



Pengaruh Digitalisasi E-Emas terhadap Minat Investasi Gen-Z

Samsu Karim Sormin, Lilis Fauziah Balgis, Afiatin Dewi

Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Djuanda

samsukarim20@gmail.com, lilisfauziahbalgis@unida.ac.id, afiatin.dewi@gmail.com

Abstrak

Perkembangan transformasi digital telah mendorong perubahan pada berbagai sektor industri, termasuk sektor keuangan syariah. Salah satu bentuk digitalisasi layanan investasi syariah adalah layanan E-Emas yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Melalui layanan ini, masyarakat dapat melakukan investasi emas secara mudah, cepat, dan sesuai prinsip syariah melalui platform digital. Meskipun demikian, masih ditemukan berbagai kendala yang berkaitan dengan persepsi kemudahan akses, keamanan investasi, transparansi informasi harga, kemudahan proses investasi, dan kesesuaian syariah yang berpotensi memengaruhi minat investasi, khususnya pada Generasi Z sebagai kelompok yang paling akrab dengan teknologi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi E-Emas terhadap minat investasi Generasi Z di Bank Syariah Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden Generasi Z di Kabupaten Bogor yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi logistik biner dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 29 setelah melalui uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi E-Emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Generasi Z. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik persepsi pengguna terhadap kemudahan akses, keamanan investasi, transparansi informasi harga, kemudahan proses investasi, dan kesesuaian syariah, maka semakin besar peluang Generasi Z memiliki minat untuk berinvestasi melalui layanan E-Emas Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan kualitas layanan digital investasi emas serta memperkuat strategi pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan Generasi Z.

Kata kunci: Digitalisasi E-Emas, Minat Investasi, Generasi Z, Bank Syariah Indonesia.

Abstract

The development of digital transformation has encouraged changes across industries, including the Islamic financial sector. One form of digitalized Islamic investment service is E-Gold provided by Bank Syariah Indonesia (BSI). This service enables people to invest in gold easily, quickly, and according to Islamic principles through digital platforms. Nevertheless, obstacles remain related to perceptions of accessibility, investment security, transparency of price information, ease of investment processes, and sharia compliance that may potentially affect investment interest, particularly among Generation Z as the group most familiar with digital technology. This study aims to analyze the effect of E-Gold digitalization on Generation Z investment interest at Bank Syariah Indonesia. The study employed a quantitative approach with a causal associative research design. Primary data were obtained through questionnaires distributed to 100 Generation Z respondents in Bogor Regency meeting the research criteria. Purposive sampling was used. Data analysis was conducted using binary logistic regression with IBM SPSS Statistics version 29 after validity testing, reliability testing, and descriptive statistical analysis. The results showed that E-Gold digitalization had a positive and significant effect on Generation Z investment interest. These findings indicate that better user perceptions of accessibility, investment security, price information transparency, ease of investment processes, and sharia compliance increase the likelihood of Generation Z having an interest in investing through Bank Syariah Indonesia's E-Gold service. The results are expected to provide input for Bank Syariah Indonesia in improving digital gold investment service quality and strengthening product development strategies that align with Generation Z's needs.

Keywords: E-Gold Digitalization, Investment Interest, Generation Z, Bank Syariah Indonesia.

1. Pendahuluan

Digitalisasi telah mengubah pola layanan industri keuangan secara signifikan, termasuk pada industri perbankan syariah. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan lembaga keuangan menyediakan layanan yang lebih cepat, mudah, efisien, dan dapat diakses tanpa dibatasi ruang maupun waktu. Digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional perbankan, tetapi juga mendorong munculnya berbagai inovasi produk yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat modern. Dalam konteks perbankan syariah, digitalisasi menjadi salah

satu strategi utama untuk meningkatkan daya saing sekaligus memperluas inklusi keuangan syariah melalui penyediaan layanan berbasis teknologi (Brennen, 2016)

Salah satu bentuk implementasi digitalisasi tersebut adalah layanan investasi emas digital atau E-Emas yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk melakukan investasi emas secara digital dengan nominal yang terjangkau, proses transaksi yang sederhana, informasi harga yang diperbarui secara real time, serta mekanisme investasi yang tetap memperhatikan prinsip-prinsip syariah. Kehadiran layanan E-Emas menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya berfokus pada digitalisasi transaksi perbankan, tetapi juga mencakup pengembangan produk investasi yang lebih mudah diakses oleh seluruh lapisan Masyarakat (Inarotul, 2025).

