BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lahir antara tahun 1997 dan 2012, Generasi Z terkadang disebut sebagai igeneration atau generasi internet. Karena mereka tumbuh di era kemajuan teknologi yang terus meningkat dan memiliki akses ke gawai seperti komputer pribadi (PC), ponsel pintar, konsol gim, dan internet, generasi ini dikenal sebagai "penduduk asli era digital". (Zis et al., 2021). Generasi Z mempunyai pemikiran yang terbuka, suka akan kebebasan, ambisius yang tinggi, cenderung berpikir secara instan, serta mengambil keputusan secara instan. Generasi ini sangan mungkin untuk menjadi lebih mandiri secara keuangan dan berusaha memperoleh pendapatan yang besar dalam rangka pemenuhan kehidupan mereka (Dyah Cahyasari, 2024). Akan tetapi, mereka lebih merasa waspada dalam memilih instrumen keuangan terutama dalam berinvestasi disebabkan masalah resesi ekonomi dan krisis global yang pernah terjadi. Menurut Saraswati dan Nugroho (2021) generasi ini diharapkan mampu mengelola serta menyelesaikan masalah keuangan yang dihadapinya dengan memanfaatkan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perencanaan keuangan yang baik.

Generasi Z dipilih sebagai objek penelitian ini karena peran dan kontribusi yang dimiliki sangat krusial dalam mendorong perkembangan global, khususnya dalam pengelolaan keuangan dan investasi. Hal ini sesuai dengan penelitian Angraini & Yasyak (2023) yang menegaskan bahwa generasi Z memiliki potensi dan kontribusi yang besar di pasar modal. Dalam berinvestasi, Generasi Z memiliki kecenderungan untuk memilih investasi yang berbasis digital dan berorientasi pada keberlanjutan karena mempertimbangkan faktor lingkungan dan sosial dalam mendukung nilai-nilai investasi yang berkelanjutan (Suwardhana et al., 2023).

Perkembangan ekonomi yang pesat pada era ini mengharuskan masyarakat untuk dapat lebih selektif dalam mengelola keuangannya.

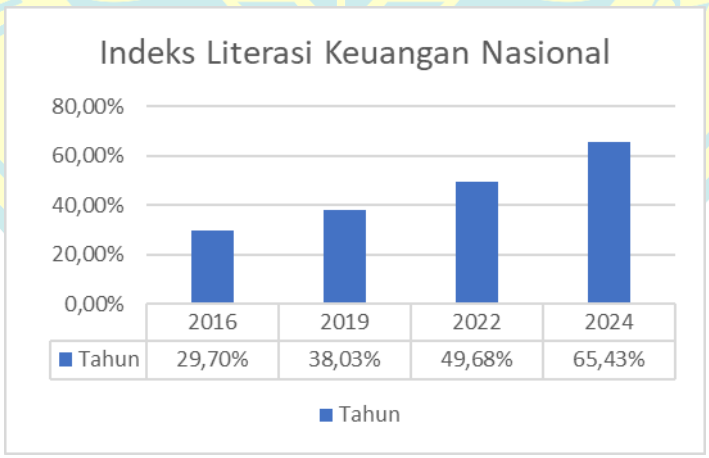
Setiap keputusan terkait penggunaan dana perlu dipertimbangkan dengan cermat agar dapat memberikan manfaat dan keuntungan yang optimal dari kegiatan yang dilakukan (Wati et al., 2022). Masyarakat perlu mempunyai pemahaman serta wawasan yang baik dalam mengelola keuangan. Seseorang yang sering menghadapi permasalahan ekonomi maka semakin meningkat pula pengetahuan dan pemahamannya mengenai keuangan (Safryani et al., 2020). Secara umum, masyarakat Indonesia lebih banyak mengalokasikan uang atau dana yang dimiliki ke dalam bentuk konsumsi, simpanan, dan investasi (Herdiana, 2021). Di antara beberapa bentuk pengalokasikan tersebut, investasi menjadi salah satu instrumen yang memiliki manfaat untuk masa mendatang atas dana yang digunakan (Negara & Febrianto, 2020).

