



Analisis Perbedaan Persepsi Masyarakat terhadap Investasi Emas Sebelum dan Sesudah Kenaikan Harga

Nabila Nandayanti¹, Aisyah Mega Benazira², Nurul Azmi Muhamad Tauhid³, Pingkan Salsa Hadiansyah⁴, Mia Lasmi Wardiyah⁵

^{1,2,3,4,5} UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

Email: nandayantinabila132@gmail.com¹, aisyahmegab@gmail.com², azmidoang19@gmail.com³,
pingkansalsaaa@gmail.com⁴, mialasmiwardiyah@ymail.com⁵

Alamat: Jl. Cimincrang, Cimenerang, Kec. Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat

Korespondensi penulis: nandayantinabila132@gmail.com

Abstract. *Evaluating changes in public perceptions of gold investment before and after price increases is the objective of this study. The background of this study rests on the assumption that gold price volatility can affect an individual's interest in and view of gold as an investment vehicle. This study used a quantitative approach by distributing questionnaires using a Likert scale to 50 respondents, the results of which were analyzed using the paired sample t-test. The results of the analysis show that there is no statistically significant difference in people's perceptions before and after the gold price increase (significance value 0.363 > 0.05). The findings of this study indicate that the public still views gold as a safe and stable investment asset in the long term, regardless of price changes in the short term. The results of this study can be used as a reference by market participants and financial planners to understand the tendency of public attitudes towards gold investment.*

Keywords: Gold Invesment, Perception, Hedging

Abstrak. Mengevaluasi perubahan persepsi masyarakat mengenai investasi emas sebelum dan sesudah terjadi peningkatan harga merupakan tujuan dari penelitian ini. Latar belakang dari studi ini berpijak pada anggapan bahwa volatilitas harga emas dapat memengaruhi ketertarikan serta pandangan individu terhadap emas sebagai sarana investasi. Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarluaskan kuesioner menggunakan skala Likert kepada 50 orang responden, yang hasilnya dianalisis menggunakan uji *paired sample t-test*. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik terhadap persepsi masyarakat sebelum dan sesudah kenaikan harga emas (nilai signifikansi 0,363 > 0,05). Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat masih memandang emas sebagai aset investasi yang aman dan stabil dalam jangka panjang, terlepas dari perubahan harga dalam jangka pendek. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh pelaku pasar serta perencana keuangan untuk memahami kecenderungan sikap publik terhadap investasi emas.

Kata kunci: Investasi Emas, Persepsi, Lindung Nilai

1. LATAR BELAKANG

Persepsi Masyarakat terhadap investasi emas merupakan topik yang menarik untuk di analisis, terlebih dalam konteks dinamika ekonomi dan perilaku keuangan. Pandangan individu terhadap emas sebagai instrumen investasi sangat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, mulai dari pengetahuan finansial, pengalaman pribadi, hingga kondisi ekonomi secara makro. Salah satu momen yang sering memicu perubahan persepsi ini adalah lonjakan harga emas (Siagian, 2025).

Sebelum terjadinya kenaikan harga, persepsi masyarakat terhadap emas sebagai investasi cenderung beragam. Sebagian melihatnya sebagai pilihan aman dan stabil dalam jangka panjang, terutama karena sifat emas yang tahan terhadap inflasi dan gejolak pasar.

Di sisi lain, ada pula yang menilai emas kurang menarik karena dianggap tidak cukup likuid atau memiliki imbal hasil yang lebih rendah dibandingkan instrumen lain seperti saham atau reksa dana. Faktor-faktor seperti suku bunga, inflasi, dan situasi geopolitik ikut membentuk cara pandang ini.

