

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Era digital telah mengubah lanskap ekonomi dan keuangan secara fundamental, terutama bagi generasi muda Indonesia. Kemajuan teknologi finansial (fintech) dan platform investasi digital telah membuka akses yang lebih luas terhadap instrumen investasi, termasuk perdagangan cryptocurrency yang semakin populer di kalangan mahasiswa dan generasi Z. Fenomena ini menciptakan pergeseran paradigma dalam cara generasi muda memahami dan mengelola keuangan pribadi mereka.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997-2012, merupakan generasi digital *native* yang tumbuh bersama perkembangan teknologi internet dan media sosial. Menurut data Badan Pusat Statistik Indonesia, generasi Z di Indonesia mencapai 71,5 juta jiwa atau 26,4 persen dari total populasi nasional, menjadikannya kelompok demografis yang sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia. Karakteristik generasi ini yang melek teknologi dan cenderung lebih terbuka terhadap inovasi finansial membuat mereka menjadi segmen pasar yang menarik bagi industri investasi digital.

Fenomena trading cryptocurrency telah menjadi tren yang signifikan di kalangan mahasiswa dan generasi Z. Platform perdagangan digital yang mudah diakses melalui smartphone, ditambah dengan promosi yang gencar di media sosial, telah menarik minat banyak anak muda untuk terjun ke dunia investasi crypto. Namun, antusiasme ini tidak selalu diimbangi dengan pengetahuan investasi yang memadai, sehingga menimbulkan risiko terhadap perilaku keuangan dan keputusan investasi yang tidak rasional.

Seiring dengan meluasnya fenomena investasi digital, konsep literasi keuangan kini berkembang mencakup ranah yang lebih spesifik, yaitu literasi kripto. Literasi kripto dapat didefinisikan sebagai seperangkat pengetahuan dan keterampilan khusus yang memungkinkan individu untuk memahami, mengevaluasi, dan membuat keputusan yang terinformasi mengenai aset kripto. Kemunculan literasi ini menjadi krusial,

terutama bagi Generasi Z yang menunjukkan minat investasi kripto yang sangat tinggi, namun seringkali tidak diimbangi dengan pemahaman yang memadai mengenai risikonya (Krajan.id, 2025). Menyadari adanya kesenjangan ini, regulator di Indonesia seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI) semakin gencar mendorong program edukasi seperti Bulan Literasi Kripto untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, mencegah misinformasi, dan melindungi investor muda dari praktik investasi yang tidak bertanggung jawab (OJK, 2025).

Pada intinya, literasi kripto mencakup beberapa komponen fundamental yang wajib dipahami oleh calon investor. Komponen pertama adalah pemahaman dasar mengenai teknologi yang mendasarinya, seperti blockchain, serta karakteristik aset kripto yang terdesentralisasi dan terenkripsi. Komponen kedua adalah kesadaran penuh akan risiko inheren yang melekat, terutama volatilitas harga yang sangat tinggi, yang membedakannya dari instrumen investasi tradisional (Allianz, t.t.). Komponen selanjutnya adalah kemampuan untuk mengelola keamanan aset digital secara mandiri, termasuk praktik penggunaan digital wallet yang aman dan cara menghindari penipuan. Terakhir, literasi kripto juga mencakup kemampuan berpikir kritis untuk menyaring informasi dari berbagai sumber, terutama dari media sosial dan influencer, agar dapat membedakan antara analisis yang kredibel dengan ajakan yang bersifat spekulatif atau Fear of Missing Out (FOMO) (Krajan.id, 2025; RRI, 2025).

Pengetahuan investasi trading, khususnya dalam konteks cryptocurrency, mencakup pemahaman tentang analisis teknikal, manajemen risiko, psikologi trading, dan karakteristik pasar crypto yang volatil. Penguasaan pengetahuan ini diharapkan dapat membentuk perilaku keuangan yang lebih bijak dan terukur.

Perilaku keuangan yang dimaksud meliputi kebiasaan menabung, perencanaan keuangan, pengambilan keputusan investasi, dan pengelolaan risiko finansial.

Lebih menarik lagi, aktivitas trading cryptocurrency tampaknya

tidak hanya mempengaruhi perilaku keuangan, tetapi juga mulai menggeser minat profesi di kalangan generasi Z. Banyak mahasiswa yang awalnya memiliki cita-cita profesi tradisional, kini mulai mempertimbangkan karir di bidang trading, analisis keuangan, atau bahkan menjadi trader crypto profesional. Perubahan minat profesi ini menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji lebih mendalam, terutama dalam konteks bagaimana pengetahuan investasi trading dapat mempengaruhi pilihan karir masa depan.

Minat investasi trader crypto sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini menjadi jembatan penting untuk memahami bagaimana pengetahuan investasi trading dapat mempengaruhi perubahan minat profesi. Ketika seseorang memiliki minat yang tinggi terhadap investasi crypto, hal ini dapat membentuk persepsi baru tentang peluang karir di bidang finansial dan teknologi, yang pada akhirnya dapat mengubah preferensi profesi mereka.

