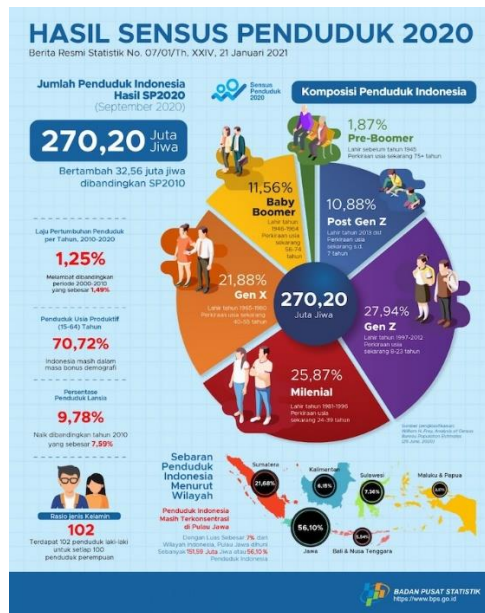


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Generasi Z atau biasa disebut dengan Gen Z, merupakan salah satu generasi di antara kelompok generasi lainnya. Generasi Z adalah kelompok generasi yang lahir pada rentang tahun 1990-2010. Generasi Z muncul setelah adanya generasi Milenial dan sebelum generasi *Alpha*. Persentase Generasi Z di Indonesia mencapai 27,94% dari total keseluruhan penduduk yang ada di Indonesia. Persentase itu menjadi populasi dengan persentase terbesar jika dibandingkan dengan generasi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk di Indonesia didominasi oleh Generasi Z.



Gambar 1. 1 Hasil Sensus Penduduk 2020

(sumber: data diolah, BadanPusatStatistik, HasilSensusPenduduk2020)

Berdasarkan hasil proyeksi data yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), total jumlah populasi pada Generasi Z ini mencapai angka 71.509.082 jiwa, dengan total sebanyak 36.791.764 jiwa untuk jenis kelamin Laki-Laki dan sebanyak 34.717.318 jiwa untuk jenis kelamin Perempuan.

	Generasi Z		
	Laki-laki	Perempuan	Total
TOTAL	36.791.764	34.717.318	71.509.082

Gambar 1. 2 Jumlah Perbandingan dan Total Generasi Z

(sumber: data diolah, BadanPusatStatistik, Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, INDONESIA, 2020)

Perlu diketahui pada tahun 2024 ini, untuk Generasi Z diperkirakan akan berusia 12 hingga 27 tahun. Dengan jumlah angka populasi penduduk yang tinggi, Generasi Z memiliki peranan penting serta memberikan pengaruh terhadap perkembangan di Indonesia untuk saat ini maupun di masa depan. Generasi Z diproyeksikan sebagai agen utama dalam membentuk dinamika perkembangan negara dalam menghadirkan ide-ide inovatif dan perspektif baru di berbagai aspek kehidupan menandakan kontribusi yang substansial dalam mencapai kemajuan dan transformasi. Dengan tumbuhnya kehadiran dan pengaruh dari Generasi Z ini, diharapkan dapat memegang peran sentral dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan dan kemajuan positif di Indonesia. Oleh karena itu, Generasi Z memiliki dampak yang signifikan terhadap arah dan strategi investasi, baik sebagai pengguna teknologi, pelaku investasi, maupun sebagai penggerak perubahan dalam industri keuangan secara keseluruhan. Dalam era di mana teknologi menjadi kekuatan utama yang mengubah berbagai aspek kehidupan, pengaruh Generasi Z terhadap investasi menjadi kunci untuk meraih peluang-peluang baru dan beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang terjadi.

Ketika Generasi Z memasuki tahap pendidikan tinggi, mereka menjadi bagian integral dari populasi mahasiswa di berbagai perguruan tinggi dan universitas. Secara umum, mahasiswa dianggap sebagai tahap penting dalam proses pendidikan seseorang, di mana mereka tidak hanya memperoleh pengetahuan akademik dan keterampilan praktis, tetapi juga mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang diri mereka sendiri, minat karier, dan tujuan hidup mereka. Mahasiswa juga diharapkan untuk menjadi anggota masyarakat yang bertanggung jawab dan berkontribusi positif dalam pembangunan masyarakat dan bangsa. Mahasiswa juga dianggap sebagai agen perubahan

dan pembaharu dalam masyarakat. Mereka memiliki potensi untuk mempengaruhi arah perkembangan sosial, budaya, ekonomi, dan politik melalui pemikiran kritis, tindakan nyata, serta keterlibatan dalam kegiatan kemasyarakatan dan kebijakan publik. Dengan memiliki akses terhadap pendidikan tinggi, mahasiswa memiliki kesempatan untuk menjadi pemimpin masa depan yang mampu menciptakan perubahan positif dalam berbagai bidang kehidupan. Berdasarkan data terbaru yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik Indonesia, jumlah mahasiswa di Indonesia di tahun 2022 mencapai 7,8 juta mahasiswa yang terdiri dari sekitar 3,3 juta mahasiswa di universitas negeri dan 4,4 juta mahasiswa di universitas swasta.