Di sisi lain, meningkatnya perkembangan teknologi informasi telah mengubah karakteristik perilaku masyarakat dalam mengambil keputusan investasi. Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh pada era digital sehingga memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap penggunaan teknologi. Kemudahan memperoleh informasi, tingginya intensitas penggunaan internet, serta kebiasaan melakukan aktivitas melalui perangkat digital menjadikan Generasi Z sebagai salah satu segmen potensial dalam pengembangan layanan investasi digital. Namun demikian, karakteristik tersebut juga menyebabkan Generasi Z memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas layanan digital yang digunakan (Verhoef et al, 2021)

Meskipun layanan E-Emas menawarkan berbagai kemudahan, masih terdapat sejumlah kendala yang dirasakan oleh pengguna. Beberapa keluhan berkaitan dengan kemudahan akses aplikasi, keamanan transaksi, transparansi informasi harga emas, kemudahan proses investasi, maupun pemahaman mengenai kesesuaian produk dengan prinsip syariah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi layanan investasi tidak hanya ditentukan oleh keberadaan teknologi, tetapi juga oleh kualitas layanan digital yang mampu memenuhi harapan pengguna. Apabila kualitas digitalisasi belum mampu memberikan pengalaman yang baik, maka minat masyarakat untuk menggunakan layanan investasi digital juga berpotensi menurun.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memiliki hubungan dengan perilaku masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan. Penelitian mengenai digitalisasi layanan investasi menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan sistem, kualitas informasi, dan persepsi manfaat merupakan faktor yang memengaruhi minat seseorang menggunakan layanan digital. Selain itu, penelitian yang mengadopsi *Technology Acceptance Model (TAM)* juga menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*), yang pada akhirnya memengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi tersebut. Dalam konteks investasi digital, kedua persepsi tersebut menjadi dasar dalam membentuk keyakinan pengguna terhadap layanan yang disediakan.

Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada penggunaan mobile banking, dompet digital, maupun layanan keuangan digital secara umum. Penelitian yang secara khusus mengkaji digitalisasi layanan E-Emas sebagai faktor yang memengaruhi minat investasi Generasi Z masih relatif terbatas, terutama pada konteks Bank Syariah Indonesia. Selain itu, sebagian penelitian lebih banyak menitikberatkan pada aspek adopsi teknologi tanpa mengintegrasikan karakteristik layanan investasi emas digital yang memiliki unsur keamanan investasi, transparansi harga, kemudahan proses investasi, dan kesesuaian dengan prinsip syariah. Kondisi tersebut menunjukkan masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, kebaruan penelitian ini terletak pada analisis pengaruh digitalisasi layanan E-Emas terhadap minat investasi Generasi Z melalui lima indikator digitalisasi, yaitu kemudahan akses, keamanan investasi, transparansi informasi harga, kemudahan proses investasi, dan kesesuaian syariah. Kelima indikator tersebut dianalisis sebagai representasi kualitas digitalisasi layanan investasi yang dikaitkan dengan minat investasi Generasi Z dalam menggunakan layanan E-Emas Bank Syariah Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengkaji penerimaan teknologi sebagaimana penelitian sebelumnya, tetapi juga mengintegrasikan karakteristik layanan investasi syariah digital dalam satu model penelitian.

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai landasan teoritis karena model tersebut menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap kemudahan dan manfaat yang diperoleh dari suatu sistem. Dalam konteks layanan E-Emas, persepsi terhadap kemudahan akses, keamanan investasi, transparansi informasi harga, kemudahan proses investasi, serta kesesuaian syariah dipandang mampu membentuk keyakinan pengguna sehingga meningkatkan minat investasi Generasi Z. Oleh karena itu,

penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh digitalisasi layanan investasi syariah terhadap perilaku investasi generasi muda Krisnamurti (2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi E-Emas terhadap minat investasi Generasi Z di Bank Syariah Indonesia. Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai digitalisasi layanan investasi syariah dengan mengintegrasikan konsep digitalisasi dan *Technology Acceptance Model (TAM)* dalam menjelaskan perilaku investasi Generasi Z. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi masukan bagi Bank Syariah Indonesia dalam mengembangkan layanan E-Emas yang lebih mudah digunakan, aman, transparan, dan sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik Generasi Z sebagai pengguna utama layanan digital.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh digitalisasi E-Emas terhadap minat investasi Generasi Z di Bank Syariah Indonesia. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen melalui analisis statistik sehingga menghasilkan kesimpulan yang objektif berdasarkan data empiris.

