanti
NIM : 50422005
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Judul Tesis : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI EMAS PADA
MARKETPLACE DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERATING

Tesis ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian Tesis program Magister.

Jabatan	Nama	Tanda tangan	Tanggal
Pembimbing 1	Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag. 19750211 199803 2 001		8/ 02-2024
Pembimbing 2	Dr.Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I 19870311 201908 1 001		15/ 2024 02

Pekalongan, 25 Februari 2024

Mengetahui:
a.n. Direktur
Ketua Program Studi
Magister Ekonomi Syariah



Dr. Ali Muhtarom, M.H.I
NIP. 19850405 201903 1 007



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

Jalan Kusuma Bangsa Nomor 9 Pekalongan Kode Pos 51141 Telp. (0285) 412575
www.pps.uingusdur.ac.id email: pps@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Tesis dengan Judul “ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI EMAS PADA *MARKETPLACE* DENGAN RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING” yang disusun oleh:

Nama : Riswanti
NIM : 50422005
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Telah dipertahankan dalam Sidang Ujian Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan pada tanggal 25 Maret 2024.

Jabatan	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Sidang	Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag. 19710115 199803 1 005		05/04-2024
Sekretaris Sidang	Dr. Ali Muhtarom, M.H.I. 19850405 201903 1 007		02/04-2024
Penguji Utama	Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag. 19750211 199803 2 001		04/04-2024
Penguji Anggota	Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'sum, M.Ag. 19780616 200312 1 003		03/04-2024



Mengetahui,
Direktur,

Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag.
NIP. 19710115 199803 1 005

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister), baik di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Pekalongan, 16 Maret 2024

Yang membuat pernyataan,



Riswanti
NIM. 50422005

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	z	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em

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

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : نزل = *nazzala*

بين = *bihinna*

III. Vokal Pendek

Fathah (o`_) ditulis a, *kasrah* (o_) ditulis I, dan *dammah* (o_) ditulis u.

IV. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.
2. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti: تفصيل: ditulis *tafsil*.
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *usul*.

V. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

VI. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.
2. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah*.

VII. Hamzah

1. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.

2. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof,(,) seperti شىء ditulis *syai,un*.
3. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ربائب ditulis *raba'ib*.
4. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambing apostrof (,) seperti تاخزون ditulis *ta'khuzuna*.

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah*.
2. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti denganhuruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

IX. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذوي الفرود ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah*.



MOTTO

“ Habiskan jatah gagal selagi masih muda”

“Risiko terbesar adalah enggan mengambil risiko. Di dunia yang berubah dengan cepat, satu-satunya strategi yang pasti gagal adalah enggan mengambil risiko”.-
(Mark Zuckerberg)

Pengetahuan itu tidak terbatas akan tetapi pikiran kita yang membatasinya
Tidak ada kesuksesan yang terbentuk dari kemudahan, ia terbentuk dari ketekunan,
perjuangan dan doa.

PERSEMBAHAN

Tesis ini ananda pesembahkan teruntuk,,,,

1. Untuk ayah dan bundaku yang selalu membimbing, memberiku kasih sayang, dukungan, baik materi maupun non materi, serta do'a tulus yang tiada henti dan takkan pernah padam sepanjang masa serta telah mengantarkan pada kondisi saat ini, semua itu akan terukir indah dalam relung hati ananda yang paling dalam
2. Kakak-kakakku selalu membantuku ketika aku mengalami kesulitan.
3. Seluruh Dosen-dosen Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan serta arahan agar menjadi mahasiswa yang mampu mengaplikasikan tri dharma perguruan tinggi. Dan semoga ilmu yang telah diberikan dapat bermanfaat di dunia dan akhirat, Allahumma aamiin..
4. Keluarga besar Pengelola Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikanku banyak pengalaman dan menunjukkan arti hidup yang sebenarnya.
5. Semua Sahabat-Sahabatku yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak dukungan dan bantuan dalam segala hal.
6. Almamaterku Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah menaungiku dalam mengarungi samudra ilmu yang maha luas

ABSTRAK

Riswanti, NIM. 50422005. 2023. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Emas Digital Pada *Marketplace* Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. Tesis Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: (1) Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag. (2) Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I.

Kata Kunci: Investasi Emas, Marketplace, Religiusitas,

Kegiatan perekonomian masyarakat terus mengalami peningkatan seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi digital. Pola transaksi masyarakat juga mulai beralih dari konvensional ke sektor digital termasuk salah satunya menabung atau investasi emas. Selain transaksi dan alokasinya yang mudah, emas digital juga terjamin keamanannya karena tidak memerlukan *safe deposit box*. Banyak faktor yang dapat mendorong minat seseorang untuk melakukan investasi emas digital di *marketplace* seperti literasi keuangan, preferensi risiko, pengalaman keuangan dan *locus of control* dan Religiusitas sebagai variabel moderating yang dapat memperlemah atau memperkuat pengaruh tersebut. Mengingat anjuran Islam untuk berinvestasi serta fatwa DSN-MUI dan pendapat mayoritas ulama yang memperbolehkan investasi emas secara online dengan aturan dan batasan tertentu

Rumusan permasalahan penelitian ini adalah: Apakah literasi keuangan, preferensi risiko, pengalaman keuangan dan *locus of control* berpengaruh terhadap minat investasi emas digital generasi Z pada *marketplace*? Apakah Religiusitas mampu memoderasi pengaruh literasi keuangan, preferensi risiko, pengalaman keuangan dan *locus of control* terhadap minat investasi emas digital generasi Z pada *marketplace*?

Tujuan penelitian adalah : Menganalisis pengaruh literasi keuangan, preferensi risiko, pengalaman keuangan dan *locus of control* terhadap minat investasi emas digital generasi Z pada *marketplace* dan menganalisis kemampuan religiusitas dalam memoderasi pengaruh literasi keuangan, preferensi risiko, pengalaman keuangan dan *locus of control* terhadap minat investasi emas digital generasi Z pada *marketplace*. Kegunaan penelitian ini adalah : Memberikan tambahan referensi bagi pembaca mengenai investasi emas digital dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan desain kausal. Pengumpulan data melalui : angket atau kuesioner. Analisis datanya menggunakan statistik deskriptif dengan evaluasi model pengukuran *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan aplikasi WarpPLS 7.0.

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi emas digital. Preferensi risiko, pengalaman keuangan dan *locus of control* berpengaruh terhadap minat investasi emas digital generasi Z pada *marketplace*. Sedangkan religiusitas mampu memoderasi pengaruh preferensi risiko dan *locus of control*, tidak mampu memoderasi pengaruh pengalaman keuangan dan justru melemahkan pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi emas digital generasi Z pada *marketplace*.

ABSTRACT

Riswanti, NIM. 50422005. 2023. Analysis of Factors That Influence Interest in Digital Gold Investment in Marketplaces with Religiosity as a Moderating Variable. Sharia Economics Master's Study Program Thesis, Postgraduate State Islamic University K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Supervisor: (1) Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag. (2) Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I.

Keywords: Gold Investment, Marketplace, Religiosity,

Community economic activity continues to increase along with the rapid development of digital information technology. People's transaction patterns are also starting to shift from the conventional to the digital sector, including saving or investing in gold. Apart from easy transactions and allocation, digital gold is also guaranteed to be safe because it does not require a safe deposit box. Many factors can encourage someone's interest in investing in digital gold in the marketplace, such as financial literacy, risk preferences, financial experience and locus of control. However, the law on digital gold investment itself is still debated among ulama, even though the MUI has issued a fatwa stating that it is permissible to buy gold without cash.

The formulation of the research problem is: Does financial literacy, risk preferences, financial experience and locus of control influence generation Z's demand for digital gold investment on marketplace? Is religiosity able to moderate the influence of financial literacy, risk preferences, financial experience and locus of control on generation Z's digital gold investment interest in the marketplace?

The research objectives are: Analyze the influence of financial literacy, risk preferences, financial experience and locus of control on generation Z's digital gold investment interest in the marketplace and analyze the ability of religiosity to moderate the influence of financial literacy, risk preferences, financial experience and locus of control on interest in gold investment digital generation Z on the marketplace. The purpose of this research is: To provide additional references for readers regarding digital gold investment and the factors that influence it.

