



Analisis Faktor Minat Mahasiswa Generasi Z Kepulauan Bangka Belitung dalam Melakukan Investasi

Azizul

Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung

Lusi Olis Vera

Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung

Ganif Nur Annafi

Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung

Muhammad Umar Alfatih

Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung

Haikal Dwi Syahputra

Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung

Rahma

Politeknik Manufaktur Negeri Bangka Belitung

Alamat: Kawasan Industri Airkantung, Sungailiat, Bangka

Korespondensi penulis: lusi@polman-babel.ac.id

Abstrak. *The very rapid changes in financial management behavior in the younger generation, especially Generation Z, have become a very important topic and are widely discussed in various modern financial studies. This study aims to identify factors that can influence the younger generation to invest. This study was reviewed using several literature studies from various previous studies and questionnaires that we distributed to Generation Z, especially students. The main factors determining investment decisions of Generation Z studied in this study include how much knowledge they have about financial literacy so that it can be determined how their attitudes are in managing finances and how they perceive risk and other factors that can influence their decisions in investing such as demographic and social conditions. The findings that we found from the literature study show that Generation Z in developed countries are more interested in investment instrument securities that have a great impact on individuals and can provide very high profits to their users such as crypto and forex, while in developing countries they tend to invest in investment instruments that are safer to invest in such as gold, deposits, stocks, and bonds. In addition, the interest of the younger generation to invest is also greatly influenced by digital literacies that discuss the potential for very high profits from investment.*

Keywords: *Financial Literacy; Investment Interest; Investment Risk Perception*

Abstrak. Perubahan yang sangat pesat pada perilaku pengelolaan keuangan pada generasi muda khususnya Generasi Z telah menjadi topik yang sangat penting dan banyak dibicarakan dalam berbagai studi keuangan modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat para mahasiswa Generasi Z untuk berinvestasi. Penelitian ini dikaji dengan menggunakan metode kuantitatif berdasarkan beberapa studi literatur dari berbagai penelitian terdahulu dan kuisioner yang kami sebarakan kepada Generasi Z khususnya mahasiswa. Faktor-faktor utama penentu keputusan investasi Generasi Z yang dikaji dalam penelitian ini meliputi seberapa besar pengetahuan mereka terhadap literasi keuangan sehingga dapat ditentukan bagaimana sikap mereka dalam mengelola keuangan serta bagaimana persepsi mereka terhadap resiko serta faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam berinvestasi seperti kondisi demografis dan sosial. Temuan yang kami temukan dari studi literature menunjukkan bahwa Generasi Z di negara maju lebih tertarik pada sekuritas-sekuritas instrument investasi yang sangat berdampak terhadap individu dan dapat memberikan keuntungan yang sangat tinggi kepada penggunaanya seperti crypto dan forex, sementara itu, dinegara-negara berkembang mereka lebih cenderung untuk berinvestasi pada instrument-instrumen investasi yang lebih aman untuk diinvestasikan seperti emas, deposito, saham, dan obligasi. Selain itu, minat para generasi muda untuk berinvestasi juga banyak dipengaruhi oleh literasi-literasi digital yang membahas potensi-potensi keuntungan yang sangat tinggi dari investasi.

Kata Kunci: *Literasi Keuangan; Minat Investasi; Persepsi Resiko Investasi*

PENDAHULUAN

Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat jumlah investor saham yang naik secara signifikan dalam berapa tahun terakhir mayoritas adalah dari kalangan usia muda seperti generasi Milenial dan GenZ, pertumbuhan yang sangat signifikan pada minat investor muda ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat (RHB Trade Smart, 2024)

Perkembangan yang sangat signifikan ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi yang telah membawa perubahan yang sangat pesat terhadap perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan mereka terutama seperti yang sedang marak terjadi pada Generasi Z. Akhir-akhir ini, generasi ini sangat menunjukkan peningkatan yang sangat luar biasa pesat terhadap ketertarikan mereka dalam dunia investasi. Namun, meskipun minat mereka untuk melakukan investasi telah meningkat, tidak semua individu yang melakukan investasi benar-benar memahami terlebih dahulu sebelum mereka akan melakukan investasi

