



Pengaruh Sosiodemografi dan Financial Literacy terhadap Keputusan Investasi Generasi Z



*Ellysia Rahmah¹, Kunto Atmojo², Haspul Naser³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Mitra Bangsa, Indonesia

Email: ellysarahmah17@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Submission: 2025-07-28 Accepted: 2025-10-22 Published: 2025-10-28 Keywords: <i>Sociodemographics; Financial Literacy; Investment Decisions; Generation Z; Financial Management.</i>	This study examines the influence of sociodemographic factors and financial literacy on investment decisions among Generation Z. The research is motivated by the growing impulsiveness in investment behavior driven by limited financial literacy and the impact of social media. Using a quantitative approach with multiple linear regression, data were collected from 152 respondents through probability sampling. The results show that while sociodemographic factors and financial literacy together have a significant effect on investment decisions, only financial literacy shows a strong individual influence. This finding highlights that financial literacy plays a more decisive role than sociodemographic characteristics in shaping rational investment behavior among Generation Z, underscoring the importance of targeted financial education for young digital natives.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Penyerahan: 2025-07-28 Diterima: 2025-10-22 Dipublikasi: 2025-10-28 Kata kunci: <i>Sosiodemografi; Literasi Keuangan; Keputusan Investasi; Generasi Z; Manajemen Keuangan.</i>	Penelitian ini mengkaji pengaruh faktor sosiodemografi dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya perilaku investasi impulsif yang dipengaruhi oleh rendahnya literasi keuangan serta pengaruh media sosial. Dengan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi linier berganda, data diperoleh dari 152 responden melalui teknik probability sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosiodemografi dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, namun hanya literasi keuangan yang memiliki pengaruh kuat secara individual. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan berperan lebih dominan dibandingkan karakteristik sosiodemografi dalam membentuk perilaku investasi yang rasional di kalangan Generasi Z, serta menekankan pentingnya edukasi keuangan yang terarah bagi generasi muda digital native.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan modern, setiap individu memiliki kebutuhan yang terus berkembang, mulai dari kebutuhan primer seperti pangan dan papan hingga kebutuhan sekunder dan tersier seperti pendidikan, hiburan, dan investasi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut secara optimal, diperlukan perencanaan keuangan yang baik dan terstruktur. Salah satu komponen penting dalam perencanaan keuangan adalah investasi, yang dipahami sebagai pengorbanan saat ini untuk memperoleh manfaat yang lebih besar di masa depan. Investasi berpotensi membantu individu membangun aset produktif serta menciptakan pendapatan pasif. Namun, tanpa pemahaman yang memadai, keputusan investasi dapat menjadi kurang bijak dan menimbulkan risiko kerugian.

Perkembangan teknologi digital dan akses informasi yang semakin luas memengaruhi perilaku keuangan generasi muda, khususnya Generasi Z, yang kini banyak mengambil keputusan investasi dipengaruhi oleh paparan media sosial dan tingkat literasi keuangan (Setyawan & Hasanah, 2025). Generasi ini tumbuh di era media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, di mana tren gaya hidup, iklan, serta konten influencer memengaruhi pola konsumsi dan keputusan keuangan mereka. Fenomena Fear of Missing Out (FOMO)

membuat banyak dari mereka terdorong untuk berinvestasi secara impulsif tanpa pertimbangan rasional (Detik Finance, 2024). Meskipun akses informasi keuangan semakin mudah, banyak Generasi Z yang masih memiliki literasi keuangan terbatas. Mereka sering kali mengetahui berbagai instrumen investasi, tetapi kurang mampu memilah, mengevaluasi, dan memahami risikonya secara mendalam. Hal ini meningkatkan potensi pengambilan keputusan yang gegabah, termasuk terjebak pada investasi ilegal atau pinjaman online yang merugikan (Suara.com, 2024). Selain literasi keuangan, faktor sosiodemografi seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan juga dapat memengaruhi cara seseorang mengambil keputusan investasi. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan Indonesia mencapai 65,43% dengan tingkat inklusi keuangan 75,02%. Kelompok usia 18–25 tahun yang termasuk Generasi Z memiliki indeks literasi keuangan sebesar 70,19%, namun segmen pelajar/mahasiswa dan mereka yang belum bekerja masih menunjukkan angka literasi di bawah rata-rata nasional (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Fenomena ini menjadi perhatian penting, karena Generasi Z sebagai generasi produktif memiliki peran

