

Determinan Keputusan Investasi Pasar Modal pada Generasi Z: Peran Literasi Keuangan dan Minat Berinvestasi

Satria Saputra¹, Doly Nofiansyah², Melia Frastuti³

^{1,3} Program Studi Ekonomi Bisnis, ² Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Indo Global Mandiri, Palembang, Sumatera Selatan

Corresponding email : satriasaputera2004@gmail.com¹,

Author email : doly@uigm.ac.id², melia_frastuti@uigm.ac.id³

ARTICLE INFO

Article History

Submission : 28/06/2026

Received : 03/07/2026

Revised : 21/07/2026

Accepted : 22/07/2026

Publish : 24/07/2026

Keywords

Literasi Keuangan, Minat Berinvestasi, Keputusan Investasi, Generasi Z, Pasar Modal.

ABSTRACT

The rapid growth of Generation Z investors in Indonesia's capital market has increased the importance of understanding the factors influencing investment decisions. However, previous studies have reported inconsistent findings regarding the role of financial literacy in shaping investment decisions, indicating the need for further empirical investigation. This study aims to analyze the influence of financial literacy and investment interest on capital market investment decisions among Generation Z. A quantitative approach with an explanatory research design was employed. The study involved 60 students from the Faculty of Islamic Business, Universitas Indo Global Mandiri, selected using purposive sampling. Primary data were collected through structured questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS Statistics 25. The findings reveal that financial literacy does not have a significant effect on investment decisions, indicating that knowledge alone is insufficient to encourage Generation Z to invest in the capital market. In contrast, investment interest has a positive and significant influence on investment decisions, suggesting that individuals with stronger investment interest are more likely to make actual investment decisions. These findings imply that enhancing investment participation among Generation Z requires not only improving financial literacy but also fostering investment motivation through financial education, digital investment platforms, and practical investment experiences. This study contributes to the literature by providing empirical evidence on the dominant role of investment interest in shaping investment decisions among Generation Z in the Indonesian capital market.

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan investor Generasi Z di pasar modal Indonesia meningkatkan pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi. Namun, penelitian terdahulu masih menunjukkan hasil yang beragam mengenai peran literasi

keuangan terhadap keputusan investasi sehingga diperlukan kajian empiris lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan minat berinvestasi terhadap keputusan investasi pasar modal pada Generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research. Sampel penelitian berjumlah 60 mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, yang mengindikasikan bahwa pengetahuan keuangan saja belum cukup mendorong Generasi Z untuk berinvestasi di pasar modal. Sebaliknya, minat berinvestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, sehingga menjadi faktor yang lebih dominan dalam mendorong perilaku investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan partisipasi investasi Generasi Z tidak hanya memerlukan penguatan literasi keuangan, tetapi juga strategi yang mampu meningkatkan minat berinvestasi melalui edukasi keuangan, pemanfaatan platform investasi digital, dan pengalaman investasi yang berkelanjutan. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan literatur mengenai perilaku investasi Generasi Z di pasar modal Indonesia.

PENDAHULUAN

Perkembangan pasar modal di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren yang semakin positif. Peningkatan jumlah investor ritel, khususnya dari kalangan generasi muda, menjadi indikator meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya investasi sebagai instrumen pengelolaan keuangan. Data Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan bahwa generasi Z menjadi salah satu kelompok investor dengan pertumbuhan tercepat karena didukung oleh kemudahan akses teknologi digital, tersedianya berbagai aplikasi investasi, serta meluasnya informasi keuangan melalui media sosial dan platform digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa generasi Z memiliki peluang besar untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan investasi sejak usia muda.

Meskipun demikian, tingginya akses terhadap layanan investasi belum tentu diiringi oleh tingkat pemahaman keuangan yang memadai. Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan, mengelola sumber daya keuangan, serta mengambil keputusan keuangan yang tepat untuk mencapai kesejahteraan finansial. Rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan individu mengalami kesalahan dalam pengambilan keputusan investasi, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian finansial. Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi faktor penting yang perlu dimiliki oleh calon investor, terutama generasi Z yang sebagian besar masih berada pada tahap awal pengelolaan keuangan pribadi.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan yang erat dengan minat investasi. Penelitian menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi Z. Temuan serupa juga disampaikan oleh (Jurnal et al., 2024) yang menyatakan bahwa pengetahuan,

sikap, dan perilaku keuangan mampu meningkatkan minat seseorang untuk berinvestasi. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih memahami manfaat, risiko, dan mekanisme investasi sehingga lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi.