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Bogor dengan objek penelitian pengguna layanan E-Emas Bank Syariah Indonesia yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Populasi penelitian adalah seluruh Generasi Z di Kabupaten Bogor yang telah mengenal atau menggunakan layanan E-Emas Bank Syariah Indonesia, dengan jumlah populasi sebanyak 1.087.107 jiwa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti. Kriteria responden meliputi: (1) termasuk dalam kategori Generasi Z, (2) berdomisili di Kabupaten Bogor, dan (3) mengetahui atau pernah menggunakan layanan E-Emas Bank Syariah Indonesia. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%. Rumus yang digunakan adalah $n = N/(1 + Ne^2)$, dengan n merupakan ukuran sampel, N merupakan jumlah populasi, dan e merupakan tingkat kesalahan. Berdasarkan perhitungan, diperoleh $n = 1.087.107/[1 + (1.087.107 \times 0,10^2)] = 99,99$, sehingga dibulatkan menjadi 100 responden.

Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Variabel independen dalam penelitian ini adalah digitalisasi E-Emas (X) yang diukur menggunakan lima indikator, yaitu kemudahan akses, keamanan investasi, transparansi informasi harga, kemudahan proses investasi, dan kesesuaian syariah. Variabel dependen adalah minat investasi Generasi Z (Y) yang diukur melalui indikator ketertarikan, keyakinan, minat transaksional, minat referensial, dan minat eksploratif. Untuk keperluan analisis regresi logistik biner, skor total variabel minat investasi dikonversi menjadi variabel dummy berdasarkan nilai cut-off sebesar 75% dari skor maksimum. Variabel minat investasi terdiri atas 10 pernyataan dengan skala 1–5, sehingga skor maksimum yang mungkin diperoleh adalah 50. Nilai cut-off dihitung sebesar $75\% \times 50 = 37,5$ dan dibulatkan menjadi 38. Dengan demikian, responden dengan skor total minat investasi ≥ 38 dikategorikan memiliki minat tinggi dan diberi kode 1, sedangkan responden dengan skor total ≤ 37 dikategorikan memiliki minat rendah dan diberi kode 0. Penggunaan cut-off 75% didasarkan pada kriteria pengelompokan tingkat capaian skor, di mana skor $\geq 75\%$ dari skor maksimum menunjukkan tingkat minat yang tinggi.

Sebelum dilakukan analisis utama, instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, di mana suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel pada tingkat signifikansi 5%. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki tingkat konsistensi yang baik.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 29. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data penelitian serta analisis regresi logistik biner untuk menguji pengaruh digitalisasi E-Emas terhadap minat investasi Generasi Z. Penggunaan regresi logistik biner dipilih karena variabel dependen telah dikategorikan ke dalam dua kelompok, yaitu minat investasi tinggi dan minat investasi rendah.

Model regresi logistik biner yang digunakan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 X$$

dengan:

p = probabilitas Generasi Z memiliki minat investasi tinggi

β_0 = nilai konstanta

β_1 = nilai koefisien regresi

X = Digitalisasi E-Emas.

Pengujian model dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu Hosmer and Lemeshow Test untuk menguji kelayakan model (*goodness of fit*), Overall Model Fit berdasarkan perubahan nilai $-2 \text{ Log Likelihood}$, Nagelkerke R Square untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen, serta Omnibus Tests of Model Coefficients untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan. Selanjutnya, pengaruh digitalisasi E-Emas terhadap minat investasi diuji secara parsial menggunakan uji Wald dan nilai Exp(B) pada tingkat signifikansi 5%.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian diperoleh berdasarkan pengolahan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden Generasi Z di Kabupaten Bogor yang memenuhi kriteria penelitian. Seluruh data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 29 melalui beberapa tahapan, yaitu uji instrumen penelitian, analisis statistik deskriptif, dan analisis regresi logistik biner. Analisis tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh digitalisasi E-Emas terhadap minat investasi Generasi Z di Bank Syariah Indonesia.