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada rentang tahun 1995 sampai pada tahun 2010, generasi ini dikenal oleh dunia sebagai generasi yang sangat terhubung dengan teknologi, multitasking, dan sudah terbiasa menerima informasi melalui media-media digital. Di setiap negara, Generasi Z memiliki kecenderungan yang berbeda-beda dalam keputusan investasi mereka, di negara-negara yang sudah maju, generasi ini lebih cenderung untuk melakukan investasi pada investasi-investasi yang berdampak dan dapat memberikan keuntungan yang tinggi terhadap investor seperti crypto maupun forex, sedangkan di negara-negara berkembang seperti Indonesia, para Generasi Z masih cenderung lebih berhati-hati sebelum mereka memilih instrumen investasi yang akan mereka investasikan seperti emas, deposito, dan reksa dana.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keingintahuan tim penulis terhadap dunia investasi yang semakin banyak diminati oleh kalangan remaja khususnya mahasiswa. Namun, muncul banyak sekali pertanyaan-pertanyaan yang muncul terkait faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi mereka khususnya para remaja untuk berinvestasi. Oleh karena itu, artikel ini dibuat dengan tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang menentukan minat mereka untuk melakukan investasi khususnya yang terjadi dikalangan Generasi Z. Menurut penelitian-penelitian sebelumnya banyak anak muda yang masih melakukan investasi karena takut ketinggalan (FOMO), oleh karena itu FOMO mendorong mereka untuk melakukan pembelian karena takut kehilangan sesuatu yang dianggap penting atau menarik (Norjanah et al., 2024), menurut (In et al., n.d.) fenomena kemunculan emosi Fear Of Missing Out (FOMO) pada investor Generasi Z pada sekuritas saham di Indonesia menyebabkan para investor membeli saham dalam jumlah besar tanpa mempertimbangkan resiko yang akan ditimbulkan pada saat membuat keputusan investasi, investor lebih cenderung untuk mengikuti kecemasan pribadi yang mereka alami ketika sedang membuat keputusan untuk melakukan investasi sehingga dapat menghasilkan keputusan investasi yang tidak rasional dan relevan.

KAJIAN TEORI

Pengertian Investasi

Investasi didefinisikan sebagai istilah yang berkaitan dengan keuangan dan ekonomi, yaitu akumulasi suatu bentuk aktiva dengan harapan akan mendapatkan keuntungan di masa mendatang. Sebelum mengenal investasi, banyak orang hanya menyisihkan uang dalam bentuk tabungan. Namun, dengan perkembangan zaman, cara tersebut mulai ditinggalkan dan diganti

dengan pembelian saham, obligasi, emas, serta reksadana yang lebih menjanjikan keuntungan di masa depan (Burhanudin et al., 2021).

Karakteristik Gen Z

Generasi Z adalah kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang sangat terhubung secara digital, menjadikan mereka generasi yang sangat melek teknologi sejak usia dini. Beberapa ciri khas utama Generasi Z menurut laporan (Mottola & Munson, 2023) antara lain: a. Melek Digital. Generasi Z dikenal sebagai *digitally savvy stakeholders*, yakni kelompok yang sangat fasih menggunakan teknologi dan aplikasi digital dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk keuangan dan investasi.; b. Multitasking dan Terpapar Informasi Digital. Mereka terbiasa mengakses berbagai sumber informasi secara bersamaan, terutama dari media sosial, internet, dan aplikasi finansial. Sebanyak 48% Gen Z menggunakan media sosial dan 47% menggunakan pencarian internet sebagai sumber utama informasi keuangan mereka.; c. Aktif di Media Sosial. Gen Z sangat mengandalkan media sosial seperti YouTube, Instagram dan TikTok. untuk belajar tentang keuangan. Meskipun demikian, mereka tetap lebih mempercayai informasi dari keluarga atau orang tua dibanding influencer.

