



PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RETURN TERHADAP MINAT GEN Z DALAM BERINVESTASI SYARIAH MELALUI APLIKASI BIBIT

Akifah Nurjannah¹, & Miftahkhus Surur²

^{1&2}*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tazkia*

Email : akifahnurjannah@gmail.com, miftakh@tazkia.ac.id

ABSTRAK

Saat ini perkembangan investasi telah mengalami peningkatan yang signifikan akibat berkembangnya teknologi digital. Munculnya berbagai platform investasi online semakin memudahkan masyarakat dalam berinvestasi termasuk dalam berinvestasi syariah. Melanjutkan keterbatasan studi dalam mengkonfirmasi pengaruh minat Gen Z dalam berinvestasi syariah melalui platform aplikasi bibit menjadi kontribusi yang diharapkan dalam studi ini. Sehingga studi ini bertujuan menguji pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan dan persepsi *return* terhadap minat Gen Z dalam berinvestasi syariah melalui aplikasi bibit. Untuk hal tersebut studi ini menggunakan desain kuantitatif dengan 239 sampel yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*, dimana data dikumpulkan melalui kuesioner dengan *google form* dan disebarakan kepada Gen Z. Tanggapan responden dianalisis dengan analisis deskriptif dan analisis statistik menggunakan metode SEM pada SEM-PLS. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan dan persepsi *return* berpengaruh positif terhadap minat Gen Z dalam berinvestasi syariah melalui aplikasi bibit.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi *Return*, Minat Investasi, Gen Z.

ABSTRACT

Currently, the development of investment has experienced a significant increase due to the development of digital technology. The emergence of various online investment platforms has made it easier for people to invest, including in investing in sharia. Continuing the limitations of the study in confirming the influence of Gen Z's interest in investing in sharia through the seed application platform is an expected contribution in this study. So this study aims to test the influence of financial literacy, perception of convenience and perception of return on Gen Z's interest in investing in sharia through the application of seeds. For this reason, this study used a quantitative design with 239 samples selected through purposive sampling techniques, where data was collected through a questionnaire with a google form and distributed to Gen Z. Respondents' responses were analyzed by descriptive analysis and statistical analysis using the SEM method in SEM-PLS. The results of the analysis show that financial literacy, perception of convenience and perception of return have a positive effect on Gen Z's interest in investing in sharia through the seed application.

Keywords : Financial Literacy, Perception of Convenience, Perception of Return, Investment Interest, Gen Z.

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan investasi telah mengalami peningkatan yang signifikan akibat berkembangnya teknologi digital. Munculnya berbagai platform investasi online semakin memudahkan masyarakat dalam berinvestasi termasuk dalam berinvestasi syariah. *Financial technology* atau sering disebut sebagai *fintech*, hadir sebagai inovasi perkembangan dalam aspek perekonomian. Tujuan *fintech* adalah membuat operasi organisasi keuangan lebih efisien. Berdasarkan peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, *Fintech* menggabungkan manajemen risiko dan investasi dengan bertindak sebagai asisten untuk memfasilitasi perencanaan keuangan pengguna (Firdhausa & Apriani, 2021).

Menurut Tandelilin, investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa datang (Nurfadilah et al, 2022).

Menurut ekonomi syariah, investasi adalah menempatkan dana dengan tujuan mendapatkan keuntungan dengan cara dan berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Inayah, 2020). Dalam Islam, investasi yang sesuai dengan syariat Islam memiliki beberapa kriteria yaitu investasi yang halal dan tidak mengandung *riba*, *maysir* dan *gharar*.

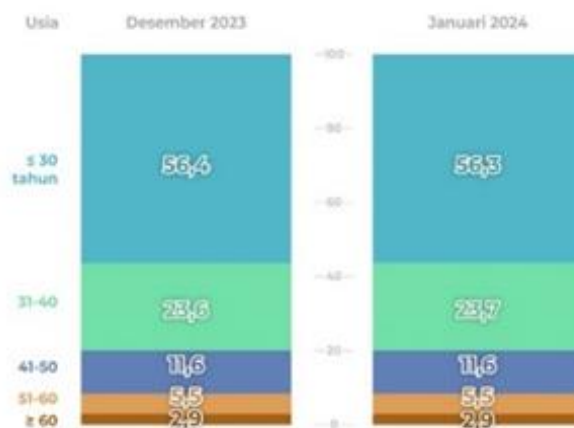
Berdasarkan lansiran situs IDX *Islamic*, pada tahun 2021 jumlah investor syariah di Indonesia mencapai 105.174 investor. Kemudian mengalami kenaikan sekitar 12% menjadi 117.942 investor pada tahun 2022. Kemudian sampai kuartal pertama 2023, investor syariah mengalami kenaikan lagi menjadi 120.530. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia (BEI), jumlah investor pasar modal syariah mencapai 167.552 per November 2024. Jumlah tersebut meningkat 21% dibandingkan Desember 2023. Angka-angka tersebut mengindikasikan bahwa jumlah investor syariah selalu mengalami tren naik dari waktu ke waktu sehingga kemungkinan besar akan terus bertambah ke depannya.