This type of research is quantitative with a causal design. Data collection through: questionnaires or questionnaires. Data analysis uses descriptive statistics with evaluation of the Structural Equation Modeling (SEM) measurement model using the WarpPLS 7.0 application.

This research produces findings that financial literacy has no effect on interest in investing in digital gold. Risk preferences, financial experience and locus of control influence generation Z's digital gold investment interest in the marketplace. Meanwhile, religiosity is able to moderate the influence of risk preferences and locus of control, it is unable to moderate the influence of financial experience and actually weakens the influence of financial literacy on generation Z's digital gold investment interest in the marketplace.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur Alhamdulillah terpanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah dan senantiasa melimpahkan rahmat, inayah dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat teriring salam semoga senantiasa dan selalu terlimpahkan kepada Junjungan Agung Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, tabi'in, tabi'it tabi'in dan para pengikut setia beliau hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan judul ***“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Investasi Emas Digital Pada Marketplace Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating”*** sebagai syarat untuk mendapat gelar Magister Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I selaku ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ibu Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M. Ag. selaku Pembimbing I yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan, dan buah pikirannya dalam tesis ini.
4. Bapak Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I selaku Pembimbing II yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dan arahnya dalam tesis ini.
5. Segenap Dosen dan Staf Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Orang tua, saudara, mertua dan keluarga yang selalu mendoakan, dan atas segala kasih sayangnya.
7. Semua pihak yang telah membantu terwujudnya Tesis ini.

Kiranya tiada ungkapan yang paling indah yang dapat penulis haturkan selain iringan do'a Jazakumullahu Khoirol Jaza', semoga bantuan dukungan yang telah di berikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari tiada gading yang tak retak, begitupun kiranya Tesis ini masih jauh dari sempurna, sumbang pikir dan koreksi sangat bermanfaat dalam menyempurnakan Tesis ini.

Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

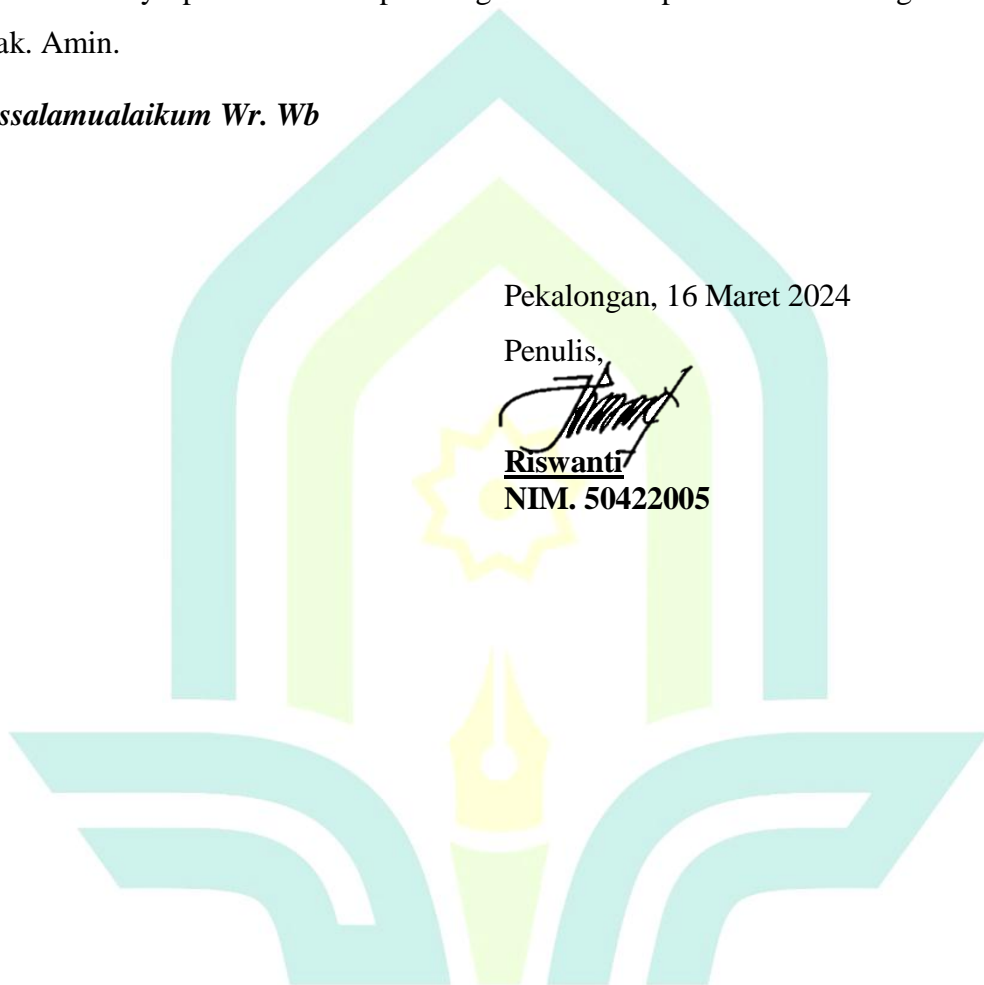
Pekalongan, 16 Maret 2024

Penulis,



Riswanti

NIM. 50422005



DAFTAR ISI

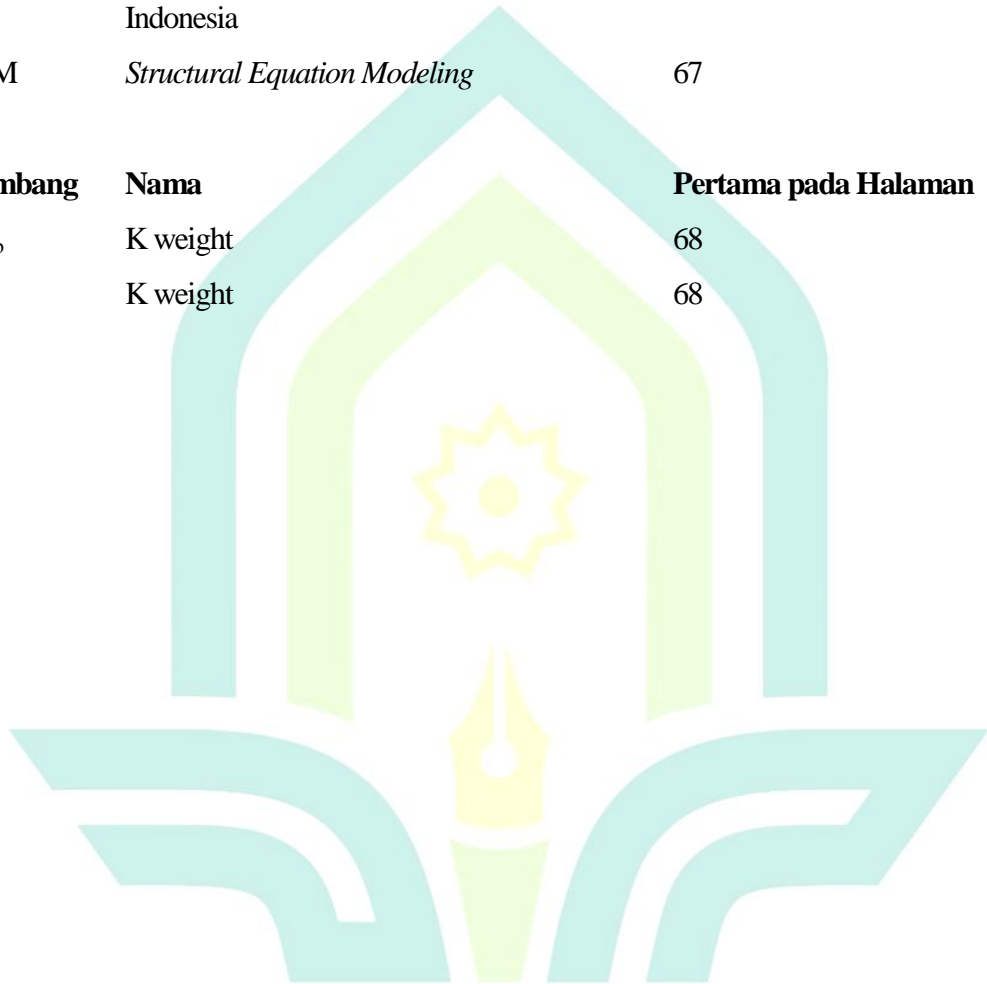
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
MOTTO DAN PESEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kerangka Teoretik	12
2.2 Kajian Penelitian yang Relevan	53
2.3 Kerangka Berpikir.....	58
2.4 Hipotesis Penelitian	59
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	61