Sesudah kenaikan harga emas biasanya berdampak langsung pada perubahan cara masyarakat memandang aset ini. Mereka yang sebelumnya ragu-ragu mungkin mulai menunjukkan minat lebih besar setelah melihat potensi keuntungan dari lonjakan harga. Investor yang telah lebih dulu membeli emas umumnya merasa keputusan mereka terbukti tepat, sehingga kepercayaan terhadap emas sebagai instrumen investasi semakin menguat. Namun, tidak sedikit pula yang justru mulai khawatir, mempertanyakan apakah harga sudah terlalu tinggi dan berpotensi turun kembali. Opini publik ini sering kali dipengaruhi oleh pemberitaan media, pendapat para pakar, serta pengalaman individu masing-masing (Hidayana & Indriani, 2023).

Untuk memahami lebih dalam bagaimana persepsi terhadap emas berubah akibat pergerakan harga, dapat dilakukan berbagai pendekatan penelitian seperti survei langsung kepada masyarakat, wawancara mendalam, hingga analisis tren data pasar. Tujuannya adalah untuk menangkap dampak nyata dari kenaikan harga terhadap keputusan investasi, kepercayaan diri investor, dan cara mereka mengelola risiko. Kajian semacam ini juga dapat menyoroti pengaruh latar belakang demografis seperti usia, penghasilan, dan tingkat pendidikan dalam membentuk persepsi dan perilaku investasi. Hasil dari analisis ini bisa menjadi masukan berharga bagi pelaku pasar, perencana keuangan, maupun pembuat kebijakan dalam membaca dinamika pasar emas dan memahami preferensi investor (Aldra, 2021).

2. KAJIAN TEORITIS

Investasi Emas

Investasi merupakan aktivitas menempatkan sejumlah dana atau aset pada suatu instrumen tertentu dengan tujuan memperoleh keuntungan atau peningkatan nilai di masa mendatang. Pasar modal berfungsi sebagai wadah yang mempertemukan dua pihak dengan kepentingan berbeda: di satu sisi, terdapat pihak yang memiliki kelebihan dana dan ingin mengembangkannya melalui investasi demi memperoleh imbal hasil seperti dividen; sementara di sisi lain, ada pihak yang membutuhkan dana tambahan untuk mendukung operasional atau pengembangan usahanya (Wardiyah, 2017).

(Nila Firdausi Nuzula, 2020) mengartikan investasi sebagai kesiapan seseorang (investor) untuk menggunakan sejumlah dana saat ini dengan tujuan mendapatkan hasil atau keuntungan di masa depan. Pengembalian tersebut merupakan bentuk kompensasi yang diterima oleh investor sebagai imbalan atas komitmennya untuk tidak menggunakan dana tersebut hingga jangka waktu tertentu berakhir. Dengan asumsi bahwa dana tidak dicairkan sebelum masa investasi selesai, maka besar kecilnya pengembalian tersebut dipengaruhi oleh durasi investasi, tingkat inflasi, dan tingkat ketidakpastian atas hasil yang akan diterima di masa depan. Semakin panjang jangka waktu investasi, maka semakin besar pula kompensasi yang diberikan. Begitu juga, semakin tinggi inflasi dan ketidakpastian dalam kondisi ekonomi akan mendorong perlunya kompensasi yang lebih tinggi karena risiko yang dihadapi investor juga meningkat.

(Rosnia, 2010) Sebagian besar masyarakat Indonesia sudah akrab dengan investasi emas karena prosesnya sederhana, dapat dilakukan oleh semua kalangan, dan mudah diperoleh. Investasi ini dianggap aman karena harga emas relatif stabil dan cenderung meningkat seiring waktu. Selain itu, investasi emas bersifat jangka panjang dan bukan bentuk spekulasi. Biasanya, investasi dilakukan dengan membeli emas sesuai kemampuan baik berupa perhiasan, emas lantakan, maupun koin emas. Emas tersebut disimpan hingga nilainya naik, lalu dijual. Keuntungan didapat dari perbedaan antara harga saat pembelian dan harga saat penjualan.