Namun demikian, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan adanya perbedaan temuan. Beberapa studi mengungkapkan bahwa minat investasi tidak hanya dipengaruhi oleh literasi keuangan, tetapi juga oleh faktor lain seperti persepsi risiko, motivasi, lingkungan sosial, dan perkembangan teknologi finansial. Penelitian Susanti (2025) bahkan menemukan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan literasi keuangan dalam menentukan minat investasi generasi Z. Selain itu, perkembangan teknologi finansial yang semakin pesat juga memberikan kemudahan akses investasi, namun tanpa pemahaman keuangan yang memadai dapat meningkatkan risiko kesalahan dalam pengambilan keputusan investasi.

Adanya perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi masih menjadi isu yang relevan untuk diteliti lebih lanjut, khususnya pada generasi Z yang merupakan kelompok dominan dalam pertumbuhan investor pasar modal di Indonesia. Penelitian ini menjadi penting karena dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana literasi keuangan berperan dalam meningkatkan minat investasi generasi Z, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga pendidikan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Bursa Efek Indonesia dalam merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif.

Generasi merupakan sekelompok individu yang memiliki kesamaan rentang usia serta pengalaman hidup yang dipengaruhi oleh kondisi sosial, budaya, dan sejarah pada periode tertentu. Menurut Karl Mannheim, suatu generasi terbentuk dari individu-individu yang lahir dalam kurun waktu yang relatif sama dan mengalami peristiwa sosial maupun sejarah yang serupa. Kesamaan pengalaman tersebut kemudian membentuk karakteristik tersendiri dalam cara berpikir, nilai, dan perilaku mereka. Dengan demikian, konsep generasi tidak hanya didasarkan pada faktor usia, tetapi juga pada pengalaman kolektif yang dialami secara bersama-sama (Sunandes, 2023). Dalam aspek sosial dan budaya, Generasi Z berperan penting dalam mendorong nilai keberagaman, inklusivitas, dan kesetaraan. Paparan terhadap berbagai budaya dan pandangan melalui media digital membentuk sikap yang lebih terbuka dan toleran. Generasi Z sering menjadi agen perubahan dalam isu-isu sosial, lingkungan, dan kemanusiaan, sehingga memberikan kontribusi positif dalam membangun masyarakat yang lebih adil dan berkelanjutan. (Modal et al., 2025)

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep-konsep keuangan serta menerapkannya dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan pribadi. Menurut Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2023), literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang memungkinkan seseorang membuat keputusan keuangan yang efektif untuk mencapai kesejahteraan finansial. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu menyusun perencanaan keuangan, memahami risiko investasi, memilih instrumen investasi yang sesuai, serta mengelola aset secara lebih rasional.

Dalam konteks investasi pasar modal, literasi keuangan menjadi modal utama bagi investor untuk memahami karakteristik instrumen investasi, mekanisme perdagangan, tingkat pengembalian (return), serta risiko yang melekat pada setiap instrumen. Tingginya tingkat literasi keuangan akan meningkatkan kemampuan investor dalam mengevaluasi informasi, menghindari keputusan investasi yang bersifat spekulatif, serta meminimalkan kemungkinan terjadinya kerugian akibat kurangnya pengetahuan. Oleh karena itu, literasi keuangan dipandang sebagai salah satu determinan penting dalam pembentukan keputusan investasi yang berkualitas.

Penelitian Susanto et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi Generasi Z di Indonesia. Hasil serupa juga dikemukakan oleh Javier et al. (2024) yang menyatakan bahwa investor dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki perilaku investasi yang lebih rasional dibandingkan investor yang memiliki tingkat literasi rendah. Namun demikian, beberapa penelitian menemukan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi tidak selalu signifikan karena masih dipengaruhi oleh faktor psikologis, motivasi, maupun lingkungan sosial.

Minat Berinvestasi

Minat berinvestasi merupakan kecenderungan seseorang untuk mempelajari, mencari informasi, serta memiliki keinginan melakukan investasi pada berbagai instrumen keuangan. Minat muncul sebagai bentuk ketertarikan yang mendorong individu melakukan suatu tindakan secara sukarela. Dalam perspektif Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), minat (behavioral intention) merupakan faktor utama yang memengaruhi munculnya suatu perilaku aktual, termasuk keputusan melakukan investasi.