3.2 Populasi dan Sampel	61
3.3 Variabel Penelitian.....	63
3.4 Indikator Variabel	65
3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	67
3.6 Teknik Analisis Data	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Responden	77
4.2 Analisis <i>Outer Model</i>	80
4.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	83
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	85
4.5 Evaluasi Hubungan Moderating	88
4.6 Pembahasan	94
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan	107
5.2 Implikasi	109
5.3 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	lxxiii

DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG

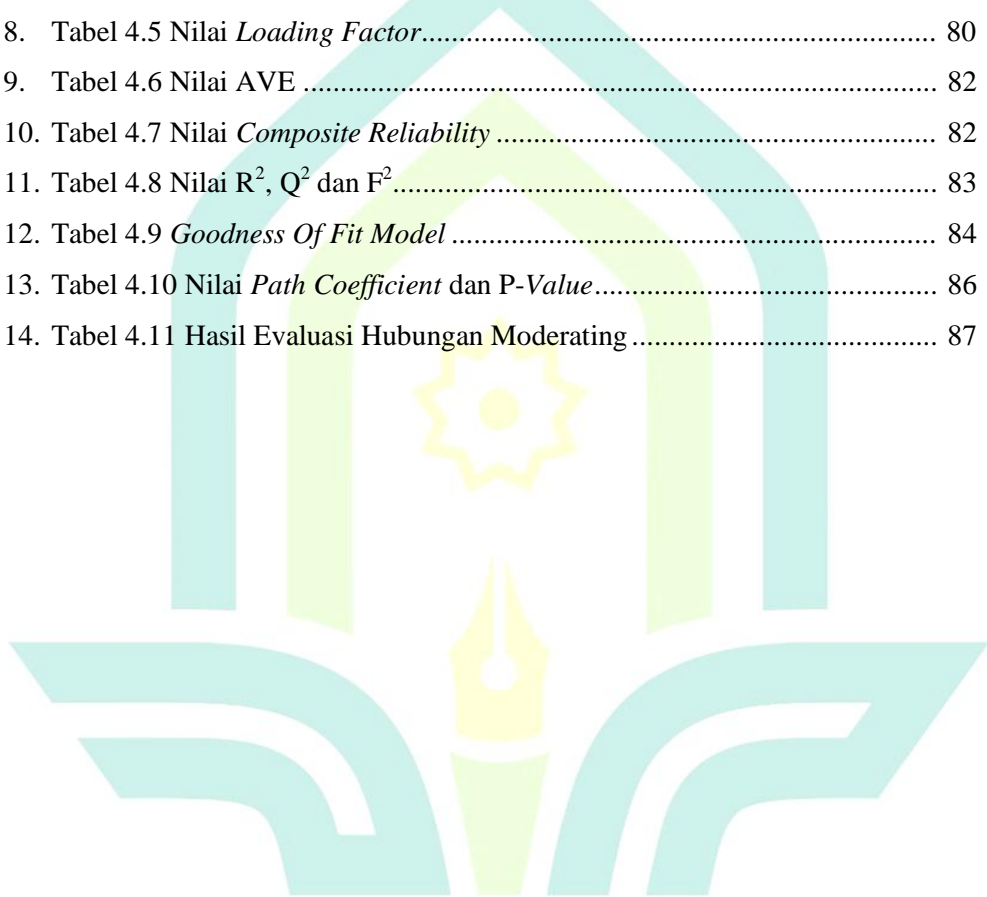
Singkatan	Kepanjangan	Pertama pada Halaman
KSEI	Kustodian Sentral Efek Indonesia	3
OJK	Otoritas Jasa Keuangan	19
DSN-MUI	Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia	41
SEM	<i>Structural Equation Modeling</i>	67

Lambang	Nama	Pertama pada Halaman
W_{kb}	K weight	68
W_{ki}	K weight	68



DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 Penelitian Terdahulu	53
2. Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	65
3. Tabel 3.2 Skala Likert.....	68
4. Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	77
5. Tabel 4.2 Deskripsi Usia Responden.....	78
6. Tabel 4.3 Deskripsi Pekerjaan Responden	78
7. Tabel 4.4 Deskripsi Pendidikan Responden	79
8. Tabel 4.5 Nilai <i>Loading Factor</i>	80
9. Tabel 4.6 Nilai AVE	82
10. Tabel 4.7 Nilai <i>Composite Reliability</i>	82
11. Tabel 4.8 Nilai R^2 , Q^2 dan F^2	83
12. Tabel 4.9 <i>Goodness Of Fit Model</i>	84
13. Tabel 4.10 Nilai <i>Path Coefficient</i> dan <i>P-Value</i>	86
14. Tabel 4.11 Hasil Evaluasi Hubungan Moderating	87



DAFTAR GAMBAR

15. Gambar 1 Platform Investasi Emas Online.....	2
16. Gambar 2 Demografi Investor Tahun 2022	3
17. Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	58
18. Gambar 4.1 Full Model Penelitian.....	86



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Kuesioner Penelitian.....	xix
2. Lampiran Data Responden.....	xxvi
3. Lampiran Jawaban Responden.....	xxxii
4. Lampiran Hasil Output Warp PLS	1



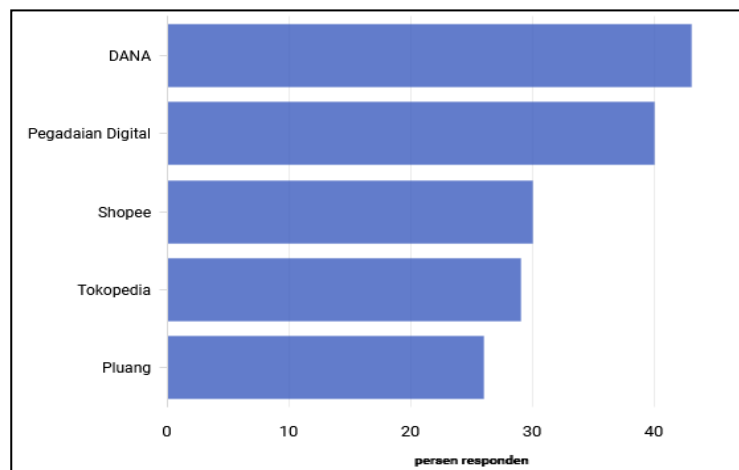
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peluang keuntungan atau profit menjadikan aktivitas ekonomi di Indonesia terus berkembang pesat (Eduardus,2010:88.) Kegiatan ekonomi kini mulai beralih ke sektor digital. Hal ini juga dikarenakan pesatnya perkembangan teknologi informasi, selain menyimpan dana dalam bentuk tabungan, saat ini kita memikirkan persiapan dana masa tua (dana pensiun) yang salah satunya berinvestasi. Dapat dikatakan bahwa pesatnya perkembangan teknologi telah mengubah struktur ekonomi masyarakat secara signifikan, termasuk investasi (Retno, 2018:76). Seperti diketahui dewasa ini, banyak *e-commerce* maupun *marketplace* yang menawarkan produk investasi secara online (Padian, 2019:57–65).

Hasil survei Jajak Pendapat (JakPat) mengungkapkan bahwa 43% responden memilih platform DANA eMAS untuk berinvestasi emas, yang merupakan yang tertinggi dibandingkan kompetitornya. Kemudian, 40% responden berinvestasi emas melalui platform Pegadaian Digital, 30% melalui Shopee, 29% melalui Tokopedia Emas, dan 26% melalui Pluang. Survei tersebut juga menemukan bahwa emas dan perhiasan merupakan bentuk investasi yang paling umum dilakukan responden, sebesar 48%. Kemudian 34% responden memiliki investasi investasi, deposito dan tabungan logam mulia/emas masing-masing 29%, cryptocurrency 27% dan saham 26% (Annur, 2022).