Emas merupakan instrument investasi jangka panjang yang sangat diminati oleh banyak orang dan merupakan komoditas yang pergerakannya sejalan dengan alur inflasi. Ketika inflasi meningkat tajam, harga emas pun cenderung melonjak tinggi. Sebaliknya, saat inflasi menurun, harga emas juga akan mengalami penurunan jika dihitung dalam rupiah. Harga emas memiliki karakteristik yang unik di Indonesia, harga emas umumnya menunjukkan tren kenaikan dan penurunannya pun tidak terlalu tajam. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan peningkatan nilai tukar dolar Amerika Serikat dibandingkan rupiah ketika harga emas dalam dolar AS menurun (Ahsanah, 2022).

Persepsi

Persepsi secara etimologis berasal dari istilah bahasa Inggris yaitu *perception*, yang memiliki arti pandangan, tanggapan, atau persepsi. Dilansir dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persepsi didefinisikan sebagai tanggapan atau pemahaman langsung terhadap suatu objek, yaitu mekanisme di mana individu mengetahui atau memahami sesuatu menggunakan pancaindranya.

Persepsi memiliki peran krusial dalam membentuk sikap, dan yang pada akhirnya akan memengaruhi perilaku. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa perilaku seseorang

mencerminkan persepsinya. Persepsi merupakan respons atau gambaran langsung yang muncul sebagai hasil dari proses penyerapan informasi oleh seseorang terhadap berbagai hal melalui pancaindra. Dalam konteks ini, persepsi dapat diartikan sebagai kesan atau tanggapan yang muncul setelah seseorang mengamati atau mengenali suatu objek melalui indera.

Faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya persepsi mencakup beberapa unsur, yaitu objek, alat indera, serta peandangan. Untuk dapat menyadari atau membentuk suatu persepsi, diperlukan adanya perhatian. Dalam proses persepsi, objek akan menimbulkan rangsangan (stimulus) yang kemudian diterima oleh alat indera (Ananda Hulwatin Nisa, 2023).

(Diani et al., 2020) Persepsi seseorang konsumen, beserta tingkat keterlibatan konsumennya, akan memengaruhi cara pengolahannya atas informasi. Cara seorang melihat realita di luar dirinya atau lingkungan.

Lindung Nilai (*Hedging*)

Lindung nilai secara etimologi berasal dari istilah bahasa Inggris disebut *hedge*, adalah suatu strategi di bidang keuangan yang digunakan untuk meminimalkan atau meniadakan risiko yang terkait dengan investasi lainnya. Strategi ini dirancang untuk meminimalkan potensi kerugian akibat risiko bisnis yang tak terduga, sambil tetap memberikan peluang untuk meraih keuntungan dari investasi yang dilakukan (Mursalin, 2011). Terdapat berbagai pengertian mengenai lindung nilai atau hedging menurut para peneliti. Namun, sebagian besar dari mereka sepakat bahwa hedging merupakan cara untuk mengelola serta mengurangi risiko. Oleh karena itu, hedging dipahami sebagai salah satu strategi dalam manajemen risiko yang bertujuan untuk mengurangi risiko dengan membatasi kemungkinan kerugian yang timbul akibat inflasi, rasio pertukaran, atau instrumen keuangan seperti obligasi (Suryani & Fathoni, 2017).

Lindung nilai bertujuan untuk melindungi atau mengurangi risiko yang mungkin dihadapi oleh perusahaan maupun individu akibat perubahan harga atau nilai pasar yang sulit diprediksi, seperti perubahan inflasi, tingkat suku bunga, rasio pertukaran, atau harga saham. Strategi ini bertujuan untuk mengurangi ketidakpastian dalam aspek keuangan dan menjaga kestabilan arus kas atau *profit* di masa mendatang datang. *Hedging* memiliki peran krusial dalam perekonomian karena merupakan salah satu instrumen yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku pasar, khususnya dalam aktivitas ekspor dan impor barang. Penggunaan *hedging* yang cukup luas memungkinkan baik investor maupun spekulan untuk mengambil keuntungan darinya. Dalam praktik hedging secara konvensional, terdapat sejumlah celah yang kerap dimanfaatkan oleh para spekulan untuk meraih keuntungan (Arifiansyah, 2024).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dan menggunakan desain kuasi eksperimen. Responden diberikan perlakuan berupa informasi mengenai lonjakan harga emas, kemudian dilakukan pengukuran terhadap perubahan persepsi mereka terkait investasi tersebut. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, yaitu dengan memberikan daftar pernyataan kepada responden untuk diisi berbasis skala Likert kepada 50 responden. Setiap responden diminta untuk mengisi kuesioner sebelum dan sesudah diberikan informasi perlakuan. Pendekatan ini dipilih untuk mengetahui secara statistik apakah terdapat perbedaan dalam persepsi masyarakat terhadap emas sesudah kenaikan harga.