Gambar 1. Demografi Investor Individu

Gen Z Dominasi Investasi

Kesadaran untuk berinvestasi sedini mungkin semakin tinggi. Terlihat dari dominasi investor usia 30 tahun ke bawah (Generasi Z) di bursa Indonesia.

Demografi Investor Individu (%)



Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia

datanesia

Sumber : Datanesia (2024)

Mengutip data dari PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), Saat ini Gen Z mulai mendominasi jumlah investor individu di pasar modal Indonesia. Jumlah Gen Z yang menjadi investor mencapai 56,4% dari total 12 juta lebih investor individu. Generasi Z atau Gen Z merupakan

penduduk yang lahir atau generasi yang lahir di tahun 1995 hingga 2010. Minat berinvestasi ini tampaknya semakin tinggi di kalangan Gen Z. Pertumbuhan investor di kalangan Gen Z juga menunjukkan bahwa mereka memiliki ketertarikan mengenai investasi dan keuangan.

Gambar 2. Top 5 Digital Investment Platforms



Sumber : Jakpat (2024)

Berdasarkan survei Jakpat yang berjudul *Indonesia Investment Trends* mengungkapkan bahwa penduduk Indonesia paling banyak menggunakan aplikasi Bibit untuk berinvestasi secara digital. Bibit bahkan menjadi aplikasi utama dalam tiga instrumen investasi sekaligus, yaitu reksa dana, saham, dan obligasi. Bibit adalah aplikasi investasi digital yang dapat membantu investor pemula untuk mulai berinvestasi. Sejak 2019, Bibit dikenal sebagai aplikasi investasi online yang memudahkan masyarakat untuk membeli produk-produk investasi terbaik dengan aman, mudah, dan dengan modal minimal sepuluh ribu. Bibit juga mendapatkan penghargaan *WealthTech of the Year* dalam *Asia FinTech Awards 2024* yang membuat Bibit memperkuat reputasinya sebagai aplikasi investasi digital di Indonesia. Untuk mendukung perkembangan minat gen Z dalam berinvestasi syariah, perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang mendorong minat gen Z ini untuk berinvestasi syariah. Ada banyak faktor yang mempengaruhi minat gen Z dalam berinvestasi syariah. Diantaranya

adalah tingkat literasi keuangan, persepsi kemudahan dan persepsi return.

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2024 yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan indeks literasi keuangan penduduk Indonesia sebesar 65,43 persen, sementara indeks inklusi keuangan sebesar 75,02 persen. Sedangkan indeks literasi keuangan syariah penduduk Indonesia sebesar 39,11 persen dan indeks inklusi keuangan syariah sebesar 12,88 persen. Pada tahun 2019 indeks literasi keuangan syariah penduduk Indonesia sebesar 9 persen dan meningkat menjadi 39 persen pada tahun 2024. Survei ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah penduduk indonesia mengalami peningkatan.

Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan

keuangan masyarakat. Literasi keuangan dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat untuk berinvestasi (Farizi & Galuh, 2024).

Dalam konteks penggunaan aplikasi investasi reksa dana Bibit, persepsi kemudahan merupakan keyakinan pengguna bahwa aplikasi Bibit mudah untuk dipahami serta digunakan dalam melakukan transaksi baik pembelian maupun penjualan reksa dana secara online. Pada persepsi kemudahan, apabila individu meyakini bahwa suatu teknologi tidak menyusahkan atau dengan kata lain mudah pendaagunaannya, maka individu tersebut tentunya akan menggunakan suatu sistem teknologi, demikian pula sebaliknya (Wulandari & Diatmika, 2024).

Seseorang dalam berinvestasi tentu akan mengharapkan imbal hasil atau *return*. Dengan demikian, *return* dapat dikatakan sebagai alasan utama yang mampu memicu seseorang untuk melakukan investasi demi memperoleh keuntungan di masa mendatang. Dalam berinvestasi reksa dana menggunakan aplikasi Bibit, investor tentu mengharapkan *return* atas dana yang telah ditanamkan, sehingga persepsi *return* diduga sebagai faktor yang dapat memicu seseorang untuk berinvestasi reksa dana menggunakan aplikasi Bibit (Wulandari & Diatmika, 2024).