Pentingnya penelitian ini juga didukung oleh kebutuhan untuk memahami dampak jangka panjang dari fenomena investasi digital terhadap perilaku ekonomi generasi muda. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara pengetahuan investasi, perilaku keuangan, dan minat profesi, *stakeholder* pendidikan dan kebijakan dapat merancang program yang lebih efektif untuk meningkatkan literasi keuangan dan mempersiapkan generasi Z menghadapi tantangan ekonomi digital.

Kota Bandung, sebagai salah satu pusat pendidikan tinggi terbesar di Indonesia, memiliki konsentrasi mahasiswa yang tinggi dengan beragam latar belakang ekonomi dan sosial. Berdasarkan data tahun 2021, jumlah mahasiswa di perguruan tinggi swasta di Kota Bandung mencapai 205.844 orang, sementara di perguruan tinggi negeri terdapat puluhan ribu mahasiswa lainnya. Dengan estimasi pertumbuhan mahasiswa dan mengingat sebagian besar mahasiswa saat ini termasuk dalam kategori generasi Z, populasi target penelitian ini diperkirakan mencapai sekitar 250.000-300.000 mahasiswa generasi Z di lingkup perguruan tinggi Kota Bandung pada tahun 2025. Dengan asumsi proporsi milenial + Gen Z masih

stabil di kisaran 51 %, maka total populasi generasi usia produktif (termasuk Gen Z dan milenial) di Bandung adalah sekitar 1,3 juta orang. Jika kita mengurai lebih jauh dan mempertimbangkan proporsi usia 18–23 tahun (rentang usia mahasiswa), diperkirakan populasi Gen Z yang sedang menempuh pendidikan tinggi di Bandung berkisar antara 300.000–400.000 orang.

Bandung juga dikenal sebagai kota pelajar, memiliki sekitar 50 perguruan tinggi (termasuk universitas negeri dan swasta). Sebagai gambaran mikro, penelitian sebelumnya di Telkom University dan ITB (tahun akademik 2018/19) menunjukkan jumlah mahasiswa usia Gen Z di kedua kampus tersebut mencapai sekitar 37.546 orang

Kota Bandung dipilih sebagai lokus penelitian karena karakteristiknya yang unik sebagai kota pendidikan dengan populasi mahasiswa yang besar dan beragam. Selain itu, sebagai kota dengan perkembangan teknologi dan startup yang pesat, Bandung menjadi representasi yang baik untuk memahami bagaimana generasi Z di lingkungan akademis merespons inovasi finansial digital.

Trading dalam Crypto memiliki potensi yang tidak terbatas pada pembayaran saja, namun aplikasi ini dibuat dengan dasar untuk memengaruhi kehidupan seperti ekonomi, ilmu pengetahuan, pendidikan, seni, budaya dan lain-lain (Shovkhalov & Idrisov, 2021). Maraknya profesi menjadi seorang trader crypto terutama bagi generasi Z dapat dikatakan sebagai perubahan minat profesi di era postmodern. Postmodern dapat dimaknai sebagai sebuah paradigma yang memiliki arti bahwa postmodern merupakan suatu konsep yang memiliki kerangka berpikir yang bertujuan untuk memahami, menafsirkan, mengkaji, memberi solusi dan menjelaskan kenyataan yang berkaitan dengan fenomena sosial budaya dan aspek ekonomi bisnis dalam kehidupan masyarakat (Saputra, 2021).

Eksistensi Generasi Z merupakan masyarakat sosial yang hidup berdampingan dengan teknologi. Mereka sangat menyukai teknologi dan menganggap teknologi sebagai suatu hal yang dapat mempermudah segala aktivitas yang dilakukan. Generasi Z bisa dibilang memiliki sifat yang

toleran antar sesamanya. Hal ini dikarenakan arus globalisasi yang berkembang dengan cepat, di mana interaksi dengan siapapun dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi. Oleh karena itu, globalisasi memberikan pengaruh kepada generasi Z dengan bisa lebih terbuka dan menerima perbedaan, dan lebih banyak mendapatkan wawasan dari keberagaman (Adhary dkk., 2021).

1.2. Latar Belakang Penelitian

Teknologi sekarang yang berkembang begitu pesat membuat semua kegiatan bisa dikerjakan dimana saja dan kapan saja melalui smartphone dan gawai lainnya dengan teknologi digital yang dimiliki oleh hampir semua orang. Ditambah dengan adanya pandemi covid-19 ini maka semua kegiatan luar yang berhubungan fisik menjadi berkurang karena adanya virus ini. Dengan adanya keadaan ini, teknologi sangat digunakan semaksimal mungkin bagi masyarakat baik untuk berkomunikasi, kegiatan belajar, kegiatan keuangan, dsb. Menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) bahwa pada kuartal II tahun 2022 telah naik menjadi 73,7% dari populasi penduduk Indonesia yaitu 196,7 juta penduduk Indonesia pada tahun 2022 kuartal II ini yang menggunakan jasa internet.