strategis dalam pembangunan ekonomi masa depan. Namun, di tengah paparan tren media sosial, Generasi Z rentan terpengaruh perilaku konsumtif dan investasi impulsif yang lebih dipengaruhi faktor emosional dibandingkan pertimbangan rasional. Hal ini sejalan dengan temuan (Humairo & Sartika, 2021) yang menunjukkan bahwa bias perilaku dapat memperlemah rasionalitas keputusan investasi, serta penelitian (Hartina dkk., 2022) yang menekankan pentingnya literasi keuangan dalam mengimbangi pengaruh faktor demografis. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memperluas kajian terdahulu dengan fokus pada Generasi Z pengguna media sosial. Mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan pengikut akun Instagram penulis (@ellys.rah_) yang berada pada rentang usia 18–28 tahun dengan latar belakang pendidikan, pendapatan, dan kebutuhan yang beragam.

Sebagai generasi digital native, Generasi Z mudah mengakses informasi investasi, tetapi rendahnya literasi keuangan dapat memicu bias perilaku seperti herding bias (kecenderungan mengikuti keputusan orang lain) dan overconfidence (kepercayaan diri berlebih) yang berujung pada keputusan investasi berisiko tinggi. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosiodemografi dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku investasi generasi muda, serta menjadi masukan bagi lembaga pendidikan, pemerintah, dan industri jasa keuangan dalam merancang strategi edukasi finansial yang lebih tepat sasaran.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Seperti yang dijelaskan oleh Solimun, Armanu & Fernandes (2018) dalam buku Metodologi Penelitian Kuantitatif yang disusun oleh (Santoso & Madiistriyatno, 2021) bahwa kuantitatif merupakan ilmu dan seni yang berkaitan dengan tata cara (metode) pengumpulan data, analisis data dan interpretasi terhadap hasil analisis untuk bisa mendapatkan informasi untuk penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Ukuran sampel dijustifikasi melalui a priori power analysis untuk regresi berganda ($\alpha=0,05$; daya=0,80). Dengan jumlah prediktor demografis (kategori dummy) dan literasi keuangan yang setara efek sedang ($f^2 \approx 0,15$), kebutuhan sampel berada pada kisaran 110 – 150. Sampel aktual sebesar 152 responden memenuhi ambang tersebut, sehingga memadai untuk mengestimasi parameter secara stabil.

Dalam penelitian ini, analisis dilakukan dengan regresi linier berganda. Pemilihan teknik ini didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen, sosiodemografi dan literasi keuangan terhadap satu variabel dependen, yaitu keputusan investasi. Regresi linier berganda dianggap sesuai karena mampu menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan, serta memberikan gambaran mengenai variabel yang lebih dominan dalam memengaruhi keputusan investasi Generasi Z. Pengujian hipotesis menggunakan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Kriteria pengambilan keputusan adalah

menolak H_0 jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan menerima H_0 jika nilai signifikansi $> 0,05$.

Jenis data pada penelitian ini berupa data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya (Suryani & Hendrayani, 2015) data primer pada penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada responden yang memenuhi kriteria. Instrumen kuesioner memuat pernyataan terkait faktor sosiodemografi, literasi keuangan (*financial literacy*), dan keputusan investasi. Variabel sosiodemografi diukur menggunakan data berskala ordinal dan nominal, sedangkan variabel literasi keuangan dan keputusan investasi diukur menggunakan skala Likert. Kuesioner terdiri dari 7 pertanyaan mengenai sosiodemografi, 12 pernyataan mengenai literasi keuangan, dan 10 pernyataan mengenai keputusan investasi.

Instrumen penelitian menggunakan dua jenis skala. Variabel *financial literacy* dan keputusan investasi diukur dengan kuesioner berbasis skala Likert lima poin, dengan item pernyataan yang mencerminkan pengetahuan, sikap, dan perilaku responden terkait keuangan dan keputusan investasi. Contoh item *financial literacy* antara lain "Saya memahami perbedaan antara tabungan dan investasi" serta "Saya mampu menghitung potensi risiko dari suatu instrumen investasi." Contoh item keputusan investasi meliputi "Saya menentukan tujuan investasi sebelum memilih instrumen" dan "Saya berinvestasi untuk memastikan stabilitas keuangan dimasa depan." Sementara itu, variabel sosiodemografi diukur dengan skala ordinal dan nominal, mencakup data usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, tanggungan, dan sumber informasi keuangan.