	Jumlah Mahasiswa di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi - Swasta	Jumlah Mahasiswa di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi - Negeri	Jumlah Mahasiswa di Bawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi - Negeri + Swasta
2021	3.205.606	4.459.910	7.665.516
2022	3.379.828	4.495.453	7.875.281

Gambar 1. 3 Jumlah Mahasiswa pada Tahun 2022

(sumber: data diolah, Badan Pusat Statistik Jumlah Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2021-2022)

Berdasarkan data informasi di atas digunakan untuk mengambil informasi untuk penelitian ini. Peningkatan jumlah mahasiswa di Indonesia mencerminkan komitmen pemerintah dan masyarakat terhadap pendidikan tinggi sebagai salah satu prioritas pembangunan nasional. Dengan jumlah mahasiswa yang mencapai 7,8 juta pada tahun 2022, terjadi peningkatan signifikan dalam akses terhadap pendidikan tinggi di Indonesia. Ini menegaskan pentingnya peran sektor publik dalam menyediakan akses pendidikan tinggi yang terjangkau dan berkualitas bagi masyarakat. Universitas negeri dan swasta memiliki peran strategis dalam mencetak sumber daya manusia unggul yang mampu bersaing secara global serta berkontribusi dalam pembangunan dan penelitian ilmiah. Peningkatan jumlah mahasiswa di kedua jenis universitas ini memberikan harapan untuk kemajuan pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia di Indonesia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Investasi merupakan sebuah kegiatan penempatan dana pada satu ataupun lebih dari sebuah aset selama periode tertentu, dengan tujuan untuk meningkatkan sebuah nilai atau mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang atas aset yang dimiliki. Investasi menjadi sebuah pilihan terbaik untuk menjaga keamanan aset yang dimiliki untuk masa depan. Perkembangan dan peningkatan aktivitas investasi pada sebuah negara dipercaya dapat mendorong pembangunan ekonomi negara tersebut, dimana investasi menjadi salah satu elemen didalam pendapatan nasional dan Produk Domestik Bruto (PDB). Pada dasarnya, kenaikan PDB menandakan pertumbuhan ekonomi yang lebih kuat. Hal ini bisa menyebabkan ketersediaan dana yang lebih besar bagi masyarakat untuk berinvestasi. Ketika perekonomian tumbuh, pendapatan masyarakat juga cenderung meningkat, sehingga mereka memiliki lebih banyak dana yang dapat dialokasikan untuk investasi.

Dalam investasi, terdapat salah satu bagian penting dalam keberlangsungan investasi yaitu keputusan investasi. Keputusan investasi merupakan sebuah keputusan yang penting yang diambil oleh seorang investor dan dijadikan sebuah bahan pertimbangan sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi didalam sebuah instrumen investasi dimana keputusan tersebut akan berimbas pada perekonomian di masa depannya. Keputusan Investasi dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan, seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik memiliki tanggung jawab yang lebih baik secara keuangan. Literasi keuangan tidak hanya mampu membuat seseorang menggunakan uang dengan bijak, namun juga dapat memberikan manfaat pada kondisi ekonominya sehingga besar kemungkinan seorang berinvestasi dan tepat dalam melakukan pengambilan keputusan investasi. Oleh sebab itu sebuah pengambilan keputusan investasi pada masing-masing investor akan berbeda tergantung dengan literasi keuangan masing-masing investor.

Literasi keuangan dikenal sebagai pengetahuan dasar pribadi yang dibutuhkan setiap orang untuk menghindari suatu masalah keuangan. Permasalahan keuangan tidak hanya meliputi kesulitan keuangan yang timbul akibat fungsi pendapatan saja, tetapi dapat pula terjadi seperti kurangnya perencanaan tentang keuangan dan serta kesalahan dalam

investasi. Kesalahan tersebut dapat terjadi dikarenakan kurangnya akan pengetahuan dan pemahaman terhadap literasi keuangan.

Berdasarkan data terbaru dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022 mengenai Survei Nasional Literasi dan Inklusi, ditemukan hanya sekitar 49,68% masyarakat Indonesia memiliki tingkat literasi keuangan yang baik pada tahun 2022. Artinya, dari setiap 10 orangnya hanya sekitar 4-5 orang yang benar-benar paham tentang keuangan dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia belum memiliki pengetahuan yang memadai untuk mengelola uang mereka dengan baik.



Gambar 1. 4 Persentase Literasi Keuangan Tahun 2016, 2019, 2022

(sumber: data diolah OJK, Survei Nasional Literasi dan Inklusi tahun 2022)

Pada era globalisasi saat ini, keberadaan teknologi informasi sangat berpengaruh terhadap perkembangan investasi. Dengan adanya kemajuan teknologi informasi, memudahkan masyarakat untuk melakukan investasi terutama pada pasar modal. Pada mulanya, perdagangan pasar modal di bursa efek dilakukan secara manual dan memerlukan birokrasi yang panjang. Namun karena adanya perkembangan teknologi informasi membuat investasi dapat dilakukan secara *online*.

Dalam investasi *online*, pengguna dimudahkan dalam melakukan jual beli instrumen keuangan seperti saham, deposito, reksadana melalui sebuah aplikasi atau website di internet. Keberadaan teknologi yang semakin maju, telah mempersingkat alur birokrasi dan telah menghapus stigma bahwa investasi instrumen keuangan hanya dapat

dilakukan oleh sebagian orang dengan latar belakang tertentu. Hal ini menciptakan pandangan terhadap layanan jasa keuangan dengan lebih mudah dan lebih dekat dengan semua kalangan masyarakat termasuk masyarakat dengan pengetahuan ekonomi dan literasi keuangan yang rendah sehingga mampu memaksimalkan jasa layanan keuangan.

Menurut laporan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada semester I-2023, investasi online di Indonesia terus menunjukkan peningkatan signifikan. Hal ini terlihat dari jumlah investor yang terdaftar yang semakin bertambah setiap tahunnya. Pada semester pertama 2023, terdapat peningkatan jumlah investor sebesar 15% dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya.

