



Pengaruh Kemudahan Platform Digital Dan Fitur Kepercayaan Terhadap Minat Publik Dalam Menabung Emas

Almira Suci Nofsira¹, Miftahul Jannah², Dinda³, Muchrina Muchran⁴

¹⁻⁴ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar

Penulis Korespondensi: almiraaaaa21@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the influence of digital platform convenience and trust features on public interest in saving digital gold among the people of Makassar City, specifically users of Pegadaian Digital Service (PDS). Employing a quantitative approach with a survey method, this research involved 130 respondents selected through purposive sampling. Data were collected via Likert scale questionnaires and analyzed using multiple linear regression through SPSS software. The research results indicate that digital platform convenience has a positive and significant effect on the interest in saving gold ($t\text{-statistic} = 8.093$; $p = 0.000$), as do trust features ($t\text{-statistic} = 7.022$; $p = 0.000$). Simultaneously, both variables explain 65.2% of the variation in the interest in saving gold ($R^2 = 0.652$). These findings confirm the Technology Acceptance Model (TAM) and Trust Theory within the context of digital gold investment, and demonstrate that the synergy of ease of access and security guarantees serves as an important foundation in driving the adoption of digital financial services in Eastern Indonesia. It is recommended to enhance convenience and trust features to further strengthen public interest.*

Keywords: Platform Digital; Trust Features; Interest in Saving Gold; TAM; Pegadaian Digital.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kemudahan platform digital dan fitur kepercayaan terhadap minat publik dalam menabung emas digital pada masyarakat Kota Makassar, khususnya pengguna Pegadaian Digital Service (PDS). Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, penelitian ini melibatkan 130 responden yang dipilih secara purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan platform digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung emas ($t\text{-hitung} = 8,093$; $p = 0,000$), demikian pula fitur kepercayaan ($t\text{-hitung} = 7,022$; $p = 0,000$). Secara simultan, kedua variabel menjelaskan 65,2% variasi minat menabung emas ($R^2 = 0,652$). Temuan ini mengonfirmasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Trust Theory dalam konteks investasi emas digital, serta menunjukkan bahwa sinergi kemudahan akses dan jaminan keamanan menjadi fondasi penting dalam mendorong adopsi layanan keuangan digital di Indonesia Timur. Direkomendasikan adanya peningkatan fitur kemudahan dan kepercayaan guna memperkuat minat masyarakat.

Kata kunci: Kemudahan Platform Digital; Fitur Kepercayaan; Minat Menabung Emas; TAM; Pegadaian Digital

1. LATAR BELAKANG

Investasi kini bukan lagi ranah eksklusif generasi tua, melainkan telah menjadi tren di kalangan generasi muda demi menjamin masa depan yang lebih baik. Seiring kemajuan teknologi, cara berinvestasi pun bertransformasi secara signifikan. Pembelian emas yang dulu harus dilakukan di toko fisik kini dapat diselesaikan secara praktis melalui aplikasi ponsel, sehingga investasi emas daring kian populer (Ripada, 2020). Investasi emas merupakan salah satu instrumen yang banyak diminati oleh investor di Indonesia karena karakteristiknya yang relatif aman dan stabil, khususnya dalam menghadapi kondisi

ekonomi yang tidak pasti. Sebagai aset jangka panjang, emas mampu memberikan rasa aman bagi masyarakat, terutama ketika terjadi ketidakstabilan ekonomi (Agustina et al., 2024).

Modernisasi sektor keuangan telah mengubah paradigma menabung emas dari bentuk fisik konvensional menuju ekosistem digital. Di Kota Makassar, yang bertindak sebagai episentrum pertumbuhan ekonomi di Kawasan Timur Indonesia, PT Pegadaian (Persero) telah memelopori transformasi ini melalui aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). Kehadiran fitur Tabungan Emas Digital memungkinkan masyarakat Makassar yang secara kultural memiliki kedekatan historis dengan investasi emas untuk melakukan transaksi tanpa perlu lagi terhambat oleh kendala geografis atau antrean fisik di kantor cabang (Azlia Nafhatus Sofa et al., 2025)

Faktor kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yang mencakup kesederhanaan desain antarmuka hingga kecepatan proses verifikasi data, menjadi determinan utama dalam menarik minat investor pemula di kota metropolitan seperti Makassar. Jika platform digital mampu mereduksi kompleksitas prosedur perbankan menjadi fitur-fitur yang intuitif, maka niat masyarakat untuk mengadopsi teknologi ini akan meningkat secara signifikan (Kuberkar et al., 2024). Bagi masyarakat di Kota Makassar, legitimasi hukum dari regulator seperti OJK serta pengaruh dari norma sosial dan perilaku rekan sejawat memegang peranan penting dalam memvalidasi keamanan suatu platform digital (Indriani et al., 2025; Rahmanda et al., 2024).