Sumber; Katadata (2022)

Gambar 1. Platform Investasi Emas Online yang paling banyak digunakan responden Juli 2022.

Berdasarkan informasi tersebut, kebanyakan orang memilih emas sebagai sarana investasi. Emas sendiri merupakan sarana investasi yang biasanya memiliki pertumbuhan paling stabil dari tahun ke tahun. Hal ini membangkitkan minat investor untuk berinvestasi pada instrumen emas. Investasi emas ada 2 jenis yaitu emas fisik atau biasa disebut emas perhiasan yang harganya cenderung turun dibandingkan harga beli asli saat dijual, karena kandungan emas di dalam emas bisa berkurang. Emas fisik membutuhkan tempat atau wadah untuk menyimpan emas tersebut. Emas yang kedua yaitu emas online atau masyarakat lebih familiar dengan emas Antam (Aneka tambang Tbk) atau emas Pegadaian keunggulan dari media ini adalah kemudahan dalam melakukan transaksi karena bias dilakukan hanya dengan *smartphone* atau gawai, alokasi dana yang mudah, serta penyimpanan yang dijamin aman walau tanpa *safe deposit box* (Yosua&Dedi, 2020:109).

Pesatnya perkembangan teknologi juga menyebabkan lebih banyak investasi emas online atau digital. Atau sering disebut dengan tabungan emas digital. *Marketplace* bersaing untuk menawarkan tabungan emas digital ini. Tabungan atau investasi emas digital dapat dilakukan secara lot dengan valuasi yang relatif murah dan terjangkau, yang kemudian dikonversi menjadi harga emas. Jika nilai minimal simpanan nasabah sudah mencapai nilai satu gram emas, ia bisa mengambilnya sebagai emas fisik. Selain mudah dalam pelaksanaannya, investasi emas ini juga

sangat diminati oleh masyarakat karena Anda tidak perlu menawarkan banyak uang di muka jika ingin menabung atau berinvestasi emas (Yohana, 2020:89).

PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat jumlah investor tembus 4 juta. Berdasarkan data KSEI pada akhir semester I tahun 2022, jumlah *Single Investor Identification* (SID) telah mencapai 4.002.289, dengan 99,79% merupakan investor individu lokal. Direktur Utama KSEI Uriep Budhi Prasetyo mengatakan, "Pertumbuhan jumlah investor saham menjadi salah satu tanda pencapaian pasar modal Indonesia. Jumlah investor lokal yang terus meningkat secara signifikan, terutama di masa pandemi COVID-19, merupakan tanda bahwa masyarakat Indonesia semakin sadar pentingnya berinvestasi dan menjadikan pasar modal sebagai alternatif untuk berinvestasi," ucap Uriep (2022)

Melihat perkembangannya, pada akhir semester I tahun 2022, investor saham didominasi oleh investor berusia di bawah 40 tahun, yaitu gen z dan milenial sebesar 81,64% dengan nilai aset yang mencapai Rp144,07 triliun. Sebanyak 60,45% investor berprofesi sebagai karyawan swasta, pegawai negeri, guru dan pelajar, dengan nilai aset mencapai Rp358,53 triliun.



Sumber: ksei Indonesia central securities depository 2022

Gambar 2 : Demografi investor tahun 2022

Berdasarkan *Research gap* penelitian terdahulu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat generasi Z, yakni generasi dengan sektor usia yang paling banyak melakukan investasi. Faktor-faktor tersebut antara lain Literasi Keuangan, Preferensi Risiko, Pengalaman Keuangan dan *locus of control*.

Literasi keuangan merupakan kemampuan matematis dan pengetahuan ekonomi individu yang digunakan untuk membuat keputusan keuangan dengan

menentukan keyakinan tentang pemikiran jangka pendek dan jangka panjang yang terbaik. Literasi keuangan merupakan kombinasi dari kemampuan individu, pengetahuan, sikap dan akhirnya perilaku individu yang berhubungan dengan uang (Akhmad, 2019:44).

Literasi keuangan dasar dan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan (Lia,2022:1). Tingkat literasi keuangan penting karena individu kemungkinan dalam pengambilan sebuah keputusan investasi (Ida, 2020:406). Dengan pemahaman keuangan yang baik, individu umumnya lebih cerdas dan mahir dalam mengelola kekayaannya, memungkinkan mereka untuk memberikan saran yang berguna untuk mendukung keuangan mereka sendiri (Ulfiy, 2020:32).

Preferensi risiko didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk memilih pilihan yang berisiko Preferensi risiko mengacu pada tindakan seseorang ketika memutuskan untuk menjauhi atau menghadapi risiko (Nirawan, 2013:34). Dilihat dari kesediaan untuk menanggung risiko, investor dikategorikan menjadi tiga tipe yaitu: 1) *Risk Taker*, 2) *Risk Averse*, 3) *Risk Moderate* (Shinta, 2019:281).

Penelitian terdahulu oleh Aling Mukaromatun Nisa dan Amalia Nuril Hidayati menunjukkan bahwa preferensi risiko investor berpengaruh terhadap minat berinvestasi Gen Z Muslim (Aling, 2022:28). Tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Veggy Pradasari, Irianing Suparlinah dan Mafudi yang menunjukkan bahwa preferensi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investor pemula (Vega, 2022:22).

Pengalaman finansial atau keuangan merupakan peristiwa dari hal-hal yang dialami (dialami, dirasakan, dibawa, dll), baik yang sudah lama terjadi maupun yang baru saja terjadi (Tirani, 2020:197). Modal dapat digunakan untuk mengelola dana berdasarkan pengalaman keuangan. Tentu saja, pengalaman setiap orang dengan keuangan seperti perencanaan investasi, asuransi, perencanaan pensiun dan kredit berbeda. Pengalaman seseorang dalam mengelola keuangan sangat diperlukan agar kehidupan dapat berjalan di masa depan (Lisna, 2021:57).

Pengalaman pribadi menjadi pelajaran dalam pengelolaan keuangan atau perencanaan investasi sehingga pengambilan keputusan keuangan sehari-hari dapat lebih berorientasi dan bijaksana. Dengan kemajuan teknologi memudahkan seseorang

untuk melakukan transaksi keuangan, seperti membeli saham secara online, juga membayar tagihan (kartu kredit, cicilan rumah, pembayaran pendidikan), membayar premi dan membeli reksa dana, dll (Sari, 2022:68).

Pengalaman setiap individu dalam penggunaan teknologi itu sendiri juga berbeda-beda tergantung dari pengetahuan akan teknologi. Pengalaman mengelola keuangan dapat juga sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan keuangan maupun perencanaan investasi (Subaida, 2021:152).

Locus of control juga merupakan faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam berinvestasi. Ketika kita berbicara tentang minat, kita menyadari bahwa perilaku seseorang atau individu terkait dengan keyakinan bahwa objek perilaku berada di bawah kendali atau kendali kesadaran orang atau individu tersebut. (Putrie & Usman, 2022) Dapat dikatakan bahwa terdapat faktor psikologis dalam setiap pengambilan keputusan atas tingkah laku manusia (Isnaini, 2021:44). Dalam hal ini, ketika Anda ingin berinvestasi, Anda memperhitungkan faktor psikologis yang berasal dari pengalaman dan keyakinan (Nadira, 2022:41). Salah satu faktor psikologi tersebut dikenal dengan istilah *locus of control*. Dimana *locus of control* merupakan gambaran keyakinan seseorang terhadap sumber penentu perilakunya (Ridwan, 2015:64).

Investasi merupakan kegiatan yang dianjurkan dalam pandangan Islam. Hal ini karena kegiatan investasi sudah dilakukan oleh nabi Muhammad saw. sejak muda sampai menjelang masa kerasulan. Selain itu akan tercapainya masalah *multiplayer effect*, di antaranya tercipta lapangan usaha dan lapangan pekerjaan, menghindari dana mengendap dan agar dana tersebut tidak berputar di antara orang kaya saja (QS. al-Hasyr [59]: 7). Lebih dari itu, investasi mendapat legitimasi langsung di dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi saw. Banyak ayat Al-Qur'an yang terkait dengan anjuran berinvestasi, seperti QS. al-Baqarah [2]: 261; QS. al-Nisa [4]: 9; QS. Yusuf [12]: 46-49; QS. Luqman [31]: 34 dan QS. al-Hasyr [59]: 18. Sunnah Nabi saw. yang berkaitan dengan bisnis adalah segala perkataan, perbuatan atau ketetapan nabi saw. dalam menjalankan aktifitas bisnisnya. Dalam catatan sejarah, Nabi

saw. pernah mengelola modal milik janda kaya Mekkah dan harta waris anak yatim, dan beberapa hadis perkataan nabi saw. yang mengakui perserikatan (penyertaan modal) di dalam aktivitas bisnis.