3.1. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian ini menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5%, yang menghasilkan nilai r tabel sebesar $\pm 0,197$. Suatu butir pernyataan dianggap valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation*-nya bernilai positif dan melebihi nilai r tabel. Hasil uji validitas untuk variabel Digitalisasi E-gold (X) disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Digitalisasi E-emas

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0,474	0,197	Valid
X2	0,502	0,197	Valid
X3	0,664	0,197	Valid
X4	0,730	0,197	Valid
X5	0,659	0,197	Valid
X6	0,772	0,197	Valid
X7	0,430	0,197	Valid
X8	0,474	0,197	Valid
X9	0,323	0,197	Valid
X10	0,730	0,197	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Digitalisasi E-emas (X), ditemukan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang melampaui nilai r -tabel sebesar 0,197. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan tersebut valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Investasi Gen-Z

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,823	0,197	Valid
Y2	0,652	0,197	Valid
Y3	0,615	0,197	Valid
Y4	0,621	0,197	Valid
Y5	0,563	0,197	Valid
Y6	0,666	0,197	Valid
Y7	0,657	0,197	Valid
Y8	0,823	0,197	Valid
Y9	0,823	0,197	Valid
Y10	0,823	0,197	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Minat Investasi Gen-Z (Y), ditemukan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang melampaui nilai r-tabel sebesar 0,197. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan tersebut valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden terhadap butir-butir pernyataan dalam kuesioner. Suatu instrumen dianggap reliabel jika menghasilkan pengukuran yang stabil dan konsisten saat digunakan dalam kondisi yang sama. Hasil uji reliabilitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
X	0,925	Reliabel
Y	0,925	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Digitalisasi E-emas dan Minat Investasi gen-Z masing-masing berada di atas 0,70, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

3.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif variabel penelitian dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data pada setiap variabel yang diteliti. Analisis ini meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian, yaitu Digitalisasi E-emas (X), dan Minat Investasi Gen-Z (Y). Hasil analisis deskriptif dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mea n	Std. Deviation
X_Total	10 0	34	48	41.5 0	3.129
Y_Total	10 0	34	50	41.8 1	3.786
Valid N (listwise)	10 0				

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada tabel 4 penelitian ini melibatkan 100 responden. variabel digitalisasi E-emas (X) menunjukkan nilai rata-rata yang relatif tinggi, yang mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap variabel digitalisasi e-emas. Sementara itu, variabel minat investasi gen-z (Y) juga memiliki nilai rata-rata yang mendekati nilai maksimum, sehingga menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kecenderungan yang tinggi untuk melakukan donasi melalui platform digital. Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif memberikan gambaran bahwa persepsi responden terhadap variabel penelitian berada pada kategori yang baik dan mendukung dilakukannya analisis lebih lanjut menggunakan regresi logistik biner.

3.3 Hasil Analisis Regresi Logistik

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik biner karena variabel dependen berbentuk dikotomis, yaitu minat investasi Generasi Z yang dikelompokkan ke dalam dua kategori, yakni minat investasi tinggi dan minat investasi rendah. Analisis regresi logistik biner dipilih untuk menguji pengaruh digitalisasi E-Emas terhadap minat investasi Generasi Z di Bank Syariah Indonesia. Proses analisis meliputi beberapa tahapan, yaitu pengujian kelayakan model menggunakan Hosmer and Lemeshow Test, pengujian keseluruhan model melalui Overall Model Fit, pengukuran koefisien determinasi menggunakan Nagelkerke R Square, serta pengujian signifikansi pengaruh digitalisasi E-Emas terhadap minat investasi menggunakan uji Wald dan nilai Exp(B).

Sebelum menginterpretasikan hasil regresi logistik biner, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap kelayakan model (*goodness of fit*). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana model regresi logistik yang dibangun mampu merepresentasikan data empiris yang digunakan dalam penelitian. Kelayakan model dianalisis menggunakan *Hosmer and Lemeshow Test*, yang merupakan salah satu prosedur untuk menilai kesesuaian antara nilai yang diprediksi oleh model dengan data hasil observasi. Model dinyatakan layak digunakan apabila nilai signifikansi (*Sig.*) lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil prediksi model dan data aktual. Apabila model memenuhi kriteria tersebut, maka model regresi logistik dinilai memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan hubungan antara digitalisasi E-Emas dan minat investasi Generasi Z, sehingga dapat digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian.