Pada hakikatnya investasi ialah menempatkan dana dengan tujuan menghasilkan keuntungan yang besar (Hasani, 2022). Selain itu, beberapa jenis investasi dapat dipilih oleh berbagai individu, ada yang lebih memilih berinvestasi pada sektor riil seperti properti, emas, alat produksi, atau infrastruktur, tetapi beberapa berinvestasi pada aset seperti uang, saham, deposito, maupun obligasi (Adhianto, 2020). Laporan Otoritas Jasa Keuangan tahun 2024 mencatat investor berusia dibawah 30 tahun atau gen Z menguasai 55,07% pasar modal, lebih dari setengah investor secara keseluruhan. Adanya perubahan perilaku keuangan generasi Z mengenai investasi membuktikan generasi ini sudah mulai tertarik untuk mengelola keuangan dengan menginvestasikan sebagian dananya (Dewi & Apriyati, 2023). Selain itu, transaksi pasar modal di indonesia telah menerapkan transaksi secara *online*. Hal ini sejalan dengan karakter gen Z yang melek dengan penggunaan teknologi yang canggih.

Hasil survei OCBC NISP Financial Index 2022 yang dilakukan oleh NielsenIQ menunjukkan bahwa 78% remaja Indonesia tidak memahami manfaat dan risiko produk investasi sehingga dalam berinvestasi diperlukan sikap kewaspadaan akibat maraknya kasus penipuan (investasi bodong). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), rendahnya literasi investasi di

masyarakat telah menyebabkan maraknya praktik investasi ilegal yang berpotensi menimbulkan banyak korban (Amir et al., 2024). Agar hal ini tidak terjadi investasi ilegal, maka setiap individu perlu mencari dan menyeleksi keabsahan unit usaha penyedia layanan investasi. Kadir (2023) untuk menghindari masalah keuangan, diperlukan pemahaman literasi keuangan yang baik agar seseorang ketika berinvestasi dapat menghindari masalah yang sering dihadapi seperti *trade-off*, yaitu kondisi ketika seseorang harus memilih antara dua kepentingan dengan mengorbankan salah satunya.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengartikan literasi keuangan merupakan bagian dari adanya proses bagi masyarakat dalam meningkatkan pemahaman, pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan dalam mengelola keuangannya (Ruwaidah, 2020). Pemahaman seseorang terhadap aspek keuangan akan meningkat apabila ia mampu mengelola keuangannya secara optimal. Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) tahun 2024 mencatat bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 65,43%, meningkat dari 49,68% pada 2022 dan 38,03% pada 2019.



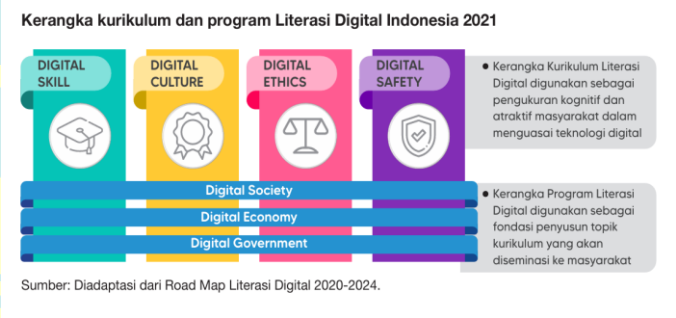
Gambar 1. 1 Indeks Literasi Keuangan Nasional
Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (2024)

Dalam investasi, keputusan perencanaan keuangan yang dimiliki oleh individu sangat penting, hal ini karena dengan perencaan dan pengambilan keputusan yang baik, seseorang tidak akan merasa bingung karena telah memiliki perencanaan yang matang dan dapat menghindari

risiko atau kerugian. Menurut Romadhani dan Handini (2023) investasi dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan yang dimiliki investor, sehingga dapat meningkatkan peluang untuk pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Penelitian Susanto et al. (2024) menemukan bahwa keputusan investasi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengetahuan keuangan. Selain itu, penelitian oleh Adil et al. (2022) juga mengungkapkantemua yang serupa, yaitu literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi. Di sisi lain, hasil berbeda ditemukan dalam penelitian Febrianti et al. (2022) mengungkapkan bahwa keputusan investasi mahasiswa Indonesia justru berdampak negatif dan signifikan oleh literasi keuangan.

