

ANALISA FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GEN– Z DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN INVESTASI

Agus Putra Mardika^{1*}, I Putu Dharmawan Suryagita Susila Putra², Ni Luh Laksmi Rahmantari³,
Ni Komang Mela Tri Utari⁴, I Gusti Ayu Lia Yasmita⁵
^{1,2,3,4,5} Universitas Tabanan

*Email: agusputramardika@gmail.com

Diterima: 10/11/2024

Diterima: 01/12/2024

DiPublikasi: 01/01/2025

DOI: <https://doi.org/10.22225/kr.16.2.2025.345-353>

Abstract

This study explores the factors that influence investment decisions among Generation Z in Indonesia. Through a qualitative approach, data was obtained from literature review, observation, and in-depth interviews with 10 Generation Z respondents aged 21-27. This research utilizes the Self-Determination Theory (SDT) framework that includes aspects of personal motivation, social influence, self-confidence, independence, social relationships, and external factors. The research findings reveal that Generation Z's investment decisions are driven by the motivation to achieve financial stability, overcome future-related concerns, and recommendations from friends and family. Social media and influencers play an important role in shaping their investment preferences. The level of confidence in investing is influenced by the education provided by investment platforms and individual experience. While independence is a key aspect, community input is still considered important. External factors, such as platform promotions and economic information, also have a significant influence on investment decisions. The study concludes that Generation Z integrates social influences and personal preferences in the investment decision-making process, with a focus on autonomy and achieving long-term financial goals.

Keyword : Investment Decision, Confidence, Independence, Personal Motivation

Abstrak

Studi ini mengeksplorasi berbagai faktor yang memengaruhi keputusan investasi di kalangan Generasi Z di Indonesia. Melalui pendekatan kualitatif, data diperoleh dari studi literatur, observasi, dan wawancara mendalam dengan 10 responden Generasi Z berusia 21-27 tahun. Penelitian ini menggunakan kerangka teori Self-Determination Theory (SDT) yang mencakup aspek motivasi pribadi, pengaruh sosial, kepercayaan diri, kemandirian, hubungan sosial, dan faktor eksternal. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa keputusan investasi Generasi Z didorong oleh motivasi untuk mencapai stabilitas finansial, mengatasi kekhawatiran terkait masa depan, serta rekomendasi dari teman dan keluarga. Media sosial dan influencer memiliki peran penting dalam membentuk preferensi investasi mereka. Tingkat kepercayaan diri dalam berinvestasi dipengaruhi oleh edukasi yang disediakan platform investasi dan pengalaman individu. Meskipun kemandirian menjadi aspek kunci, masukan dari komunitas tetap dianggap penting. Faktor eksternal, seperti promosi platform dan informasi ekonomi, juga memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Generasi Z mengintegrasikan pengaruh sosial dan preferensi pribadi dalam proses pengambilan keputusan investasi, dengan fokus pada otonomi dan pencapaian tujuan keuangan jangka panjang.

Kata Kunci : Keputusan Investasi, Kepercayaan Diri, Kemandirian, Motivasi Pribadi

PENDAHULUAN

Investasi merupakan kegiatan mengalokasikan modal dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa depan pada Era digital ini menawarkan peluang unik pada Gen Z untuk terlibat dengan pasar keuangan melalui platform online, namun juga mengharuskan mereka untuk menilai secara kritis kualitas informasi yang mereka terima (Ratnawati, 2024). Di Indonesia, Gen Z cenderung memilih investasi berkelanjutan yang selaras dengan nilai-nilai pribadi mereka, meskipun tingkat literasi keuangan mereka dapat mempengaruhi pemahaman mereka tentang produk-produk ini (Gumasing & Niro, 2023; Ilyas et al., 2021). (Elango & Ajah, 2022) dalam penelitiannya yang dilakukan pada Gen Z di India,

menemukan bahwa Gen Z berinvestasi dalam berbagai aset, terutama berfokus pada investasi jangka panjang seperti Saham Ekuitas, Reksadana, Deposito Tetap, dan Emas/Perak. Selain itu, mereka terlibat dalam investasi aset yang berisiko tinggi seperti Cryptocurrency.