Pada Generasi Z, minat berinvestasi dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perkembangan teknologi digital, kemudahan akses aplikasi investasi, edukasi keuangan, media sosial, influencer, serta lingkungan pertemanan. Semakin tinggi minat seseorang terhadap investasi, semakin besar kecenderungannya untuk mencari informasi mengenai pasar modal, memahami produk investasi, dan akhirnya mengambil keputusan investasi.

Penelitian Veny Yovieta et al. (2022) menunjukkan bahwa minat investasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi mahasiswa. Hasil tersebut diperkuat oleh Susanti et al. (2025) yang menyatakan bahwa individu yang memiliki motivasi tinggi untuk berinvestasi akan lebih aktif dalam melakukan analisis sebelum menentukan instrumen investasi yang dipilih.

Keputusan Investasi

Keputusan investasi merupakan proses pemilihan alternatif penempatan dana pada suatu instrumen investasi dengan mempertimbangkan tingkat keuntungan yang diharapkan, risiko, likuiditas, dan tujuan keuangan. Keputusan investasi yang baik tidak hanya mempertimbangkan besarnya keuntungan, tetapi juga memperhatikan kemampuan investor dalam mengelola risiko yang mungkin timbul.

Menurut Tandelilin (2017), keputusan investasi merupakan proses sistematis yang melibatkan identifikasi tujuan investasi, analisis berbagai alternatif investasi, evaluasi risiko, hingga penentuan instrumen investasi yang paling sesuai dengan preferensi investor. Dalam praktiknya, keputusan investasi dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengetahuan keuangan, pengalaman investasi, dan motivasi, serta faktor eksternal seperti perkembangan ekonomi, informasi pasar, dan kemajuan teknologi finansial.

Pada Generasi Z, keputusan investasi semakin dipengaruhi oleh kemudahan teknologi digital yang memungkinkan transaksi investasi dilakukan secara cepat dan mudah. Meskipun demikian, keputusan investasi yang berkualitas tetap memerlukan pengetahuan keuangan yang memadai agar investor tidak hanya mengikuti tren, tetapi mampu melakukan analisis secara objektif terhadap risiko dan potensi keuntungan.

Hubungan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Literasi keuangan berperan dalam meningkatkan kemampuan individu memahami informasi keuangan, mengevaluasi risiko, dan memilih instrumen investasi yang sesuai. Investor yang memiliki tingkat literasi tinggi akan lebih mampu mengambil keputusan investasi berdasarkan analisis yang rasional dibandingkan mengikuti spekulasi pasar. Oleh karena itu, secara teoritis literasi keuangan diperkirakan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan investasi.

Namun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa tingginya literasi keuangan belum tentu diikuti oleh keputusan investasi apabila individu belum memiliki motivasi atau minat yang kuat untuk berinvestasi. Dengan demikian, hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi masih menjadi isu yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Hubungan Minat Berinvestasi terhadap Keputusan Investasi

Minat berinvestasi merupakan dorongan psikologis yang memengaruhi seseorang untuk melakukan tindakan investasi. Individu yang memiliki minat tinggi akan lebih aktif mencari informasi, mengikuti perkembangan pasar modal, mempelajari berbagai produk investasi, serta lebih siap mengambil keputusan investasi.

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa semakin kuat niat seseorang, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut diwujudkan dalam tindakan nyata. Oleh karena itu, minat berinvestasi diperkirakan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi pasar modal. Berbagai penelitian empiris juga menunjukkan bahwa minat investasi merupakan salah satu faktor yang paling dominan dalam membentuk perilaku investasi pada Generasi Z.

Kerangka Konseptual

Penelitian ini mengkaji pengaruh dua variabel independen, yaitu literasi keuangan (X_1) dan minat berinvestasi (X_2), terhadap variabel dependen yaitu keputusan investasi pasar modal (Y). Literasi keuangan diharapkan meningkatkan kemampuan individu dalam memahami investasi secara rasional, sedangkan minat berinvestasi menjadi dorongan psikologis yang mendorong individu melakukan investasi. Berdasarkan hubungan tersebut, model konseptual penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Literasi Keuangan (X_1) → Keputusan Investasi (Y)

Minat Berinvestasi (X_2) → Keputusan Investasi (Y)

Hipotesis Penelitian

H_1 : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pasar modal pada Generasi Z.