Dengan berkembangnya internet yang pesat ini maka banyak masyarakat yang mengikuti alur karena adanya internet ini. Alur atau pola hidup yang cepat ini juga dapat pola hidup masyarakat. Karena dengan berubahnya pola hidup ini maka lingkungan sekitar juga terpengaruh, internet telah memberikan banyak sekali pengaruh untuk masyarakat baik di kota kecil hingga kota-kota besar. Kegiatan keuangan pada era ini juga sangat dimudahkan karena banyaknya aplikasi dompet digital dan kegiatan finansial yang berbasis teknologi dan internet, sehingga dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat.

Pada era globalisasi sekarang ini, kemajuan teknologi terasa begitu cepat dan pesat. Alat komunikasi semakin canggih dengan layanan dan fitur-fitur yang dapat memudahkan komunikasi, mencari informasi, serta berbagi informasi. Tidak dapat dipungkiri semua masyarakat di dunia

menikamati kemajuan teknologi ini, terutama pada media komunikasi. Banyak orang merasa bahwa dengan bantuan teknologi mutakhir ini, mereka bisa mendapatkan jawaban yang mereka cari lebih cepat dan dengan sedikit usaha. Internet adalah fasilitas yang dimungkinkan oleh perkembangan teknologi. Sebagai hasil dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, jumlah pengguna internet terus meningkat, dan pengguna internet kini menjangkau setiap rentang demografis dan usia dalam masyarakat modern.

Menurut survei tahun 2022 terhadap pengguna internet di Indonesia, tingkat penetrasi negara tersebut telah meningkat, sebagaimana dilaporkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Dari total 143,26 juta pada 2021, survei memperkirakan pada 2022 jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 171,17 juta. Sekitar dua pertiga (64,8%) penduduk Indonesia kini memiliki akses ke internet. Badan Pusat Statistik memperkirakan pada tahun 2022, jumlah penduduk Indonesia akan meningkat menjadi 264,16 juta jiwa, dengan penggunaan internet di antara penduduk secara keseluruhan mencapai 171,17 juta jiwa. Statistik dari Statista 2022 menunjukkan bahwa media sosial dan SMS adalah dua penggunaan internet paling populer di Indonesia. Ini menunjukkan pentingnya internet di banyak bidang kehidupan manusia, termasuk interaksi sosial. Internet sangat penting untuk keberhasilan aktivitas media sosial populer saat ini.

Ada banyak cara media baru dapat membuat komunikasi dengan dunia luar menjadi lebih efisien dan efektif. John Vivian (2008), dikutip dalam Nasrullah (2016), berpendapat bahwa internet dan bentuk media baru lainnya memungkinkan kita untuk melampaui batasan media tradisional dalam hal pola distribusi pesan, mengaburkan batas geografis, meningkatkan kapasitas kita untuk berinteraksi, dan yang paling penting, lakukan secara real time. Wacana di media baru, dan khususnya jejaring sosial, tidak pernah gagal menarik. Kehadiran situs jejaring sosial atau dikenal juga dengan media sosial merupakan media yang digunakan untuk publikasi kegiatan, informasi, opini, dan sarana interaksi.

Pasar modal memiliki peranan penting dalam pelaksanaan pembangunan negara. Pasar modal menjadi salah satu alternatif pendanaan bagi negara maupun swasta (Permata & Ghoni, 2019:51). Sektor pasar modal dan keuangan menjadi salah satu tolak ukur perekonomian suatu negara, dalam hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang terdaftar pada pasar sekunder atau bursa saham untuk menjual belikan sahamnya dalam suatu negara (Tandio & Widanaputra, 2016:2318). Menurut Vervawati (2014:12), pasar modal merupakan tempat bertemunya antara pihak yang memiliki kelebihan dana (investor) dengan pihak yang membutuhkan dana (perusahaan) dengan cara memperjualbelikan sekuritas.

Bagi swasta/perusahaan pasar modal juga digunakan sebagai strategi untuk menunjang kinerja perusahaan agar dapat bertahan pada persaingan dunia bisnis (Pajar, 2017,1). Hal inilah yang terjadi pada perusahaan-perusahaan yang berkembang di Indonesia saat ini. Berdasarkan data yang diambil dari website PT. BEI (Bursa Efek Indonesia) perusahaan Go Public per maret 2023 tercatat sebanyak 729 perusahaan (PT. BEI, 2023). Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan perusahaan yang mendaftarkan perusahaannya pada pasar bursa saham.