Keabsahan dan keandalan alat ukur ini telah dipastikan melalui uji statistik Pearson dan Cronbach's Alpha. Data kemudian dianalisis menggunakan uji *paired sample t-test* untuk menentukan tingkat signifikansi perubahan. Rosita et al. (2021) menekankan pentingnya uji validitas dan reliabilitas dalam memastikan instrumen penelitian mengukur variabel secara konsisten. Sebelum dilakukan uji statistik, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas guna menjamin kelayakan data untuk dianalisis secara parametrik. Pendekatan ini dianggap tepat karena mampu memberikan gambaran kuantitatif tentang dampak kenaikan harga terhadap persepsi masyarakat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Deskripsi Kuesioner dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini diawali dengan tahap pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert. Instrumen penelitian disebarluaskan secara daring melalui tautan Google Form, dan berhasil menghimpun data dari 50 responden yang berasal dari berbagai latar belakang. Kuesioner terdiri atas 10 pernyataan yang dibagi menjadi dua bagian, yaitu lima pernyataan sebelum perlakuan dan lima pernyataan sesudah perlakuan. Adapun data yang diperoleh disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert

No.	Nama	Sebelum						Sesudah					
		P1	P2	P3	P4	P5	Total	P6	P7	P8	P9	P10	Total
1	nanda	4	4	4	4	4	20	3	2	2	5	3	15
2	Ria Marliana Sari	5	5	5	5	5	25	2	2	1	5	2	12
3	Azmi	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	Najla Khayira	3	4	3	5	3	18	3	2	2	3	4	14
5	Munifah Z	2	5	2	3	4	16	4	5	5	5	5	24
6	sabrina ihsana aska	3	5	4	3	4	19	3	2	2	2	4	13
7	hadiansyah	3	4	2	5	4	18	5	4	4	5	4	22
8	Irma muji rohaetin	4	4	3	4	4	19	4	3	2	2	3	14