Kecenderungan dalam Mengambil Keputusan Keuangan dan Investasi oleh Gen Z antara lain: a. Mulai berinvestasi sejak usia muda, bahkan sebelum umur 18 tahun, bisa jadi langkah bijak untuk masa depan. Dengan begitu, seseorang punya lebih banyak waktu untuk belajar, mencoba, dan menumbuhkan uangnya secara perlahan. Semakin cepat mulai, semakin besar juga potensi hasil yang bisa didapat di kemudian hari.; b. Sekarang ini, banyak anak muda cenderung memilih investasi digital seperti *crypto* dan saham. Mereka merasa lebih cocok dengan dunia digital yang sudah akrab di keseharian, ditambah lagi semuanya bisa diakses lewat aplikasi. Selain itu, informasi tentang investasi juga gampang ditemukan, jadi mereka lebih percaya diri untuk mencoba.; c. Anak muda, khususnya Gen Z, sering kali merasa takut ketinggalan tren, termasuk soal investasi. Banyak dari mereka yang akhirnya ikut-ikutan berinvestasi hanya karena lihat teman atau orang lain sudah duluan. Faktanya, setengah dari investor Gen Z pernah bilang kalau mereka mulai investasi cuma karena nggak mau merasa tertinggal.; d. Banyak anak muda mulai berinvestasi karena dorongan dari orang tua atau keluarga. Entah itu lewat cerita, saran, atau bahkan bantuan uang seperti diberi hibah atau warisan semua itu jadi bekal awal yang membantu mereka lebih mudah dan yakin untuk terjun ke dunia investasi.; e. Anak muda zaman sekarang cenderung lebih percaya diri soal urusan keuangan. Mereka nggak ragu ambil risiko saat berinvestasi, bahkan kadang lebih nekat dibanding generasi orang tua mereka. Buat mereka, coba-coba itu bagian dari proses belajar dan cari peluang.

Literasi Keuangan

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa pendidikan keuangan pada usia yang lebih muda memiliki efek positif pada perilaku keuangan di masa depan. (Ganefi & Lesmana, 2024) menemukan bahwa siswa yang terlatih atau berpendidikan secara finansial memiliki keterampilan yang lebih baik dalam mengelola uang dan keputusan investasi yang cerdas. Ini akan ditingkatkan oleh hasil pelayanan masyarakat pada boarding Islam Tarbiyatul Banin. Akibatnya, pelatihan kompetensi keuangan meningkatkan pemahaman peserta tentang konsep investasi, risiko dan manfaat instrumen keuangan seperti saham dan obligasi. Kapasitas keuangan juga penting untuk mengembangkan keterampilan analitik individu di pasar modal dan menentukan kendaraan investasi yang tepat. Literasi ini tidak hanya memungkinkan siswa untuk memahami bagaimana investasi bekerja, tetapi juga mempersiapkan mereka untuk menjeda risiko dan membuat keputusan strategis untuk masa depan.

Persepsi Risiko Investasi

Kesadaran risiko adalah salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi keputusan investasi, terutama di antara generasi muda seperti Generasi Z dan milenium. Persepsi risiko

dalam konteks investasi mengacu pada perspektif individu tentang potensi kerugian atau ketidakpastian dalam pengembalian investasi. Ini bahwa persepsi risiko terkait erat dengan pengalaman investasi seseorang. Sementara investor yang sudah berpengalaman melihat risiko sebagai ancaman utama, investor yang tidak berpengalaman memiliki persepsi risiko yang lebih tinggi (Burhanudin et al., 2021).

Faktor Psikologis: FOMO (Fear of Missing Out)

Laporan yang disusun oleh (Mottola & Munson, 2023) mengungkapkan bahwa FOMO merupakan faktor psikologis yang signifikan dalam mendorong Generasi Z untuk melakukan investasi, seringkali secara impulsif. FOMO atau Fear of Missing Out adalah rasa takut tertinggal dari tren atau peluang yang sedang ramai diperbincangkan. Bagi Generasi Z, FOMO menjadi salah satu faktor psikologis utama yang memengaruhi keputusan mereka untuk berinvestasi, sering kali secara impulsif dan tanpa pertimbangan risiko yang matang.

Sebanyak 50% investor Gen Z mengatakan mereka pernah membuat keputusan investasi yang didorong oleh FOMO. Jenis investasi yang paling sering dilakukan karena FOMO oleh Gen Z adalah Cryptocurrency (57%) dan Saham Individu (32%). Artinya, FOMO mendorong mereka mengejar potensi keuntungan tinggi tanpa analisis risiko yang memadai, apalagi jika didorong oleh tren di media sosial atau testimoni dari influencer. Fenomena kemunculan emosi Fear of Missing Out (FOMO) pada investor Generasi Z pada sekuritas saham di Indonesia menyebabkan para investor pemula membeli saham dalam jumlah besar tanpa mempertimbangkan risiko.