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat, yang dimaksud dengan Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Gerakan FIRE (*Financial Independence, Retire Early*), mengemukakan bahwa tingkat literasi keuangan yang baik sangat diperlukan untuk mencapai tujuan keuangan

seseorang (Ratmoro, 2023).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) literasi keuangan masyarakat Indonesia dibagi dalam empat bagian yaitu sebagai berikut:

1. *Well Literate*, yaitu kategori penduduk yang memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produknya termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait jasa keuangan dan produknya serta mewakili keterampilan dalam menggunakan jasa dan produk keuangan.
2. *Sufficient Literate*, yaitu kategori penduduk yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang adanya jasa keuangan serta produknya termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait jasa dan produk keuangan.
3. *Less Literate*, yaitu kategori penduduk yang hanya memiliki pengetahuan tentang adanya lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
4. *Not Literate*, yaitu kategori penduduk yang tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan dan produknya serta penduduk tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan jasa keuangan dan produknya.

Seseorang yang memiliki pengetahuan tentang investasi cenderung akan melakukan investasi. Dari pengetahuan yang dimiliki seseorang tersebut dapat berguna untuk mengelola investasinya agar apa yang diharapkan dapat tercapai. Apabila semakin tinggi pengetahuan seseorang atas investasi, maka ketertarikan atas investasi tersebut juga tinggi pula (Anggryani & Surur, 2024).

Menurut Savanah & Takarini (2021), berikut indikator-indikator yang dapat digunakan dalam literasi keuangan:

1. Pengetahuan tentang pengelolaan atau manajemen keuangan, indikator ini mencakup kemampuan menyusun anggaran yang realistis, mencatat keuangan secara teratur, mengelola

utang dengan bijak, dan memahami risiko keuangan.

2. Pengetahuan tentang perencanaan keuangan, indikator ini menunjukkan kemampuan seseorang dalam merencanakan keuangan untuk mencapai tujuan-tujuan finansial.
3. Pengetahuan tentang pengeluaran dan pemasukan, indikator ini menunjukkan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan.
4. Pengetahuan tentang tabungan dan investasi, indikator ini menunjukkan pemahaman seseorang tentang pentingnya menabung dan berinvestasi untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang.

Sihabudin & Fauji (2022) pada penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *influencer* dan literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan *influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan adalah tingkat keyakinan seseorang yakni dalam penggunaan teknologi untuk mengurangi upaya yang berlebihan. Pada *Technology Acceptance Model* (TAM), kemudahan penggunaan merupakan sesuatu yang mencerminkan keyakinan pengguna bahwa suatu sistem informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan tanpa banyak usaha. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut sering digunakan, dapat dikenali, dan mudah digunakan oleh pengguna (Mahardhika, 2019).

Persepsi kemudahan merupakan sistem atau teknologinya yang dapat digunakan secara mudah. Sehingga persepsi

kemudahan berkaitan dengan keyakinan seseorang terhadap sejauh mana penggunaan sistem tertentu dapat dilakukan tanpa memerlukan upaya yang berlebihan. Seseorang yang memiliki tingkat kepercayaan bahwa suatu teknologi mudah untuk dioperasikan, maka seseorang akan cenderung berniat untuk menggunakan teknologi tersebut (Ratmoro, 2023).

Jika dalam berinvestasi digital dapat memberikan kemudahan dalam penggunaannya maka hal ini sesuai dengan yang dijelaskan didalam surat Al-Baqarah ayat 185 :

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ
وَيَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَى وَالْفُرْقَانِ ۚ فَمَن شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ
فَلْيَصُمْهُ ۗ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ
أَيَّامٍ أُخَرَ ۗ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ
وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَيْتُمْ
وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿١٨٥﴾

Artinya : (Beberapa hari yang ditentukan itu ialah) bulan Ramadhan, bulan yang di dalamnya diturunkan (permulaan) Al Quran sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang hak dan yang bathil). karena itu, Barangsiapa di antara kamu hadir (di negeri tempat tinggalnya) di bulan itu, Maka hendaklah ia berpuasa pada bulan itu, dan Barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (lalu ia berbuka), Maka (wajiblah baginya berpuasa), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur. (Q.S. Al-Baqarah ayat 185)

Perceived ease of use adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan. *Perceived ease of use* dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti

kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis, dan ketersediaan sumber daya. Wicaksono (2022), beberapa hal yang diukur dalam *perceived ease of use* antara lain:

1. Kemudahan belajar

Kemudahan belajar adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah dipelajari. Kemudahan belajar terkait dengan desain antarmuka dan fitur teknologi yang memfasilitasi pembelajaran pengguna.