Tabel 5. Uji Kelayakan Model Regresi

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	df	Sig.
1	13.178	7	.056

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan hasil *Hosmer and Lemeshow Test* pada Tabel 5, diperoleh nilai *Chi-square* sebesar 13,178 dengan nilai signifikansi (*Sig.*) sebesar 0,056. Nilai signifikansi tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05, sehingga model regresi logistik yang digunakan dapat dinyatakan layak (*good fit*) untuk menganalisis data penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara nilai yang diprediksi oleh model dengan data observasi, sehingga model mampu merepresentasikan data empiris dengan baik. Dengan demikian, model regresi logistik yang dibangun dinilai sesuai untuk menjelaskan pengaruh digitalisasi E-Emas terhadap minat investasi Generasi Z dan dapat digunakan pada tahap analisis berikutnya.

Tabel 6. Uji Overall Model Fit

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	21.312	1	<,001
	Block	21.312	1	<,001
	Model	21.312	1	<,001

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai Chi-square sebesar 21,312 dengan derajat kebebasan (df) sebesar 1 dan nilai signifikansi $< 0,001$. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa model regresi logistik yang memasukkan variabel digitalisasi E-Emas memiliki tingkat kecocokan yang lebih baik dibandingkan model yang hanya memuat konstanta. Dengan demikian, variabel digitalisasi E-Emas memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan model untuk memprediksi minat investasi Generasi Z. Hasil ini menunjukkan bahwa model yang dibangun layak digunakan untuk analisis lebih lanjut, termasuk pengujian pengaruh digitalisasi E-Emas terhadap minat investasi Generasi Z di Bank Syariah Indonesia.

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	95.339	.192	.279

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan output *Model Summary*, diperoleh nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,279. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model yang digunakan memiliki kemampuan penjelasan relatif sebesar 27,9% dalam menjelaskan hubungan antara digitalisasi E-Emas dan minat investasi Generasi Z. Dengan demikian, sebesar 72,1% menunjukkan adanya faktor-faktor lain di luar model yang berpotensi berkaitan dengan minat investasi Generasi Z, seperti literasi keuangan, pendapatan, persepsi risiko, pengetahuan investasi, pengaruh lingkungan sosial, dan faktor lainnya..

Tabel 8. Uji Wald dan Odds Ratio

Variables in the Equation									
Step 1 ^a	Digitalisasi E-emas	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
	Digitalisasi E-emas	.296	.078	14.501	1	<.001	1.344	1.154	1.565
	Constant	-10.980	3.096	12.582	1	<.001	.000		

a. Variable(s) entered on step 1: Digitalisasi E-emas

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2026

Variabel digitalisasi E-Emas memiliki nilai signifikansi $< 0,001$, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi E-Emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Generasi Z di Bank Syariah Indonesia. Selain itu, nilai Exp(B) sebesar 1,344 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel digitalisasi E-Emas akan meningkatkan *odds* Generasi Z untuk memiliki minat investasi yang tinggi sebesar 1,344 kali, atau meningkat sekitar 34,4%, dengan asumsi variabel lain dalam model tetap. Dengan demikian, semakin baik digitalisasi E-Emas yang dirasakan oleh responden, semakin besar *odds* Generasi Z untuk memiliki minat investasi yang tinggi. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa digitalisasi E-Emas berpengaruh terhadap minat investasi Generasi Z dapat diterima.

3.4 Diskusi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi E-Emas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Generasi Z di Bank Syariah Indonesia. Hasil ini menunjukkan bahwa minat investasi Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan untuk berinvestasi, tetapi juga oleh kualitas layanan digital yang mereka rasakan ketika menggunakan layanan E-Emas. Kemudahan akses, keamanan investasi, transparansi informasi harga, kemudahan proses investasi, serta kesesuaian syariah menjadi aspek penting yang membentuk persepsi pengguna terhadap layanan digital tersebut. Semakin baik kualitas digitalisasi yang dirasakan, semakin

tinggi pula kecenderungan Generasi Z untuk memiliki minat berinvestasi melalui layanan E-Emas. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana transformasi teknologi, tetapi juga sebagai faktor yang mampu meningkatkan kepercayaan dan keyakinan pengguna dalam memanfaatkan layanan investasi berbasis digital.