Dalam upaya meningkatkan kesejahteraan, keputusan terkait dengan pengelolaan keuangan sangat penting, karena hal tersebut akan berdampak pada pertumbuhan konsumsi masyarakat yang terus meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi yang semakin membaik. Tingkat pendapatan yang tinggi tanpa diiringi dengan pengelolaan yang baik maka tidak akan mendatangkan kesejahteraan bagi seseorang (Putra, Handayani dan Pambudi, 2013). Hal itu menandakan bahwa setiap masyarakat dari berbagai kalangan perlu memahami dan mengetahui perihal perilaku keuangan.

Keputusan keuangan individu tidak semata-mata dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, melainkan juga oleh faktor emosional dan sosial. Dalam praktiknya, seseorang sering kali melakukan pembelian yang tidak sepenuhnya berdasarkan kebutuhan primer, melainkan dipicu oleh

keinginan, tekanan sosial, atau keinginan menyesuaikan diri dengan gaya hidup modern (Lusardi & Mitchell, 2020). Hal ini mencerminkan adanya pengaruh signifikan dari faktor psikologi perilaku seperti emosi, persepsi risiko, serta pengaruh kelompok sosial dalam pengambilan keputusan keuangan (Xiao & Porto, 2019). Bahkan, perilaku konsumtif di kalangan generasi muda kerap kali menjadi bentuk aktualisasi diri atau pencitraan di media sosial, yang mengindikasikan bahwa keputusan finansial juga berakar pada motif sosial-psikologis (Herawati & Suryani, 2022). Oleh karena itu, pendekatan interdisipliner yang menggabungkan ilmu keuangan, psikologi perilaku, dan faktor sosio-kultural sangat penting dalam memahami pola perilaku keuangan, terutama pada Generasi Z yang tumbuh di era digital dan media sosial yang sangat kuat memengaruhi identitas serta gaya hidup.

Indonesia sebagai negara berkembang sebagian besar penduduknya masih memiliki orientasi keuangan jangka pendek yang masuk dalam kategori *saving society* (menabung). Berbeda dengan negara maju yang telah memiliki orientasi keuangan jangka panjang yang masuk dalam kategori *investing society* (investasi). Perlu adanya edukasi publik yang intensif dan berkelanjutan untuk mengubah orientasi keuangan masyarakat dari *saving society* menuju *investing society*, (Ari, 2009: Mastura, et. al, 2020:65). Hal ini lah yang menjadi alasan pentingnya edukasi keuangan dan investasi.

Menurut Menurut penelitian yang dipublikasikan dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis oleh Pangestu dan Bagama (2022), salah satu faktor yang memengaruhi minat seseorang untuk berinvestasi adalah kemajuan teknologi. Hal ini sejalan dengan temuan Tri Cahya dan Ayu Kusuma (2019) yang menunjukkan bahwa kemajuan teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Perkembangan teknologi tidak hanya mempercepat akses terhadap informasi, tetapi juga mempermudah masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas, termasuk kegiatan investasi. Dengan hadirnya platform digital, aplikasi keuangan, serta sistem transaksi online yang lebih aman dan praktis, masyarakat

khususnya generasi muda semakin terdorong untuk mulai berinvestasi secara mandiri dan fleksibel. Kombinasi antara literasi keuangan, efikasi diri, dan pemanfaatan teknologi finansial secara bersamaan terbukti memainkan peran krusial dalam membentuk niat investasi di kalangan Generasi Z.

Berdasarkan data grafik yang diterbitkan oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), tercatat bahwa Generasi Milenial dan Generasi Z mendominasi komposisi investor di Indonesia, baik investor baru maupun lama, dengan persentase mencapai 58,71%. Temuan ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda memiliki peran signifikan dalam pertumbuhan ekosistem investasi nasional. Sejalan dengan hal tersebut, sejumlah penelitian sebelumnya merekomendasikan perlunya studi lanjutan yang lebih terfokus pada Generasi Z sebagai generasi penerus setelah Milenial. Hal ini penting mengingat Generasi Z saat ini berada pada usia produktif, yang merupakan fase strategis untuk membentuk perilaku dan minat investasi mereka secara optimal.

Generasi z tergolong dalam investor yang mendominasi dalam pasar modal indonesia. Generasi yang terbentuk dari lingkungan yang sudah tidak asing dengan yang namanya internet, sejak lahir generasi z sudah berdampingan dengan eknologi dan dunia serba digital dalam kehidupannya. Kedekatan generasi z dengan internet membuat generasi ini disebut sebagai generasi digital (Kusnandar et al., 2022).

Generasi Z yang menghabiskan waktu dengan media sosial cenderung menjadi lebih terisolasi dan kurang interaksi sosial secara langsung. Selain itu, terlalu banyak waktu yang dihabiskan di depan layar juga dapat mengganggu tidur yang sehat dan membuat generasi Z kurang aktif secara fisik. Namun, di sisi lain, penggunaan media sosial dapat memberikan manfaat positif, seperti membantu generasi Z dalam membangun jejaring sosial yang lebih luas, memperoleh informasi yang berguna, dan mengekspresikan diri secara kreatif.