PERKEMBANGAN *SINGLE INVESTOR IDENTIFICATION* (SID)

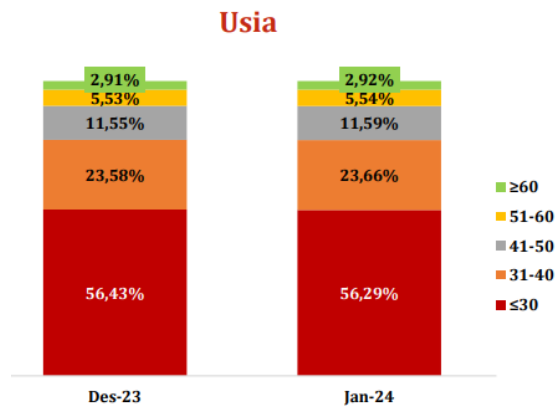
Jumlah SID Per Tipe Sistem

Periode	Jumlah SID Per Tipe Sistem				SID Total *		Sub Rek. Efek
	SID C-BEST**	SID S-INVEST***	SID SBN	SID E-BAE	Jumlah	% Ytd	
Smt I-2022	4.002.289	8.426.776	722.419	1.638	9.112.677	21,68%	5.262.588
Smt II-2022	4.439.933	9.604.269	831.455	1.638	10.311.152	37,68%	6.065.910
Smt I-2023	4.812.695	10.507.030	910.898	1.638	11.228.382	8,90%	6.727.676
Januari	4.492.454	9.773.755	848.333	1.638	10.481.044	1,65%	6.169.611
Februari	4.542.296	9.915.454	864.236	1.638	10.623.731	3,03%	6.256.137
Maret	4.596.542	10.054.650	881.372	1.638	10.763.416	4,39%	6.348.780
April	4.652.896	10.169.644	887.801	1.638	10.882.540	5,54%	6.446.844
Mei	4.755.866	10.345.237	902.702	1.638	11.062.050	7,28%	6.627.480
Juni	4.812.695	10.507.030	910.898	1.638	11.228.382	8,90%	6.727.676

Gambar 1. 5 Statistika Pasar Modal Semester 1-2023

(sumber: data diolah, OJK.co.id, Statistika Pasar Modal Semester 1-2023)

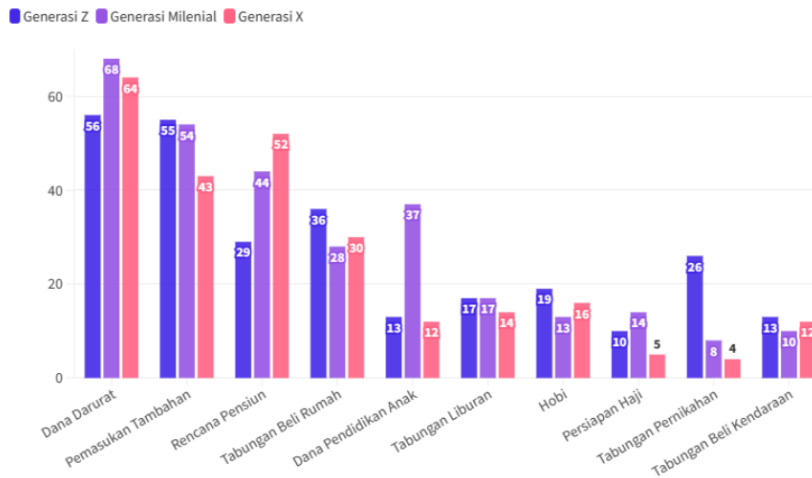
Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat jumlah investor pada pasar modal di Indonesia tembus mencapai 12,33 juta. Berdasarkan data pada Januari 2024, investor di Indonesia di dominasi oleh investor dibawah usia 30 tahun dengan persentase mencapai 56,29%. Hal ini membuktikan bahwa Generasi Z mendominasi pada pasar modal Indonesia.



Gambar 1. 6 Persentase Demografi Investor

(sumber: data diolah, KSEI.co.id, Data Demografi Investor Januari 2024)

Penelitian terbaru menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam perilaku investasi online antara Generasi Z, Milenial, Generasi X, dan Baby Boomers di Indonesia. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan berbagai survei lainnya, tren ini semakin menguat dalam beberapa tahun terakhir. Pada setiap generasi memiliki pengembangan ciri khasnya sendiri, terutama dalam hal keuangan. Mulai dari Generasi X yang tumbuh di akhir abad ke-20, hingga Generasi Milenial dan Generasi Z yang menyaksikan ledakan teknologi informasi, setiap kelompok memiliki kebiasaan finansial yang mencerminkan kondisi ekonomi dan sosial pada masanya. Memahami perbedaan ini penting tidak hanya untuk analisis ekonomi dan pemasaran, tetapi juga untuk pemahaman sosial yang lebih luas tentang nilai dan prioritas generasi yang berbeda.