2. Kemudahan penggunaan

Kemudahan penggunaan adalah persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah digunakan setelah dipelajari. Kemudahan penggunaan terkait dengan efisiensi dan kemudahan navigasi pada antarmuka teknologi.

3. Ketersediaan dukungan teknis

Ketersediaan dukungan teknis adalah persepsi individu tentang ketersediaan bantuan teknis ketika pengguna mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi. Ketersediaan dukungan teknis dapat mempengaruhi persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan teknologi.

4. Ketersediaan sumber daya

Ketersediaan sumber daya adalah persepsi individu tentang ketersediaan sumber daya seperti komputer, perangkat lunak, dan jaringan internet. Ketersediaan sumber daya dapat mempengaruhi persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan teknologi.

Menurut Joan & Sitinjak (2019), Adapun indikator-indikator dari persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari (*easy to learn*), mengacu pada kemudahan seseorang dalam memahami informasi dalam penggunaan suatu sistem.
2. Dapat dikontrol (*controllable*), suatu hal yang dapat dikontrol berarti pengguna memiliki kemampuan untuk mengatur

elemen-elemen di dalamnya.

3. Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), mengacu pada kejelasan informasi atau instruksi yang diberikan.
4. Fleksibel (*flexible*), fleksibel berarti dapat disesuaikan dengan berbagai situasi atau kebutuhan. Suatu hal yang fleksibel dapat digunakan dalam berbagai kondisi dan dapat dimodifikasi untuk memenuhi tujuan yang berbeda.
5. Mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*), kemudahan seseorang dalam mencapai tingkat keahlian dalam melakukan suatu hal.
6. Mudah digunakan (*easy to use*), mengacu pada kemudahan seseorang dalam menggunakan suatu alat, perangkat, atau sistem. Semakin mudah suatu hal digunakan, semakin sedikit waktu dan usaha yang diperlukan untuk mengoperasikannya.

Nurfadilah et al, (2022) pada penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, modal minimal dan kemajuan teknologi terhadap minat investasi online. Hasil pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dilaksanakan dalam penelitian menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat investasi online. Wulandari & Diatmika (2024) dalam penelitian pengaruh dari persepsi kemudahan, persepsi risiko, persepsi *return*, serta *social influence* terhadap penggunaan aplikasi investasi reksa dana Bibit menunjukkan adanya pengaruh yang positif serta signifikan terhadap penggunaan aplikasi investasi reksa dana Bibit.

Persepsi Return

Persepsi adalah aktivitas mengklasifikasikan, menafsirkan, menganalisis, dan mengintegrasikan rangsangan yang dikirimkan oleh organ indra dan otak. Definisi lain menyatakan bahwa persepsi adalah cara seseorang melihat sesuatu. Strategi ini muncul dari cara seseorang mengatur berbagai informasi yang

mereka anggap relevan dan kemudian menarik kesimpulan dari pengorganisasian informasi tersebut (Sukma et al, 2022).

Return merupakan hasil yang diperoleh dari penanaman modal dalam sebuah investasi. Investasi dalam perspektif ekonomi Islam tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan saja. Investasi adalah manifestasi aktif dari ekonomi syariah, karena setiap harta memiliki kewajiban untuk mengeluarkan zakatnya. Sebagaimana yang disebutkan didalam surat At-Taubah ayat 60 :

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا
وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ
اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ
حَكِيمٌ

Artinya: “*Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, para amil zakat, orang-orang yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) para hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang-orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang-orang yang sedang dalam perjalanan (yang memerlukan pertolongan), sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui lagi Mahabijaksana.*” (Q.S. At-Taubah ayat 60).

Menurut Sarawatari et al, (2021) Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi *return* pada penelitian ini adalah:

1. Ketertarikan atas *return* yang dihasilkan, Indikator ini menunjukkan seberapa besar minat seseorang terhadap keuntungan finansial yang diperoleh dari suatu investasi.
2. Keuntungan menarik dan kompetitif, Indikator ini menunjukkan preferensi seseorang terhadap investasi yang menawarkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan alternatif

investasi lainnya.

3. Keuntungan sesuai risiko, Indikator ini menunjukkan bahwa seseorang tidak hanya mengejar keuntungan yang tinggi, tetapi juga memperhatikan tingkat risiko yang terkait dengan investasi tersebut.