Berdasarkan data PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per 8 Agustus 2023, investor dengan usia dibawah 30 tahun tercatat sebesar 57,26% dengan total aset sebesar Rp50,08 triliun. Kemudian usia 31 - 40 tahun sebanyak 23,18% dengan jumlah aset mencapai Rp112,66 triliun. Sementara investor berusia 41 - 50 tahun sebanyak 11,29% dengan total aset mencapai sebesar Rp171,19. Usia 51-60 persen sebanyak 5,41% dengan kepemilikan aset sebesar Rp249,91 triliun serta investor di atas 60 tahun sebanyak 2,87% dengan total aset mencapai Rp891,90 triliun. Seiring dengan perhelatan HUT ke-46 pembukaan kembali pasar modal ini, KSEI mencatat investor pasar modal sebanyak 11,46 juta dan didominasi oleh investor muda sebesar 78%. Sementara secara year-to-date, jumlah investor pasar modal meningkat 11,15% menjadi 11,46 juta dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang tercatat sebesar 10,31 juta. Adapun KSEI mencatat total aset pasar modal mengalami peningkatan 2,25% year-to-date (ytd) dari Rp6.717,44 triliun pada 2022 menjadi Rp6.868,81 triliun. Peningkatan total aset yang tercatat di KSEI sejalan dengan peningkatan IHSG serta kapitalisasi pasar yang menembus Rp10.000 triliun. Dari sisi demografi per 8 Agustus 2023, investor individu di Indonesia didominasi oleh 62,16 persen laki-laki, 56,98 persen berusia di bawah 30 tahun, 32,29 persen pegawai swasta, negeri dan guru, 64,04 persen berpendidikan terakhir SMA dan 46,92 persen berpenghasilan Rp10 juta - 100 juta per tahun. Sementara itu, investor lokal di Indonesia masih mendominasi sebesar 99,68%, dengan rincian jumlah 99,57% untuk investor saham, dan 99,91% untuk investor reksa dana. Data kepemilikan rekening investor di agen penjual efek reksa dana financial technology pun menguatkan klaim dominasi dari investor muda di pasar modal Indonesia. Capaian tersebut saat ini telah mencapai 78% (Indonesia, 2023).

PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) melaporkan, per Agustus 2023, investor individu berusia 30 tahun atau lebih muda mencapai 57,04 persen dari total 11,54 juta investor dengan total aset Rp 50,51 triliun. Angka ini menurun dari jumlah mereka yang mencapai 59,22 persen pada 2022. Dominasi investor muda ini hadir di produk pasar modal, baik saham maupun reksa dana (Indonesia, 2023). Data dari KSEI di tahun 2023 tersebut menunjukkan bahwa ada peningkatan investor Gen Z. Perilaku Gen Z dalam Investasi akan dipengaruhi melalui pendidikan keuangan dan toleransinya terhadap pemilihan resiko yang dibentuk melalui pengalaman pribadi dan lingkungan dapat terlihat bahwa media sosial dapat mempengaruhi literasi keuangan digital, dan dari literasi digital dapat meningkatkan keputusan investasi Gen Z (Elango & Ajah, 2022; Weinbrenner, 2023). Penemuan mengenai literasi keuangan dan kepedulian lingkungan dapat meningkatkan keputusan investasi hijau generasi Z (Abdillah et al., 2019; Dhanya et al., 2023). Terdapat hasil yang berbeda dari peneliti sebelumnya, yang menemukan literasi keuangan dan pengetahuan investasi ditemukan tidak berpengaruh pada minat investasi di kalangan Generasi Z dalam artikelnya mengharapkan penelitian selanjutnya dapat menemukan faktor - faktor baru dalam mempengaruhi minat generasi Z (Bagus S & Aisyah, 2023). Meningkatnya investor pada gen Z dibandingkan dengan generasi sebelumnya dan juga terdapat inkonsistensi hasil penelitian faktor literasi keuangan terhadap keputusan investasi yang dilakukan Gen Z, maka peneliti ingin menelisik faktor - faktor apa saja yang melatar belakangi gen Z dalam penentuan keputusan investasi.