Gambar 1. 7 Tujuan Investasi Berdasarkan Generasi

(sumber: data diolah, goodstats.id, Tujuan Investasi Berdasarkan Generasi)

Menurut data yang ditunjukkan oleh goodstats.id, hasil menunjukkan dalam melakukan investasi. Tujuan utama investasi terbanyak baik Generasi X, Milenial, maupun Generasi Z sama, yaitu sebagai dana darurat. Mereka membutuhkan jenis investasi yang mampu dicairkan dengan mudah ketika ada kondisi darurat. Perbedaannya ada pada motivasi investasi selain untuk dana darurat. Dibandingkan antar generasi, Generasi Z paling banyak berinvestasi untuk mencari pemasukan tambahan, Generasi Milenial lebih banyak berinvestasi untuk biaya pendidikan anak, sedangkan Generasi X berinvestasi untuk rencana pensiun nanti. Meski demikian, selisih angka minat berinvestasi untuk pemasukan tambahan antara Generasi Milenial dan Generasi Z hanya satu persen. Artinya, motivasi investasi antara Generasi Milenial dan Generasi Z tidak berbeda jauh. Tujuan investasi yang berbeda antar generasi memiliki hubungan dengan fase hidup yang sedang dijalani. Sebagai contoh, kebanyakan Generasi Milenial mulai memasuki fase berkeluarga, sehingga membutuhkan pemasukan tambahan untuk biaya rumah tangga, termasuk pendidikan anak. Sedangkan beberapa Generasi X akan memasuki masa pensiun, sehingga perlu mempersiapkan dana dari sekarang, sekaligus sebagai pemasukan pasif.

Pada Generasi X mereka adalah saksi dari berbagai perubahan ekonomi, termasuk resesi dan booming ekonomi 90-an. Akibatnya, Gen X cenderung lebih berhati-hati dalam

pengelolaan uang. Mereka lebih fokus pada tabungan, investasi jangka panjang, dan persiapan pensiun. Berbeda dengan generasi yang lebih muda, mereka lebih memilih untuk berinvestasi dalam aset fisik seperti properti dan saham blue-chip. Pendidikan finansial yang mereka terima cenderung konvensional, sebagian besar berbasis pengalaman pribadi dan nasihat dari orang tua, daripada sumber digital. Hal ini menciptakan sikap yang lebih konservatif terhadap risiko finansial. Kredit konsumtif, seperti kartu kredit dan pinjaman pribadi, adalah alat yang umum digunakan, tetapi dengan pendekatan yang berhati-hati. Dalam hal pengeluaran, mereka lebih fokus pada kebutuhan jangka panjang seperti pendidikan anak-anak dan kesehatan.

Sedangkan Milenial tumbuh di era digital yang sedang berkembang. Mereka mengalami perubahan besar dalam teknologi dan ekonomi, seperti ledakan dot-com dan krisis finansial 2008. Hal ini berdampak pada pandangan mereka tentang keuangan. Banyak Milenial yang memulai karirnya di tengah resesi ekonomi, yang membentuk pandangan mereka tentang keamanan pekerjaan dan stabilitas finansial. Milenial lebih terbuka terhadap investasi pasar saham dan instrumen keuangan lainnya, namun tetap dengan tingkat kehati-hatian. Mereka lebih cenderung menginvestasikan uang dalam reksa dana, ETF, dan aset digital. Literasi keuangan mereka lebih dipengaruhi oleh sumber online, webinar, dan platform media sosial, yang menawarkan akses ke informasi dan saran keuangan secara luas. Pada umumnya, Milenial lebih memprioritaskan pengalaman daripada kepemilikan materi. Hal ini tercermin dalam pola pengeluaran mereka, dengan lebih banyak alokasi untuk perjalanan, hiburan, dan gaya hidup. Sementara itu, beban utang—terutama utang pendidikan—adalah masalah umum. Pendekatan mereka terhadap kredit cenderung lebih liberal dibandingkan dengan Gen X, dengan pemanfaatan layanan finansial digital yang lebih luas.

Sementara pada Generasi Z, Mereka memiliki akses instan ke informasi dan tumbuh di tengah kemajuan teknologi yang pesat. Keunikan ini berpengaruh besar pada kebiasaan finansial mereka. Gen Z cenderung lebih akrab dengan konsep ekonomi berbagi dan nilai digital. Mereka lebih sering menggunakan platform keuangan digital untuk transaksi, investasi, dan pengelolaan keuangan. Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, Gen Z lebih cenderung memiliki sikap hati-hati terhadap hutang. Mereka

lebih skeptis terhadap kredit konsumtif dan lebih memilih untuk menghindari beban utang yang besar. Dalam hal investasi, Gen Z menunjukkan kecenderungan untuk memilih opsi yang lebih berisiko seperti cryptocurrency, tetapi dengan pendekatan yang lebih edukatif dan informasi yang cukup. Pola konsumsi Gen Z lebih fokus pada keberlanjutan dan kesadaran sosial. Mereka lebih cenderung membelanjakan uang pada produk yang ramah lingkungan dan etis. Juga, dengan akses mudah ke pasar global melalui internet, Gen Z memiliki pandangan yang lebih luas terhadap opsi pembelian dan investasi. Walaupun tergolong sama – sama berada di golongan generasi muda, Generasi Milenial dan Generasi Z tidak bisa disamakan dalam segi karakteristik, pola pikir, dan tindakan termasuk dalam perilaku keuangan. Karena Generasi Milenial dan Generasi Z mengalami fase dan perkembangan yang berbeda dari segi gaya hidup, lingkungan dan teknologi.

Gen Z, yang dikenal sebagai digital natives, semakin mendominasi platform investasi online. Mereka cenderung memilih aplikasi untuk kemudahan penggunaan dan akses informasi keuangan secara cepat. Literasi keuangan yang tinggi di kalangan Gen Z memungkinkan mereka untuk lebih berani dalam mengambil keputusan investasi berbasis teknologi. Sementara Generasi Milenial juga menunjukkan minat yang kuat dalam investasi online, dengan banyak dari mereka yang menggunakan platform fintech untuk mencapai kemandirian finansial lebih cepat. Pengalaman menghadapi krisis keuangan membuat mereka lebih berhati-hati namun tetap aktif dalam diversifikasi portofolio investasi mereka. Sementara Generasi X, yang menjadi jembatan antara era analog dan digital, cenderung lebih konservatif dalam investasi mereka. Mereka lebih mengandalkan nasihat keuangan tradisional dan profesional, serta lebih fokus pada diversifikasi untuk mengurangi risiko. Adapun generasi Baby Boomers yang memiliki pendekatan yang lebih tradisional terhadap investasi. Dengan akumulasi kekayaan yang signifikan, mereka cenderung memilih investasi yang aman dan stabil, seperti obligasi dan deposito, dan kurang terlibat dalam platform investasi online.