Marlin (2020) pada penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan investasi, persepsi *return* dan motivasi investasi terhadap minat investasi mahasiswa pada Galeri Investasi Syariah BEI IAIN Batusangkar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi mahasiswa, persepsi *return* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi dan motivasi investasi berpengaruh sangat signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di Galeri Investasi Syariah BEI IAIN Batusangkar.

Minat Investasi

Minat investasi adalah suatu keinginan atau ketertarikan seseorang terhadap investasi. Seseorang tersebut kemudian akan melakukan aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan investasi seperti mencari tahu tentang jenis suatu investasi, mau meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi dengan mengikuti pelatihan dan seminar investasi, serta mencoba untuk melakukan investasi (Nurfadilah et al, 2022).

Seseorang yang berminat terhadap sesuatu akan cenderung mencari informasi tentang hal tersebut. Dalam Al-quran disebutkan mengenai hal ini didalam surat yang pertama kali Allah turunkan yaitu surat Al-Alaq ayat 3-5 terkait dengan perintah untuk membaca. Membaca yang dimaksud tidak hanya terbatas pada membaca buku atau dalam pengertian hanya teks, tetapi mencakup semua aspek. Dengandemikian, kita bisa memahami apa yang sebenarnya menarik perhatian kita dalam hidup.

أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ﴿٦﴾ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ﴿٥﴾ عَلَّمَ
 الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴿٣﴾

Artinya: “*Bacalah! Tuhanmulah Yang Mahamulia. yang mengajar (manusia) dengan pena. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.*” (Q.S. Al-Alaq ayat 3-5).

Menurut Firdhousa & Apriani (2021), dalam mengukur tingkatan minat investasi seseorang, terdapat beberapa indikator yang digunakan antara lain :

1. Niat untuk mengetahui adanya suatu jenis investasi di bursa efek dan pada posisi ini seseorang mulai berpikir untuk menjadi pelaku investor.
2. Keinginan mengetahui lebih lanjut dengan meluangkan waktu membaca dan mempelajari cara berinvestasi. Dengan mencari informasi melalui berita di berbagai media, membaca buku, dan mencari informasi mengenai jenis investasi beserta dengan manfaat dan risikonya.
3. Ketertarikan mencoba berinvestasi di pasar modal setelah mendapatkan informasi dengan membaca berbagai berita yang membahas tentang keunggulan berbagai pilihan investasi yang ditawarkan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat, Negara & Febrianto (2020) menjelaskan beberapa faktor sebagai berikut:

1. *Neutral information*, adalah informasi yang berasal dari luar, memberikan informasi tambahan agar informasi yang dimiliki oleh calon investor menjadi lebih komprehensif.
2. *Personal financial needs*, adalah informasi pribadi yang diperoleh selama investor tersebut berkecimpung dalam dunia investasi yang dapat menjadi semacam pedoman bagi investor tersebut dalam investasi berikutnya.
3. *Self image/firm image coincidence*, adalah

informasi yang berhubungan dengan penilaian terhadap citra perusahaan.

4. *Social relevance*, adalah informasi yang menyangkut posisi saham perusahaan di bursa, tanggung jawab Perusahaan terhadap lingkungan sekitar serta area operasional perusahaan, nasional atau internasional.
5. *Classic*, merupakan kemampuan investor untuk menentukan kriteria ekonomis perilaku.
6. *Professional recommendation*, merupakan pendapat, saran, atau rekomendasi dari pihak-pihak, saran, atau rekomendasi dari pihak-pihak, profesional atau para ahli dibidang investasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan secara online dari penyebaran pertanyaan dengan bentuk kuesioner online melalui *Google Form* yang dibagikan kepada responden. Pengukuran variabel dalam penelitian ini akan dilakukan menggunakan skala likert 4. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif, yang berlandaskan filsafat *positivisme*. Pendekatan ini digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan alat penelitian, dan menganalisis data secara kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini populasinya dibatasi oleh Gen Z Jabodetabek. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013).