Meskipun perhatian akademisi terhadap isu adopsi teknologi kian meningkat, sebagian besar literatur empiris masih terbatas pada investigasi niat awal di kota-kota besar di Pulau Jawa (Bhattacharjee, 2001; Venkatesh & Davis, 2000). Masih sedikit penelitian yang mengeksplorasi secara mendalam perilaku penggunaan nyata serta keberlanjutan investasi digital di konteks geografis Sulawesi Selatan. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis pengaruh integratif antara fitur kemudahan dan faktor kepercayaan terhadap minat menabung emas digital masyarakat Makassar. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kemudahan platform digital dan fitur kepercayaan terhadap minat publik dalam menabung emas.

2. KAJIAN TEORITIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Penelitian ini bertumpu pada Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989). TAM dirancang untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi baru dengan menekankan dua keyakinan kognitif utama yaitu kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kemanfaatan (*perceived usefulness*). TAM mendefinisikan kemudahan penggunaan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan bebas dari usaha, sementara kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989). Asumsi dasar TAM meliputi tiga proposisi sentral: pertama, sikap terhadap penggunaan teknologi dibentuk oleh persepsi kemudahan dan kemanfaatan; kedua, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap persepsi kemanfaatan; dan ketiga, niat perilaku (*behavioral intention*) merupakan prediktor langsung dari penggunaan aktual sistem.

Dalam konteks penelitian ini, konstruk *perceived ease of use* secara langsung merefleksikan variabel kemudahan platform digital, sementara *behavioral intention* merepresentasikan minat publik dalam menabung emas sebagai variabel dependen. Penelitian terdahulu telah memperkuat penerapan TAM dalam konteks tabungan emas digital. (Taufan Adi Kurniawan et al., 2024) menemukan bahwa persepsi kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi emas digital di Indonesia. (Moya, 2025) juga menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan secara signifikan mendorong keputusan menabung emas melalui aplikasi PDS.

Minat Publik dalam Menabung Emas

Minat publik dalam menabung emas didefinisikan sebagai kecenderungan psikologis individu atau kelompok masyarakat di Kota Makassar untuk memulai, mempertahankan, atau mengintensifkan perilaku menyimpan dana dalam bentuk emas melalui platform digital, yang diukur dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB), minat (*behavioral intention*) diposisikan sebagai anteseden langsung dari perilaku aktual, sehingga menjadikannya variabel dependen yang sangat krusial (Ajzen, 1991).

Minat memiliki struktur multidimensi. Dimensi kognitif merujuk pada keyakinan individu tentang konsekuensi menabung emas, seperti persepsi bahwa emas adalah aset yang stabil dan lindung nilai terhadap inflasi. Dimensi afektif berkaitan dengan perasaan positif atau negatif yang diasosiasikan dengan aktivitas menabung emas digital, seperti rasa aman atau cemas akan fluktuasi harga. Dimensi konatif merepresentasikan dorongan atau niat untuk bertindak, yang merupakan prediktor terkuat dari perilaku aktual.

Kemudahan Platform Digital

Masyarakat Makassar dikenal sebagai kelompok yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan terbiasa menggunakan perangkat digital dalam aktivitas sehari-hari. Kemudahan platform digital dinilai mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan sistem investasi yang praktis, cepat, dan efisien. Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM), semakin mudah suatu platform digital digunakan dalam hal antarmuka yang intuitif, kecepatan respons sistem, proses registrasi yang sederhana, serta ketersediaan fitur bantuan digital, maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menggunakannya (Davis, 1989).

Bukti empiris dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Kuberkar et al., 2024; Taufan Adi Kurniawan et al., 2024) menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi layanan keuangan digital. Penelitian (Kusumaningtyas et al., 2026) juga membuktikan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat investasi emas digital. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H₁ : Kemudahan platform digital berpengaruh signifikan terhadap minat publik dalam menabung emas.