Generasi Z mempunyai karakteristik “melek teknologi” yang membuat generasi mereka berbeda dengan generasi terdahulunya. Peralihan generasi ini terjadi saat berkembang pesatnya teknologi global yang melahirkan Generasi Z ini memiliki keterkaitan erat terhadap teknologi. Fenomena "melek teknologi" menjadi ciri khas yang

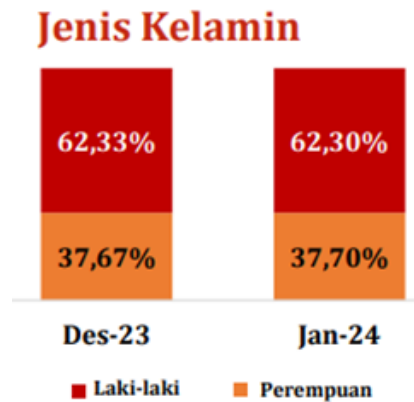
mendefinisikan Generasi Z. Mereka telah tumbuh dan terbiasa dengan kemudahan teknologi, menggunakan perangkat digital sebagai alat utama dalam berkomunikasi, belajar, berhibur, dan bertransaksi. Keterampilan teknologi yang mereka kuasai, bersama dengan paparan yang luas terhadap berbagai platform digital, telah membentuk cara pandang dan perilaku mereka, termasuk dalam konteks keuangan dan investasi. Generasi Z, yang dikenal sebagai cenderung memiliki pola konsumsi yang berbeda dari generasi sebelumnya. Mereka lebih cenderung untuk melakukan transaksi secara online dan memiliki preferensi terhadap produk dan layanan yang berbasis teknologi.

Selain itu, Generasi Z cenderung menggunakan teknologi dalam pengelolaan keuangan mereka. Mereka lebih memilih untuk menggunakan aplikasi perbankan digital, platform investasi online, dan alat-alat keuangan digital lainnya. Hal ini menciptakan permintaan yang meningkat untuk platform investasi yang ramah teknologi, yang mempengaruhi arah pengembangan industri finansial dan mengubah cara investasi dilakukan. Tidak hanya sebagai pengguna teknologi, Generasi Z juga sebagai pelaku investasi langsung dengan pemahaman yang mendalam tentang tren teknologi terbaru, mereka dapat merespons dengan cepat terhadap peluang investasi yang muncul, bahkan menjadi inisiator dari inovasi baru dalam dunia investasi.

Selain dari faktor generasi, gender juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku dan keputusan investasi individu. secara umum, pria cenderung memiliki toleransi risiko yang lebih tinggi daripada wanita dalam konteks investasi. Laki-laki sering kali lebih condong untuk mengambil risiko yang lebih besar dalam mencari imbal hasil yang tinggi, sementara perempuan cenderung lebih memilih untuk mempertahankan portofolio yang lebih konservatif. Selain itu, laki-laki dan perempuan juga dapat memiliki tujuan investasi yang berbeda. Terdapat perbedaan dalam persepsi dan pengetahuan tentang investasi antara laki-laki dan perempuan. Meskipun pengetahuan tentang investasi dapat bervariasi secara individual, secara umum, perempuan cenderung kurang percaya diri dalam mengambil keputusan investasi daripada laki-laki. Hal ini dapat mempengaruhi cara mereka mengelola portofolio dan mengambil risiko. Norma sosial dan budaya juga dapat memainkan peran dalam membentuk perilaku investasi laki-laki dan perempuan. contohnya, stereotip gender tentang kemampuan keuangan atau

kecenderungan untuk mengambil risiko dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan investasi individu.

Berdasarkan data demografi investor individu berdasarkan gender pada 2024, laki-laki mendapatkan persentase demografi sebesar 62,30% sedangkan untuk perempuan hanya mencapai 37,70% hal ini membuktikan bahwa secara gender laki-laki mendominasi demografi investor individu berdasarkan gender.



Gambar 1. 8 Persentase Investor Berdasarkan Gender

(sumber: data diolah, KSEI.co.id, Demografi Investor Individu Berdasarkan Gender Januari 2024)

Perbedaan gender dalam keputusan investasi merupakan fenomena yang telah menjadi fokus perhatian dalam berbagai studi keuangan dan ekonomi. Laki-laki dan perempuan seringkali menunjukkan pola perilaku yang berbeda dalam hal investasi, yang dapat mempengaruhi hasil dan strategi keuangan mereka. Memahami latar belakang mengapa terjadi perbedaan ini penting untuk mengembangkan pendekatan yang lebih efektif dalam pendidikan keuangan dan perencanaan investasi. Perbedaan gender dalam pengetahuan keuangan, sikap risiko, dan preferensi investasi mempengaruhi cara laki-laki dan perempuan dalam mengelola portofolio investasi mereka. Laki-laki dan perempuan pun memiliki sudut pandang yang berbeda dalam melakukan investasi, persepsi ini dibentuk oleh informasi, keyakinan, pengalaman, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi cara masing-masing individu melihat suatu investasi.