Pengaruh Sosial dan Media Sosial

Weinbrenner menyoroti bahwa media sosial, teman dan influencer adalah sumber utama informasi gen Z dan validasi pada pertemuan keputusan investasi. Generasi ini sebagai penduduk asli digital sangat terhubung ke media sosial dan biasanya mencari saran investasi pada platform seperti Instagram, Tiktok, YouTube dan banyak lagi. Selain mendapatkan informasi pasif, dan juga dapat secara aktif berpartisipasi dalam influencer keuangan dan mendiskusikan masalah investasi (Weinbrenner, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Analisis Kuantitatif yang dianalisis menggunakan teknik statistik. Teknik penumpukan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner berbasis Google Form. Data Primer dibagikan secara daring kepada mahasiswa dengan Generasi Z yang berada dikeulauan Bangka Belitung. Jumlah responden sebanyak 39 orang yang dipilih melalui purposive sampling, dengan kriteria responden penelitian ini adalah mahasiswa aktif dari berbagai universitas di Bangka Belitung. Kelompok usia responden termasuk Generasi Z, yang tumbuh di era digital dan memiliki akses yang luas ke informasi, termasuk tentang investasi. Oleh karena itu, kami memilih kelompok ini karena mereka adalah generasi yang tumbuh di era digital.

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang terdiri dari dua bagian utama. Bagian pertama mengumpulkan data demografis dari responden, termasuk jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan terakhir mereka. Tujuan dari bagian ini adalah untuk mendapatkan gambaran umum tentang latar belakang responden.

Fokus penelitian, perilaku investasi Generasi Z, dibahas dalam bagian kedua kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan ini mencakup empat elemen utama: pengetahuan tentang investasi, pengalaman berinvestasi, persepsi terhadap risiko investasi, dan minat dan keinginan untuk melakukan investasi. Tujuan dari keempat aspek ini adalah untuk menentukan seberapa baik pemahaman dan keterkaitan mereka dengan subjek penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN



Dari 39 orang partisipan yang mengikuti survey ini, terdapat 69,2% orang berjenis kelamin Laki laki dan 30,8% Perempuan yang menjawab Kuesioner ini. Dalam penyajian hasil survey ini, kami menggunakan diagram lingkaran dan diagram batang untuk menyajikan data-data yang dihasilkan, hal ini penulis lakukan agar penulis dapat memperjelas kembali perbandingan proporsi data yang didapatkan sehingga dapat mempermudah para pembaca dalam memahami data-data yang disajikan.

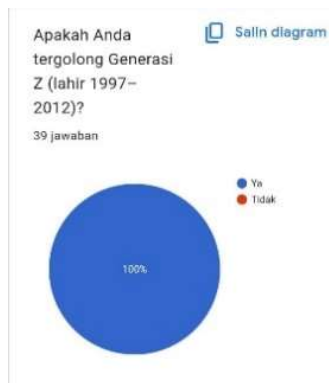


Dari Total 39 responden, sebanyak 81,6% responden masih berada pada usia dibawah 18 tahun, dan responden sebanyak 7,9% berada pada rentang usia 22-28 tahun, sedangkan yang berusia 22-28 tahun memiliki presentase yang cukup kecil yaitu 10,5%. Dari keterangan kategori mayoritas mempertegas bahwa partisipan dalam survey ini masih berada pada usia <18.

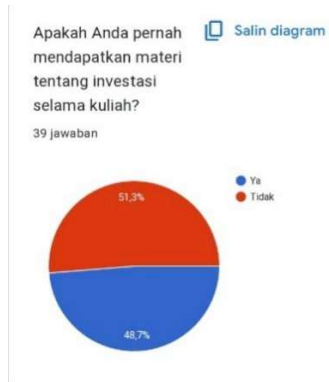


Dari 39 responden, terdapat sebanyak 56,4% orang merupakan lulusan atau sedang menempuh pendidikan untuk Strata 1 (S1), kemudian diikuti oleh orang yang merupakan lulusan atau sedang menempuh pendidikan Diploma 4 (D4) sebanyak 12,8%, Diploma 3 (D3) sebanyak

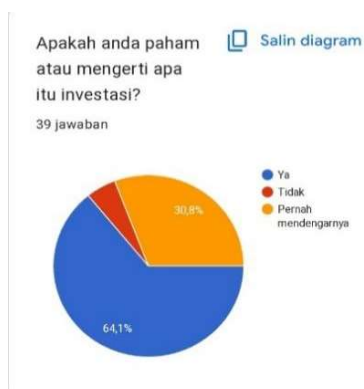
10,3%, dan 7,7% orang merupakan lulusan atau sedang menempuh pendidikan Strata 2 (S2), sedangkan orang yang masih merupakan lulusan SMA/SMK sebanyak 7,9% orang.