Media sosial juga dapat memberikan akses ke peluang pendidikan dan karir yang sebelumnya sulit dijangkau. Namun, yang penting adalah

memahami bahwa penggunaan media sosial yang sehat dan produktif penting untuk generasi Z. Dibuktikan dengan kemahirannya dalam mengeksplorasi web dengan laptop, membuat tweet secara bersamaan pada sosial media, mahir dan bersemangat dengan semua hal yang memiliki hubungan dengan perkembangan komputer dan internet. Perkembangan teknologi yang pesat dalam pasar modal diharapkan dapat memberikan edukasi pada generasi z untuk berinvestasi melalui sosial media karena mereka lebih aktif menggunakan social media. (Onasie & Widoatmodjo, 2020) kemajuan teknologi ini diharapkan memberikan pengaruh positif terhadap pasar modal dalam menambah jumlah investor. Kurangnya ruang informasi mengenai pasar modal membuat para sekuritas berpikir keras pada strategi pemasaran masing-masing perusahaan sekuritas.

Strategi penggunaan content marketing dinilai sangat efektif, terutama karena selaras dengan kebiasaan Generasi Z yang cenderung menghabiskan banyak waktu di media sosial, bahkan hingga lupa waktu. Di era digital saat ini, di mana kehidupan sehari-hari tidak dapat dipisahkan dari penggunaan telepon pintar, berbagai topik mengenai investasi dan pasar modal semakin sering muncul di berbagai platform digital. Paparan konten tersebut membuat calon investor yang sebelumnya tidak memiliki pengetahuan tentang pasar modal menjadi lebih memahami dan tertarik untuk berinvestasi. Hal ini mengindikasikan bahwa content marketing berperan penting dalam membentuk minat investasi. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian Amalia (2020) serta Fadhilah dan Saputra (2021) yang menyatakan bahwa content marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap minat dan perilaku konsumen, termasuk dalam konteks keputusan investasi. Pendekatan ini menjadi sebuah prioritas strategis bagi banyak pihak untuk menjangkau audiens di sepanjang perjalanan mereka sebagai konsumen atau investor (Terho, et.al, 2022).

Content marketing membantu mengurangi kesenjangan pengetahuan informasi antara konsumen dan produsen dalam proses pemasaran dan investasi di pasar modal. Konsumen mungkin tidak memiliki informasi

yang cukup tentang investasi di pasar modal dan bagaimana cara memulainya. Sementara itu, produsen, dalam hal ini perusahaan sekuritas mungkin tidak menyediakan informasi yang cukup atau dapat diakses secara mudah oleh konsumen. Sebagian generasi milenial mungkin sudah mendapatkan edukasi finansial tentang bagaimana mengelola uang untuk masa depan baik dari keluarga, lingkungan maupun dari sekolah, sehingga mereka mampu mengatur keuangannya sesuai prioritas. Namun di sisi lain, banyak juga milenial yang belum dibekali dengan kemampuan untuk mengatur keuangannya dengan baik. Entah itu karena faktor pergaulan atau karena gengsi. Mereka menggunakan uang yang dimiliki dengan sesuka hati untuk memenuhi kebutuhan lifestyle seperti traveling, shopping dan hangout.

Tabel 1.1 Alokasi Keuangan & Gaya Hidup Gen Z (2024)

Kategori	Persentase
Menabung	62 %
Investasi	27 %
Asuransi / Dana Darurat	14 %
Lain-lain / Tidak Menyisihkan dana	19–28 %
Mengeluarkan uang untuk gaya hidup (traveling, hangout)	± 80 %
Investor yang mengalami kerugian	57 %

Sumber: Katadata Insight Center. (2025). Survei Perilaku Keuangan Generasi Z di Indonesia: Literasi, Gaya Hidup, dan Investasi. Katadata.co.id.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh PT. Bursa efek Indonesia saat ini pasar modal di Indonesia didominasi oleh investor domestik. Hal tersebut merupakan

suatu hal yang menggembirakan. Tingginya investor domestik akan memberikan keuntungan tersendiri pada perekonomian Indonesia, sehingga akan memperkecil resiko turunnya Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang dapat mengakibatkan krisis keuangan (Katadata,2020). Hal tersebut dapat terjadi karena jika suatu pasar modal dikuasai oleh investor asing maka akan terjadi suatu krisis atau suatu permasalahan dalam suatu negara. Investor asing akan memiliki kecenderungan untuk beralih ke instrumen investasi yang memiliki resiko rendah, dengan begitu maka nilai saham akan anjlok.