Secara umum, Gender merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan dalam berinvestasi, hal ini terkait erat dengan konsep *locus of control*. Studi menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam *locus of control* antara laki-laki dan perempuan dalam hal investasi, dimana laki-laki cenderung memiliki *locus of control* yang lebih internal, yaitu mereka cenderung percaya bahwa mereka memiliki kendali atas hasil investasi mereka. Di sisi lain, perempuan sering kali memiliki *locus of control* yang lebih eksternal, yang berarti mereka lebih cenderung percaya bahwa hasil investasi mereka ditentukan oleh faktor eksternal atau keberuntungan. Selain itu faktor-faktor sosial dan budaya dapat memengaruhi bagaimana *locus of control* berkembang di antara laki-laki dan perempuan dalam hal investasi. Misalnya, dalam masyarakat yang mengajarkan peran tradisional yang lebih pasif bagi perempuan dalam hal keuangan, perempuan mungkin lebih cenderung untuk memiliki *locus of control* yang lebih eksternal dalam hal investasi, karena mereka mungkin merasa kurang diizinkan atau mampu mengambil kendali atas keputusan finansial mereka. Dalam hal pendidikan dan pengetahuan tentang investasi juga dapat memengaruhi *locus of control*. Laki-laki umumnya lebih aktif dalam mencari pengetahuan tentang investasi dan lebih percaya diri dalam kemampuan mereka untuk membuat keputusan investasi yang tepat. Hal ini dapat memperkuat *locus of control* internal mereka dalam hal investasi.

Adanya perbedaan gender dalam keputusan investasi merupakan aspek krusial karena perbedaan ini mempengaruhi cara individu mendekati dan mengelola investasi mereka. Gender memengaruhi persepsi risiko, gaya pengambilan keputusan, dan tingkat literasi keuangan, yang semuanya berdampak pada hasil investasi. Dengan memahami bagaimana laki-laki dan perempuan berbeda dalam hal investasi, serta mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan khusus yang dihadapi oleh masing-masing gender. Hal ini penting untuk merancang program pendidikan keuangan yang lebih efektif, mengembangkan strategi investasi yang lebih inklusif, dan merumuskan kebijakan yang dapat mengatasi kesenjangan gender dalam dunia keuangan. Selain itu, memahami bagaimana faktor-faktor sosial dan budaya memengaruhi keputusan investasi, memungkinkan perbaikan dalam praktik dan kebijakan keuangan untuk memastikan kesempatan yang setara bagi semua individu. Perbedaan-perbedaan ini tidak hanya penting untuk dipahami dari sudut pandang teoritis, tetapi juga memiliki implikasi praktis

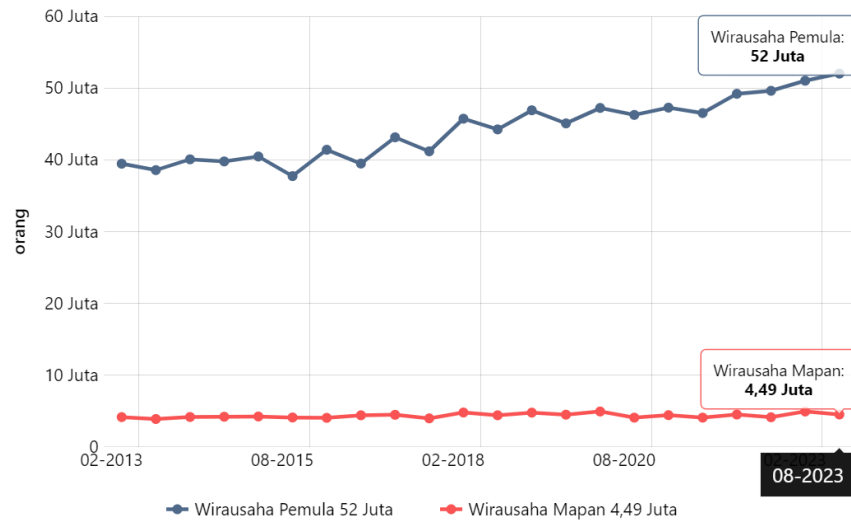
yang signifikan. Dengan memahami bagaimana gender memengaruhi keputusan investasi, dapat merancang program pendidikan keuangan yang lebih efektif dan inklusif. Program-program ini harus mampu meningkatkan literasi keuangan di kalangan laki-laki dan perempuan yang mendorong mereka untuk lebih percaya diri dalam mengambil risiko investasi. Di sisi lain, strategi investasi yang dirancang juga perlu responsif terhadap perbedaan gender ini, dengan menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing kelompok.

Terlepas dari keterkaitan gender dengan investasi, salah satu perhatian pemerintah dalam melakukan upaya pembangunan adalah mendorong pertumbuhan sektor wirausaha. Pemerintah mengakui bahwa wirausaha memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja baru, dan merangsang inovasi. Oleh karena itu, mereka telah meluncurkan berbagai inisiatif dan program untuk mendukung para wirausaha, baik yang sudah mapan maupun yang baru memulai usaha. Program-program tersebut mencakup berbagai aspek, mulai dari memberikan akses terhadap pendanaan dan pelatihan kewirausahaan hingga memfasilitasi pembentukan jaringan bisnis dan memberikan insentif pajak bagi para wirausaha. Pemerintah juga berupaya untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif, dengan menyederhanakan prosedur perizinan usaha dan mengurangi birokrasi yang menghambat pertumbuhan bisnis.