KAJIAN PUSTAKA

Keputusan investasi merupakan proses kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk literasi keuangan, toleransi risiko, dan perilaku investor. Penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan investasi. menekankan bahwa literasi keuangan yang baik dapat meningkatkan kemampuan individu dalam mengelola dan mengalokasikan dana untuk investasi yang menguntungkan (Geriadi, 2023). Selain itu, literasi keuangan yang lebih tinggi berhubungan dengan keputusan

investasi yang lebih bijaksana dan penilaian risiko yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang baik tentang keuangan dapat membantu investor membuat keputusan yang lebih informasional dan strategis (Nurhidayah & Rizky Ridwan, 2024). Toleransi risiko juga merupakan faktor kunci dalam keputusan investasi. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa toleransi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, di mana individu dengan toleransi risiko yang lebih tinggi cenderung mengambil keputusan investasi yang lebih agresif (Yuliani et al., 2023).

Penelitian oleh Putri juga menunjukkan bahwa toleransi risiko berperan sebagai mediator dalam keputusan investasi mahasiswa, yang menunjukkan bahwa individu yang lebih percaya diri dalam menghadapi risiko cenderung lebih aktif dalam berinvestasi (Putri et al., 2024). Selain itu, Sakinah et al. mengidentifikasi perilaku penghindaran risiko di kalangan investor di pasar modal Indonesia, yang menunjukkan bahwa banyak investor cenderung menghindari investasi yang dianggap berisiko tinggi (Sakinah et al., 2021).

Perilaku investor, termasuk bias psikologis seperti *overconfidence*, juga mempengaruhi keputusan investasi. Pratiwi dan Anwar mengungkapkan bahwa banyak investor sering kali terjebak dalam bias *overconfidence*, yang dapat mengarah pada keputusan investasi yang tidak rasional (Pratiwi & Anwar, 2022). Hal ini diperkuat oleh penelitian oleh Sudani dan Pertiwi yang menunjukkan bahwa bias seperti *availability bias* dan *anchoring bias* dapat mempengaruhi cara investor menganalisis informasi keuangan dan membuat keputusan investasi (Sudani & Pertiwi, 2022). Oleh karena itu, penting bagi investor untuk menyadari adanya bias ini dan berusaha untuk mengurangi dampaknya dalam proses pengambilan keputusan. Secara keseluruhan, keputusan investasi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait, termasuk literasi keuangan, toleransi risiko, perilaku investor, dan pengalaman investasi. Memahami faktor-faktor ini dapat membantu investor membuat keputusan yang lebih baik dan lebih terinformasi dalam mengelola portofolio investasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Dalam pengumpulannya datanya dilakukan dengan cara studi literatur, observasi dan wawancara. Studi literatur dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan referensi dari jurnal, buku, dan website KSEI dan CNBC. Observasi dilakukan dengan mengamati data investor dari tahun 2020 sampai dengan 2023. Wawancara dilakukan kepada 10 orang generasi Z dengan rentang usia 21 tahun sampai dengan 27 tahun yang sudah pernah melakukan investasi. Berikut daftar pertanyaan wawancara dibangun berdasarkan pada *Self Determination Theory – SDT*:

Motivasi Pribadi

1. Apa alasan utama Anda mulai berinvestasi?
2. Apakah Anda merasa investasi ini membantu mencapai tujuan pribadi?

Pengaruh Sosial

1. Apakah keluarga atau teman berpengaruh pada keputusan investasi Anda?
2. Apakah media sosial atau influencer turut memengaruhi pilihan investasi Anda?

Kepercayaan Diri (Kompetensi)

1. Seberapa yakin Anda dalam memilih dan mengelola investasi sendiri?
2. Apakah platform investasi yang Anda gunakan memberikan informasi yang cukup?

Kemandirian

1. Apakah Anda merasa bebas menentukan pilihan investasi tanpa tekanan dari orang lain?
2. Seberapa penting bagi Anda memilih investasi yang sesuai dengan minat pribadi?

Hubungan Sosial

1. Apakah Anda tergabung dalam komunitas atau grup investasi?
2. Apakah diskusi dengan teman atau komunitas memengaruhi keputusan Anda?