Fitur Kepercayaan

Implementasi fitur kepercayaan memiliki peran penting dalam mendorong peningkatan minat menabung emas pada masyarakat Makassar. Kepercayaan terhadap platform digital menjadi fondasi psikologis yang sangat penting dalam mendorong keyakinan masyarakat untuk menggunakan layanan tabungan emas digital. Dalam konteks transaksi keuangan digital yang melibatkan aset bernilai tinggi dan data pribadi

yang sensitif, kepercayaan menjadi faktor yang sangat krusial (Gefen et al., 2003; Mayer et al., 1995).

Bukti empiris dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Luthfi & Hati, 2025) menemukan bahwa *perceived trust* merupakan prediktor terkuat dari *sharia digital gold investment intention* di kalangan muslim muda Jabodetabek ($\beta = 0,452$; $p < 0,001$). Penelitian (Zhang & Kim, 2025) menemukan bahwa *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi layanan keuangan digital ($\beta = 0,478$; $p < 0,001$). Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H₂ : Fitur kepercayaan platform digital berpengaruh signifikan terhadap minat publik dalam menabung emas.

3. METODE PENELITIAN

Pemilihan populasi dalam penelitian ini didasarkan pada relevansi dengan variabel yang diteliti, yaitu nasabah PT Pegadaian (Persero) di Kota Makassar yang menggunakan layanan Pegadaian Digital Service (PDS). Metode sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan responden. Kriteria purposive sampling dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (a) berusia minimal 17 tahun, (b) merupakan nasabah Pegadaian Digital Service di Kota Makassar, (c) termasuk dalam kategori masyarakat umum yang berdomisili di Kota Makassar, (d) memiliki dan menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service, dan (e) pernah menggunakan fitur Tabungan Emas Digital sebagai metode investasi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka dan dapat diukur secara statistik untuk menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti. Data kuantitatif diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden yang berkaitan dengan kemudahan platform digital, fitur kepercayaan, dan minat menabung emas. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji

hipotesis, dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 26.0 for Windows. Model persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Minat publik dalam menabung emas (variabel dependen)

X₁ = Kemudahan platform digital (variabel independen pertama)

X₂ = Fitur kepercayaan platform digital (variabel independen kedua)

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi

ε = Error

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian hasil, disajikan gambaran umum karakteristik responden serta hasil analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian terkait pengaruh kemudahan platform digital dan fitur kepercayaan terhadap minat publik dalam menabung emas. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 130 orang, yang dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan untuk merepresentasikan pengguna PDS di Kota Makassar.

Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - L	35	26,9	26,9	26,9
	Perempuan	95	73,1	73,1	100,0
	Total	130	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 4.1, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan adanya komposisi yang belum seimbang. Dari total 130 responden yang terlibat dalam penelitian ini, mayoritas merupakan responden berjenis

kelamin perempuan, yaitu sebanyak 95 orang atau setara dengan 73,1% dari keseluruhan sampel. Sementara itu, responden berjenis kelamin laki-laki tercatat sebanyak 35 orang, yang merepresentasikan 26,9% dari total responden.

Tabel 4.2 Deskripsi Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tah	17	13.1	13.1	13.1
	> 50 Tah	9	6.9	6.9	20.0
	20 - 30	67	51.5	51.5	71.5
	31 - 40	30	23.1	23.1	94.6
	41 - 50	7	5.4	5.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan data pada Tabel 4.2 yang menggambarkan deskripsi responden berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berasal dari rentang usia yang beragam, namun didominasi oleh kelompok usia produktif. Dari total 130 responden, kelompok usia 20-30 tahun menempati proporsi terbesar, yaitu sebanyak 67 orang atau 51,5% dari keseluruhan responden. Selanjutnya, kelompok usia 31-40 tahun menempati posisi kedua dengan jumlah responden sebanyak 30 orang atau 23,1%.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
			130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		4,63103747
Most Extreme Differences	Absolute		,058
	Positive		,036
	Negative		-,058
Test Statistic			,058
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		,341
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,329
		Upper Bound	,353