Tabel 1. Sampel Gen Z Jabodetabek

No	Wilayah	Populasi	S=n/N	Unit Sampel
1	Jakarta	2.670.313	2.670.313/5.046.161 × 200	106
2	Bogor	260.084	260.084/5.046.161 × 200	10
3	Depok	500.223	500.223/5.046.161 × 200	20
4	Tangerang	875.401	875.401/5.046.161 × 200	35
5	Bekasi	740.140	740.140/5.046.161 × 200	29
	Total	5.046.161		200

Sumber : Data Olahan (2025)

Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Hair et al, (2022) dikarenakan ukuran populasi penelitian yang belum diketahui dengan pasti. Menurut Hair et al, (2022) bahwa jumlah sampel yang baik berkisar antara 100-200 responden dan dapat disesuaikan dengan jumlah indikator yang digunakan pada kuesioner dengan asumsi 10 kali jumlah indikator yang ada. Pada penelitian ini jumlah indikator yang digunakan sebanyak 20 indikator. Sehingga dengan indikator pada penelitian ini yang berjumlah 16 indikator dikali 10 ($10 \times 20 = 200$). Maka berdasarkan perhitungan tersebut, batas minimum sampel adalah 200 sampel. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik

partial *Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas konvergen mengacu pada korelasi antara respon variabel yang berbeda dalam menilai konstruk yang sama. Validitas konvergen memastikan bahwa variabel dikaitkan dengan konstruk laten yang diukur. Akibatnya, faktor harus memiliki korelasi yang kuat dengan konstruk laten. Validitas konvergen diukur dengan menggunakan parameter *loading factor* > 0,70. Hasil pengujian validitas konvergen menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Validitas

	Literasi Keuangan (X1)	Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi Return (X3)	Minat Investasi (Y)
X1a	0.858			
X1b	0.854			
X1c	0.838			
X1d	0.859			
X1e	0.853			
X2a		0.837		
X2b		0.858		
X2c		0.855		
X2d		0.858		
X2e		0.850		
X2f		0.850		
X3a			0.819	
X3b			0.870	
X3c			0.873	
X3d			0.867	
Y1a				0.860

Y1b	0.857
Y1c	0.856
Y1d	0.876
Y1e	0.862

Sumber : Data Olahan (2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *outer loading* seluruh indikator variabel penelitian memiliki nilai lebih tinggi dari 0,70 sehingga semua indikator valid.

Uji Validitas Diskriminan

Pada indikator reflektif perlu dilakukan pengujian validitas diskriminan (*discriminant validity*) dengan

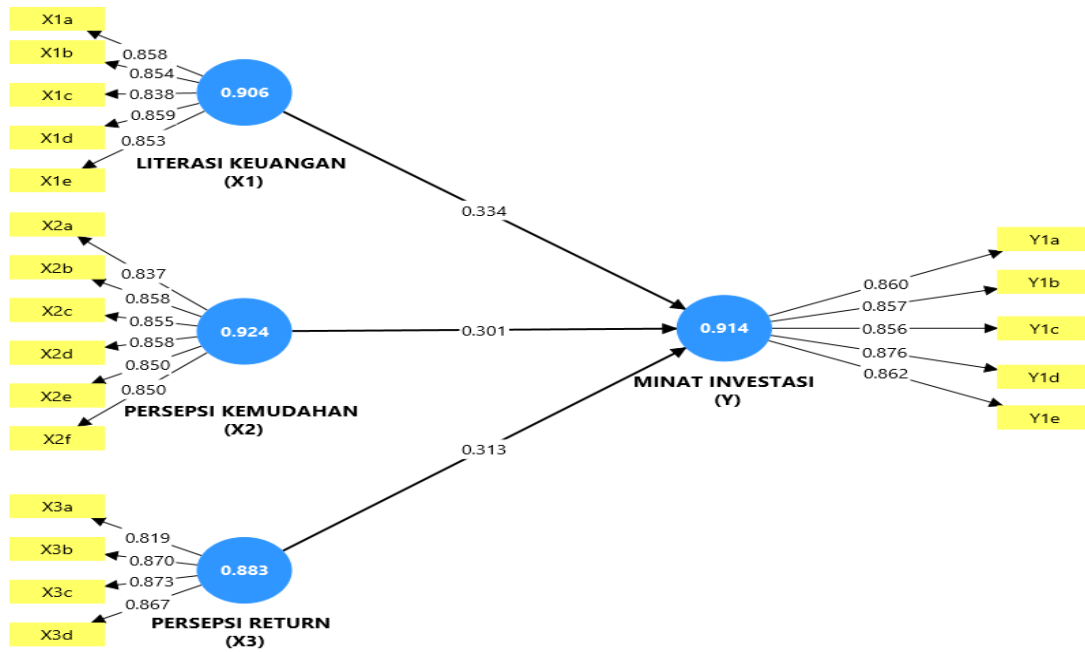
membandingkan nilai pada tabel *cross loading*. Suatu indikator dinyatakan valid jika mempunyai nilai *loading factor* tertinggi kepada konstruk yang dituju dibandingkan nilai *loading factor* kepada konstruk lain. Validitas diskriminan dapat melihat nilai *cross loading* setiap variabel > 0,70 (Setiono et al, 2022).