Faktor Eksternal

1. Apakah berita ekonomi atau promosi dari platform memengaruhi keputusan investasi Anda?

2. Apakah Anda cenderung memilih platform atau instrumen yang digunakan teman atau komunitas Anda?

Wawancara berdurasi rata-rata 20 menit direkam dengan persetujuan partisipan, kemudian diubah menjadi transkrip. Transkrip dibaca teliti untuk menentukan kode yang mewakili ide-ide serupa, yang kemudian dikelompokkan menjadi tema utama. Proses coding dan penentuan tema dilakukan untuk menemukan hubungan antartema dan memberikan gambaran sesuai teori yang digunakan (Sugiyono, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil wawancara yang dilakukan kepada 10 orang gen z didominasi dengan rata-rata 24 tahun keatas. Lima orang tersebut disamakan Namanya menjadi P1-P10. P1-P10 menjawab sesuai dengan indikator yang berdasarkan *Self Determination Theory – SDT* yang terdiri dari motivasi pribadi, pengaruh social, kepercayaan diri, kemandirian, hubungan social dan faktor sosial. Wawancara ini dilakukan bagi responden yang telah menggunakan platform investasi digital dengan beragam produk investasi yang pernah dibeli. Berikut tabel pemaparan tema dan subtema berdasarkan hasil wawancara:

Tema dan Sub Tema	Indikator yang ditemukan
Motivasi Pribadi - Alasan utama - Tujuan Investasi	Alasan utama: - Peer Influence atau tekanan sosial - Stabilitas keuangan dan rencana keuangan - Kecemasan masa depan - Rekomendasi keluarga Tujuan Investasi: - Short term savings - Keamanan keuangan - Skill development - Reduced anxiety - Disiplin keuangan
Pengaruh Sosial - Pengaruh keluarga dan teman - Pengaruh media sosial dan influencer	Pengaruh keluarga dan teman: - Inisiatif pribadi - Rekomendasi teman dan keluarga - Pengalama orang lain Pengaruh media sosial dan influencer: - Tren investasi influencer - Eksposur sosial media - Preferensi sumber netral - Motivasi konten sosial media
Kepercayaan diri - Keyakinan memilih investasi - Kecukupan Informasi	Keyakinan memilih investasi: - Perlu bimbingan tambahan - Riset pribadi - Rekomendasi teman yang andal - Pengalaman investasi Kecukupan Informasi: - Kelengkapan Fitur edukasi - Informasi perlu dilengkapi
Kemandirian - Kebebasan memilih investasi - Pemilihan investasi pribadi	Kebebasan memilih investasi: - Kebebasan penuh karena keinginan pribadi - Referensi dan rekomendasi teman

	Pemilihan investasi pribadi: - Fokus pada keuntungan - Menambah pengetahuan dan pengalaman - Semangat dalam pemantauan investasi - Motivasi belajar
Hubungan Sosial - Komunitas atau grup - Diskusi teman atau forum investasi	- Referensi teman - Diskusi Komunitas - Keputusan Mandiri
Faktor Eksternal - Berita ekonomi dan promosi - Kecenderungan Pemilihan platform/ instrumen investasi	- Respon terhadap promosi - Dominan rekomendasi teman - Penyesuaian dengan berita ekonomi - Memilih dengan pilihan sendiri tidak ada keinginan orang lain

Pembahasan

1. Motivasi Pribadi

Dari sepuluh orang responden dominan menyampaikan berkaitan dengan alasan utama berinvestasi dan tujuan dari investasi tersebut. Banyak dari responden mengindikasikan pengaruh teman atau tekanan sosial (peer influence) sebagai factor pendorong, dimana keberadaan teman atau komunitas yang sudah terlebih dahulu berinvestasi memotivasi mereka untuk ikut serta hal serupa ini dinyatakan oleh responden P1,P2,P3,P7. Sebagian responden menyebutkan stabilitas keuangan dan rencana keuangan jangka panjang sebagai alasan utama, dengan tujuan mencapai keamanan di masa depan. Sementara itu, factor kecemasan terhadap ketidakpastian masa depan juga menjadi pendorong, dimana responden P6, P8, P10 merasa investasi adalah cara untuk mengatasi kekhawatiran terkait ketidakpastian ekonomi. Beberapa responden seperti P9, P8, P4 memulai investasi atas dasar rekomendasi keluarga, terutama dari orang tua yang telah memahami pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang.