Dari 39 responden, keseluruhan responden menyatakan bahwa mereka tergolong dalam Generasi Z, dari data ini, dapat kita indikasikan bahwa keseluruhan sampel yang diambil untuk penelitian ini termasuk kedalam Generasi Z berdasarkan tahun generasi yang sedang diteliti.

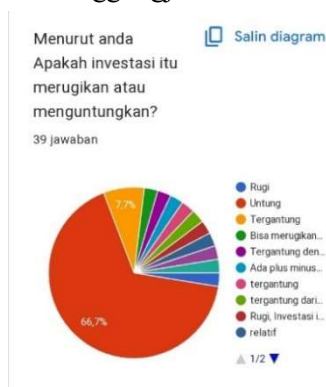


Dari 39 orang responden, terdapat sebanyak 51,3% orang mengatakan ya sedangkan 48,7% orang responden lainnya mengatakan tidak, dari presentase data yang hampir seimbang ini dapat mengindikasikan perbedaan-perbedaan minat mahasiswa dalam mencari materi tambahan diluar kelas walaupun bukan termasuk dalam bidang studinya.

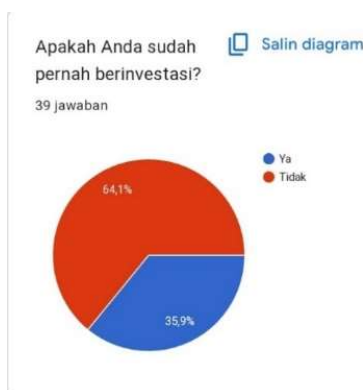


Dari total 39 responden, terdapat sebanyak 64,1% orang responden menyatakan bahwa mereka sudah memahami bagaimana konsep investasi itu bekerja. 30,8% orang responden lainnya mengaku belum dapat memahami konsep investasi, berdasarkan presentase data hasil survey ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa sudah memiliki kesadaran penuh untuk mengelola keuangannya dengan melakukan investasi walaupun sepertiga responden lainnya mengaku belum memahami konsep investasi, hal ini mengindikasikan bahwa perlunya untuk meningkatkan

literasi investasi yang lebih aktif terhadap para generasi muda, tujuan edukasi ini tidak hanya untuk mendorong mereka untuk melakukan investasi tapi juga agar dapat menumbuhkan kesadaran mereka untuk bijak dan tanggungjawab dalam mengelola keuangan pribadi mereka.



Sebanyak 66,7% orang responden Menyatakan bahwa investasi itu menguntungkan sedangkan sisanya banyak yang menyatakan bahwa tergantung, relative atau bahkan Rugi, jawaban ini menunjukkan bahwa banyak diantara mahasiswa yang optimis dengan kegiatan investasi, namun, dengan adanya jawaban lain seperti rugi, tergantung, ada plus minus, dan pertanyaan-pertanyaan lain menunjukkan bahwa diantara mereka ada beberapa yang sudah mulai sadar dengan resiko pasar.



Sebanyak 35,9% Responden menyatakan bahwa mereka pernah melakukan investasi dan sebanyak 64,1% menyatakan belum pernah sama sekali melakukan investasi, hal ini sangat menunjukkan bahwa minimnya pengetahuan literasi keuangan mereka sehingga mereka masih belum ingin untuk melakukan investasi.



Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil survey terdapat generasi muda khususnya mahasiswa, terdapat beberapa jenis instrument investasi yang sangat diminati oleh para mahasiswa, dari total responden yang ada, sebanyak 21 orang responden (53,8%) menyatakan bahwa mereka belum pernah melakukan kegiatan investasi dimanapun, hal ini menunjukkan bahwa sebanyak separuh orang yang berpartisipasi dalam survey belum pernah melakukan investasi sama sekali. Selanjutnya, terdapat beberapa jenis instrument investasi yang sangat populer sekali diantara responden yang ada, sebanyak 12 orang responden (30,8%) memilih untuk aktif berinvestasi pada instrument emas, hal ini dikarenakan emas merupakan salah satu jenis instrument investasi yang harganya relatif stabil dan sangat mudah dimiliki baik itu secara fisik maupun investasi secara digital, selain itu, terdapat 10 orang responden (25,6%) memilih untuk tertarik berinvestasi pada instrument saham. Sementara itu, terdapat 7 orang responden (17,9%) menyatakan bahwa mereka tertarik untuk berinvestasi pada investasi kripto, hal ini mencerminkan bahwa saat ini tren digitalisasi investasi sudah mulai diminati oleh para generasi muda mengingat kripto merupakan salah satu investasi digital yang dapat memberikan keuntungan yang cukup besar walaupun dengan resiko yang tergolong cukup tinggi. Sedangkan pada unit investasi Reksadana, terdapat 3 orang responden (7,7%) yang memilih untuk berinvestasi pada instrument investasi reksadana, hal ini dikarenakan minimnya sosialisasi dan edukasi yang seharusnya dilakukan oleh para pemangku kepentingan yang ditugaskan oleh negara untuk mengelola investasi yang ada di Indonesia.