H₂: Minat berinvestasi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pasar modal pada Generasi Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian explanatory research, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini mengkaji pengaruh literasi keuangan dan minat berinvestasi terhadap keputusan investasi pasar modal pada Generasi Z.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Bisnis Syariah Universitas Indo Global Mandiri yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Sampel penelitian berjumlah 60 responden yang diperoleh menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan mahasiswa aktif, termasuk dalam kelompok Generasi Z (lahir sekitar tahun 1997–2012), serta memiliki pengetahuan atau ketertarikan terhadap investasi di pasar modal.

Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun melalui media daring. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas literasi keuangan (X_1) dan minat berinvestasi (X_2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan investasi pasar modal (Y).

Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu melalui uji validitas menggunakan korelasi Product Moment Pearson dan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi *Best Linear Unbiased Estimator (BLUE)*.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS Statistics versi 25. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan antara literasi keuangan dan minat berinvestasi terhadap keputusan investasi pasar modal. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh kedua variabel secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Seluruh pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Berikut rumus regresi linear berganda yang sesuai dengan penelitian Anda tentang pengaruh literasi keuangan (X_1) dan minat berinvestasi (X_2) terhadap keputusan investasi pasar modal (Y).

Rumus regresi linear berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan investasi pasar modal

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel literasi keuangan

X_1 = Literasi keuangan

b_2 = Koefisien regresi variabel minat berinvestasi

X_2 = Minat berinvestasi

e = Error atau kesalahan pengganggu

HASIL DAN PEMBAHASAN

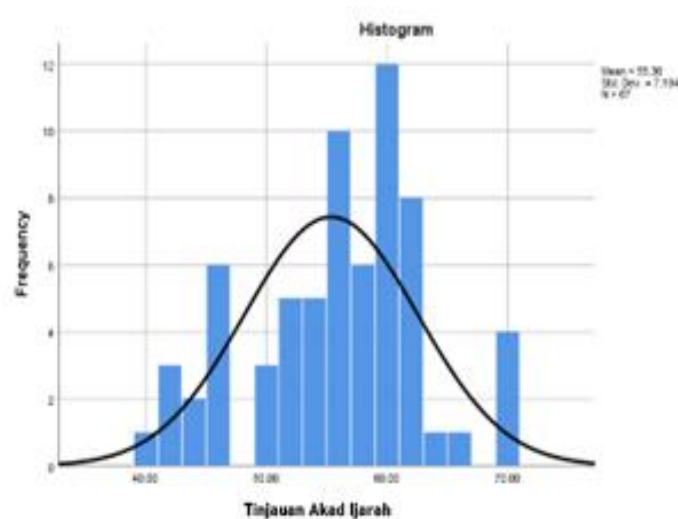
Karakteristik Responden di bagi berdasarakan program studi yang mengisi kuesioner berikut:

Tabel 1. Program Studi

			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ekonomi Syariah	Bisnis	10	16.6	16.6	16.6
	Hukum Syariah	Bisnis	10	16.6	16.6	33.2
	Perbankan Digital		15	25.0	25.0	58.2
	Manajemen Bisnis Syariah		25	41,6	41.6	100.0
	Total		60	100.0	100.0	

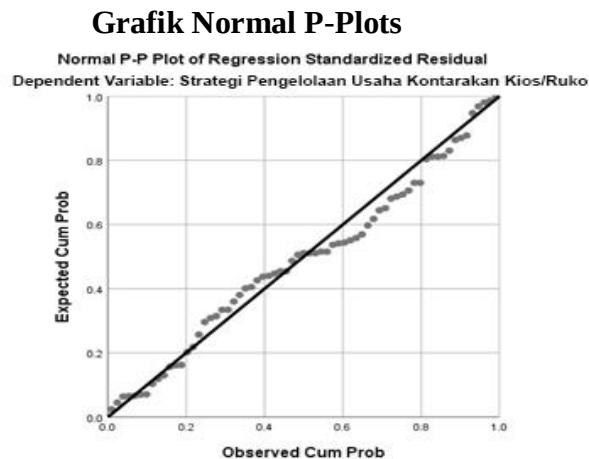
Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari 60 responden yang diteliti, berasal dari Program Studi Ekonomi Bisnis Syariah dan Program Studi Hukum Bisnis syariah sebanyak 10 orang (16,6%). Sementara itu, responden Perbankan Digital masing-masing berjumlah 15 orang (25,0%), sedangkan mayoritas mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah berjumlah 25 orang (41,6%).

Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram



Gambar 1. Histogram

Berdasarkan tampilan grafik diatas, dapat dilihat bahwa dari grafik histogram berbentuk lonceng yang artinya data berdistribusi normal. Kemudian pengujian normalitas menggunakan grafik normal P-Plots dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2
Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-Plots

Uji Multikolimnearitas

Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)3.361	4.134		.814	.419		
	X1	.248	.178	.236	1.453	.14	4.090
	X2	.646	.180	.582	3.588	.001	4.090

a. Dependent Variable: Y

Dari analisis regresi menunjukkan koefisien untuk model dengan variabel dependen Y, serta variabel independen X_1 dan X_2 . Untuk model pertama dengan Y sebagai variabel dependen, nilai konstanta adalah 3.361. Koefisien untuk X_1 adalah 0.248 dengan nilai signifikansi 0.154, yang menunjukkan bahwa X_1 tidak berpengaruh terhadap Y. Sedangkan, koefisien untuk X_2 adalah 0.646 dengan nilai signifikansi 0.001, menunjukkan berpengaruh terhadap Y.

Tabel 2 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.361	4.134		.814	.419		
X1	.248	.178	.236	1.453	.152	.245	4.090
X2	.646	.180	.582	3.588	.001	.245	4.090

a. Dependent Variable: Y

Dari analisis regresi menunjukkan koefisien untuk model dengan variabel dependen Y dan dua variabel independen, yaitu X_1 dan X_2 . Nilai konstanta dalam model ini adalah 3,365, dengan nilai signifikansi 0,419, yang menunjukkan bahwa konstanta tersebut signifikan. Namun, koefisien untuk X_1 adalah 0,248 dengan nilai signifikansi 0,152, dan koefisien untuk X_2 adalah 0,646 dengan nilai signifikansi 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa X_1 tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen Y (Ghazali, 2023)

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada Tabel 2, diperoleh persamaan regresi linear berganda berikut: $Y = 3,361 + 0,248X_1 + 0,646X_2$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 3,361 mengindikasikan bahwa apabila variabel literasi keuangan dan minat berinvestasi dianggap konstan atau bernilai nol, maka keputusan investasi pasar modal memiliki nilai sebesar 3,361.

Koefisien regresi variabel literasi keuangan sebesar 0,248 menunjukkan arah hubungan positif. Artinya, setiap peningkatan literasi keuangan satu satuan akan meningkatkan keputusan investasi sebesar 0,248 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Namun berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,154 ($> 0,05$), pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik.

Koefisien regresi variabel minat berinvestasi sebesar 0,646 menunjukkan hubungan positif. Artinya, setiap peningkatan minat berinvestasi satu satuan akan meningkatkan keputusan investasi sebesar 0,646 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai signifikansi sebesar 0,001 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa minat berinvestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi pasar modal pada Generasi Z.

Berdasarkan besarnya koefisien regresi, variabel minat berinvestasi (0,646) merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan investasi dibandingkan dengan literasi keuangan (0,248). Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan dan motivasi untuk berinvestasi lebih menentukan keputusan investasi Generasi Z dibandingkan tingkat pengetahuan keuangan yang dimiliki.

PEMBAHASAN

Hasil kajian menunjukkan bahwa memahami keuangan dapat membantu seseorang berinvestasi dengan lebih baik. literasi keuangan memengaruhi pilihan investasi Generasi Z. Mayoritas penelitian sepakat, makin baik pengetahuan seseorang soal keuangan, makin bagus pula keputusan investasinya. Sebaliknya, kalau kurang paham soal keuangan, orang gampang salah langkah saat berinvestasi. Generasi Z yang paham keuangan biasanya lebih pintar mengatur uang. Mereka bisa bikin rencana keuangan dan memikirkan risiko sebelum menanam modal. Mereka tidak asal beli produk investasi cuma karena lagi ngetren atau banyak dibicarakan. Biasanya, mereka cari info dulu, bandingkan pilihan investasi, dan pikir apakah cocok dengan kebutuhan serta tujuan keuangan mereka. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Generasi Z. (Veny Yovieta, Ika Wahyuni, 2022)

Ini sejalan dengan studi Susanto (2024) yang bilang pemahaman keuangan bantu Generasi Z ambil keputusan investasi lebih pas. (Javier et al., 2024) menambahkan, kalau Generasi Z tahu soal pasar modal, mereka makin paham untung ruginya investasi yang dipilih. Dengan begitu, mereka lebih hati-hati dan tidak gampang ikut-ikutan lihat orang lain untung. Mereka sadar, tiap investasi ada risikonya yang harus dipikir matang. Namun, ada juga riset yang nunjukkin kalau masih banyak Generasi Z mau investasi walau ilmunya soal keuangan belum cukup.