Adapun tujuan investasi yang diharapkan para responden bervariasi, meliputi tabungan jangka pendek (short term savings), keamanan finansial dimasa depan, hingga pengembangan keterampilan dalam mengelola keuangan (skill development). Selain itu, beberapa responden seperti P1, P5, P6, P7, P9 menyatakan bahwa investasi membantu mereka mengurangi kecemasan akan ketidakpastian finansial. Investasi mendorong disiplin keuangan yang lebih baik, karena responden belajar untuk secara konsisten menyisihkan dana untuk tujuan tertentu. Faktor-faktor ini sejalan dengan studi pada generasi muda, yang menunjukkan bahwa mereka terkadang terpengaruh oleh komunitas sosialnya dan memiliki tujuan investasi yang mengarah pada stabilitas jangka panjang serta pengembangan diri (Munawar, 2023; Renaldo et al., 2020).

2. Pengaruh Sosial

Berdasarkan hasil wawancara, pengaruh keluarga, teman, media sosial, dan influencer tampak signifikan dalam keputusan investasi Gen Z. Responden P1, P5, P6 menyebut rekomendasi teman atau keluarga serta pengalaman orang lain sebagai faktor yang mendorong mereka untuk mulai berinvestasi. Faktor ini menunjukkan pentingnya inisiatif pribadi, yang sering didorong oleh keinginan untuk mengikuti pengalaman atau rekomendasi keluarga dan teman dalam pilihan investasi mereka. Penelitian juga mendukung bahwa keluarga dan teman dapat memotivasi keputusan keuangan yang besar, khususnya pada generasi muda seperti Gen Z, yang seringkali terpengaruh oleh pengalaman orang dekat (Rahayu et al., 2022; Zainol, 2021).

Di sisi lain, media sosial dan influencer juga memegang peranan besar. Tren investasi yang digerakkan oleh influencer dan eksposur konten finansial di media sosial memberi

pengaruh besar pada minat dan keputusan investasi hal serupa ini dinyatakan pula pada P3,P4,P7,P9 Misalnya, laporan dari FINRA menyebutkan bahwa Gen Z seringkali menjadikan media sosial sebagai sumber informasi investasi dan mengikuti tren yang sedang populer di kalangan influencer (seperti kripto dan investasi saham). Selain itu, motivasi dari konten di media sosial, yang memuat narasi sukses atau gaya hidup tertentu, menambah daya tarik investasi bagi Gen Z, yang sering kali cenderung mempertimbangkan preferensi sumber informasi yang lebih netral sebelum membuat keputusan akhir. Sumber ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial, baik dari lingkaran pertemanan maupun media, secara signifikan membentuk cara pandang dan perilaku investasi generasi muda ini, khususnya dalam memilih instrumen investasi yang sesuai dengan minat atau tren yang sedang berkembang (*Digital Assets / FINRA.Org*, n.d.)

3. Kepercayaan Diri

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, beberapa indikator utama menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan diri atau kompetensi responden Gen-Z dalam investasi dipengaruhi oleh kebutuhan akan bimbingan, hasil riset pribadi, dan rekomendasi dari teman yang memiliki pengalaman investasi sebelumnya. Dalam hal ini, pengalaman investasi serta dukungan informasi dari platform investasi dianggap penting untuk memperkuat keyakinan mereka dalam membuat keputusan finansial. Sebagian responden merasa perlu memperoleh informasi yang lebih lengkap dan edukatif dari fitur platform investasi yang digunakan untuk membantu mereka memahami risiko dan peluang dalam instrumen investasi tertentu (Prasarry et al., 2023)