Islam merupakan agama yang sangat menganjurkan investasi, karena Islam melarang penimbunan harta dan mendorong agar harta yang dimiliki digunakan untuk hal-hal yang produktif. Hal ini berdasarkan firman Allah SWT.:

كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً ۖ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ

“Supaya harta itu tidak beredar diantara orang-orang kaya saja diantara kalian.” (QS al-Hasyr (59):7)

Oleh karena itu, Islam memberikan peringatan atau rambu-rambu tentang investasi yang boleh atau dilarang bagi para pebisnis seperti investor, pedagang, pemasok dan semua orang yang berhubungan dengan dunia ini (Mashuri, 2018:9). Tidak hanya itu, beberapa hal seperti pengetahuan tentang investasi akan ilmu-ilmu yang terkait investasi perlu kita miliki agar kegiatan investasi yang kita kerjakan bernilai ibadah dan mendapatkan keberkahan baik di dunia dan akhirat (Indah, 2020:109).

Investasi merupakan bagian dari fikih muamalah, maka berlaku kaidah “hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya” (Djazuli. A 2006). Aturan ini dibuat karena ajaran Islam menjaga hak semua pihak dan menghindari saling menzalimi satu sama lain. Hal ini menuntut para investor untuk mengetahui batasan batasan dan aturan investasi dalam Islam, baik dari sisi proses, tujuan, dan objek dan dampak investasinya. Namun demikian, tidak semua jenis investasi diperbolehkan syariah seperti kasus bisnis yang diungkapkan di atas yaitu mengandung penipuan dan kebohongan atau mengandung unsur-unsur kegiatan yang dilarang syariat Islam.

Fatwa DSN MUI nomor 77 tahun 2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai menyatakan, jual beli emas secara tidak langsung, baik cicil/kredit atau online dibolehkan. Isi fatwa tersebut sebagai berikut:(DSN MUI, 2010:51).

“Jual beli emas secara tidak tunai, baik melalui jual beli biasa atau jual beli murabahah, hukumnya boleh (mubah, ja’iz) selama emas tidak menjadi alat tukar yang resmi (uang).”

Hal yang menjadi dasar DSN MUI membolehkan jual beli emas secara tidak langsung (cicil/kredit dan online) adalah pendapat *Syaikhul Islam* Ibnu Taimiyyah yang menyatakan bolehnya pertukaran emas dalam bentuk perhiasan dengan kadar yang tidak sama dengan kadar uang emas. DSN MUI melihat pada saat ini emas bukan lagi digunakan sebagai alat tukar, melainkan hanya sebatas komoditas saja. Jadi, menurut DSN MUI, jual beli emas dapat dilakukan sebagaimana jual beli barang pada umumnya. Emas boleh diperjualbelikan secara cicil dan tidak diserahkan dalam satu majelis atau secara tunda.

Dalam praktiknya saat ini, tabungan emas atau jual beli emas online yang ada di platform *marketplace*, biasa menawarkan cicilan dan baru akan dikirimkan fisiknya jika diminta oleh pembeli. Hal ini pun membutuhkan waktu untuk sampai ke tangan pembeli. **Jika mengikuti fatwa DSN MUI, investasi emas online tetap sah dan dibolehkan** (Daryono, 2023).

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk meneliti Pengaruh literasi keuangan, preferensi risiko, pengalaman keuangan dan *Locus Of Control* Terhadap Minat Investasi Emas generasi z muslim di Pekalongan pada *Marketplace* dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Investasi emas digital merupakan perkara syubhat karena belum jelas kehalalan dan keharamannya dikarenakan masih adanya perbedaan pendapat para ulama dalam menentukan hukum menabung emas atau investasi emas secara online, menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam fatwanya No. 77 tahun 2010, bahwa hukum transaksi logam emas mulia hukumnya mubah yang berarti boleh dilakukan. Namun, beberapa ulama berpendapat bahwa transaksi emas diperbolehkan selama emas itu tidak fiktif (ada wujudnya), jelas spesifikasinya serta bisa diserahkan.
2. Sebagai seorang Muslim seberapa berpengaruh pemahaman agama generasi Z Muslim di Pekalongan dalam bertransaksi utamanya dalam hal investasi emas secara online.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan ataupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya meliputi investasi emas secara online atau digital
2. Ruang lingkup penelitian dibatasi dengan melakukan survei terhadap sebanyak 135 responden melalui *google form*. Periode penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 2-3 bulan yang akan berakhir ketika data yang terkumpul sudah sejumlah 135 responden. Setiap responden akan diminta untuk mengisi kuesioner mengenai Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi emas digital generasi Z Muslim dengan religiusitas sebagai variabel moderating.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi emas Gen Z muslim pada *Marketplace*?
2. Apakah preferensi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi emas Gen Z muslim pada *Marketplace*?
3. Apakah Pengalaman Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi emas Gen Z muslim pada *Marketplace*?
4. Apakah *Locus of Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi emas Gen Z muslim pada *Marketplace*?
5. Apakah Religiusitas dapat memoderasi literasi keuangan terhadap minat investasi emas Gen Z muslim pada *Marketplace*?
6. Apakah Religiusitas dapat memoderasi preferensi risiko terhadap minat investasi emas Gen Z muslim pada *Marketplace*?
7. Apakah Religiusitas dapat memoderasi pengalaman keuangan terhadap minat investasi emas Gen Z muslim pada *Marketplace*?
8. Apakah Religiusitas dapat memoderasi *Locus Of Control* terhadap minat investasi emas Gen Z muslim pada *Marketplace*?

1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Menganalisis Pengaruh literasi keuangan Terhadap Minat Investasi Emas Gen Z muslim Pada *Marketplace*
2. Menganalisis Pengaruh preferensi risiko Terhadap Minat Investasi Emas Gen Z muslim Pada *Marketplace*
3. Menganalisis Pengaruh pengalaman keuangan Terhadap Minat Investasi Emas Gen Z muslim Pada *Marketplace*
4. Menganalisis Pengaruh *Locus of Control* Terhadap Minat Investasi Emas Gen Z muslim Pada *Marketplace*

5. Menganalisis Pengaruh literasi keuangan Terhadap Minat Investasi Emas Gen Z muslim Pada *Marketplace* dengan dimoderasi oleh Religiusitas
6. Menganalisis Pengaruh preferensi risiko Terhadap Minat Investasi Emas Gen Z muslim Pada *Marketplace* dengan dimoderasi oleh Religiusitas
7. Menganalisis Pengaruh pengalaman keuangan Terhadap Minat Investasi Emas Gen Z muslim Pada *Marketplace* dengan dimoderasi oleh Religiusitas
8. Menganalisis Pengaruh *Locus of Control* Terhadap Minat Investasi Emas Gen Z muslim Pada *Marketplace* dengan dimoderasi oleh Religiusitas

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Praktis

Tujuan utama penelitian ini yaitu untuk meningkatkan pengetahuan yang sebelumnya belum diketahui para pembaca dan lebih khusus wawasan peneliti sendiri. Serta dapat memberi bukti nyata mengenai pengaruh variabel-variabel yang bersangkutan dengan minat investasi emas generasi Z Muslim pada *marketplace*.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan bisa dijadikan referensi maupun salah satu bahan perbandingan peneliti lain tentunya dengan analisa lebih mendalam bagi penelitian tersebut maupun penelitian lain sehingga penelitian bisa dilakukan secara berkelanjutan dan memiliki kesinambungan.

3. Manfaat Akademik

Penelitian dapat dijadikan referensi penulisan bagi segenap pembaca baik baik akademisi maupun masyarakat luas berkaitan dengan minat investasi emas Emas Gen Z muslim pada *marketplace* dan factor-faktor yang dapat mempengaruhinya.



BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis factor-faktor yang mempengaruhi minat investasi emas Gen Z Muslim pada *Marketplace* dengan religiusitas sebagai variabel moderating, Dimana yang menjadi objek penelitian adalah generasi Z Muslim Pekalongan yang sudah memiliki penghasilan dan aktif sebagai pengguna *Marketplace* dengan total sebanyak 135 responden. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi emas digital gen z muslim pada *marketplace*. Dari hasil koefisien jalur sebesar 0,051 dan *P-value* sebesar 0,227 menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi emas digital gen z muslim pada *marketplace* pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Hal ini berarti tinggi atau rendahnya tingkat literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi emas digital gen z muslim pada *marketplace*.
2. Preferensi risiko berpengaruh terhadap minat investasi emas gen Z Muslim pada *Marketplace*. Dari hasil koefisien jalur sebesar 0,185 dan *P-value* sebesar 0,004 menunjukkan bahwa preferensi risiko berpengaruh terhadap minat investasi emas digital gen z muslim pada *marketplace* pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Hal ini berarti tinggi atau rendahnya tingkat preferensi risiko gen z muslim terkait investasi berpengaruh terhadap minat investasi emas digital gen z muslim pada *marketplace*.
3. Pengalaman keuangan berpengaruh terhadap minat investasi emas gen z Muslim pada *Marketplace*. hasil pengujian statistik yang menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur yang menunjukkan angka 0,350 dapat diartikan bahwa ketika nilai pengalaman keuangan meningkat sebesar satu kesatuan, maka minat investasi tersebut meningkat sebesar 35 % dan sebaliknya. Arah nilai tersebut juga menunjukkan bahwa pengalaman keuangan searah dengan peningkatan minat investasi emas digital gen z muslim pada *marketplace*. Nilai selanjutnya adalah *P-*

- value* atau nilai signifikansi dari variabel pengalaman keuangan sebesar $<0,001$ yang mana angka tersebut $<0,005$, angka ini dapat diartikan bahwa pengalaman keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi emas digital gen z muslim pada *marketplace*.
4. *Locus Of Control* berpengaruh terhadap minat investasi emas gen z Muslim pada *Marketplace*. hasil pengujian statistik yang menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur yang menunjukkan angka 0,401 dapat diartikan bahwa ketika nilai *locus of control* meningkat sebesar satu kesatuan, maka minat investasi tersebut meningkat sebesar 40,1 % dan sebaliknya. Arah nilai tersebut juga menunjukkan bahwa *locuss of control* searah dengan peningkatan minat investasi emas digital gen z muslim pada *marketplace*. Nilai selanjutnya adalah *P-value* atau nilai signifikansi dari variabel preferensi risiko sebesar $<0,001$ yang mana angka tersebut $<0,005$, angka ini dapat diartikan bahwa *locuss of control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi emas digital gen z muslim pada *marketplace*.
 5. Religiusitas justru memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi emas gen z muslim pada *Marketplace*. Hasil koefisien jalur sebesar (-0,043) dan *P-value* sebesar 0,265 yang nilai tersebut $>0,05$, yang artinya bahwa religiusitas memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi sebesar 4,3% akan tetapi tidak signifikan.
 6. Religiusitas mampu memoderasi pengaruh preferensi risiko terhadap minat investasi emas gen z muslim pada *Marketplace*. Hasil koefisien jalur sebesar (0,184) dan *P-value* sebesar 0,004 yang nilai tersebut $<0,05$, yang artinya bahwa religiusitas mampu memperkuat pengaruh preferensi risiko terhadap minat investasi sebesar 18,4%.
 7. Religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh pengalaman keuangan minat investasi emas gen z muslim pada *Marketplace*. Hasil koefisien jalur sebesar (-0,025) dan *P-value* sebesar 0,359 yang nilai tersebut $>0,05$, yang artinya bahwa religiusitas justru melemahkan pengaruh pengalaman keuangan terhadap minat investasi sebesar 2,5%, namun tidak signifikan.

8. Religiusitas mampu memoderasi pengaruh *Locus Of Control* terhadap minat investasi emas gen z muslim pada *Marketplace*. Hasil koefisien jalur sebesar (-0,200) dan *P-value* sebesar 0,002 yang nilai tersebut $<0,05$, yang artinya bahwa religiusitas justru melemahkan pengaruh *locus of control* terhadap minat investasi secara signifikan sebesar 20% dan signifikan.

5.2 Implikasi

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memperkuat penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan literasi keuangan, preferensi risiko, pengalaman keuangan dan *locus of control* pada minat investasi digital dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas digital. Hal ini dapat dibuktikan dari keempat indikator variabel literasi keuangan yakni pengetahuan umum, tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi, indikator investasi memiliki total skor yang paling rendah. Sehingga tinggi rendahnya literasi keuangan tidak serta merta mempengaruhi minat investasi emas digital. Preferensi risiko merupakan faktor kedua yang dapat mempengaruhi minat investasi emas digital. Dari lima indikator yakni keputusan tingkah laku, biologis atau genetik, konteks keluarga, sosiologi dan kontrol sosial semuanya memiliki total skor yang relatif stabil. Pengalaman keuangan merupakan faktor ketiga yang mempengaruhi minat investasi emas digital. Dari empat indikator pengalaman keuangan yakni pengalaman investasi, perencanaan keuangan, tingkat pendidikan dan kebiasaan menabung memiliki total skor yang relatif stabil. Pengalaman keuangan, tentunya akan menjadi dasar seseorang dalam mengambil keputusan atau perilaku keuangan selanjutnya. *Locus of control* merupakan faktor keempat yang mempengaruhi minat investasi emas digital gen z. memiliki dua aspek yakni aspek internal yang terdiri dari kemampuan, minat dan usaha, dan aspek eksternal yaitu nasib, sosial ekonomi dan pengaruh orang lain. Indikator kemampuan dan sosial ekonomi memiliki total skor yang paling sedikit. Karakter gen z yang kurang percaya terhadap kemampuan dirinya sendiri perlu ditingkatkan, namun tetap harus diimbangi dengan minat dan usaha.

3. Bagi bursa efek dan otoritas jasa keuangan penting untuk melakukan sosialisasi di berbagai platform dan linimasa mengenai investasi terutama pada generasi z dan generasi berikutnya. Pemerintah dan pihak terkait diharapkan dapat menyesuaikan dengan segmen masyarakat yang saat ini sangat lekat dengan teknologi. Bahwa, pola kehidupan terutama ekonomi pada saat ini, membentuk karakter gen z yang ingin segalanya instan, tidak ribet, praktis dan menguntungkan.
4. Bagi lembaga pendidikan diharapkan mampu memberikan materi terkait literasi keuangan digital. Mengingat saat ini gen z tidak lepas dari teknologi digital, oleh karena itu dibutuhkan media yang memfasilitasi kebutuhan akan literasi digital mereka agar digitalisasi teknologi bisa dimanfaatkan dengan sangat baik, terutama bagi perekonomian masyarakat pada khususnya dan nasional pada umumnya.

5.3 Saran

Merujuk pada penjelasan diatas, keterbatasan dan saran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian berikutnya dapat menggunakan pendekatan kualitatif dan menerapkan kuesioner terbuka agar dapat memperoleh jawaban responden yang lebih detail. Hal tersebut dikarenakan pada kuesioner tertutup memiliki jawaban yang didapat kurang terperinci.
2. Penelitian berikutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi minat investasi selain literasi keuangan, preferensi risiko, pengalaman keuangan dan *locus of control*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ajzen, I. (1985). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*. In *Action Control*.
- Ajzen, I. (1991). *Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. *Health Communication*.
- Groot, W., & Maassen van den Brink, H. (2017). Oorzaken van fraude in de zorgsector. *Justitiële verkenningen*, 40(3).
- Pekerti, R. D., & Herwiyanti, E. (2018). *Transaksi jual beli online dalam perspektif Islam Mazdhab Ay-Syafii*.
- RJ, S. (1994). *Student-Centered Classroom Assessment*. Macmillan College Publishing Company.
- Robbins, S. P. (207M). *Perilaku Organisasi* (10 ed.). PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Rotter, J. B. (1954). *Sosial Learning and Clinical Psichology*.
- Sulindawati, Erni, N. L. G., & Purnamawati, I. G. A. (2017). *Manajemen Keuangan: Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan*. Rajawali Pers.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis. In *Andi Offset*.
- Tandililin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi* (1 ed.). Kanisius.