Sebanyak 21 orang dari 39 orang (53,8%) responden mahasiswa memilih jawaban ingin mendapatkan keuntungan sebagai alasan mereka yang paling utama dalam memutuskan untuk

berinvestasi, selain alasan tersebut, sebanyak 11 orang responden (28%) menyatakan bahwa mereka ingin melakukan investasi dikarenakan oleh karena mereka didorong oleh rasa penasaran mereka terhadap dunia investasi sehingga dapat menarik minat mereka untuk melakukan experiment secara pribadi terhadap dunia investasi untuk memenuhi rasa penasaran mereka. Selanjutnya, terdapat 3 orang responden (7,7%) yang menyatakan bahwa mereka belum pernah melakukan investasi, 2 orang responden (5,1%) mengaku terdorong ingin melakukan investasi karena terdorong oleh pengaruh teman yang mendorongnya untuk melakukan investasi dan isu-isu ekonomi yang sering kali dibicarakan oleh para influencer-influencer, 1 orang responden (2,6%) mengatakan gabut, 1 orang responden (2,6%) mengatakan belum mau, dan 1 orang responden (2,6%) mengatakan sebagai modal untuk masa depan.



Berdasarkan data yang kami dapatkan di lapangan, sebagian responden (27 orang responden atau 69,2%) mengatakan bahwa mereka belum memiliki modal sebagai alasan utama mereka belum melakukan investasi, hal ini menjadi suatu kendala utama yang dialami oleh mahasiswa mengingat kebanyakan mahasiswa belum memiliki penghasilan tetap sendiri sehingga mereka belum mau untuk melakukan investasi, selain itu, terdapat 13 orang responden (33,3%) memilih opsi tidak mengerti sehingga mereka tidak melakukan investasi, hal ini sangat mencerminkan minimnya pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap literasi keuangan dan mekanisme investasi sehingga masih menghambat mereka untuk melakukan investasi.

Selain itu, terdapat beberapa faktor psikologis yang masih menghambat mereka dalam memutuskan untuk berinvestasi, dari total keseluruhan partisipan yang berpartisipasi dalam survey ini, terdapat 12 orang responden (30,8%) memilih opsi takut rugi, hal ini menunjukkan masih adanya kekhawatiran yang tinggi akan resiko pasar yang masih dialami oleh para generasi muda dikarenakan minimnya literasi keuangan yang mengedukasi pentingnya mengelola keuangan dengan cara menginvestasikan beberapa uang mereka sebagai modal untuk masa depan mereka.