Uji validitas instrumen dilakukan menggunakan Pearson antara skor item dengan skor total. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memenuhi kriteria tersebut. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan dengan Cronbach's Alpha, di mana instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai di atas 0,6. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* dan keputusan investasi memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6, sehingga dapat disimpulkan reliabel. Sementara itu, uji reliabilitas tidak diterapkan pada variabel sosiodemografi karena diukur menggunakan data ordinal dan nominal, bukan skala Likert.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan variabel literasi keuangan dan keputusan investasi dinyatakan valid (r hitung $> r_{tabel}$) serta reliabel (Cronbach's Alpha $> 0,6$). Hal ini menegaskan bahwa instrumen penelitian layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Simultan {Uji F}

Tabel 1. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2618.016	8	327.252	24.084	<,001 ^b
	Residual	1943.083	143	13.588		
	Total	4561.099	151			

Uji simultan menunjukkan bahwa sosiodemografi dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Nilai Fhitung = 24,084 lebih besar dari Ftabel = 2,00 dengan signifikansi < 0,001. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H₃) diterima dan hipotesis nol (H₀) ditolak, yang berarti bahwa kombinasi faktor sosiodemografi dan literasi keuangan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z.

Uji Parsial (t-Test)

Tabel 2. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized coefficient		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.625	3.879		1.708	.090
	Usia	-.504	.693	-.046	-.728	.468
	Jenis kelamin	-.659	.827	-.045	-.797	.427
	Pendidikan	.192	.300	.036	.639	.524
	Pekerjaan	.007	.252	.002	.027	.978
	Pendapatan	-.124	.332	-.025	-.374	.709
	Tanggungan	-.118	.669	-.011	-.177	.860
	Sumber informasi keuangan	-.452	.272	-.092	-1.662	.099
	Financial Literacy (X ₂)	.732	.054	.755	13.521	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi (Y)

Analisis regresi parsial menunjukkan bahwa: Variabel sosiodemografi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z, dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan t_{hitung} lebih kecil daripada t_{tabel} (1,976). Dengan demikian, hipotesis pertama (H₁) ditolak. Sebaliknya variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, dengan nilai t_{hitung} = 13,521 > t_{tabel} 1,976 dan p < 0,001. Hal ini mendukung penerimaan hipotesis kedua (H₂), serta hasil ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan memiliki peran dominan dalam memengaruhi keputusan investasi Generasi Z. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin besar kemungkinan Generasi Z mengambil keputusan investasi yang rasional, sementara faktor sosiodemografi tidak terbukti berpengaruh secara individu.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 3. Hasil Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.574	.550	3.686

Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,574. Artinya, 57,4% variasi keputusan investasi Generasi Z dapat dijelaskan oleh variabel sosiodemografi dan literasi keuangan, sedangkan sisanya 42,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Angka ini mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki daya jelaskan yang cukup baik. Mengingat hasil uji parsial menunjukkan bahwa hanya literasi keuangan yang berpengaruh signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi terbesar dalam nilai R² tersebut berasal dari variabel literasi keuangan. Hal ini menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan faktor utama yang mendorong keputusan investasi rasional pada Generasi Z, sementara peran sosiodemografi relatif lemah secara individu.

B. Pembahasan

1) Sosiodemografi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Investasi Generasi Z

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa faktor sosiodemografi, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan, tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Kondisi ini menunjukkan adanya pergeseran penting dalam perilaku keuangan, dimana aspek demografis yang sebelumnya dianggap penentu kini mulai berkurang relevansinya. Hal ini dapat dijelaskan dengan teori behavioral finance, yang menekankan bahwa perilaku keuangan lebih dipengaruhi oleh aspek psikologis dan akses informasi daripada karakteristik demografis tradisional.