Tabel 3. Uji Validitas Diskriminan

	Literasi Keuangan (X1)	Persepsi Kemudahan (X2)	Persepsi Return (X3)	Minat Investasi (Y)
X1a	0.858	0.773	0.790	0.739
X1b	0.854	0.791	0.769	0.762
X1c	0.838	0.771	0.747	0.782
X1d	0.859	0.797	0.799	0.757
X1e	0.853	0.762	0.778	0.769
X2a	0.780	0.837	0.792	0.767
X2b	0.760	0.858	0.764	0.746
X2c	0.792	0.855	0.795	0.753
X2d	0.780	0.858	0.792	0.772
X2e	0.796	0.850	0.805	0.774
X2f	0.759	0.850	0.787	0.767
X3a	0.743	0.751	0.819	0.701
X3b	0.793	0.791	0.870	0.789
X3c	0.798	0.813	0.873	0.792
X3d	0.791	0.823	0.867	0.789
Y1a	0.756	0.778	0.798	0.860
Y1b	0.784	0.770	0.780	0.857
Y1c	0.762	0.775	0.745	0.856
Y1d	0.780	0.766	0.767	0.876
Y1e	0.774	0.775	0.774	0.862

Sumber : Data Olahan (2025)

Gambar 3. Hasil Bootstrapping



Sumber : Data Olahan (2025)

Uji Reabilitas

Mengukur reabilitas suatu konstruk dapat dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reability*. (Dewi et al, 2022). Suatu variabel laten dapat dikatakan

mempunyai realibilitas yang baik apabila nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 dan nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7. Hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Reabilitas

	Composite reliability	Cronbach's alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.906	0.906	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X2)	0.924	0.924	Reliabel
Persepsi Return (X3)	0.883	0.880	Reliabel
Minat Investasi (Y)	0.914	0.914	Reliabel

Sumber: Data Olahan (2025)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel-variabel laten yang diukur dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang lebih besar dibandingkan dengan 0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel laten reliabel.

R Square

Nilai R2 merupakan nilai koefisiensi determinan dimana nilai tersebut akan menggambarkan kekuatan prediksi variabel endogen dari model struktural. Nilai *R-Squares* merupakan hasil uji regresi linier yaitu besarnya *variability* endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen. *R-Squared* juga dikenal sebagai koefisien determinasi. Berikut hasil perhitungan *R-square*:

Tabel 5. R-Square

Minat Investasi (Y)	R-Square
	0.849

Sumber: Data Olahan (2025)

Tabel diatas menunjukkan bahwa *R-Square* pada minat investasi adalah 0,849 mengindikasikan bahwa model dikategorikan kuat. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa minat investasi dipengaruhi sebesar 84,9% oleh variabel literasi

keuangan, persepsi kemudahan dan persepsi *return*. Kemudian presentase lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 6. Uji Hipotesis

Variabel Laten	t-statistik	P values
Literasi Keuangan (X1) -> Minat Investasi (Y)	4.296	0.000
Persepsi Kemudahan (X2) -> Minat Investasi (Y)	3.315	0.001
Persepsi Return (X3) -> Minat Investasi (Y)	3.832	0.000

Sumber : Data Olahan (2025)

Pengaruh Literasi Keuangan (X1) Terhadap Minat Investasi (Y)

Hasil pengujian pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi diperoleh bahwa t-statistik $4,296 > 1,96$ dan P-value $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi sehingga hipotesis pertama diterima. Temuan pertama studi ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi dimana semakin tinggi tingkat literasi seseorang maka semakin tinggi pula minat investasi orang tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Sihabudin & Fauji (2022) pada penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh influencer dan literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa.

Pengaruh Persepsi kemudahan (X2) terhadap minat investasi (Y)

Hasil pengujian selanjutnya pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat investasi diperoleh bahwa t-statistik $3,315 > 1,96$ dan P-value $0,001 < 0,05$ yang menunjukkan Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat investasi sehingga hipotesis kedua diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi

kemudahan berpengaruh positif terhadap minat investasi dimana semakin tinggi persepsi kemudahan seseorang dalam berinvestasi online maka semakin tinggi pula minat investasi orang tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfadilah et al, (2022) pada penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, modal minimal dan kemajuan teknologi terhadap minat investasi online.