Jurnal

- Abdillah, S., Syakur, A., Devi, L., Mulyati, S., Umiyati, I., Lestari, S., Saraswati, N. I., & Rusmanto, T. (2022). Pengaruh *risk aversion*, *financial tools*, *experience regret*, *social relevance*, dan *locus of control* terhadap keputusan investasi saham individu di jakarta. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 10203–10212.
- Adhikara, M. A. (2013). PREFERENSI INVESTOR DALAM PENGAMBILAN

KEPUTUSAN INVESTASI DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI).
PROCEEDING ISEI.

- Agustin, I. N., & Lysion, F. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Investasi Saham pada Investor Generasi Milenial di Kota Batam yang dengan *Locus of Control* sebagai Variabel Moderasi. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1).
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In *Action Control*.
- Ajzen, I. (1991). Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. *Health Communication*.
- Arifin, Khan, Z., & Yunus. (2019). *Bunga Rampai Gubahan Akademisi Manajemen*. STIEBA Madura Press.
- Aryani, A. P., & Susanti, L. E. (2022). Pentingnya Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Online pada Marketplace terhadap Kepuasan Konsumen. *Ahmad Dahlan Legal Perspective*, 2(1). <https://doi.org/10.12928/adlp.v2i1.5610>
- Awais, M., Fahad Laber, M., Rasheed, N., & Khursheed, A. (2016). *Impact of financial literacy and investment experience on risk tolerance and investment decisions: Empirical evidence from pakistan*. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(1), 73–79.
- Ayudiati, S. (2010). Analisis Pengaruh *Locus Of Control* Terhadap Kinerja Dengan Etika Kerja Islam Sevagai Variable Moderating. 29.
- Baatwah, S. R., Salleh, Z., & Ahmad, N. (2012). *The Influence of Audit Committee Expertise on the Timeliness of Financial Reporting: Recent Evidence*. 2nd International Conference on Accounting, Business and Economics, November.
- Branciari, S., & Poli, S. (2017). *The Impact of Gender Diversity in Boards of Directors on “ Earnings Minimization ” in Italian Private Companies*. *International Journal of Business and Social Science*, 8(10).
- Brilianti, T. R., & Lutfi, L. (2020). Pengaruh pendapatan, pengalaman keuangan dan pengetahuan keuangan terhadap perilaku keuangan keluarga di kota Madiun. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 197.

- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 44–56.
- Daryono, A. M. (2022). *Pro Kontra Investasi Emas Online Menurut Islam*. alamisharia.co.id. <https://alamisharia.co.id/blogs/pro-kontra-investasi-emas-online/>
- Devi, L., Mulyati, S., & Umiyati, I. (2021). PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN, PENGALAMAN KEUANGAN, TINGKAT PENDAPATAN, DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP PERILAKU KEUANGAN. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2(02).
- Dr. H.Fathurrahman Azhari, M. H. I. (2005). *QAWAID FIQHIYAH MUAMALAH* (A. Hadi (ed.); 1 ed.). Lembaga Pemberdayaan Kualitas Ummat (LPKU) Banjarmasin.
- Druckman, J. N. (2001). Evaluating framing effects. *Journal of Economic Psychology*, 22(1).
- Ekonomi, D. (2022). *Marketplace Adalah*. Agustus 27, 2022.
- Firli, A. (2017). *Factors that Influence Financial Literacy: A conceptual Framework*. 1–7.
- Fitriyani, S., & Anwar, S. (2022). PENGARUH HERDING, EXPERIENCE REGRET DAN RELIGIOSITY TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM SYARIAH PADA INVESTOR MUSLIM MILLENNIAL DENGAN FINANCIAL LITERACY SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(1), 68.
- Groot, W., & Maassen van den Brink, H. (2017). Oorzaken van fraude in de zorgsector. *Justitiële verkenningen*, 40(3).
- Hati, S. W., & Harefa, W. S. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam). *Business Administration*, 3(2), 281–295.
- Ida, I., Zaniarti, S., & Wijaya, G. E. (2020). FINANCIAL LITERACY, MONEY ATTITUDE, DAN FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR GENERASI MILENIAL. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 406.

- Joseph, C. N. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI PADA DOSEN-DOSEN FAKULTAS EKONOMI UKIM. *Jurnal Soso-Q*, 8(1).
- Kenny. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Menabung Pada Mahasiswa Di Kota Batam. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1).
- Khanam, Z. (2017). The Impact of Demographic Factors on the Decisions of Investors during Dividend Declaration: A Study on Dhaka Stock Exchange, Bangladesh. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 19(8).
- Kusumawati. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*, 1, 108.
- Maesaroh, I. (2020). FUN BOSS GAMES: Literasi Investor Menuju Indonesia Sebagai Pusat Pasar Modal Syariah. *Jurnal Dinamika*, 1(1).
- Mahakama, D. C. (2019). Analisis Faktor-Faktor Minat Investasi Mahasiswa UnisnuJepara di Galeri Investasi Syariah Unisnu Jepara. 66.
- Mahyarni, M. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1). <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Mashuri, M. (2018). Faktor-faktor Investasi Dalam Pandangan Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 7(2).
- Mustikawati, R. (1999). Pengaruh Locus Of Control Dan Budaya Paternalistik Terhadap Keefektifan Pengangguran Partisipatif Dalam Peningkatan Kinerja Manajerial. *Jurnal Bisnis Dan Akutansi*, 1, 96–119.
- Mutawally, F. W., & Haryono, N. A. (2019). Pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, Behavioral Finance Dan Pengalaman Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(4), 942–953.
- Nabilah, F., & Tutik, H. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS DAN MOTIVASI INVESTASI TERHADAP MINAT BERINVESTASI PASAR MODAL SYARIAH PADA KOMUNITAS INVESTOR SAHAM PEMULA. *Taraadin : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1). <https://doi.org/10.24853/trd.1.1.55-67>

- Nadira Rizky Ridiananda, & Lasmanah. (2022). Pengaruh Locus of Control dan Experience Regret Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Bandung. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 41–48.
- Nanda, T. S. F., Ayumiati, A., & Wahyu, R. (2019). TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH: STUDI PADA MASYARAKAT KOTA BANDA ACEH. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 1(2).
- Nasional, D. S. (2010a). *FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL Nomor: 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang JUAL-BELI EMAS SECARA TIDAK TUNAI*. 51.
- Nasional, D. S. (2010b). *JUAL-BELI EMAS SECARA TIDAK TUNAI* (Nomor: 77/DSN-MUI/V/2010).
- Nisa, A. M., & Amalia Nuril hidayati. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Kemajuan Teknologi dan Motivasi Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi di Pasar Modal syariah. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, Vol. 4(1), p.28.
- Permata, D., & Suryawati, R. F. (2020). Analisis Portofolio Optimal Saham Syariah Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2015-2017. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 11(1).
- Pt, J., Sentral, K., & Indonesia, E. (2022). *Didominasi Milenial dan Gen Z , Jumlah Investor Saham Tembus 4 Juta*.
- Purwidiyanti, W., & Tubastuvi, N. (2019). The Effect of Financial Literacy and Financial Experience on SME Financial Behavior in Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 40.
- Putrie, S. G. S., & Usman, B. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan & Penghindaran Risiko Terhadap Keputusan Investasi Dengan Locus of Control Sebagai Variabel Moderasi Di Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)*, 9(2), 703–722.
- Remund, & David, L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44, 276–295.
- RJ, S. (1994). *Student-Centered Classroom Assessment*. Macmillan College Publishing Company.