Dari sisi kecukupan informasi yang disediakan oleh platform, banyak responden merasa fitur edukasi yang lengkap sangat penting. Mereka menginginkan platform yang menyediakan data yang akurat dan mudah dipahami agar dapat membuat keputusan yang lebih baik. Menurut beberapa studi, akses informasi yang lengkap dan fitur edukasi pada platform investasi memang dapat membantu investor pemula merasa lebih nyaman dan yakin dalam pengambilan keputusan keuangan. Penelitian menunjukkan bahwa Gen Z cenderung mengandalkan sumber informasi yang mereka anggap netral dan komprehensif saat melakukan investasi, yang dapat mempengaruhi keputusan investasi mereka secara keseluruhan (Ratnawati, 2024)

4. Kemandirian

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 responden, mengenai aspek kemandirian dalam investasi, terlihat bahwa sebagian besar individu Gen-Z menghargai kebebasan dalam menentukan pilihan investasi mereka. Responden menyatakan bahwa memiliki kebebasan penuh dalam memilih investasi dirasa penting untuk meningkatkan rasa kepemilikan dan kepercayaan diri dalam proses investasi. Namun, beberapa juga mengakui adanya pengaruh dari referensi dan rekomendasi teman yang dianggap memiliki pengalaman yang andal. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun mandiri, Gen-Z masih mengapresiasi masukan dari lingkungan sosial terdekat.

Di sisi lain, pemilihan investasi sesuai minat pribadi sangat dihargai karena memungkinkan mereka untuk lebih termotivasi dalam memantau perkembangan investasi dan mendapatkan pembelajaran dari pengalaman tersebut. Gen-Z cenderung memilih investasi yang tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga memberikan kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan keuangan. Menurut penelitian, preferensi ini dipengaruhi oleh nilai edukatif dari investasi yang memungkinkan individu merasa lebih siap dan mandiri dalam mengelola keuangan masa depan mereka (Elango & Ajah, 2022; Ilyas et al., 2021). Hal ini mengindikasikan bahwa edukasi keuangan dan rasa percaya diri dalam pengelolaan investasi dapat meningkatkan kemandirian dalam pengambilan keputusan investasi.

5. Hubungan Sosial

Hasil wawancara dengan 10 responden terkait kemandirian dalam keputusan investasi menunjukkan bahwa preferensi akan rekomendasi teman dan komunitas memainkan peran penting bagi generasi Z dalam membuat keputusan investasi, terutama karena mereka cenderung memanfaatkan pengalaman orang terdekat sebagai sumber yang terpercaya. Namun, meskipun dukungan teman dan komunitas mendorong rasa percaya diri, banyak responden masih menunjukkan kecenderungan untuk membuat keputusan secara mandiri setelah diskusi ini. Ini

menunjukkan keseimbangan antara mencari masukan dari orang lain dan menjaga otonomi dalam keputusan investasi mereka.

Penelitian juga menggarisbawahi bahwa Gen Z cenderung lebih terbuka terhadap sumber informasi dari media sosial dan komunitas online, terutama saat mereka dapat memperoleh informasi yang relevan dengan situasi pribadi mereka. Faktor kepercayaan menjadi penting, di mana Gen Z lebih percaya pada sumber yang tidak terlihat memiliki kepentingan komersial dan lebih mengedepankan transparansi informasi (Armansyah et al., 2023).

6. Faktor Eksternal

Dari hasil wawancara, terdapat beberapa faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi Gen Z, yaitu pengaruh promosi platform, berita ekonomi, rekomendasi teman, serta preferensi individu dalam memilih platform atau instrumen investasi. Banyak responden menunjukkan ketertarikan pada promosi yang ditawarkan platform, seperti cashback atau fitur-fitur yang menarik, yang menunjukkan bahwa Gen Z cenderung responsif terhadap insentif promosi. Di sisi lain, berita ekonomi juga memiliki peran besar karena membantu mereka menyesuaikan keputusan berdasarkan situasi pasar yang sedang berlangsung, seperti kenaikan atau penurunan suku bunga.

Selain promosi dan berita ekonomi, rekomendasi dari teman atau komunitas investasi menjadi dominan dalam pengambilan keputusan mereka. Faktor ini menunjukkan bahwa meskipun ada keinginan untuk menentukan pilihan sendiri, Gen Z sering kali masih merujuk pada saran dari lingkungan sosial mereka, terutama karena faktor kenyamanan dan kepercayaan. Namun, beberapa responden juga mengungkapkan bahwa mereka lebih nyaman memilih berdasarkan preferensi sendiri, menunjukkan bahwa keputusan akhir cenderung tetap berada di tangan mereka, meskipun dipengaruhi oleh lingkungan (Hoque et al., 2024; Prasarry et al., 2023).