Hasil penelitian ini mendukung konsep digitalisasi yang dikemukakan oleh Gradillas dan Thomas (2025), yang menjelaskan bahwa digitalisasi merupakan proses pemanfaatan teknologi digital untuk mengubah aktivitas konvensional menjadi lebih efektif, efisien, dan mudah diakses. Dalam konteks penelitian ini, digitalisasi E-Emas memungkinkan proses investasi dilakukan secara daring melalui aplikasi perbankan sehingga memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses layanan kapan saja dan di mana saja. Selain meningkatkan efisiensi transaksi, digitalisasi juga memberikan transparansi informasi harga emas secara *real time*, mempercepat proses investasi, serta meningkatkan rasa aman melalui sistem yang terintegrasi dengan layanan perbankan syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas digitalisasi menjadi salah satu faktor yang mampu meningkatkan daya tarik layanan investasi syariah di kalangan Generasi Z.

Temuan penelitian juga memperkuat Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Teori ini menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Pada penelitian ini, kemudahan akses dan kemudahan proses investasi mencerminkan persepsi kemudahan penggunaan, sedangkan keamanan investasi, transparansi informasi harga, dan kesesuaian syariah mencerminkan manfaat yang dirasakan pengguna ketika menggunakan layanan E-Emas. Ketika Generasi Z memandang bahwa layanan tersebut mudah digunakan, memberikan rasa aman, menyediakan informasi yang transparan, serta sesuai dengan prinsip syariah, maka kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan tersebut sebagai sarana investasi akan semakin meningkat. Dengan demikian, hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa persepsi positif terhadap digitalisasi layanan investasi mampu meningkatkan minat investasi pengguna.

Temuan ini juga sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas layanan digital merupakan salah satu faktor yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi. Digitalisasi yang didukung oleh kemudahan penggunaan, keamanan sistem, serta kualitas informasi mampu meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan digital sehingga mendorong terbentuknya minat untuk menggunakannya. Pada penelitian ini, hal tersebut tercermin dari pengaruh positif digitalisasi E-Emas terhadap minat investasi Generasi Z. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, Generasi Z memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap teknologi dan cenderung memilih layanan investasi yang praktis, efisien, serta dapat diakses melalui perangkat digital.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi E-Emas merupakan faktor yang berperan penting dalam meningkatkan minat investasi Generasi Z di Bank Syariah Indonesia. Dari perspektif akademik, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai digitalisasi layanan keuangan syariah dengan memperkuat relevansi konsep digitalisasi dan Technology Acceptance Model (TAM) dalam menjelaskan perilaku investasi generasi muda. Dari perspektif praktis, hasil penelitian mengindikasikan bahwa Bank Syariah Indonesia perlu terus meningkatkan kualitas digitalisasi layanan E-Emas melalui pengembangan fitur yang lebih mudah digunakan, peningkatan keamanan transaksi, penyediaan informasi harga yang akurat dan transparan, penyederhanaan proses investasi, serta penguatan edukasi mengenai kesesuaian produk dengan prinsip syariah. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan minat investasi Generasi Z sekaligus memperluas pemanfaatan layanan investasi emas digital di Indonesia.

4. Kesimpulan

Penelitian membuktikan bahwa digitalisasi E-Emas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Generasi Z di Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas digitalisasi layanan E-Emas yang tercermin melalui kemudahan akses, keamanan investasi, transparansi informasi harga, kemudahan proses investasi, dan kesesuaian syariah berperan dalam meningkatkan minat investasi Generasi Z. Temuan tersebut menegaskan bahwa minat investasi tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan layanan investasi digital, tetapi juga oleh kualitas layanan digital yang mampu memberikan kemudahan, rasa aman, informasi yang transparan, serta keyakinan bahwa produk yang digunakan telah sesuai dengan prinsip syariah. Dari perspektif akademik, penelitian ini memberikan dukungan empiris terhadap relevansi konsep digitalisasi dan Technology Acceptance Model (TAM) dalam menjelaskan perilaku investasi Generasi Z pada layanan investasi berbasis digital. Dari perspektif praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bahwa Bank Syariah Indonesia perlu terus

meningkatkan kualitas layanan digital E-Emas melalui penyempurnaan kemudahan penggunaan, peningkatan keamanan transaksi, penyediaan informasi harga yang akurat dan transparan, penyederhanaan proses investasi, serta penguatan edukasi mengenai kesesuaian produk dengan prinsip syariah guna meningkatkan minat investasi Generasi Z. Meskipun memberikan temuan yang relevan, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian hanya melibatkan responden Generasi Z di Kabupaten Bogor serta membatasi analisis pada satu variabel independen, yaitu digitalisasi E-Emas, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas pada populasi maupun wilayah yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian, meningkatkan jumlah responden, serta menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat investasi, seperti literasi keuangan syariah, persepsi risiko, kepercayaan, pendapatan, pengaruh sosial, maupun literasi digital. Pengembangan tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi Generasi Z pada layanan investasi emas digital.