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Berdasarkan aturan pengambilan keputusan, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal. Karena nilai Sig. pada hasil uji ini adalah 0,200 yang lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant)	5,759	1,560		3,691	,000		
_Total	,587	,073	,496	8,093	,000	,731	1,368
_Total	,554	,079	,430	7,022	,000	,731	1,368

Variable: Y_Total

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditunjukkan pada Tabel 4.6, dapat diketahui bahwa variabel Kemudahan Platform dan Fitur Kepercayaan tidak mengalami gejala multikolinearitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *tolerance* sebesar 0,731 yang berada di atas batas minimum yang dipersyaratkan (0,10), serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,368 yang berada di bawah batas maksimum yang ditetapkan (10). Nilai tersebut mengindikasikan bahwa kedua variabel independen tidak memiliki hubungan linear yang tinggi, sehingga tidak terjadi tumpang tindih dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,889	,897	5,449	,000		
	X1_Total	-,035	,042	-,087	,400	,731	1,368
	X2_Total	-,021	,045	-,047	,649	,731	1,368

a. Dependent Variable: absres

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan pada Tabel 4.7, dapat diketahui bahwa kedua variabel independen tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi untuk variabel Kemudahan Platform sebesar 0,400 dan variabel Fitur Kepercayaan sebesar 0,649, yang keduanya lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Dengan terpenuhinya syarat tersebut, dapat disimpulkan bahwa varians residual pada

model regresi bersifat konstan atau homogen, sehingga memenuhi asumsi homokedastisitas.

Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,759	1,560		3,691	,000		
	X1_Total	,587	,073	,496	8,093	,000	,731	1,368
	X2_Total	,554	,079	,430	7,022	,000	,731	1,368

a. Dependent Variable: Y_Total

a. Dependent Variable: Y_Total

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 4.8, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,759 + 0,587X_1 + 0,554X_2 + e$$

Konstanta sebesar 5,759 menunjukkan nilai dasar dari variabel minat menabung emas ketika variabel kemudahan platform digital dan fitur kepercayaan dianggap bernilai nol atau tidak mengalami perubahan. Nilai konstanta ini menggambarkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari kemudahan platform digital dan fitur kepercayaan, minat menabung emas tetap memiliki nilai awal tertentu yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Koefisien regresi kemudahan platform digital sebesar 0,587 menunjukkan arah hubungan positif, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada kemudahan platform digital akan meningkatkan minat menabung emas sebesar 0,587 satuan, dengan asumsi faktor lain dianggap konstan. Koefisien regresi fitur kepercayaan sebesar 0,554 menunjukkan arah hubungan positif, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada fitur kepercayaan akan meningkatkan minat menabung emas sebesar 0,554 satuan, dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.

Tabel 4.7 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5179,593	2	2589,796	118,884	,000 ^b
	Residual	2766,600	127	21,784		
	Total	7946,192	129			

a. Dependent Variable: Y_Total

b. Predictors: (Constant), X2_Total, X1_Total

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji F yang disajikan pada Tabel 4.10, dapat diketahui bahwa variabel kemudahan platform digital dan fitur kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat publik dalam menabung emas. Nilai F hitung yang diperoleh sebesar 118,884, yang lebih besar dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 3,07. Selain itu, nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000, yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kemudahan platform digital dan fitur kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat publik dalam menabung emas.

Tabel 4.8 Hasil Uji t

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,807 ^a	,652	,646	4,66736	1,977
a. Predictors: (Constant), X2_Total, X1_Total					
b. Dependent Variable: Y_Total					

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Penjelasan dari uji t dari setiap variabel independen adalah sebagai berikut:

- A. Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.11, diperoleh nilai t hitung sebesar 8,093 untuk variabel kemudahan platform digital. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,978 pada taraf signifikansi 5%. Selain itu, nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000, yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan platform digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat publik dalam menabung emas. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kemudahan platform digital yang dirasakan oleh masyarakat Makassar, maka semakin meningkat pula minat mereka untuk menabung emas secara digital.
- B. Hasil uji t pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel fitur kepercayaan platform digital memiliki nilai t hitung sebesar 7,022, yang lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,978 pada taraf signifikansi 5%. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut membuktikan bahwa fitur kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan

terhadap minat publik dalam menabung emas, sehingga hipotesis kedua (H_2) dinyatakan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan keamanan data, transparansi transaksi, pengawasan oleh OJK, serta reputasi Pegadaian sebagai BUMN menjadi faktor yang meningkatkan keyakinan masyarakat untuk menggunakan layanan tabungan emas digital.