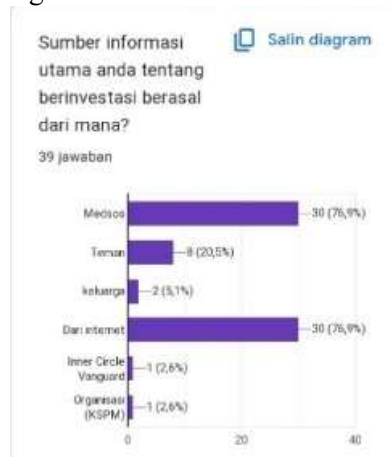


Dari total 39 orang responden, terdapat sebanyak 79,5% orang Responden menyatakan bahwa mereka mungkin akan tertarik untuk berinvestasi dimasa yang akan datang, 12,8% orang mengatakan tertarik untuk berinvestasi dimasa yang akan datang, sedangkan 7,7% orang lainnya mengatakan tidak berminat untuk melakukan investasi dimasa yang akan datang, dengan dominasi responden sebanyak 79,5% orang yang mengatakan bahwa mereka mungkin akan tertarik untuk berinvestasi dimasa yang akan datang, hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa sudah berada dalam tahap pertimbangan untuk tertarik dalam berinvestasi di masa mendatang. Sikap yang masih bimbang ini dapat juga dipengaruhi oleh ketidaktahuan mereka mengenai instrument-instrumen investasi ayng disebabkan oleh ketidak pastian kondisi ekonomi dimasa yang akan datang, berbeda dengan dua reponden lainnya, terdapat 12,8% responden menyatakan Ya, hal ini mencerminkan bahwa sekelompok kecil mereka telah memiliki keyakinan dan rencana yang matang untuk melakukan investasi, selain itu, terdapat 7,7% orang responden mengatakan bahwa mereka tidak tertarik untuk melakukan investasi dimasa yang akan datang, hal ini menunjukkan bahwa masih adanya sekelompok mahasiswa yang masih tidak tertarik untuk melakukan investasi dikarenakan beberapa faktor.



Dari 39 orang responden, motivasi Generasi Z yang ingin melakukan investasi adalah Rasa ingin tahu 79%, Ingin cepat Kaya 25%, Fomo 12%, pengaruh keluarga 5,1%, belajar 2,6% dan interest sebanyak 2,6% orang responden. Temuan ini mengungkapkan bahwa dengan dominasi partisipan yang memilih pilihan “Rasa Ingin Tahu” sebanyak 79,5% orang mengindikasikan bahwa banyak diantara generasi muda khususnya pada kalangan mahasiswa menganggap investasi hanya sebatas sarana pembelajaran saja bukan sebagai sebuah instrument investasi yang dapat memberikan dampak yang sangat signifikan bai terhadap diri sendiri maupun bangsa dan negara, sementara itu, motifasi “Ingin Cepat Kaya” yang dipilih oleh sebanyak 25,6% partisipan

mencerminkan bahwa adanya ekspektasi yang tidak realistis dan sedang berkembang dikalangan anak muda, hal ini dapat berpotensi dapat memicu resiko investasi yang spekulatif jika mereka tidak dapat mengimbangnya dengan pemahaman-pemahaman yang memadai tentang investasi. Selain itu, dengan adanya partisipan yang memilih pilihan “FOMO” sebanyak 12,8% dan pilihan “Pengaruh Keluarga” sebanyak 5,1% orang responden menunjukkan bahwa faktor lingkungan dan sosial juga dapat memengaruhi mereka dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi. Namun, pilihan yang memiliki presentase paling rendah jatuh pada opsi “Belajar” sebanyak 2,6% dan opsi “Interest” sebanyak 2,6% orang responden, hal ini mengisyaratkan minimnya minat generasi muda terhadap keinginan mereka terhadap pembelajaran yang berkaitan dengan instrumen investasi dan pengelolaan keuangan.



Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka mendapatkan informasi terkait investasi itu banyak pada platform media sosial dan internet yaitu sebanyak 76,9% orang responden sedangkan melalui Teman 20,5% orang responden, keluarga 5,1% orang responden, Inner Circle Vanguard sebanyak 2,6% orang responden, dan melalui organisasi (KSPM) sebanyak 2,6% orang responden, berdasarkan data ini, banyak diantara para generasi muda khususnya mahasiswa yang lebih mengandalkan informasi yang bersumber dari media sosial daripada interaksi secara personal, oleh karena itu pentingnya bagi para pemangku kepentingan seperti KSPM untuk lebih mengoptimalkan platform-platform digital untuk menyebarkan materi-materi investasi.



Dalam pengambilan Keputusan untuk melakukan investasi, Pengaruh dari orang sekitar terhadap keputusan mereka dalam berinvestasi tidak terlalu berpengaruh tetapi bukan berarti pengaruh orang sekitar mereka tidak ada hubungannya.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari 39 responden data di atas, mayoritas mahasiswa berusia 18–22 tahun dan menyatakan tergolong dalam Generasi Z. Sebanyak 48% responden pernah mendapatkan materi investasi selama kuliah.

Sebagian besar responden menyatakan memahami dasar investasi, dengan mayoritas menganggap investasi bersifat menguntungkan namun tergantung pada jenis instrumen yang dipilih. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki pandangan realistis terhadap keuntungan dan risiko yang mungkin terjadi dalam aktivitas investasi.