Mudahnya mencari info di medsos bikin mereka penasaran coba investasi tanpa tahu cara kerjanya. Banyak juga yang investasi cuma ikut-ikutan tren atau saran orang tanpa cari info lebih lanjut. Keadaan begini bisa bikin makin besar risiko salah ambil keputusan investasi. (Sunandes, 2023) memaparkan bahwa kemajuan teknologi membawa banyak keuntungan. Ini karena Generasi Z bisa lebih mudah mencari tahu tentang investasi. Namun, informasi yang melimpah dan mudah didapat ini perlu disikapi dengan hati-hati.

Generasi Z harus bisa membedakan mana berita yang benar dan mana yang bohong. Oleh sebab itu, pemahaman tentang keuangan tetaplah penting. Ini agar mereka tidak gampang percaya pada info yang belum jelas. Riset Avrilly, Daffina Eka Yulia Prameski (2025) juga mengindikasikan bahwa kemudahan teknologi serta pemahaman finansial dapat meningkatkan minat Generasi Z dalam berinvestasi. Teknologi membuat metode investasi menjadi lebih sederhana. Dimulai dari pembukaan rekening hingga pelaksanaan transaksi. Namun, kemudahan tersebut perlu diimbangi dengan pengetahuan yang memadai. Supaya keputusan yang diambil tetap tepat. Selain itu, Ningrum & Ariani (2026)) menemukan bahwa Generasi Z yang memiliki pemahaman finansial lebih mampu memilih (Literasi & Vol, 2026) menyebutkan bahwa orang yang memahami keuangan lebih mudah memilih investasi yang tepat.

(Susanti et al., 2025) juga menjelaskan bahwa pengetahuan keuangan membantu seseorang mengambil keputusan investasi dengan lebih baik. Mereka cenderung lebih mempertimbangkan dengan matang sebelum bertindak. Keputusan pun tidak akan tergesa-gesa. Revalina Intan Nuraini (2025) menjelaskan bahwa pengalaman dalam mengelola keuangan juga dapat memengaruhi keputusan investasi. Individu yang terbiasa mengatur uang akan merasa lebih percaya diri. Mereka juga lebih siap dalam menghadapi risiko investasi. Sementara itu, (Felita et al., 2025), serta (Bahri et al., 2023), berpendapat bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan seseorang, emakin paham seseorang tentang keuangan, semakin tepat ia memilih investasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi pasar modal pada Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan belum tentu diikuti oleh tindakan nyata untuk berinvestasi. Meskipun responden memahami konsep dasar investasi, kemampuan tersebut belum cukup untuk mendorong pengambilan keputusan investasi apabila tidak disertai motivasi, pengalaman, maupun keberanian dalam menghadapi risiko investasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan investasi pada Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh aspek kognitif, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan perilaku.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Jiang dan Shimizu (2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu memiliki pengaruh langsung terhadap partisipasi investasi, melainkan dipengaruhi oleh karakteristik individu, tujuan keuangan, dan pengalaman investasi. Temuan ini juga didukung oleh Baveja dan Verma (2024) yang menjelaskan bahwa peningkatan literasi keuangan belum tentu meningkatkan keputusan investasi apabila investor masih memiliki keterbatasan dalam memahami risiko pasar maupun belum memiliki pengalaman investasi yang memadai.

Sebaliknya, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Susanto et al. (2025) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi Generasi Z di Indonesia. Demikian pula, Javier et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan mampu meningkatkan kualitas keputusan investasi melalui perilaku keuangan, pengalaman investasi, dan toleransi risiko. Perbedaan hasil tersebut dapat disebabkan oleh karakteristik responden penelitian. Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang sebagian besar masih berada pada tahap awal mengenal investasi sehingga pengetahuan yang dimiliki belum sepenuhnya diwujudkan dalam keputusan investasi yang nyata.