9	Sheila Febrila	4	5	1	4	1	15	5	5	1	5	5	21
10	Sandraaaaaaaa	3	4	3	4	5	19	5	5	1	3	5	19
11	Rezqi Oktaviani Putri	4	3	4	4	1	16	4	4	2	4	4	18
12	Yuana dwi novianti	5	5	5	3	2	20	3	3	3	3	3	15
13	Qori fahim	5	5	3	5	5	23	5	3	3	3	3	17
14	Ummu Husain	5	5	5	5	2	22	5	5	5	5	1	21
15	Nelli masrulloh	5	5	5	5	5	25	3	3	2	3	3	14
16	Mut mainah	4	5	3	4	5	21	5	5	5	5	5	25
17	Agung Muhammad	3	4	3	4	4	18	4	4	3	4	4	19
18	Halimah auliyah	3	4	3	4	3	17	3	3	4	4	3	17
19	Azka Al Karimah	4	5	4	3	3	19	5	4	3	3	4	19
20	susi	4	3	3	5	4	19	5	5	4	5	4	23
21	Sifa nur ajizah	5	3	5	5	3	21	3	2	2	3	2	12
22	alya	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15
23	Wulan	3	4	3	4	3	17	4	4	4	4	4	20
24	Husna nur jamil	3	5	3	3	3	17	4	4	5	5	5	23
25	Nabila	3	5	4	5	3	20	5	2	3	5	4	19
26	nuha shafa	3	3	4	4	3	17	3	4	3	4	3	17
27	Sulthon Pgn imo	5	5	5	5	3	23	1	1	3	5	3	13
28	Febri	5	5	4	4	4	22	4	3	3	5	4	19
29	Syifa Nurhasanah	3	3	3	2	1	12	4	3	5	3	4	19
30	Aulia Zahrie	4	4	4	2	2	16	4	4	1	5	3	17
31	Lilis nur khayati	3	3	1	4	5	16	5	5	4	4	4	22
32	Nasywa	2	2	4	3	3	14	5	4	3	5	4	21
33	Aliyah	4	4	3	3	4	18	5	5	4	4	4	22
34	inda	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
35	Dean Devara	3	3	3	4	2	15	3	2	2	5	5	17
36	Nasywa Nurunnabilah	4	4	4	5	4	21	5	4	3	4	5	21
37	ara	2	2	1	3	4	12	4	5	2	1	4	16
38	Tantya Siti Rohmah	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15
39	indri	4	4	3	4	4	19	3	3	3	4	4	17
40	Syiva	3	3	3	3	5	17	5	3	2	3	4	17
41	Siti Alya Ismayanti	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	5	23
42	Sani Dwina Putri	2	2	2	4	3	13	3	3	3	4	3	16
43	Maesyabani	5	5	5	5	3	23	3	1	2	3	3	12
44	ajeng saeful putri	4	4	3	4	5	20	3	3	2	5	4	17
45	Rosita	3	3	4	5	4	19	4	3	3	5	4	19
46	Fadzia salwa	5	5	5	5	4	24	3	3	3	3	3	15
47	zaraa	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15
48	Putri	2	2	5	4	3	16	3	3	2	3	3	14
49	yuli astuti	1	1	1	3	4	10	5	5	5	5	5	25
50	Mamah yaser	3	3	4	3	3	16	3	2	2	4	2	13
Total		183	197	177	201	177	935	193	172	150	198	185	898

Dari tabel di atas terdapat perbedaan skor antara sebelum dan sesudah perlakuan pada sebagian besar responden. Sebagian besar responden mengalami penurunan skor, meskipun ada yang tetap atau meningkat. Hal ini mengindikasikan adanya perubahan persepsi atau sikap setelah perlakuan diberikan. Untuk memastikan apakah perbedaan tersebut signifikan secara statistik, analisis lanjutan menggunakan uji *paired sample t-test* akan dilakukan.

2. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur betul-betul dapat mengukur secara tepat dan konsisten (Rosita et al., 2021). Setelah data dianalisis menggunakan aplikasi SPSS, dilakukan uji validitas dengan cara membandingkan hasil pernyataan responden sebelum dan sesudah diberikan perlakuan. Adapun rekapitulasi uji validitas sebelum perlakuan ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 2. Uji validitas

Correlations						
	P1	P2	P3	P4	P5	Sebelum
P1	Pearson Correlation	1	,692**	,630**	,481**	,095
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	,513
	N	50	50	50	50	50
P2	Pearson Correlation	,692**	1	,388**	,304*	,137
	Sig. (2-tailed)	<.001		,005	,032	,342
	N	50	50	50	50	50
P3	Pearson Correlation	,630**	,388**	1	,347*	-,042
	Sig. (2-tailed)	<.001	,005		,014	,772
	N	50	50	50	50	50
P4	Pearson Correlation	,481**	,304*	,347*	1	,298*
	Sig. (2-tailed)	<.001	,032	,014		,036
	N	50	50	50	50	50
P5	Pearson Correlation	,095	,137	-,042	,298*	1
	Sig. (2-tailed)	,513	,342	,772	,036	
	N	50	50	50	50	50
Sebelum	Pearson Correlation	,850**	,743**	,698**	,679**	,439**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	,001
	N	50	50	50	50	50

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil rekapitulasi uji validitas sesudah perlakuan sebagai berikut:

Tabel 3. rekapitulasi uji validitas

Correlations						
	P6	P7	P8	P9	P10	Sesudah
P6	Pearson Correlation	1	,733**	,373**	,195	,507**
	Sig. (2-tailed)		<.001	,008	,176	<.001
	N	50	50	50	50	50
P7	Pearson Correlation	,733**	1	,452**	,191	,459**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	,183	<.001
	N	50	50	50	50	50
P8	Pearson Correlation	,373**	,452**	1	,325*	,264
	Sig. (2-tailed)	,008	<.001		,021	,064
	N	50	50	50	50	50
P9	Pearson Correlation	,195	,191	,325*	1	,243
	Sig. (2-tailed)	,176	,183	,021		,089
	N	50	50	50	50	50
P10	Pearson Correlation	,507**	,459**	,264	,243	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	,064	,089	<.001
	N	50	50	50	50	50
Sesudah	Pearson Correlation	,788**	,809**	,706**	,550**	,676**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditampilkan dalam tabel di atas, seluruh item pernyataan sebelum dan sesudah perlakuan (P1 hingga P10) menunjukkan data valid. Setiap item menunjukkan korelasi yang lebih tinggi dari nilai r tabel ($\pm 0,279$ pada tingkat signifikansi 5% dengan $N = 50$), yang mengindikasikan bahwa seluruh item memenuhi kriteria validitas. Nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) masing-masing item terhadap keseluruhan skor tercatat di bawah 0,05, yang berarti korelasinya memiliki makna secara statistik.

3. Uji Reliabilitas Instrumen

Langkah berikutnya setelah uji validitas adalah melakukan uji reliabilitas untuk memastikan apakah kuesioner ini mampu memberikan hasil yang konsisten jika digunakan dalam situasi atau waktu yang berbeda. Uji reliabilitas ini penting untuk mengetahui seberapa kuat dan stabil instrumen dalam mengumpulkan data. Proses pengujian dilakukan menggunakan aplikasi SPSS, hasil rekapitulasi uji reliabilitas sebelum perlakuan disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,703	5

Hasil rekapitulasi uji reliabilitas sesudah perlakuan disajikan sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,748	5

Berdasarkan hasil uji reliabilitas sebelum dan sesudah perlakuan yang ditunjukkan dalam tabel di atas, Nilai Cronbach's Alpha sebelum perlakuan sebesar 0,703 dan meningkat menjadi 0,748 setelah perlakuan, keduanya melebihi batas minimal reliabilitas 0,6. Dengan kata lain, alat ukur yang digunakan telah memenuhi kriteria sebagai alat ukur yang konsisten dan layak dipercaya (Rosita et al., 2021). Peningkatan nilai tersebut mencerminkan perbaikan kualitas item, sehingga kuesioner menjadi lebih stabil dan akurat dalam mengukur variabel yang diteliti. Dengan demikian, kuesioner dinyatakan layak dan reliabel untuk digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

4. Uji Persyaratan Analisis

Dalam pengujian hipotesis ini, uji *paired sample t-test* diterapkan untuk menganalisis dua variable dalam rangka menguji hipotesis, yaitu kenaikan harga emas sebagai variabel bebas dan persepsi masyarakat terhadap investasi emas sebagai variabel terikat. Sebelum analisis statistic dilakukan, data diuji terlebih dahulu kemudian dilakukan uji normalitas dan homogenitas untuk memastikan bahwa data sudah sesuai dengan kriteria analisis (Tarumasely, 2020).

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memastikan bahwa data tersebut berdistribusi normal, sebagai syarat awal sebelum menerapkan analisis *paired sample t-test* (Haryanti et al., 2021). Berikut hasil uji normalitas perbedaan persepsi masyarakat terhadap investasi emas sebelum dan sesudah kenaikan harga:

Tabel 6. Uji normalitas digunakan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,59106505
Most Extreme Differences	Absolute	,108
	Positive	,108
	Negative	-,065
Test Statistic		,108
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,148
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	,139
	Upper Bound	,158

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Nilai ini lebih besar dari batas signifikan 0,05 ($0,200 > 0,05$), yang berarti data residual terdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam analisis statistik telah terpenuhi. Normalitas ini menunjukkan bahwa data persepsi masyarakat terhadap investasi emas, baik sebelum maupun sesudah kenaikan harga.