Temuan ini tidak sepenuhnya sejalan dengan penelitian Dalima Landang dkk. (2021) yang menyebutkan bahwa faktor pendidikan dan pendapatan berhubungan erat dengan keputusan berinvestasi. Perbedaan hasil tersebut dapat disebabkan oleh konteks responden yang berbeda, yakni Generasi Z sebagai kelompok digital natives. Kelompok ini memiliki kesempatan yang lebih luas untuk mengakses informasi finansial melalui internet, sehingga perbedaan sosiodemografi tidak lagi menjadi pembeda utama dalam pengambilan keputusan investasi. Fenomena ini juga dapat dikaitkan dengan perilaku khas Generasi Z dalam berinvestasi yang sering dipengaruhi oleh *Fear of Missing Out* (FOMO). Menurut Christabel (2024), paparan media sosial mendorong banyak generasi muda untuk mengambil keputusan investasi secara impulsif tanpa pertimbangan yang matang. Dengan akses digital yang relatif merata, perilaku impulsif akibat FOMO dapat muncul pada hampir semua kelompok Generasi Z, terlepas dari latar belakang sosiodemografinya. Hal ini menjelaskan mengapa variabel sosiodemografi tidak lagi signifikan, sementara faktor psikologis dan literasi keuangan justru lebih menentukan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa homogenitas akses digital mampu menekan ketimpangan antar kelompok demografis. Generasi Z, terlepas dari jenis kelamin atau tingkat pendapatannya,

relatif memiliki peluang yang sama untuk belajar dan mengakses informasi investasi. Hal ini menunjukkan bahwa dalam era digital, literasi keuangan dan pengalaman pribadi lebih menentukan dibandingkan variabel sosiodemografi semata.

2) Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Keputusan Investasi

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Individu dengan pengetahuan yang lebih baik mengenai konsep keuangan, manajemen risiko, serta instrumen investasi cenderung membuat keputusan yang lebih rasional. Temuan ini konsisten dengan teori Human Capital, yang menjelaskan bahwa pengetahuan dan keterampilan merupakan bentuk modal yang meningkatkan kualitas pengambilan keputusan seseorang.

Studi (Dalima Landang dkk., 2021) mendukung temuan ini dengan menyebutkan bahwa literasi keuangan berkontribusi langsung pada keputusan investasi mahasiswa. Demikian juga, survei (Otoritas Jasa Keuangan, 2024) menunjukkan bahwa meskipun indeks literasi keuangan Generasi Z cukup tinggi, masih ada kelompok pelajar dan mahasiswa dengan tingkat literasi di bawah rata-rata nasional. Hal ini menegaskan bahwa literasi keuangan bukan hanya faktor pendukung, tetapi merupakan prasyarat utama dalam pengambilan keputusan keuangan yang tepat. Dalam kerangka *behavioral finance*, literasi keuangan yang baik berperan penting untuk menekan bias perilaku, seperti *herding bias* dan *overconfidence bias*, yang dapat menjerumuskan individu pada keputusan impulsif. Relevansi temuan ini semakin jelas ketika dikaitkan dengan fenomena media sosial. Menurut Christabel (2024), tren investasi di kalangan Generasi Z seringkali dipicu oleh *Fear of Missing Out* (FOMO), di mana individu terdorong mengikuti keputusan investasi orang lain hanya karena takut tertinggal. Media sosial mempercepat penyebaran informasi sekaligus mendorong perilaku investasi impulsif melalui konten influencer, iklan, maupun testimoni viral.

Dengan pemahaman keuangan yang lebih matang, Generasi Z dapat mengelola informasi digital secara lebih selektif, sehingga terhindar dari keputusan investasi yang semata-mata mengikuti tren media sosial tanpa pertimbangan logis. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki peran dominan dalam mengarahkan Generasi Z menuju perilaku investasi yang lebih rasional, meskipun mereka berada di tengah arus informasi digital yang masif dan cepat.

3) Pengaruh Sosiodemografi dan *Financial Literacy* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan investasi

Meskipun variabel sosiodemografi tidak berpengaruh signifikan secara parsial, hasil uji simultan menunjukkan bahwa faktor ini tetap

berkontribusi ketika dikombinasikan dengan literasi keuangan. Hal ini sesuai dengan Theory of Planned Behavior, yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh interaksi antara faktor internal (sikap, pengetahuan) dan faktor eksternal (lingkungan, kondisi demografis). Dengan demikian, sosiodemografi berfungsi sebagai latar yang memperkuat atau melemahkan efek literasi keuangan terhadap keputusan investasi.