Sementara itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa minat berinvestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi pasar modal pada Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ketertarikan individu terhadap investasi, semakin besar kecenderungannya untuk mencari informasi mengenai instrumen investasi, memahami mekanisme pasar modal, dan mengambil keputusan untuk berinvestasi. Minat berinvestasi menjadi faktor psikologis yang mampu mendorong seseorang mengubah pengetahuan menjadi tindakan nyata.

Hasil tersebut mendukung Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa niat (behavioral intention) merupakan prediktor utama terbentuknya suatu perilaku. Dalam konteks penelitian ini, minat berinvestasi mencerminkan niat seseorang untuk melakukan investasi sehingga semakin tinggi minat tersebut maka semakin besar kemungkinan individu mengambil keputusan investasi.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan Qoriana dan Ningtyas (2024) yang menyatakan bahwa investment intention berperan sebagai mediator penting dalam pembentukan keputusan investasi. Penelitian Pratama dan Artini (2025) juga menemukan bahwa keputusan investasi Generasi Z dipengaruhi secara signifikan oleh minat investasi, yang diperkuat oleh tingkat literasi keuangan dan toleransi risiko. Selain itu, Candra et al. (2025) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi finansial (FinTech) mampu meningkatkan minat investasi Generasi Z melalui kemudahan akses informasi, transaksi digital, dan edukasi investasi berbasis teknologi.

Perkembangan teknologi digital juga memberikan perubahan terhadap perilaku investasi Generasi Z. Menurut Thomas et al. (2024), kemudahan penggunaan teknologi finansial meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan investasi sehingga mendorong meningkatnya keputusan investasi. Namun demikian, OECD (2022) menegaskan bahwa kemudahan akses investasi harus diimbangi dengan peningkatan literasi keuangan agar investor mampu memahami risiko dan memperoleh manfaat investasi secara optimal. Oleh karena itu, peningkatan jumlah investor muda sebaiknya tidak hanya difokuskan pada penyediaan platform investasi digital, tetapi juga pada penguatan edukasi keuangan yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa minat berinvestasi merupakan faktor yang lebih dominan dibandingkan literasi keuangan dalam memengaruhi keputusan investasi pasar modal pada Generasi Z. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa program peningkatan partisipasi investasi bagi Generasi Z perlu dirancang secara komprehensif, tidak hanya melalui peningkatan literasi keuangan, tetapi juga melalui strategi yang mampu membangun motivasi dan minat investasi, seperti penyelenggaraan Sekolah Pasar Modal, simulasi investasi, edukasi berbasis media digital, serta kolaborasi antara perguruan tinggi, Bursa Efek Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, dan industri jasa keuangan. Dengan demikian, peningkatan pengetahuan keuangan dapat diikuti oleh terbentuknya perilaku investasi yang lebih rasional, berkelanjutan, dan bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan belum menjadi penentu utama dalam pengambilan keputusan investasi pasar modal pada Generasi Z. Walaupun pemahaman mengenai pengelolaan keuangan dan investasi memiliki peranan penting, pengetahuan tersebut belum sepenuhnya mendorong generasi muda untuk membuat keputusan investasi secara nyata. Di sisi lain, minat berinvestasi terbukti menjadi faktor yang lebih berpengaruh dalam menentukan keputusan investasi. Generasi Z yang memiliki ketertarikan dan motivasi tinggi terhadap investasi cenderung lebih aktif dalam mencari informasi, mempertimbangkan berbagai alternatif investasi, serta mengambil keputusan untuk berinvestasi di pasar modal. Oleh karena itu, peningkatan partisipasi investasi di kalangan Generasi Z tidak cukup hanya melalui penguatan literasi keuangan, tetapi juga perlu didukung oleh berbagai upaya yang mampu membangun minat dan antusiasme terhadap investasi. Penyediaan edukasi yang menarik, akses informasi yang mudah, serta pemanfaatan teknologi digital secara optimal dapat menjadi strategi yang efektif untuk mendorong terbentuknya keputusan investasi yang lebih bijak dan berorientasi pada tujuan keuangan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- 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)
- Bahri, S., Harahap, R. R., Rahmah, H., & Maulana, S. (2023). *Analisis Strategi Komunikasi Bisnis Efektif di Era Digital : Studi Kasus dari Berbagai Industri*. 7, 14374–14379.
- Baveja, G. S., & Verma, A. (2024). *Impact of financial literacy on investment decisions*