b) Uji Homogenitas

Uji homogenitas varians perlu dilakukan lebih dulu sebelum uji-t, untuk memastikan bahwa perbedaan penyebaran data antara dua kelompok tidak signifikan, Levene's Test digunakan untuk mengecek kesamaan varians. Jika nilai $\text{Sig.} > 0,05$, maka bisa disimpulkan bahwa varians antar kelompok setara, dan analisis t-test dapat menggunakan baris *equal variances assumed*. Berikut hasil uji homogenitas perbedaan persepsi masyarakat terhadap investasi emas sebelum dan sesudah kenaikan harga:

Tabel 7. Uji homogenitas

Tests of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Hasil	Based on Mean	1,034	1	98	,312
	Based on Median	,873	1	98	,352
	Based on Median and with adjusted df	,873	1	97,995	,352
	Based on trimmed mean	1,053	1	98	,307

Pada hasil uji *paired sample t test*, semua nilai Sig. ($0,312; 0,352; 0,307$) lebih besar dari 0,05. Artinya, data memenuhi asumsi homogenitas, sehingga uji t dapat dilakukan dengan asumsi varians yang sama.

5. Pengujian Hipotesis Penelitian

Penelitian ini menggunakan hipotesis sebagai berikut:

(H₀): tidak ada perbedaan yang antara persepsi masyarakat terhadap investasi emas sebelum dan sesudah kenaikan harga

(H_a): ada perbedaan yang signifikan antara persepsi masyarakat terhadap investasi emas sebelum dan sesudah kenaikan harga

Berikut disajikan hasil uji *paired sample t-test* untuk menguji hipotesis, yang terlihat dari nilai *Sig. (2-tailed)* pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. uji paired sample t-test

Paired Samples Test							Significance		
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	One-Sided p	Two-Sided p
				Lower	Upper				
Pair 1	Sebelum - Sesudah	,740	5,696	,805	-,879	2,359	,919	,49	,181 ,363

Dari hasil *paired sample t-test*, didapatkan nilai *Sig. (2-tailed)* sebesar 0,363. Karena nilai ini lebih tinggi dari 0,05, maka persepsi masyarakat terhadap investasi emas sebelum dan sesudah kenaikan harga dianggap tidak berbeda secara signifikan. Dengan hasil tersebut, hipotesis nol (H₀) yang menyatakan tidak terdapat perbedaan signifikan dinyatakan diterima, sementara hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Artinya, secara statistik, persepsi masyarakat terhadap investasi emas tidak mengalami perubahan yang berarti setelah kenaikan harga emas.

PEMBAHASAN

Hasil uji *paired sample t-test* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,363, yang lebih tinggi dari taraf signifikansi 0,05 ($0,363 > 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi masyarakat terhadap investasi emas sebelum dan sesudah kenaikan harga. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa dinamika harga emas tidak memengaruhi secara signifikan persepsi masyarakat. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh pandangan masyarakat yang menganggap emas sebagai instrumen investasi jangka panjang yang relatif stabil dan aman terhadap inflasi, sehingga perubahan harga dalam jangka pendek tidak cukup memengaruhi keyakinan mereka.

Temuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang meneliti topik serupa. (Siagian, 2025) dalam artikel “*Persepsi Masyarakat Indonesia Terhadap Kenaikan Harga Emas...*”. Ia menyimpulkan bahwa masyarakat tetap melihat emas sebagai investasi jangka panjang, sehingga kenaikan harga dalam periode singkat tidak mengubah persepsi mereka.