Peningkatan jumlah investor yang terjadi pada tahun 2024 menunjukkan bahwa telah banyak masyarakat yang mulai sadar untuk berinvestasi. Saat ini investasi tidak hanya dapat dilakukan oleh para pengusaha atau mereka yang telah memiliki penghasilan tetap. Para generasi muda seperti mahasiswa dan pelajar pun dapat memulai suatu investasi pada dunia pasar modal salah satu instrumen yang dapat dipilih adalah reksadana. Hal ini yang saat ini terjadi, yaitu peningkatan tren investasi di dunia pasar modal yang dilakukan oleh para generasi muda. Berdasarkan data yang terhimpun dalam situs PT. BEI peningkatan investor domestik saat ini didominasi oleh kalangan anak muda.

Mahasiswa sangat perlu dibimbing untuk mengenal investasi lebih dini sehingga mereka tidak konsumtif dan mulai menyiapkan diri untuk kemandirian finansial nantinya (Wira, 2016) Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arofah, Purwaningsih, dan Indriayu (2018) literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Hal tersebut ditunjukkan dengan kemudahan dalam penentuan skala prioritas kebutuhan, terbantu dalam perencanaan anggaran biaya dan pendapatan, dan terbantu dalam menabung investasi yang berkaitan dengan ilmu menabung dan investasi. Sehingga para sarjana dapat menghemat uang mereka dan merencanakan rencana masa depan mereka, termasuk untuk biaya kebutuhan yang tidak terduga. Pandangan seseorang mengenai pentingnya suatu perencanaan keuangan untuk kehidupan dimasa

mendatang akan menjadikan seseorang tersebut memikirkan cara untuk dapat mengelola keuangannya agar dapat tetap digunakan di masa mendatang.

Namun, meskipun telah banyak upaya yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut masih banyak mahasiswa atau generasi muda yang memiliki perilaku konsumtif artinya mereka belum mampu melakukan pengelolaan keuangan dengan baik. Tidak sedikit dari mahasiswa lebih memilih membelanjakan uang mereka untuk memenuhi gaya hidup, sehingga belum memikirkan untuk mengelola uang mereka dengan investasi. Penelitian di lingkungan Universitas Telkom sendiri menunjukkan bahwa faktor seperti literasi keuangan digital dan sikap keuangan secara langsung membentuk perilaku manajemen keuangan mahasiswa program studi Manajemen (Dewi & fmahisari, 2023). Hal ini menegaskan bahwa bahkan di dalam program studi yang relevan, perilaku keuangan yang baik bukanlah sesuatu yang otomatis dan perlu terus didorong.

David Low, General Manager Asia Tenggara Luno mengatakan, bahawa hasil survei yang dilakukan perusahaan Luno bekerjasama dengan Dalia Research menunjukkan sekitar 69% dari generasi milenial Indonesia tidak memiliki strategi dalam mengembangkan dana. Hasil survei bertajuk “The Future of Money” tersebut juga memaparkan bahwa dari angka itu, sebanyak 44% milenial Indonesia hanya mengembangkan dana sekali dalam satu atau dua tahun dan sekitar 20% di antaranya bahkan tidak mengembangkan dana (Akseleran, 2020). Tidak sedikit dari mahasiswa lebih memilih membelanjakan uang mereka untuk memenuhi gaya hidup, sehingga belum memikirkan untuk mengelola uang mereka dengan investasi. David Low, General Manager Asia Tenggara Luno mengatakan, bahawa hasil survei yang dilakukan perusahaan Luno bekerjasama dengan Dalia Research menunjukkan sekitar 69% dari generasi milenial Indonesia tidak memiliki strategi dalam mengembangkan dana. Hasil survei bertajuk “The Future of Money” tersebut juga memaparkan bahwa dari angka itu, sebanyak 44% milenial Indonesia hanya mengembangkan dana sekali

dalam satu atau dua tahun dan sekitar 20% di antaranya bahkan tidak mengembangkan dana (Akseleran, 2020).

Selain itu telah banyak dilakukan penelitian mengenai pengaruh pengetahuan keuangan, minat investasi di pasar modal dan perilaku keuangan dengan berbagai hasil yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan Pangestika dan Rusliati (2019) menunjukkan tingkat literasi dan efikasi keuangan yang tinggi dan baik pada mahasiswa berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat investasi mahasiswa dalam pasar modal. Penelitian terbaru menunjukkan hasil yang berbeda-beda terkait pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Triana dan Yudiantoro (2022) menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi di kalangan mahasiswa pasar modal syariah di Jawa Timur. Namun, Fitriana (2024) dalam penelitiannya terhadap mahasiswa Generasi Z pengguna pasar modal syariah di Jambi menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, meskipun literasi digital dan pemahaman investasi terbukti signifikan. Selain itu, Siregar dan Anggraeni (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan secara langsung berkontribusi positif terhadap keputusan investasi mahasiswa di Universitas Bina Bangsa, dan perilaku keuangan turut memediasi hubungan tersebut. Sebagai pelengkap, Sobari dan Tresnawati (2024) dalam studi mereka di Kota Bandung juga menegaskan bahwa literasi keuangan secara signifikan memengaruhi keputusan investasi mahasiswa. Temuan-temuan ini menggambarkan kompleksitas hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi: meski sebagian penelitian menunjukkan efek positif dan langsung, ada pula temuan yang menunjukkan pengaruh tidak langsung atau bahkan tidak signifikan. Artinya, literasi keuangan saja mungkin tidak cukup untuk mendorong perilaku investasi, faktor lain seperti literasi digital dan motivasi berinvestasi juga perlu dipertimbangkan.