Kontribusi simultan ini juga menggambarkan bahwa meskipun aspek demografis tidak dominan secara individu, tetap ada pengaruh tidak langsung yang muncul melalui akses terhadap pendidikan, jenis pekerjaan, atau tingkat pendapatan. Misalnya, mahasiswa dengan literasi keuangan tinggi tetapi pendapatan rendah mungkin lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi, sementara pekerja muda dengan penghasilan tetap dan literasi yang sama akan lebih berani mengambil risiko. Namun, ketidaksignifikanan sosiodemografi secara parsial juga mengindikasikan bahwa keputusan investasi Generasi Z tidak sepenuhnya dapat dijelaskan oleh faktor demografis. Ada kemungkinan variabel lain yang lebih relevan, seperti faktor psikologis (misalnya *risk tolerance* atau kepercayaan diri), faktor sosial (pengaruh teman sebaya atau komunitas online), serta faktor teknologi (kemudahan akses aplikasi investasi) yang turut berperan. Penelitian Humairo & Sartika (2021) misalnya menunjukkan bahwa bias perilaku seperti *herding* dan *overconfidence* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi muda.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkaya literatur sebelumnya dengan menunjukkan bahwa dalam konteks Generasi Z, faktor demografis berfungsi lebih sebagai moderator daripada variabel utama. Dengan kata lain, literasi keuangan tetap menjadi faktor dominan, tetapi efeknya dapat bervariasi tergantung pada kondisi sosiodemografi yang melatarbelakangi individu.

4) Implikasi terhadap Penelitian dan Praktik

Temuan penelitian ini memberikan implikasi penting bagi dunia pendidikan, lembaga keuangan, dan pembuat kebijakan. Bagi institusi pendidikan, hasil ini menegaskan perlunya integrasi literasi keuangan ke dalam kurikulum, baik melalui mata kuliah formal maupun program pelatihan non-formal. Peningkatan literasi keuangan sejak dini dapat membantu generasi muda membentuk kebiasaan keuangan yang sehat. Bagi lembaga keuangan, temuan ini dapat menjadi dasar untuk merancang produk dan layanan yang ramah bagi investor muda. Strategi pemasaran yang disertai dengan edukasi finansial tidak hanya menarik minat Generasi Z, tetapi juga membantu mereka membuat keputusan investasi yang lebih bertanggung jawab. Hal ini sejalan dengan praktik global yang mendorong financial inclusion berbasis teknologi digital.

Sementara itu, pemerintah dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai pijakan untuk merancang strategi nasional literasi keuangan yang lebih spesifik menyasar generasi muda. Dengan demikian, risiko perilaku investasi impulsif dapat ditekan, sekaligus memperkuat ketahanan finansial masyarakat di masa depan. Implikasi ini menegaskan kontribusi penelitian terhadap literatur akademik dan praktik nyata dalam meningkatkan kualitas keputusan keuangan Generasi Z.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Literasi keuangan berhubungan positif dan signifikan dengan kualitas keputusan investasi Generasi Z, sementara faktor sosiodemografi menunjukkan pengaruh parsial yang tidak konsisten meski tetap berkontribusi secara simultan dalam model; temuan ini memperkuat kerangka Human Capital sekaligus sejalan dengan perspektif Behavioral Finance yang menempatkan literasi sebagai “filter” terhadap bias keputusan di ekosistem digital. Dengan demikian, peningkatan pengetahuan dan keterampilan keuangan yang kontekstual dengan platform dan konten daring yang akrab bagi Generasi Z merupakan tuas strategis untuk mendorong keputusan investasi yang lebih rasional dan bertanggung jawab dibanding bergantung pada karakteristik demografis semata. Simpulan ini dibatasi oleh desain potong-lintang dan teknik sampling non-probabilistik berbasis daring, sehingga tidak ditafsirkan kausal dan utamanya berlaku pada profil responden penelitian. Meski demikian, implikasi praktisnya jelas: program literasi keuangan yang berbasis aplikasi, modul interaktif, dan kanal media sosial berpotensi meningkatkan kualitas pengambilan keputusan investasi generasi muda. Arah riset lanjutan disarankan menguji faktor psikologis dan perilaku spesifik (mis. FOMO, overconfidence), memasukkan uji longitudinal/eksperimental, serta memperluas keragaman sampel agar generalisasi lebih kuat.

