

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi digital yang berkembang pesat telah memberikan perubahan besar terhadap perilaku keuangan masyarakat modern, khususnya dalam hal berinvestasi. Fenomena ini paling nyata terlihat pada Generasi Z—kelompok individu yang lahir dan tumbuh di tengah kemajuan teknologi informasi. Generasi ini dikenal sebagai *digital native*, yaitu mereka yang terbiasa berinteraksi melalui media digital dan memanfaatkannya dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pengelolaan keuangan dan aktivitas investasi.

Namun, keputusan investasi yang dibuat oleh Generasi Z tidak semata didorong oleh pertimbangan rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial, tingkat literasi keuangan, serta konten digital yang mereka konsumsi setiap hari. Dalam konteks ini, kemampuan memahami, mengelola, dan menganalisis informasi keuangan menjadi hal yang sangat penting untuk mendukung pengambilan keputusan investasi yang cerdas dan terukur.

Berdasarkan data dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per 31 Desember 2024, tercatat bahwa investor berusia di bawah 30 tahun berjumlah 2,96% dengan total aset sekitar Rp38,97 triliun. Sementara itu, kelompok usia 31–40 tahun berkontribusi sebesar 5,71% dengan nilai aset Rp256,61 triliun, sedangkan kelompok usia 41–50 tahun menguasai 12,02% dari total aset. Investor di atas usia 60 tahun mendominasi dengan kepemilikan 54,83% dari keseluruhan aset pasar modal Indonesia. Angka ini menunjukkan bahwa partisipasi Generasi Z dalam pasar modal memang meningkat, namun porsi mereka masih tergolong rendah dibandingkan kelompok usia lainnya.

Salah satu penyebab rendahnya keterlibatan tersebut adalah minimnya literasi keuangan di kalangan generasi muda. Menurut Tannia et al. (2023), kemampuan literasi keuangan yang baik memungkinkan seseorang mengambil keputusan investasi dengan lebih bijak dan menghindari risiko yang tidak perlu. Meskipun jumlah investor muda terus bertambah, survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat muda Indonesia masih berada pada level rendah.

Selain faktor pengetahuan keuangan, tujuan investasi juga berpengaruh dalam membentuk arah dan pola pengambilan keputusan finansial. Generasi Z cenderung memiliki orientasi investasi jangka pendek hingga menengah, seperti keinginan membeli barang konsumtif, berlibur, atau mencapai kebebasan finansial di usia muda (Wibowo & Sukmono, 2021). Namun, tanpa perencanaan yang matang, tujuan investasi ini sering kali tidak memberikan hasil optimal.

Selanjutnya, kehadiran *financial influencer* di media sosial juga menjadi faktor penting dalam keputusan investasi generasi ini. Influencer yang aktif membagikan konten edukasi finansial sering kali mampu mengubah persepsi dan perilaku pengikutnya terhadap investasi (Fauzianti & Retnosari, 2022). Temuan Pratiwi (2020) pun menunjukkan bahwa rekomendasi dari influencer dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berinvestasi di kalangan mahasiswa. Sejalan dengan pandangan Hans Kwee dalam Hukum et

al. (2021), meningkatnya jumlah tokoh publik yang membagikan pengalamannya telah mendorong tumbuhnya minat investasi di kalangan anak muda Indonesia.

Melihat fenomena tersebut, penting untuk meneliti bagaimana literasi keuangan, tujuan investasi, dan pengaruh influencer secara bersama-sama memengaruhi keputusan investasi Generasi Z di pasar saham Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul: **“Pengaruh Literasi Keuangan, Tujuan Investasi, dan Pengaruh Influencer terhadap Keputusan Investasi Generasi Z di Pasar Saham Indonesia.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan secara parsial terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar saham Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh tujuan investasi secara parsial terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar saham Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh influencer secara parsial terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar saham Indonesia?
4. Sejauh mana literasi keuangan, tujuan investasi, dan pengaruh influencer secara simultan memengaruhi keputusan investasi Generasi Z di pasar saham Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian Berdasarkan kerangka masalah sebelumnya, berikut adalah tujuan penelitian ini:

- a. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar saham Indonesia.
- b. Menganalisis pengaruh tujuan investasi terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar saham Indonesia.
- c. Menganalisis pengaruh influencer terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar saham Indonesia.
- d. Menilai pengaruh literasi keuangan, tujuan investasi, dan pengaruh influencer secara bersama-sama terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar saham Indonesia.

1.4 Tinjauan Pustaka

1.4.1 Literasi Keuangan

Literasi keuangan mencakup kemampuan individu untuk memahami konsep dasar keuangan, mengelola pendapatan, menabung, berinvestasi, dan menghindari risiko finansial. Dalam konteks Generasi Z, literasi ini membantu mereka mengenali potensi investasi sejak dini serta mencegah perilaku konsumtif berlebihan (Amelia & Fauziah, 2021).