Penelitian dari Telkom University menunjukkan bukti yang

cukup kuat mengenai peran literasi keuangan terhadap keputusan investasi di kalangan mahasiswa. Misalnya, Susanto dan Ikhsan (2022) menemukan bahwa literasi keuangan—termasuk pemahaman tentang produk P2P lending—berikut tingkat pengetahuan finansial mahasiswa Telkom angkatan 2016–2019, memiliki efek positif yang signifikan terhadap keputusan investasi mereka dalam aplikasi financial technology. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Naufal dan Mahir (2022) dalam konteks pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa literasi keuangan berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa pada produk pasar modal, meskipun masih ada variabel lain yang turut memengaruhinya. Dengan demikian, temuan dari Telkom University konsisten menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang baik secara langsung mendorong peningkatan intensitas dan kualitas keputusan investasi mahasiswa. Namun, temuan ini juga menegaskan pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual lain seperti kondisi ekonomi, akses teknologi, dan dinamika perilaku finansial yang bisa memoderasi atau memediasi hubungan antara literasi dan keputusan investasi.

Peningkatan Akses dan Antusiasme Investasi Digital pada Generasi Z yang Tidak Diimbangi Pengetahuan Memadai. Era digital telah mengubah lanskap ekonomi dan keuangan, terutama bagi generasi muda Indonesia. Kemajuan teknologi finansial (fintech) dan platform investasi digital telah membuka akses yang lebih luas terhadap instrumen investasi, termasuk perdagangan cryptocurrency yang semakin populer di kalangan mahasiswa dan Generasi Z. Generasi Z merupakan digital native yang melek teknologi dan cenderung lebih terbuka terhadap inovasi finansial, menjadikannya segmen pasar yang menarik bagi industri investasi digital. Namun, antusiasme tinggi ini tidak selalu diimbangi dengan pengetahuan investasi yang memadai, sehingga menimbulkan risiko terhadap perilaku keuangan dan keputusan investasi yang tidak rasional. Bahkan, survei menunjukkan bahwa sekitar 57% investor mengalami kerugian.

Perilaku Keuangan Konsumtif Generasi Z terlihat dari fenomena tren peningkatan investor domestik yang didominasi kalangan anak muda dan pentingnya edukasi keuangan untuk mengarahkan ke investing society, masih banyak mahasiswa atau generasi muda yang memiliki perilaku konsumtif dan belum mampu melakukan pengelolaan keuangan dengan baik. Mereka seringkali membelanjakan uang untuk memenuhi gaya hidup (sekitar $\pm 80\%$ untuk traveling, shopping, dan hangout), dan tidak memiliki strategi dalam mengembangkan dana. Ini menunjukkan kesenjangan antara potensi dan realitas perilaku keuangan Generasi Z.

Generasi Z, yang didefinisikan sebagai digital native, tumbuh di tengah lingkungan yang serba terhubung dengan internet dan teknologi. Karakteristik ini membuat mereka secara alami lebih terbuka dan adaptif terhadap berbagai inovasi finansial, termasuk platform investasi digital dan aset kompleks seperti cryptocurrency. Kedekatan mereka dengan teknologi telah mendorong partisipasi yang masif di pasar modal, di mana bersama dengan Generasi Milenial, mereka mendominasi komposisi investor di Indonesia. Namun, antusiasme dan kemudahan akses ini memunculkan sebuah tantangan krusial: minat yang tinggi tidak selalu diimbangi dengan pengetahuan investasi yang memadai, sehingga menciptakan risiko signifikan terhadap keputusan dan perilaku keuangan mereka yang cenderung belum rasional.

Di satu sisi, terdapat kecenderungan perilaku konsumtif yang kuat di kalangan Generasi Z, di mana banyak dari mereka belum mampu melakukan pengelolaan keuangan dengan baik. Keputusan finansial mereka seringkali tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh faktor emosional dan sosial seperti keinginan untuk menyesuaikan diri dengan gaya hidup modern atau sebagai bentuk aktualisasi diri di media sosial. Sebagian besar dari mereka menggunakan uang yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup seperti traveling, shopping, dan hangout, yang persentasenya bisa mencapai $\pm 80\%$ dari pengeluaran mereka. Perilaku ini mencerminkan orientasi keuangan jangka pendek yang masih umum di Indonesia sebagai saving society,

bukan investing society yang berorientasi jangka panjang.