Penelitian menunjukkan bahwa generasi muda, termasuk Gen Z, memiliki kecenderungan yang kuat untuk mengikuti rekomendasi yang didukung oleh bukti sosial seperti pengalaman teman, tetapi tetap mempertahankan otonomi dalam memilih platform sesuai dengan minat pribadi (Elango & Ajah, 2022; Nasution et al., 2022)

SIMPULAN

Kesimpulannya, keputusan investasi Gen Z dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Dari segi motivasi pribadi, keinginan untuk mencapai stabilitas finansial dan mengurangi kecemasan terkait ketidakpastian masa depan mendorong mereka berinvestasi, sering kali diiringi pengaruh teman atau keluarga. Selain itu, pengaruh sosial dari keluarga, teman, media sosial, dan influencer menjadi signifikan, di mana tren yang dibagikan oleh komunitas terdekat dan influencer mempengaruhi minat investasi mereka. Kepercayaan diri Gen Z dalam berinvestasi juga didorong oleh pengalaman dan informasi yang diperoleh, baik melalui riset pribadi maupun fitur edukasi platform investasi yang mereka gunakan.

Aspek kemandirian menjadi penting, dengan banyak responden menghargai kebebasan dalam memilih investasi yang sesuai minat pribadi. Namun, masukan dari teman dan komunitas tetap dipertimbangkan sebagai referensi yang andal. Dalam hubungan sosial, diskusi dengan teman atau komunitas memberikan kepercayaan diri tambahan, meskipun keputusan akhir tetap ditentukan oleh mereka sendiri. Faktor eksternal seperti promosi platform, berita ekonomi, dan rekomendasi teman juga memengaruhi keputusan mereka, tetapi Gen Z tetap mempertahankan otonomi dalam menentukan instrumen investasi yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Penelitian mengonfirmasi bahwa Gen Z cenderung terpengaruh oleh bukti sosial dan sumber yang mereka anggap netral, sambil tetap fokus pada otonomi dan tujuan keuangan jangka panjang mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, W., Permatasari, R., & Hendrawaty, E. (2019). Understanding Determinants of Individual Intention to Invest in Digital Risky Investment. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1), 124–137. <https://doi.org/10.15294/jdm.v10i1.18243>