B. Saran

Integrasikan micro-module literasi keuangan berbasis proyek di kampus (2–4 pertemuan) dengan asesmen pre–post dan tugas praktik (tujuan, profil risiko, rencana investasi 6–12 bulan); dorong platform investasi pemula menambahkan edukasi in-app bertahap (simulator, kalkulator risiko/imbalance, goal-based onboarding), nudges sebelum transaksi berisiko, serta post-trade feedback; minta regulator memperkuat kampanye di media sosial, menyederhanakan disclosure biaya/risiko/skenario rugi, dan menetapkan etika kolaborasi dengan influencer (label sponsor dan risk warning jelas); kemas komunikasi publik dalam konten pendek (reels, infografik carousel, kuis) yang secara eksplisit menarget bias FOMO, overconfidence, dan herding; untuk riset lanjutan, gunakan desain longitudinal/eksperimental dengan sampling probabilistik/berstrata, responden lebih beragam, konstruk psikologis (FOMO, toleransi risiko, self-control), serta validasi CFA dan measurement invariance lintas subkelompok; pastikan etika data

(informed consent, anonimitas) dan bagikan materials instrumen/skorings sebagai appendix/supplement untuk replikasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Becker, G. S. (1994). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education* (3rd ed.). University of Chicago Press.
- Christabel, A. (2024, November 18). Fakta miris keuangan Gen-Z: Minim literasi, mudah terjebak tren. *DetikFinance*. <https://finance.detik.com/perencanaan-keuangan/d-7643918/fakta-miris-keuangan-gen-z-minim-literasi-mudah-terjebak-tren>
- Dalima Landang, R., Widnyana, W., Sukadana, W., Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar, & Denpasar, M. (2021). Pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan dan pendapatan terhadap keputusan berinvestasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar. *Jurnal Emas*, 2(1), 1–12.
- Effendy, A. A., Sunarsi, D., & Wicaksono, W. (2025). Peluang Bisnis Gen Z di Era Digital: Tinjauan Literatur Sistematis. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 4(2), 63–67. <https://doi.org/10.54371/jms.v4i2.892>
- Fasihah, D. U., Irwansyah, I., & Nurhidayati, N. (2024). Pengaruh Loan to Deposit Ratio dan Non-Performing Loan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2021. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 3(2), 67–72. <https://doi.org/10.54371/jms.v3i2.446>
- Humairo N, Sartika F. (2021). Literasi Keuangan dan Faktor Sosiodemografi terhadap Keputusan Investasi melalui Bias Perilaku. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 164-177.
- Iskandar, R., Adhim, C., & Apriani, P. (2024). Kualitas Laporan Keuangan: Peran Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 3(2), 54–61. <https://doi.org/10.54371/jms.v3i2.446>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Nurhadi, M. (2024, Juli 29). Literasi keuangan rendah, Gen Z terancam jadi “budak” pinjol. *Suara.com*. <https://www.suara.com/bisnis/2024/07/29/111715/literasi-keuangan-rendah-gen-z-terancam-jadi-budak-pinjol>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024, Agustus 2). Siaran pers bersama: OJK dan BPS umumkan hasil survei nasional literasi dan inklusi keuangan tahun 2024.

- Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2024.aspx>
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). Metodologi penelitian kuantitatif. Indigo Media.
- Setyawan M, Hasanah N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan Dan Influencer Terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z Di DKI Jakarta
- Sholeha, N. W. (2024, April 22). Pengertian populasi dalam penelitian: Jenis, sifat, perbedaan dengan sampel. detikEdu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7303194/pengertian-populasi-dalam-penelitian-jenis-sifat-perbedaan-dengan-sampel>
- Sinaga, D. (2014). Buku ajar statistika dasar (Aliwar, Ed.). UKI Press.
- Suryani, & Hendrayani. (2015). Metode riset kuantitatif: Teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam. Prenada Media.