Selain itu, pemerintah juga fokus pada pengembangan keterampilan dan pengetahuan kewirausahaan di kalangan masyarakat, termasuk di sekolah-sekolah dan lembaga pendidikan tinggi. Mereka berusaha untuk membangun kesadaran akan potensi kewirausahaan sebagai pilihan karier yang menarik dan memberikan dukungan bagi individu yang ingin memulai usaha mereka sendiri. Melalui upaya ini, pemerintah berharap dapat menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan keberhasilan para wirausaha, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan dan pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan data yang dilansir oleh Badan Pusat Statistik, jumlah wirausaha di Indonesia terbagi menjadi 2, yaitu wirausaha mapan dan wirausaha pemula. Dari data tersebut, tercatat jumlah wirausaha pemula di Indonesia mencapai angka 52 juta

wirausaha, sementara untuk wirausaha mapan, tercatat mencapai angka 4,49 juta wirausaha.



Gambar 1. 9 Grafik Jumlah Wirausaha

(sumber: data diolah, BPS Jumlah Wirausaha di Indonesia Berdasarkan Kategori Agustus 2023)

Dari data yang ditunjukkan, banyaknya wirausaha di Indonesia tidak lepas dari pengaruh Generasi Z. Generasi Z menawarkan potensi besar sebagai pelaku wirausaha yang mampu membawa perubahan positif dalam dunia bisnis dan masyarakat secara luas. Meskipun masih muda, banyak anggota Generasi Z telah berhasil memulai bisnis mereka sendiri atau berkontribusi pada startup dan inisiatif kewirausahaan. Generasi Z cenderung mencari jalur yang tidak konvensional dan memiliki keinginan kuat untuk menciptakan sesuatu yang baru. Mereka seringkali tertarik pada inovasi, teknologi, dan kreativitas, yang merupakan aspek penting dalam kewirausahaan modern.

Kemampuan teknologi yang tinggi juga menjadi keunggulan Generasi Z dalam berwirausaha. Mereka terampil dalam menggunakan media sosial dan platform online lainnya, yang memungkinkan mereka untuk memasarkan produk atau jasa mereka dengan

efektif tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Selain itu, kemahiran teknologi mereka memungkinkan mereka untuk menciptakan solusi baru dan mengidentifikasi peluang bisnis di tengah pasar yang terus berubah. Selain aspek teknologi, Generasi Z juga cenderung memiliki kesadaran sosial dan lingkungan yang tinggi. Mereka tertarik pada bisnis yang memiliki dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, mereka cenderung mencari model bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial, yang tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Berdasarkan data terbaru dari Badan Pusat Statistik, terdapat sebanyak 19,48% pemuda menjadi wirausaha pada tahun 2022. Angka ini mengalami kenaikan sebesar 1,02% dari tahun sebelumnya. Dibandingkan tahun 2021, persentase pemuda yang menjadi wirausaha hanya mencapai angka 18,46%.



Gambar 1. 10 Statistik Jumlah Wirausaha Pemuda 2021-2022

(sumber: data diolah, BPS Statistik Jumlah Wirausaha Pemuda tahun 2021-2022)

Kenaikan jumlah wirausaha pemuda ini disebabkan karena semakin banyak pemuda yang terinspirasi untuk mengambil kendali atas hidup dan karier mereka sendiri dengan memulai bisnis mereka sendiri. Semangat kewirausahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kesadaran akan potensi penghasilan yang lebih besar, kebebasan dalam menjalani gaya hidup, dan keinginan untuk menciptakan perubahan positif dalam masyarakat. Adanya program-program pendidikan dan pelatihan kewirausahaan yang tersedia secara luas telah memberikan pemuda pengetahuan dan keterampilan yang

diperlukan untuk memulai dan mengelola bisnis mereka sendiri. Sekolah-sekolah dan lembaga-lembaga pendidikan tinggi sering kali menawarkan kursus dan program kewirausahaan yang dapat menginspirasi dan membekali pemuda dengan alat yang mereka butuhkan untuk sukses dalam dunia bisnis. Nilai-nilai yang berkaitan dengan kewirausahaan, seperti kemandirian, inovasi, dan keberanian mengambil risiko, semakin dihargai dalam budaya kontemporer. Hal ini mendorong lebih banyak pemuda untuk mempertimbangkan karier sebagai wirausaha sebagai pilihan yang menarik dan memuaskan.

Berbicara mengenai pengusaha tentunya pemikiran seseorang tidak akan jauh dari yang namanya usaha/bisnis serta pengelolaan keuangan. Apalagi jika pengusaha tersebut masih digolongkan sebagai pengusaha muda atau mereka yang baru terjun serta merintis usaha/bisnis, tentunya pengalaman mereka masih minim dan masih perlu banyak belajar. Namun tidak jarang pula ditemukan pengusaha muda yang sudah sukses dalam menjalankan usahanya. Hal ini tentunya tidak lepas dari yang namanya manajemen serta pengelolaan keuangan yang dilakukan. Salah satu alternatif pengelolaan keuangan yang baik dapat dilakukan dengan cara berinvestasi. Berinvestasi bagi seorang pengusaha muda sangat penting dengan tujuan menciptakan sumber penghasilan yang lain sehingga bukan hanya diri sendiri yang bekerja untuk menghasilkan uang akan tetapi dengan berinvestasi uang juga akan bekerja untuk menghasilkan uang yang lainnya. Selain itu investasi dalam bisnis juga diperlukan untuk mengembangkan usaha yang dijalankan agar dapat bertahan dalam jangka panjang serta berkelanjutan.