1.4.2 Tujuan Investasi

Tujuan investasi menggambarkan sasaran finansial yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu. Kejelasan tujuan akan membantu investor menentukan instrumen investasi yang sesuai dengan profil risiko dan tingkat pengembalian yang diharapkan (Gumilang et al., 2023).

1.4.3 Pengaruh Influencer

Influencer di era digital berperan sebagai pembentuk opini publik yang mampu mengarahkan perilaku audiens, termasuk dalam konteks keputusan finansial. Konten dan rekomendasi dari influencer dapat memengaruhi minat serta keputusan pengikutnya dalam berinvestasi karena adanya faktor kredibilitas, kepercayaan, serta kedekatan emosional (Sani & Paramita, 2024).

1.4.4 Keputusan Investasi

Keputusan investasi merupakan proses penentuan strategi dalam memilih instrumen keuangan berdasarkan potensi keuntungan, tingkat risiko, dan jangka waktu. Keputusan yang rasional memerlukan pemahaman mendalam terhadap kondisi pasar, tujuan finansial, serta faktor eksternal lain seperti ekonomi makro (Budiman & Jasika, 2019).

I.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

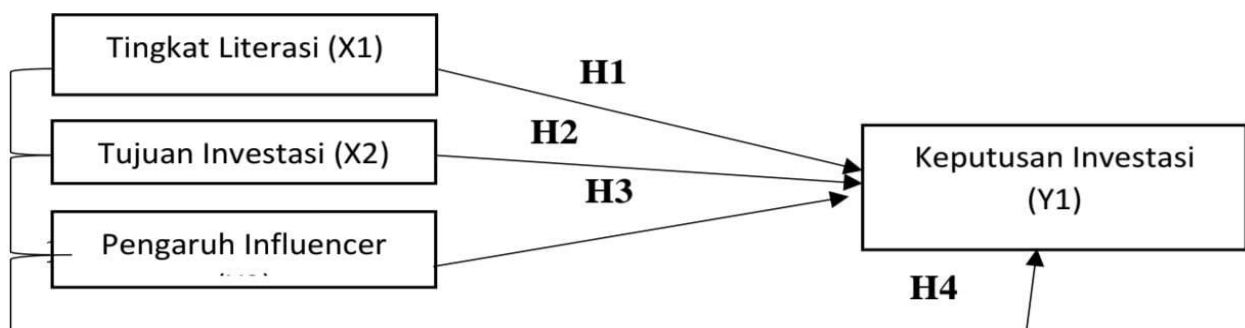
Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
Amelia & Fauziah (2021)	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Masa Pandemi	X: Literasi Keuangan Y: Perilaku Investasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap perilaku investasi mahasiswa. Semakin tinggi pemahaman finansial seseorang, semakin baik pula keputusan investasinya.

Gumilang et al. (2023)	Pengaruh Tujuan Investasi dan Risiko terhadap Keputusan Investasi pada Investor Muda	X ₁ : Tujuan Investasi, X ₂ : Risiko Y: Keputusan Investasi	Penelitian ini menemukan bahwa tujuan investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi muda. Investor dengan rencana keuangan yang jelas cenderung membuat keputusan yang lebih rasional.
Sani & Paramita (2024)	Peran Influencer Finansial terhadap Keputusan Investasi Generasi Z	X: Influencer Finansial Y: Keputusan Investasi	Hasil penelitian memperlihatkan bahwa keberadaan influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Kredibilitas dan kedekatan emosional influencer turut membentuk minat dan perilaku investasi pengikutnya..

I.6 Kerangka Pemikiran

Rancangan penalaran tersebut didasarkan pada tinjauan pustaka, dengan perubahan dan penambahan yang dilakukan dari hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Dengan menggunakan kajian di atas sebagai landasan, berikut gambaran kerangka mentalnya:



Menurut Sugiyono (2019), hipotesis dapat dipahami sebagai dugaan sementara terhadap suatu permasalahan penelitian yang kebenarannya masih perlu dibuktikan melalui proses

pengumpulan dan analisis data empiris. Dengan kata lain, hipotesis berfungsi sebagai panduan awal dalam menjawab rumusan masalah yang telah dirancang oleh peneliti.

Berdasarkan teori, hasil penelitian terdahulu, serta kerangka berpikir yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. **H₁:** Tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi yang dilakukan oleh Generasi Z di pasar saham Indonesia.
2. **H₂:** Tujuan investasi yang dimiliki oleh Generasi Z berpengaruh terhadap keputusan mereka dalam memilih instrumen investasi di pasar saham Indonesia.
3. **H₃:** Pengaruh influencer melalui media digital berdampak terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar saham Indonesia.
4. **H₄:** Literasi keuangan, tujuan investasi, dan pengaruh influencer secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di pasar saham Indonesia.