Sekitar 64% responden mengaku pernah berinvestasi, terutama pada saham, kripto, dan emas. Motivasi mereka dalam berinvestasi didominasi oleh rasa ingin tahu, keinginan memperoleh keuntungan, dan pengaruh dari media sosial atau lingkungan sekitar. Sementara itu, bagi yang belum berinvestasi, alasan utama adalah tidak memiliki modal yang cukup dan kurangnya pemahaman tentang cara memulai investasi.

Dalam hal minat terhadap investasi, sekitar 79% responden menyatakan sangat tertarik untuk mulai berinvestasi dalam Masa yang akan mendatang. Sumber informasi utama tentang investasi berasal dari media sosial, internet, dan teman. Pengaruh sosial seperti ajakan teman, pengalaman keluarga, dan paparan dari media sosial cukup tinggi, terlihat dari rata-rata skor 3–5 pada skala pengaruh sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa minat mahasiswa Generasi Z yang ada di Bangka Belitung terhadap investasi itu sangat tinggi, namun belum sepenuhnya diimbangi dengan pengetahuan dan pemahaman yang baik tentang konsep dan resiko dalam berinvestasi. Banyak dari mahasiswa Generasi Z berinvestasi karena rasa ingin tahu, ingin cepat mendapatkan keuntungan yang tinggi dan FOMO, bukan karena didasari oleh perencanaan keuangan yang matang. Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa belum pernah mencoba berinvestasi secara langsung, dengan alasan belum memiliki modal dan belum memahami cara kerja investasi. Selain itu faktor psikologis dan sosial dan juga media sosial juga mempengaruhi sifat mahasiswa dalam berinvestasi. Meskipun demikian banyak responden yang memiliki ketertarikan untuk memulai berinvestasi dimasa yang akan mendatang. Hal ini menunjukkan bahwa ada potensi besar dari kalangan mahasiswa terutama Generasi Z jika dibekali dengan edukasi yang tepat. Temuan ini menggaris bawahi bahwa investasi sudah mulai menjadi perhatian di kalangan generasi muda, namun masih diperlukan bimbingan agar minat tersebut dapat berkembang menjadi kebiasaan finansial yang sehat dan berkelanjutan. Dengan dorongan yang tepat, Generasi Z memiliki peluang besar untuk menjadi generasi yang melek finansial, mampu mengelola keuangan pribadi secara bijak, dan memanfaatkan investasi sebagai jalan untuk mencapai kebebasan finansial di masa depan.

Berdasarkan temuan penelitian ini sangat disarankan agar pihak kampus, komunitas investasi, maupun Lembaga keuangan mulai aktif memberikan edukasi tentang investsasi kepada mahasiswa terutama Generasi Z. Edukasi ini tidak hanya sebatas teori tetapi juga harus bersifat praktis, menarik dan relevan dengan kehidupan mahasiswa dan tidak lupa melakukan pendekatan menggunakan media sosial karena mayoritas mahasiswa kebanyakan menggunakan media sosial untuk mencari informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhanudin, H., Mandala Putra, S. B., & Hidayati, S. A. (2021). PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MANFAAT INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI, MODAL MINIMAL INVESTASI DAN RETURN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram). *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(1), 15–28. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i1.137>
- Ganefi, H. S., & Lesmana, A. S. (2024). Edukasi Keuangan Pelajar: Pengenalan Investasi Pada Generasi Z Untuk Mencapai Tujuan Keuangan. *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 3(2), 141–149. <https://doi.org/10.37905/ljpmt.v3i2.26923>
- Putri, R.A., Wahyudi, S. (2024) *THE INFLUENCE OF FoMO ON INVESTOR INVESTMENT DECISION*. *International Conference on Law and Social Science*, 1–14.
- Mottola, G., & Munson, R. (2023). Gen Z and Investing: Social Media, Crypto, FOMO, and Family. *CFA Institute, May*, 1–16.
- Norjanah, N. F., Usman, O., & Fawaiq, M. (2024). Pengaruh Social Media Influencer dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Reksadana oleh Generasi Z yang Dimediasi oleh FOMO. *Lancah*, 2(2), 630–638.
- 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*.
- RHB Trade Smart (2024). Gen Z dan Milenial Mulai Investasi Saham, Ini Fenomenanya. Available at: <https://rhbtradesmart.co.id/article/gen-z-dan-milenial-mulai-investasi-saham-ini-fenomenanya1/>