- C. Berdasarkan hasil pengujian statistik yang telah dilakukan, kemudahan platform digital terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat publik dalam menabung emas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai uji t yang lebih besar dari nilai t tabel serta tingkat signifikansi yang berada di bawah batas 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kemudahan platform digital yang dirasakan oleh masyarakat Makassar, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka dalam menabung emas secara digital. Masyarakat Makassar yang dikenal adaptif terhadap perkembangan teknologi cenderung menerima inovasi sistem investasi digital sebagai bagian dari gaya hidup dan aktivitas keuangan sehari-hari.
- D. Hasil ini sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan determinan utama dalam membentuk niat perilaku pengguna terhadap suatu sistem teknologi. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Kurniawan et al. (2024) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi emas digital di Indonesia, serta penelitian Kuberkar et al. (2024) yang menyatakan bahwa kesederhanaan desain antarmuka dan kecepatan verifikasi data menjadi determinan utama dalam menarik minat investor pemula.
- E. Berdasarkan hasil pengujian statistik yang telah dilakukan, fitur kepercayaan platform digital terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat publik dalam menabung emas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai uji t yang lebih besar dari nilai t tabel serta tingkat signifikansi yang berada di bawah batas 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dirasakan masyarakat terhadap fitur-fitur keamanan dan legitimasi platform Pegadaian Digital Service, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menabung emas secara digital.

- F. Hasil ini mendukung Trust Theory yang dikembangkan oleh Mayer et al. (1995) yang menjelaskan bahwa kepercayaan menjadi faktor penting dalam penggunaan layanan keuangan digital. Keamanan data, transparansi transaksi, pengawasan oleh OJK, serta reputasi Pegadaian sebagai BUMN menjadi faktor yang meningkatkan keyakinan masyarakat untuk menggunakan layanan tabungan emas digital. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Luthfi & Hati (2025) yang membuktikan bahwa *perceived trust* merupakan prediktor terkuat dari *sharia digital gold investment intention* ($\beta = 0,452$; $p < 0,001$), serta penelitian Sari & Haryono (2025) yang menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menabung emas digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan platform digital dan fitur kepercayaan terhadap minat publik dalam menabung emas pada masyarakat di Kota Makassar (studi pada pengguna Pegadaian Digital Service). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan platform digital dan fitur kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat publik dalam menabung emas, baik secara parsial maupun simultan. Berikut kesimpulan dari penelitian ini:

Kemudahan platform digital (X1) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat publik dalam menabung emas (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 8,093 yang lebih besar dari t tabel serta nilai signifikansi 0,000 yang jauh di bawah 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah masyarakat Makassar mengakses dan menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) mencakup kemudahan registrasi, kemudahan transaksi, tampilan antarmuka yang sederhana, serta kecepatan akses maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menabung emas secara digital. Hasil ini sekaligus mengkonfirmasi Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan determinan utama dalam membentuk niat perilaku pengguna terhadap suatu sistem teknologi.

Fitur kepercayaan platform digital (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat publik dalam menabung emas (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 7,022 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Temuan ini

mengindikasikan bahwa jaminan keamanan data, transparansi transaksi, pengawasan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta reputasi Pegadaian sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan fondasi psikologis yang sangat penting dalam mendorong keyakinan masyarakat untuk menggunakan layanan tabungan emas digital. Hasil ini mendukung Trust Theory yang menjelaskan bahwa kepercayaan menjadi faktor krusial, terutama dalam transaksi keuangan digital yang melibatkan aset bernilai tinggi dan data pribadi yang sensitif.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan platform digital dan fitur kepercayaan secara simultan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat publik dalam menabung emas. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,652 atau 65,2% mengindikasikan bahwa kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan variasi minat menabung emas, sedangkan sisanya sebesar 34,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan layanan di masa mendatang serta bagi peneliti selanjutnya. Bagi PT Pegadaian (Persero) sebagai penyedia layanan, meskipun tingkat kemudahan platform sudah dinilai baik oleh responden, perusahaan disarankan untuk terus melakukan inovasi dengan menyederhanakan antarmuka pengguna (user interface) serta menambah fitur customer support berbasis kecerdasan buatan (AI) yang lebih responsif, seperti chatbot yang beroperasi 24 jam. Hal ini penting untuk mengakomodasi pengguna dari berbagai kalangan usia, terutama di kawasan Indonesia Timur yang masih dalam tahap adaptasi terhadap teknologi keuangan digital. Selain itu, terkait dengan aspek kepercayaan yang terbukti sangat sensitif dan berpengaruh signifikan, Pegadaian sebaiknya lebih gencar melakukan sosialisasi mengenai status resmi sebagai Bullion Bank serta memberikan jaminan perlindungan data pribadi nasabah sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Meningkatkan transparansi mengenai biaya administrasi, mekanisme klaim, serta skema asuransi emas yang disimpan juga akan memperkuat legitimasi institusi di mata masyarakat Makassar yang secara kultural memiliki kedekatan historis dengan emas fisik.

Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, mengingat nilai koefisien determinasi (R^2) hanya mencapai 65,2% yang berarti masih terdapat 34,8% faktor lain yang belum

dijelaskan dalam model penelitian ini, maka disarankan untuk mengintegrasikan variabel-variabel tambahan seperti literasi keuangan, pengaruh norma subjektif atau lingkungan sosial, serta persepsi risiko (perceived risk) ke dalam model penelitian yang lebih komprehensif. Pendekatan dengan mengadopsi Theory of Planned Behavior (TPB) secara lebih lengkap juga dapat menjadi alternatif untuk menangkap aspek-aspek psikologis dan sosial yang mempengaruhi minat menabung emas digital. Selain itu, karena penelitian ini terbatas pada wilayah Kota Makassar, peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas cakupan objek penelitian ke wilayah lain di Sulawesi Selatan atau seluruh kawasan Indonesia Timur untuk memperoleh generalisasi hasil yang lebih luas dan mendalam mengenai adopsi teknologi keuangan digital di tengah masyarakat yang memiliki karakteristik budaya dan ekonomi yang beragam.

DAFTAR REFERENSI

- Agustina, A., Caroline Barus, A., Ulya Firza, S., Halim, F., & Tiadoraria Br Ginting, L. (2024). *Volatilitas Nilai Tukar dan Harga Komoditas Global selama Krisis Laut Merah (Exchange Rate and Global Commodity Price Volatility during Red Sea Crisis)*. 5(4), 327–339. <https://doi.org/10.35912/jakman.v5i4.3336>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Alfina Agustin. (2025). *Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Pengetahuan, Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Cabang Pekalongan*.
- Azlia Nafhatus Sofa, M., Ardra Widyadhana, T., Alviasari, A., Maisya Nazhirah, H., & Kurniati, F. (2025). *Branch Marketing and Financial Literacy Strategies to Increase Digital Gold Savings Adoption: A Qualitative Study of PT Pegadaian (Gegerkalong & Ledeng Branches, Bandung)* (Vol. 4).
- Baur, D. G., & Mcdermott, T. K. (n.d.). *Is Gold a Safe Haven? International Evidence*. Retrieved <http://ssrn.com/abstract=1516838>Electroniccopyavailableat:<https://ssrn.com/abstract=1516838>Electroniccopyavailableat:<https://ssrn.com/abstract=1516838>Electroniccopyavailableat:<http://ssrn.com/abstract=1516838>
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model Author(s): Anol Bhattacharjee Source. In *MIS Quarterly* (Vol. 25, Number 3).
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fanda Fadilla, Bismi Khalidin, & Rispalman. (2021). *The Effect Of Sbi Levels On Price Stability Sharia Shares In Sharia Capital Market According To The Perspective Of Syirkah*.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). *Gefen et al./Trust and TAM in Online Shopping Trust And Tam In Online Shopping: An Integrated Model1*.