- Armansyah, R. F., Ardianto, H., & Rithmaya, C. L. (2023). Understanding Gen Z Investment Decisions : Capital. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 25(2), 105–119.
- Bagus S, A., & Aisyah, S. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Gen Z dalam Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Solo Raya). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 57. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.909>
- Dhanya, D. D., Jha, D. B., & Jha, D. D. (2023). Moderated Mediation Model of the Factors Influencing Intention to Invest in Cryptocurrency among Millennials and Generation Z. *Scope*, 13(3).
- Digital Assets / FINRA.org. (n.d.). Retrieved October 19, 2023, from <https://www.finra.org/investors/investing/investment-products/digital-assets>
- Elango, D., & Ajah, S. N. (2022). Factors Influencing Investment Intention Among Gen Z: The Antecedent of India. *Interdisciplinary Research Review*, 18(3), 25–33.
- Geriadi, M. A. D. (2023). Peran Financial Technology Dalam Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 337–345. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12410>
- Gumasing, M. J. J., & Niro, R. H. A. (2023). Antecedents of Real Estate Investment Intention among Filipino Millennials and Gen Z: An Extended Theory of Planned Behavior. *Sustainability*, 15(18), 13714. <https://doi.org/10.3390/su151813714>
- Hoque, M. Z., Chowdhury, N. J., Hossain, A. A., & Tabassum, T. (2024). Social and facilitating influences in fintech user intention and the fintech gender gap. *Heliyon*, 10(1), e23457. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e23457>
- Ilyas, M., Moeljadi, & Djawahir, A. H. (2021). The effect of financial knowledge and financial well-being on investment intention mediated by financial attitude. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 10(8), 175–188. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i8.1530>
- Indonesia, D. (2023). *Total Investor Pasar Modal Naik Jadi 11,58 Juta per Agustus 2023*. <https://dataindonesia.id/pasar-saham/detail/total-investor-pasar-modal-naik-jadi-1158-juta-per-agustus-2023>
- Munawar, S. (2023). The Influence of Social Factors and Financial Education on Financial Literacy for Financial Management among Youth of Educational Institutes. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 11(2), 2512–2521. <https://doi.org/10.52131/pjhss.2023.1102.0543>
- Nasution, A. H., Rahman, H., Setiana, E., & Syah, D. H. (2022). *Factors influencing students' behavioral intentions when using the Digital Pegadaian platform*. <https://doi.org/10.4108/eai.11-10-2022.2325550>
- Nurhidayah, N., & Rizky Ridwan, N. (2024). *Navigasi Dunia Investasi: Peran Literasi Keuangan, Pengalaman Penyesalan Dan Toleransi Resiko*. 3(1), 296–303. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2024.3.1.1539>
- Prasarry, Y. V., Sayoga, R. Y., Marsintauli, F., Handayani, D., Ikhsan, R. B., & Prabowo, H. (2023). Digital Investment Behavior: Insights from Gen-Y and Gen-Z. 2023 8th *International Conference on Business and Industrial Research, ICBIR 2023 - Proceedings*, May, 836–841. <https://doi.org/10.1109/ICBIR57571.2023.10147609>
- Pratiwi, C. M., & Anwar, M. (2022). Pengaruh Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi Dimoderasi Pengalaman Keuangan Pada Anggota HIPMI PT Surabaya. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 6(2), 620–632. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i2.963>
- Putri, I. G. A. P. T., Yuliana Ria Sawitri, N. P., Wijaya, B. A., & Sudiyan, N. N. (2024). Peran Mediasi Toleransi Risiko Dalam Analisis Determinasi Keputusan Investasi Mahasiswa Kota Denpasar. *Value Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 154–171. <https://doi.org/10.32534/jv.v19i1.5035>
- Rahayu, R., Ali, S., Aulia, A., & Hidayah, R. (2022). The Current Digital Financial Literacy and Financial Behavior in Indonesian Millennial Generation. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 78–94. <https://doi.org/10.18196/jai.v23i1.13205>

- Ratnawati, R. (2024). Generation Z Investment Decisions Influenced by Financial Behavior: Mediated by Financial Literacy. *East African Scholars Multidisciplinary Bulletin*, 7(01), 1–8. <https://doi.org/10.36349/easjmb.2024.v07i01.001>
- Renaldo, N., Sudarno, S., & Marice, H. B. (2020). the Improvement of Generation Z Financial Well-Being in Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(2), 142–151. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.2.142-151>
- Sakinah, T., Purwanto, B., & Ermawati, W. J. (2021). Analisis Penghindaran Risiko Pada Keputusan Investasi Di Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.1.66>
- Sudani, F. S., & Pertiwi, I. F. P. (2022). Financial Information Analysis to Minimize Availability Bias, Representative Bias, Anchoring Bias and Adjustment Bias, and Overconfidence Bias in Investment Decision Making (Study on Investors at the Sharia Investment Gallery of UIN Raden Mas Said. *Social Science Studies*, 2(5), 446–460. <https://doi.org/10.47153/sss25.3852022>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Weinbrenner, H. L. (2023). *IMPACT INVESTMENT INTENTIONS OF GENERATION Z: EXPLORING THE FACTORS THAT DRIVE YOUNG PRIVATE INVESTORS TO DECIDE FOR ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCE (ESG) FUNDS*. Universitat de Barcelona.
- Yuliani, I., Setyowati, S. W., & Irianto, M. F. (2023). Determinan Keputusan Investasi Dengan Moderasi Financial Attitude Pada IAI Muda Jawa Timur. *MBR (Management and Business Review)*, 7(1), 46–66. <https://doi.org/10.21067/mbr.v7i1.8212>
- Zainol, N. R. (2021). *Cashless Transactions : A Study on Intention and Adoption of e-Wallets*. 2019, 1–18.