Referensi

1. Afifah & Ardyansyah. (2023). Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2879–2900. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3709>
2. Apriliani & Murtanto. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi , Literasi Keuangan ,. *Jurnal Investasi*, 9(3), 133–142. <https://doi.org/10.31943/investasi.v9i3.281>
3. Arum. (2023). Karakteristik generasi z dan kesiapannya dalam menghadapi bonus demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(2), 123–142. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
4. Atikah, L., Fitriyah, A., & Faikotul, A. (2024). Akad Murabahah dan Akad Wadiah pada Produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah Journal of Islamic Economy. *Journal of Islamic Economy and Community Engagement*, 5(1), 13–26. <https://doi.org/10.14421/jiecem.2024.5.1.1932>
5. Gradillas, Maria , dan Llewellyn DW Thomas . 2025 . “ Membedakan Digitalisasi dan Digitalisasi: Tinjauan Sistematis dan Kerangka Konseptual .” *Jurnal Manajemen Inovasi Produk* 42 (1): 112 – 143 . <https://doi.org/10.1111/jpim.12690>.
6. Halimah, N., Rifa'i, K., & Qoriani, H. F. (2025). The Effect of Investment Knowledge, Lifestyle, and Income on Antam Gold Investment Decisions Using Gold (E-Gold) in the BSI Application (Case Study on Generation Z Muslims of Lumajang Regency). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 8(2), 3774–3785. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i2.6239>.
7. Inarotul. (2025) Investasi Emas Digital di Indonesia ; Tinjauan Sistemik Maqashid Syariah. *Journal Of Indonesia Sharia Economics* <https://doi.org/10.35878/jiose.v4i2.1828>.
8. Indriyani, H., & Syahbudi, M. (2024). Analysis of the influence of digital marketing and brand image on the interest of Generation Z in investing in gold in Islamic financial institutions. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 7(1). <https://doi.org/10.24256/kharaj.v7i1.7063>.
9. Krisnamurti, P., Ratnawati, A., & Widi, A. (2022). Analisis Penerimaan Layanan Perbankan Digital 'X Super-App' Melalui Integrasi TAM dan TPB. *Tinjauan Bisnis dan Studi Kasus* , 3 (3), 271. <https://doi.org/10.17358/brcs.3.3.271>.
10. Melli, N. K., Made, N., Dwi, I., Luh, N., & Sunari, E. (2025). *Tabungan Emas Pegadaian sebagai Instrumen pada Prilaku Keuangan Mahasiswa INSTIKI Investasi*. <https://doi.org/10.58982/jike.v2i3.896>.
11. Novieati Dwi Lestari, Indah Karunia Sari, M. T. H. (2023). *Model Bisnis Pada Inovasi Produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah Dengan Model Canvas*. 4. <https://doi.org/10.53491/elmadhorib.v4i1.663>
12. Nuryani, W., & Mauluddi, H. A. (2025). The effect of financial literacy, income, and risk perception on investment decisions in gold installment products among Generation Z in the Bandung Metropolitan Area. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 5(2). <https://doi.org/10.35313/jaief.v5i2.6771>.
13. Qoriani, H. F., Faradila, A. W., Novianti, E. R., & Muslimah, S. (2026). Strategi Digital Marketing Fitur Emas Byond BSI sebagai Investasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 509–514. <https://doi.org/10.47233/jemb.v5i1/4628>.
14. Salama, S. C. U., Millatina, A. N., Ajija, S. R., Hudaifah, A., & Johari, F. (2025). Baitul Maal wa Tamwil digitalization and millennials acceptance in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 11(2). <https://doi.org/10.20473/jebis.v11i2.66457>.
15. Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). *Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda*. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
16. Yusni, N., Fauziah, A. M., Gusmiarni, A., & Karyono, O. (2026). The influence of gold price increases and safe-haven perceptions on Generation Z's interest in gold investment: Empirical evidence from Bone Regency, Indonesia. *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, 8(1), 63–74. <https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v8i1.7996>.