Temuan serupa muncul dalam studi di Pegadaian Purwosari oleh jurnal (Khurotul Fadilah & Amma Fazizah, 2023) di mana fluktuasi harga emas hanya berdampak positif tapi tidak signifikan terhadap minat masyarakat dalam membuka tabungan emas. Ini memperkuat kesimpulan bahwa perubahan harga jangka pendek kurang efektif merubah persepsi atau keputusan investasi masyarakat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisis menggunakan uji *paired sample t-test* menunjukkan bahwa persepsi Masyarakat terhadap investasi emas sebelum dan sesudah kenaikan harga tidak mengalami perbedaan yang signifikan. Nilai signifikansi sebesar 0,363 ($> 0,05$) mengindikasikan bahwa fluktuasi harga emas tidak secara substansial memengaruhi cara pandang masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat tetap memandang emas sebagai instrumen investasi jangka panjang yang stabil dan aman, terlepas dari volatilitas harga dalam jangka pendek.

Kesimpulan ini selaras dengan temuan-temuan dari penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Siagian (2025) serta Khurotul Fadilah dan Amma Fazizah (2023), yang juga menunjukkan bahwa perubahan harga emas tidak serta-merta mengubah minat atau persepsi masyarakat terhadap emas sebagai aset investasi. Meskipun terdapat fluktuasi harga jangka pendek, masyarakat tampak lebih menaruh kepercayaan pada emas sebagai sarana perlindungan nilai terhadap inflasi dan ketidakpastian ekonomi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini, serta kepada dosen pembimbing serta rekan-rekan kelompok atas kerja sama, diskusi, dan kontribusinya dalam proses penyusunan jurnal ini. Tidak lupa, apresiasi ditujukan kepada pihak UIN Sunan Gunung Djati Bandung atas fasilitas dan dukungan yang diberikan selama proses penelitian berlangsung. Penelitian ini merupakan bagian dari tugas mata kuliah Statistik Penelitian, dan kami berharap hasilnya dapat memberikan kontribusi ilmiah dan praktis bagi studi-studi selanjutnya terkait investasi emas di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Aldra Puspita, & Clara Shinta. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas". Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam 4 No. 2
- Ahsanah, D. N. (2022). Emas Sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang. *Jurnal Kajian*

Ekonomi Hukum Syariah, 178.

Ananda Hulwatin Nisa, H. H. (2023). Persepsi. *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 214-215.

Arifiansyah, F. (2024). Instrumen Lindung Nilai (Hedging) dalam Perspektif Islam. *Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 1.

Elvina Ulva Diani, Y. E. (2020). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai E-Money Terhadap Pelaku Pengguna Aplikasi Dana (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bengkulu). *Jurnal Kagana*, 2.

Haryanti, W., Adisel, A., Syafir, F. S., & Suryati, S. (2021). Pengaruh Media Dua Dimensi Terhadap Pemahaman Konsep Matematika. *Journal of Elementary School (JOES)*, 4(2), 160–165. <https://doi.org/10.31539/joes.v4i2.2808>

Hidayana, M., & Indriani, E. (2023). Analisis Pengaruh Harga Emas dan Keuntungan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi pada Produk Emas. *UMMagelang Conference Series*, 2005, 142–152.

Khurotul Fadilah, & Amma Fazizah. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, Dan Resiko Investasi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 164–175. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1275>

Nila Firdausi Nuzula, F. N. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Investasi*. Malang: UB Press.

Mursalin. (2011). Kajian Teori Akuntansi Lindung Nilai Menurut PSAK No.55. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 27.

Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosozial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>

Rosnia, R. A. (2010). *Investasi Berkebun Emas dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Siagian, R. R. A. (2025). *Persepsi Masyarakat Indonesia Terhadap Kenaikan Harga Emas Sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang : Sebuah Tinjauan Literatur*. 3(2023), 72–79.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, & Fathoni, M. A. (2017). Lindung Nilai (Hedging) Perspektif Islam: Komparasi Indonesia dan Malaysia. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 353.

Tarumasely, Y. (2020). Perbedaan Hasil Belajar Pemahaman Konsep Melalui Penerapan Strategi Pembelajaran Berbasis Self Regulated Learning. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 54–65. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v8i1.67>

Wardiyah, M. L. (2017). *Manajemen Pasar Uang dan Pasar Modal*. Bandung: CV Pustaka Setia.