- Rohman, F. (2022). *7 Rekomendasi Investasi Emas Digital yang Aman dan Mudah*. Kata Data. <https://katadata.co.id/agung/berita/62a016e3dccd0/7-rekomendasi-investasi-emas-digital-yang-aman-dan-mudah>
- Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 319–332.
- Salsabila, B., & Nurdin. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Investor di Galeri Investasi BEI Maranatha. *Economic Education Analysis Journal*, 5(1).
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis. In *Andi Offset*.
- Sinha, N., Kakkar, N. K., & Gupta, V. (2015). Harnessing the power of knowledge management for innovation. *International Journal of Knowledge and Learning*, 10(2).
- Siregar, P. A. S. (2019). Keabsahan Akad Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Hukum Islam. *EduTech*, 5(1), 57–65.
- Soedirman, U. J., Keuangan, P. L., & Risiko, P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Preferensi Risiko, Dan Motivasi Terhadap Perilaku Investor Pemula. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 1(1).
- Stevanus, Y., & Rahadi, D. R. (2020). Persepsi Dan Pengambilan Keputusan Milenial Terhadap Instrumen Investasi Masa Depan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 6, 109.
- Subaida, I., & Hakiki, F. N. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Pengalaman Keuangan terhadap Perilaku Perencanaan Investasi dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 14(2), 152–163.
- Syamsul Hilal, Ainul Fitri, L. E. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KINERJA KOPERASI SYARIAH DI INDONESIA Syamsul. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(1), 1–5.
- Syariah, P. (2023). *Hukum Beli Emas Online Halal atau Tidak? Simak Penjelasannya*.
- Tandililin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi* (1 ed.). Kanisius.

Triwijayati, A., & Koesworo, Y. (2006). Studi Sikap Dan Niat Konsumsi Jamu Pahitan Di Surabaya. *Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi*, 6(1).

Uly, Y. A. (2020). *Marak Investasi Emas Fisik Via Digital, Ini yang Perlu Diperhatikan Investor*. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2020/11/11/163244326/marak-investasi-emas-fisik-via-digital-ini-yang-perlu-diperhatikan-investor?page=all>

Wahyuningsih, S. W. B. S. (2020). PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HALAL DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PRODUK HNI-HPAI). *Jurnal Manajemen Update*.

Wicaksono, J. W. (2021). Sensitivitas Saham Terhadap Pergerakan Pasar Sebagai Indikator Pemilihan Ivestasi Saham Syariah. *Dinar: Jurnal Prodi Ekonomi Syariah*, 4(2).

Yuri, M. O. F. (2020). Pengaruh Pengalaman Keuangan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal ilmiah Universitas Sumatera Utara*, 8–13.

Zinsari. (2014). *Edukasi Literasi Keuangan*.

Lembaga

Dewan Syariah Nasional. (2010a). Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual-Beli Emas Secara Tidak Tunai. 51.

Dewan Syariah Nasional. (2010b). Jual-Beli Emas Secara Tidak Tunai (Nomor: 77/DSN-MUI/V/2010).

Kudus, F. P. U. M. (2015). *Prosiding Seminar Nasional Psikologi Educational Wellbeing* (R. B. P & R. Allyna (Ed.)). Badan Penerbit Universitas Muria Kudus.

Website

Annur, C. M. (2022). Survei: Ini Platform Investasi Emas Digital Terpopuler di Indonesia. Databoks, Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/survei-ini-platform-investasi-emas-digital-terpopuler-di-indonesia>

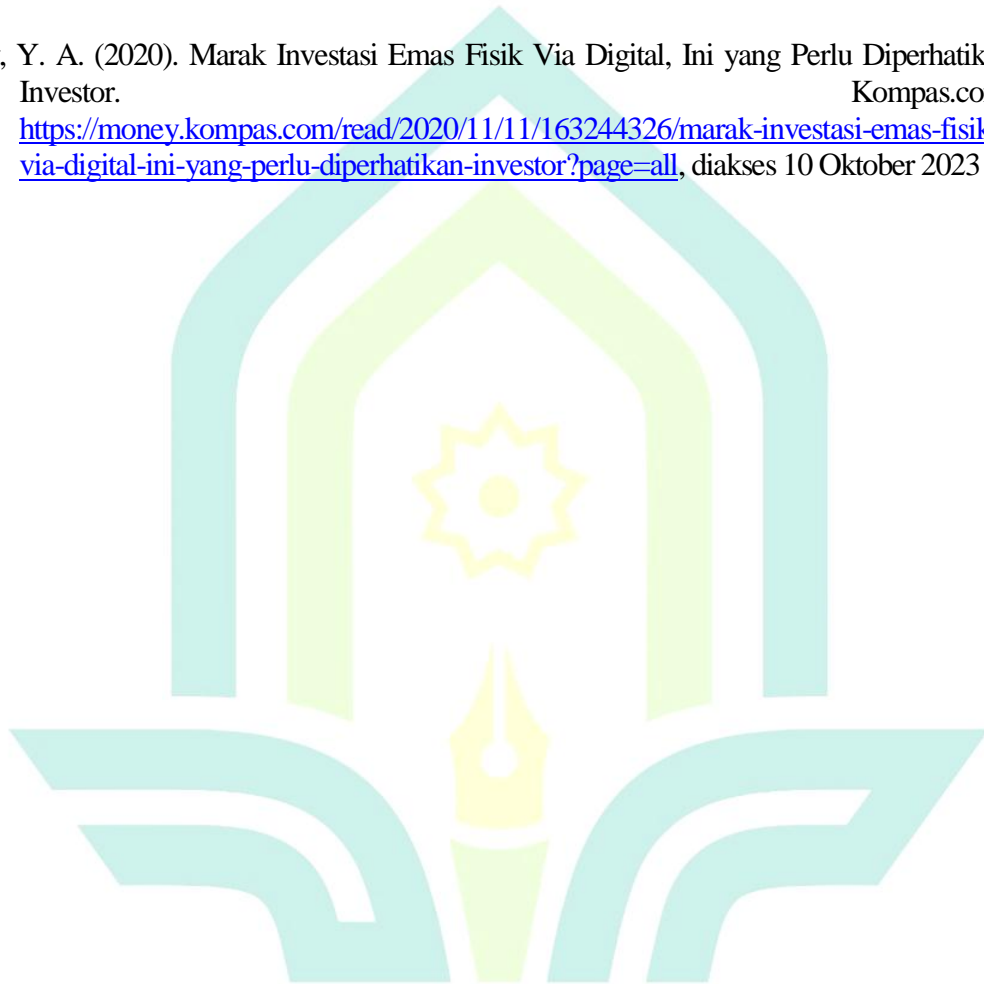
Annur, C. M. (2022). Survei: Ini Platform Investasi Emas Digital Terpopuler di Indonesia.

Databoks, Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/survei-ini-platform-investasi-emas-digital-terpopuler-di-indonesia>

Pt, J., Sentral, K., & Indonesia, E. (2022). Didominasi Milenial dan Gen Z , Jumlah Investor Saham Tembus 4 Juta.

Rohman, F. (2022). 7 Rekomendasi Investasi Emas Digital yang Aman dan Mudah. Kata Data. <https://katadata.co.id/agung/berita/62a016e3dcd0/7-rekomendasi-investasi-emas-digital-yang-aman-dan-mudah>

Uly, Y. A. (2020). Marak Investasi Emas Fisik Via Digital, Ini yang Perlu Diperhatikan Investor. Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2020/11/11/163244326/marak-investasi-emas-fisik-via-digital-ini-yang-perlu-diperhatikan-investor?page=all>, diakses 10 Oktober 2023



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Riswanti

Tempat Tgl Lahir : Pekalongan, 31 Juli 1998

Alamat : Dk. Dorokulon RT/RW 014/006, Ds. Dororejo, Kec. Doro,
Kab. Pekalongan, Jawa Tengah 51191

Telpon/WA : 085643510356

E-mail: : riswanti1133@gmail.com

Pendidikan :

S1 : UIN Gusdur Pekalongan 2020

SLTA : SMA N 1 Doro 2016

SLTP : SMP N 01 Doro 2013

SD : SD N 1 Kauman Pekalongan 2010

Prestasi :-

Organisasi :

- Staff Divisi Kajian dan Penelitian Ilmiah FosSEI (Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam) Regional Jawa Tengah) 2019
- Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan 2018
- Ikatan Mahasiswa Bidikmisi IAIN Pekalongan (2016-2020)

Pengalaman Kerja:

- LPPL(Lembaga Penyiaran Publik Lokal) Batik TV Pekalongan
- PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk.

Karya Ilmiah :

Artikel : The Role Of Cleantech Startup In Green Economy Development

Pekalongan, 16 Maret 2024



Riswanti
NIM. 50422005