Kesenjangan antara minat investasi yang tinggi dan literasi keuangan yang belum matang ini membawa konsekuensi nyata. Sebuah survei menunjukkan bahwa sekitar 57% investor mengalami kerugian, yang mengindikasikan bahwa banyak keputusan investasi dibuat tanpa analisis yang mendalam. Kurangnya pemahaman fundamental membuat mereka rentan terhadap keputusan impulsif, budaya ikut-ikutan, hingga risiko penipuan seperti investasi bodong. Oleh karena itu, edukasi keuangan menjadi sangat mendesak untuk membimbing Generasi Z beralih dari perilaku konsumtif menuju perilaku investasi yang lebih terukur dan bijaksana, sehingga potensi besar mereka sebagai motor penggerak ekonomi digital dapat dioptimalkan secara positif.

Fenomena Perubahan Minat Profesi Menuju Crypto Trader di Kalangan Generasi Z dijelaskan bahwa aktivitas trading cryptocurrency tidak hanya mempengaruhi perilaku keuangan, tetapi juga mulai menggeser minat profesi di kalangan Generasi Z. Banyak mahasiswa yang awalnya memiliki cita-cita profesi tradisional, kini mulai mempertimbangkan karier di bidang trading, analisis keuangan, atau bahkan menjadi trader crypto profesional. Maraknya profesi menjadi seorang trader crypto terutama bagi Generasi Z dapat dikatakan sebagai perubahan minat profesi di era postmodern. Fenomena ini menjadi menarik untuk dikaji lebih dalam, terutama bagaimana pengetahuan investasi trading dapat mempengaruhi pilihan karier masa depan. Dari fenomena tersebut Penulis tertarik untuk mendalami lebih dalam topik **“Pengaruh Pengetahuan Investasi Trading Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Minat Investasi Trader Crypto Sebagai Variabel Mediasi Perubahan Minat Profesi Generasi-Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Dan Generasi Z Di Lingkup Perguruan Tinggi)”**

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi?
2. Apakah toleransi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi?
3. Apakah *overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investasi?
4. Apakah literasi keuangan, toleransi risiko dan *overconfidence* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan investasi?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi.
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh toleransi risiko terhadap keputusan investasi.
3. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investasi.
4. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh literasi keuangan, toleransi risiko, dan *overconfidence* secara simultan terhadap keputusan investasi.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat yang diharapkan oleh peneliti dapat diterapkan untuk kedepannya. Manfaat – manfaat tersebut adalah:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang keuangan, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi. Penelitian ini dapat menjadi landasan teoritis bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji hubungan antara literasi keuangan, toleransi risiko, *overconfidence*, dan keputusan investasi.

2. Aspek Praktis

Bagi investor individu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya literasi keuangan, toleransi risiko, dan *overconfidence* dalam pengambilan keputusan investasi yang rasional.

Bagi institusi keuangan dan regulator, penelitian ini dapat menjadi

masuk dalam merancang program edukasi dan kebijakan yang efektif untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat dan mendukung keputusan investasi yang lebih bijak. Bagi akademisi dan peneliti, penelitian ini dapat menjadi referensi dan dasar untuk pengembangan penelitian lebih lanjut di bidang perilaku keuangan dan investasi.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir ini terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

1.6.1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan tingkat tinggi dan ringkas tentang isi penelitian. Pada bagian ini, peneliti akan belajar tentang objek penelitian, sejarahnya, bagaimana mendefinisikan masalah, apa yang ingin peneliti capai, apa yang peneliti harapkan dari usaha peneliti, dan bagaimana menyusun laporan akhir peneliti.

1.6.2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Teori disajikan dalam bab ini, dimulai dengan tinjauan luas dan berlanjut ke yang lebih sempit, di samping penelitian sebelumnya yang relevan dan berpuncak pada kerangka penelitian dan, jika perlu, hipotesis.

1.6.3. BAB III METODE PENELITIAN

Metode, prosedur, dan alat untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dijelaskan secara rinci dalam bab ini. Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel Kuantitatif, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, dan Metode Analisis Data semuanya dibahas dalam bab ini.

1.6.4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Subjudul ini membantu mengatur diskusi dan analisis temuan penelitian agar lebih mudah diikuti dan dicerna mengingat pernyataan masalah dan tujuan penelitian yang dinyatakan. Bagian satu dari bab ini merinci temuan studi, sementara Bagian dua memberikan analisis dan interpretasi dari temuan tersebut. Hasil analisis data harus disajikan terlebih dahulu, diikuti

dengan interpretasi, dan terakhir dengan kesimpulan. Penelitian sebelumnya atau kerangka teori yang berlaku harus dirujuk dalam diskusi.

1.6.5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah selesai dengan penelitian, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan dan kesimpulan yang dapat ditindaklanjuti tentang nilai temuan peneliti