- Halmi Dar, M., Nirmala Sari Hasibuan, M., & Aini Nasution, F. (2023). Informatika : Fakultas Sains dan Teknologi Mila Nirmala Sari Hasibuan 2). *Universitas Labuhanbatu Fitri Aini Nasution*, 1(3).
- Hamdan, N. H. B., Kassim, S. B., Azman, N. H. N., & Rahman, N. A. S. B. A. (2025). Consumers' Behavioural Intention To Adopt Shari'ah-Compliant Digital Gold Platform In Malaysia: Extension Of Utaut Model. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 11(1), 35–62. <https://doi.org/10.21098/jimf.v11i1.2035>
- Indriani, S., Nurwati, S., & Mahrita, A. (2025). *Exploring the acceptance of fintech-based credit services: The impact of technology perception, social norms, and income* (Vol. 14, Number 1).
- Kuberkar, S., Singh, S., & Singhal, T. K. (2024). Adoption intention of artificial intelligence enabled smart city services from citizens' perspective. *International Journal of Human Capital in Urban Management*, 9(1), 29–46. <https://doi.org/10.22034/IJHCUM.2024.01.03>
- Kusumaningtyas, D., Subagyo, & Fidiana. (2026). Digital Gold Investment Decisions Through Technology Acceptance: The Influence of Intention and Gender. *Management (Montevideo)*, 4, 357. <https://doi.org/10.62486/agma2026357>
- Luthfi, A. A., & Hati, S. R. H. (2025). Determinants of Sharia digital gold investment intention among Jabodetabek Muslim youth. *Asian Journal of Islamic Management*, 2025(1), 41–57. <https://doi.org/10.20885/AJIM>
- Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3–9. <https://doi.org/10.1177/0146167292181001>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & David Schoorman, F. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. In *Source: The Academy of Management Review* (Vol. 20, Number 3).
- Moya. (2025). *Analisis Faktor Persepsi Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan, Terhadap Keputusan Menabung Emas Melalui Aplikasi Pegadaian Digital Service (Pds) Di Pt. Pegadaian Cabang Purbalingga*.
- Muhammad, W., 1, R., Fajar Puspita, N., & Taufik, T. A. (2025a). Understanding User Acceptance Of Mobile Investment Applications: A Study Of Pluang Through The Modified Technology Acceptance Model. *Management Analysis Journal*, 14(1). <http://maj.unnes.ac.id>
- Muhammad, W., 1*, R., Fajar Puspita, N., & Taufik, T. A. (2025b). Understanding User Acceptance Of Mobile Investment Applications: A Study Of Pluang Through The Modified Technology Acceptance Model. *Management Analysis Journal*, 14(1). <http://maj.unnes.ac.id>
- Rahmanda, B., Anggayasti, U. H., & Nafi'a, Z. I. (2024). Banking Transformation in the Digital Era: Bank Cooperation with Financial Technology and the Role of the Financial Services Authority in Digital Bank Supervision. *International journal of multidisciplinary research and analysis*, 07(12). <https://doi.org/10.47191/ijmra/v7-i12-04>
- Reyhanrafif, M. D., Mani, L., Nitular, A. P., Criswanto, H., & Rahyadi, I. (2024). Optimizing Distribution Channels: How Digital Marketing Communication Enhances Trust and Loyalty in Indonesian Banking. *Journal of Distribution Science*, 22(8), 1–15. <https://doi.org/10.15722/jds.22.08.202408.1>

- Ripada, N. I. (2020). *Analisis Keamanan Dan Risiko Investasi Emas Digital Terhadap Minat Investasi: Studi Pada Pegadaian Digital Service*. [Http://Ejournal.Uika-Bogor.Ac.Id/Index.Php/Kasaba](http://Ejournal.Uika-Bogor.Ac.Id/Index.Php/Kasaba)
- Taufan Adi Kurniawan, Anita Primastiwi, & Devy Putri Milanda. (2024). Perceived Risk And Self Efficacy Effect On Digital Gold Applications Usage. *Jurnal Manajemen*, 28(3), 547–566. <https://doi.org/10.24912/jm.v28i3.1982>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wijaya, H., Firdausy, C. M., & Widjaja, I. (2025). Investigating How Perceived Benefit, Ease Of Use, And Risk Affect Fintech Usage Adoption. *International Journal of Application on Economics and Business*, 3(1), 480–494. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v3i1.480-494>
- Yeniley, U. (2025). The Role of Gold ETFs in Market Stability, Price Discovery, and Economic Dynamics during Crises. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 25(1), 60–74. <https://doi.org/10.9734/ajeaba/2025/v25i11633>
- Zhang, Q., & Kim, H. (2025). From Social to Financial: Understanding Trust in Extended Payment Services on Social Networking Platforms. *Behavioral Sciences*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/bs15050659>