Dalam konteks wirausaha muda Generasi Z, pentingnya investasi menjadi semakin relevan. Generasi ini, yang dikenal dengan kemahiran teknologi dan akses mudah ke informasi, sering kali memiliki pendekatan yang berbeda dalam pengelolaan keuangan dan investasi dibandingkan generasi sebelumnya. Bagi wirausaha muda Gen Z, berinvestasi bukan hanya merupakan strategi untuk memperluas sumber penghasilan dan mendukung pertumbuhan bisnis, tetapi juga sebagai sarana untuk memanfaatkan peluang teknologi dan tren pasar yang terus berkembang. Dengan pemahaman yang kuat tentang literasi keuangan dan adaptasi terhadap dinamika investasi digital, pengusaha muda Gen Z dapat mengoptimalkan potensi keuntungan dan memastikan keberlanjutan usaha

mereka dalam jangka panjang. Dengan keterampilan dan pengetahuan yang tepat, pengusaha muda Gen Z dapat mengelola risiko dengan lebih efektif, memilih investasi yang sesuai dengan tujuan jangka panjang mereka, dan memanfaatkan peluang yang mungkin tidak tersedia bagi generasi sebelumnya. Ini tidak hanya akan memperkuat posisi mereka dalam pasar yang kompetitif tetapi juga meningkatkan potensi pertumbuhan bisnis mereka. Dengan semua alat dan sumber daya yang tersedia, pengusaha muda Gen Z memiliki potensi besar untuk memanfaatkan investasi sebagai alat strategis dalam mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, kemampuan untuk berinvestasi secara strategis dapat memberikan keuntungan kompetitif memungkinkan mereka untuk berinovasi dan beradaptasi dengan cepat, mereka dapat memastikan bahwa usaha mereka tidak hanya bertahan dalam jangka panjang, tetapi juga berkembang dan berinovasi di pasar yang terus berubah.

Oleh karena itu, sangat penting bagi pengusaha muda Gen Z untuk terus meningkatkan literasi keuangan mereka, mengeksplorasi berbagai opsi investasi, dan membangun pemahaman mendalam tentang bagaimana keputusan investasi mereka dapat mempengaruhi kesuksesan bisnis mereka. Dengan pendekatan yang tepat, mereka tidak hanya akan dapat mengoptimalkan pengelolaan keuangan mereka tetapi juga memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

Meneliti pengusaha muda Gen Z dalam konteks investasi dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana generasi ini mendekati investasi, apa yang memengaruhi keputusan mereka, dan bagaimana mereka memanfaatkan literasi keuangan mereka. Ini juga dapat membantu dalam merancang strategi pendidikan atau intervensi yang lebih efektif untuk meningkatkan keputusan investasi mereka. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi melalui *locus of control* berdasarkan gender studi kasus pada pengusaha Generasi Z menjadi relevan untuk dilakukan. Dengan memahami beberapa faktor diatas, dapat dikembangkannya strategi pendidikan keuangan yang lebih efektif dan memberikan kontribusi pada pemahaman lebih lanjut dalam bidang literasi keuangan dan perilaku investasi di Indonesia khususnya kepada Generasi Z.

1.3 Tujuan Penelitian

Adanya perbedaan antara penelitian yang sedang dikerjakan dengan penelitian sebelumnya antara lain, penelitian ini lebih difokuskan kepada *locus of control* berbeda dengan penelitian (nur wijayanti) yang hanya menggunakan *locus of control* eksternal. Selain itu pada penelitian ini menggunakan *locus of control* sebagai variabel mediasi berbeda dengan yang diteliti oleh (natan) yang menggunakan *locus of control* sebagai variabel moderasi. Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

- a. Mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi pada mahasiswa pengusaha muda Generasi Z.
- b. Mengetahui pengaruh Keputusan Investasi pada gender Generasi Z terhadap mediasi *locus of control*.
- c. Mengetahui hubungan antara Literasi Keuangan dan Keputusan Investasi pada mahasiswa pengusaha muda Generasi Z.
- d. Mengetahui peran mediasi variabel *locus of control* dalam memengaruhi hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi.

1.4 Rumusan Masalah

Dengan adanya latar belakang yang telah diuraikan diatas masih terdapat permasalahan pada pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi melalui *locus of control* berdasarkan gender. Berdasarkan hal itu penulis mendapatkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat perbedaan pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi pada pengusaha muda Generasi Z berdasarkan gender?
- b. Apakah terdapat perbedaan pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Locus of Control* pada pengusaha muda Generasi Z berdasarkan gender?
- c. Apakah terdapat perbedaan pengaruh *Locus of Control* terhadap Keputusan Investasi pada pengusaha muda Generasi Z berdasarkan gender?

- d. Apakah terdapat perbedaan pengaruh mediasi *Locus of Control* pada hubungan antara Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi pada pengusaha muda Generasi Z?

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan atau manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 aspek, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan kegunaan sebagai berikut :

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan memberikan informasi-informasi terbaru mengenai pengaruh literasi keuangan dan terhadap Keputusan investasi yang didukung oleh *locus of control* sehingga dapat digunakan sebagai kajian atau referensi penelitian yang sejenis dalam bidang investasi dan keuangan untuk dijadikan sebagai bahan penelitian selanjutnya.

1.5.2 Aspek Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pemerintah dalam merencanakan program-program di masa depan untuk meningkatkan literasi keuangan di Indonesia. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan tambahan pengetahuan dan menjadi panduan bagi penasihat investasi dalam membantu investor untuk membuat keputusan investasi yang sesuai dengan karakteristik mereka.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisikan mengenai jenis penelitian, operasional variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

1.7 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu dan periode penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yaitu pada bulan Februari sampai Juli 2024.