- and stock market participation using Extreme Learning Machines. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2407.03498>
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (2016). Y and Z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106.
- Candera, M., Prasetyo, A., & Nugraha, R. (2025). Knowledge to action: How digital financial literacy shapes investment decisions of Generation Z through FinTech. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*.
- Daffina Eka Yulia Prameski, Y. R. (2025). Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Teknologi Keuangan Dalam Keputusan Investasi Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kabupaten Jepara). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin*, 09.
- Felita, A. H., Herlina, H., Maranatha, K., Info, A., & History, A. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi Generasi Z di Pasar Modal Indonesia*. 8.
- Javier, M., Azaria, F., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Aryoko, P. (2024). *Gen Z Investment Decision : Role of Financial Literacy , Financial Behaviour , Financial Experience and Risk Tolerance*. 05(04), 721–739.
- Jiang, Y., & Shimizu, S. (2024). *Does financial literacy impact investment participation and retirement planning in Japan?* arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2405.01078>
- Literasi, J., & Vol, A. (2026). *LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi* Vol. 6 No. 2 Juni 2026. 6(2), 351–358. <https://doi.org/10.55587/jla.v6i2.301>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). The importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*.
- Modal, P., Gaya, D. A. N., & Generasi, H. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan , Edukasi Sekolah Terhadap Minat Berinvestasi Saham Syariah*. 13(April).
- Ningrum, P., & Ariani, K. R. (2026). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Return Investasi Influencer Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi pada Generasi Z*. 15, 4034–4048. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V15i2.2363>
- OECD. (2022). *OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion 2022*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/cbc4114f-en>
- OECD. (2024). *OECD/INFE survey instrument to measure digital financial literacy*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/548de821-en>
- Pratama, I. W. R., & Artini, L. G. S. (2025). Decoding investment behavior: The impact of financial literacy, risk tolerance, and financial satisfaction on Generation Z's investment decisions. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*.
- Parry, E., & Urwin, P. (2021). Generational differences in work values: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Qoyum, A., Al Hashfi, R. U., Zusryn, A. S., Kusuma, H., & Qizam, I. (2021). Does an Islamic socially responsible investment portfolio really matter? Empirical evidence from Indonesia. *Borsa Istanbul Review*, 21(2), 105–124. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2020.08.002>
- Qoriana, V. A., & Ningtyas, M. N. (2024). Financial literacy, financial attitudes, and the environment on investment decisions through investment intention. *International Journal of Innovative Science and Engineering*.

- Revalina Intan Nuraini, S. P. S. (2025). *Keputusan Investasi Generasi Z Di Soloraya: Menelisik Peran Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Dan Finfluencer*. 09.
- Sunandes, A. (2023). *Analisis Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi dengan Moderasi Kemajuan Teknologi pada Generasi Z*. 109–119.
- Susanti, F. E., Widiyanti, N., Kristiyanti, I., & Yusron, H. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan , Pengetahuan Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Pada Generasi Z di Yogyakarta*. 14(November), 3181–3189.
- Susanto, K. P., Mandagie, W. C., Endri, E., & Wiwaha, A. (2025). Financial literacy, technological progress, financial attitudes and investment decisions of Gen Z Indonesian investors. *Investment Management and Financial Innovations*, 22(1), 25–34. [https://doi.org/10.21511/imfi.22\(1\).2025.03](https://doi.org/10.21511/imfi.22(1).2025.03)
- Suresh, G. (2024). Impact of financial literacy and behavioral biases on investment decisions. *FIIB Business Review*, 13(1), 72–86. <https://doi.org/10.1177/23197145211035481>
- Tang, I. M. H., & Asandimitra, N. (2023). The influence of mental accounting, regret aversion bias, herding bias, loss aversion, risk perception, and financial literacy on investment decisions of Generation Z investors. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 458–472.
- Thomas, G. N., Nur, S. M. R., & Indriaty, L. (2024). The impact of financial literacy, social capital, and financial technology on financial inclusion of Indonesian students. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2405.06570>
- Veny Yovieta , Ika Wahyuni, L. P. S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Keputusan Investasi Dengan Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Angkatan Tahun 2018. *Universitas Abdurachman Saleh Situbondo*.