Pengaruh Persepsi Return (X3) terhadap minat investasi (Y)

Hasil pengujian hipotesis yang terakhir adalah pengaruh persepsi *return* terhadap minat investasi. Diperoleh bahwa t-statistik $3,832 > 1,96$ dan P-value $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan Persepsi *return* berpengaruh positif terhadap minat investasi sehingga hipotesis ketiga diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi *return* berpengaruh positif terhadap minat investasi dimana semakin tinggi persepsi *return* seseorang maka semakin tinggi pula minat investasi orang tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marlin (2020) pada penelitiannya yang berjudul pengaruh pengetahuan investasi, persepsi return dan motivasi investasi

terhadap minat investasi mahasiswa pada Galeri Investasi Syariah BEI IAIN Batusangkar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hipotesis dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi Gen Z, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat investasi Gen Z, dan persepsi *return* berpengaruh positif terhadap minat investasi Gen Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggryani, Helma Zuen., & Surur, Miftakhus. 2024. Pengaruh Modal Minimum, Kepatuhan Syariah dan Preferensi Risiko Terhadap Minat Berinvestasi Pasar Modal Syariah. *El-Mal : Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Syariah*, 5(7), p. 37–48.
- Dewi, Luh Gede Kusuma., Herawati, Nyoman Trisna., & Wati, Luh Putu erlina Ariya. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan dan Return Investasi Terhadap Minat Investasi Mata Uang Kripto Pada Mahasiswa di Provinsi Bali. *Akuntansi Profesi*, 13(3), p. 649–659.
- Farizi, Muhammad Hafidz Al., & Galuh, Ajeng Kartika. 2024. Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pendapatan Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Masyarakat Usia Produktif Di Reksa Dana Syariah Melalui Aplikasi Bibit. *Ieff: Islamic Economics And Finance In Focus* 3(1), p. 145–159.
- Firdhousa, Findri., & Apriani, Rani. 2021. Pengaruh Platform Media Sosial terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar modal. *Supremasi Hukum*, 17(2), p. 96–103.
- Hair, Joseph Franklin., Sarstedt, Marko., Ringle, Christian M., & Hult, G. Tomas M. 2022. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Springer. Berlin.
- Inayah, Ina Nur. 2020. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Dalam Investasi Syariah. *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 11(2), p. 90–100.
- Joan, Leoni., & Sitinjak, Tony. 2019. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), p. 27–39.
- Mahardhika, Arya Samudra. 2019. Akuntan Di Era Digital: Pendekatan Tam (Technology Acceptance Model) Pada Software Berbasis Akuntansi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 08(1), p. 12–16.
- Marlin, Khairul. 2020. Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Return, Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Pada Galeri Investasi Syariah Bursa Efek Indonesia Iain Batusangkar. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(6), p. 120–128.
- Negara, Andi Kusuma., & Febrianto., Hendra Galuh. 2020. Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal. *Business Management Journal*, 16(2), p. 81–95.
- Nurfadilah., Wahyuni, Ika., & Subaida, Ida. 2022. Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi Dengan Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Abdurachman Saleh Situbondo). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(8), p. 1630–1644.
- Ratmoro, Shindu Dwitama. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Terhadap Minat Berinvestasi Pada Reksa Dana Syariah (Studi Pada Generasi Milenial Indonesia). *Islamic Economics and Finance in Focus*, 2(2), p. 335–347.
- Sarawatari, Yunita Alnanda., Hasan, Asyari., & Ivalaili. 2021. Pengaruh Persepsi

- Risiko, Ekspektasi Return, Behavioral Motivation dan Kemajuan Teknologi terhadap Keputusan Investasi di Peer to Peer Lending Syariah. *Human Falah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(2), p. 1–23.
- Savanah, Astried Nurrisyqy., & Takarini, Nurjanti. 2021. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Keuangan Pada Mahasiswa Manajemen Upn “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik*, 2(2), p. 84–92.
- Setiono, Devit., Anggraini, Triana., & Hiram, Taqwa Putra Budi Purnomo Sidi. 2022. Analisis Technology Acceptance Model Pada E-Wallet Menggunakan Sem-PLS. *Sebatik*, 26(2), p. 458–464.
- Sihabudin, Trisnaningsih., & Fauji, Robby. 2022. Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), p. 82–89.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukma, Nadhiratul., Sari, Nilam., & Dianah, Azimah. 2022. Pengaruh Persepsi Return Dan Persepsi Risiko Pada Keputusan Berinvestasi Di Saham Syariah. *Ekobis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 6(2), p. 22–29.
- Wicaksono, Soetam Rizky. 2022. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. CV. Seribu bintang. Malang.
- Wulandari, I Gusti Ayu Putri., & Diatmika, I Putu Gede. 2024. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Return, dan Social Influence Terhadap Penggunaan Aplikasi Investasi Reksa Dana Bibit. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 15(01), p. 177–188.