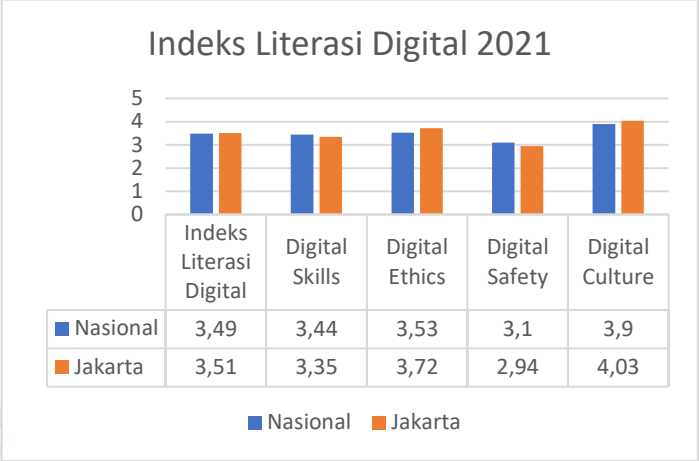
Investor dalam mengambil sebuah keputusan pasti berusaha untuk mengambil keputusan dengan tepat dan rasional (Mufidah et al., 2023). Namun, seiring berjalannya waktu, aspek psikologis mulai memainkan peran dalam proses pengambilan keputusan, sehingga dibutuhkan pemahaman yang selaras antara persepsi risiko dan kondisi psikologis individu (Aristiwati & Hidayatullah, 2021). Pengambilan keputusan investasi tidak selalu berpijak pada analisis yang rasional dan logis, bahkan muncul beberapa kecenderungan pilihan investasi yang tidak logis. Hal ini terjadi karena seringkali dipengaruhi tindakan dan perasaan yang tidak dilandaskan dengan alasan yang jelas, maka hal ini dapat dikatakan individu memiliki sikap irasional (Berliana & Tri, 2021) (Nurchayati & Perkasa, 2024). Investor seringkali mempunyai tingkat kepercayaan diri yang berlebihan dimana mereka cenderung tidak memikirkan risiko yang ada ketika setuju melakukan investasi. Mahmood et al. (2024) menyatakan bahwa *overconfidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Di sisi lain, menurut Ahmad & Shah (2022), *overconfidence* ditemukan berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan investasi. Didukung oleh Bouteska et al. (2023) yang menyatakan bahwa *overconfidence* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Isu era ekonomi digital mengalami perkembangan dan peningkatan yang menantang siapapun untuk memiliki kesiapan dalam menghadapinya. Pemahaman terhadap penggunaan teknologi digital sangat penting untuk menghindari permasalahan di masa depan baik bagi individu maupun orang lain (Bengu et al., 2024). Kemampuan ini dikenal dengan istilah literasi digital, tidak hanya mencakup kemampuan mengoperasikan alat-alat digital, tetapi juga kemampuan untuk bermedia digital dengan penuh tanggung jawab (Husna & Novita, 2023). Penggunaan teknologi digital, seperti media sosial dan lainnya memiliki kerentanan yang tinggi terhadap penyebaran berita palsu, individu perlu menyaring informasi dengan baik dan benar. Literasi digital berkaitan dengan literasi baru, literasi media, bahkan multiliterasi, yang menjadi penting dalam melengkapi literasi keuangan dan literasi ekonomi (Firmansyah & Dede, 2022).



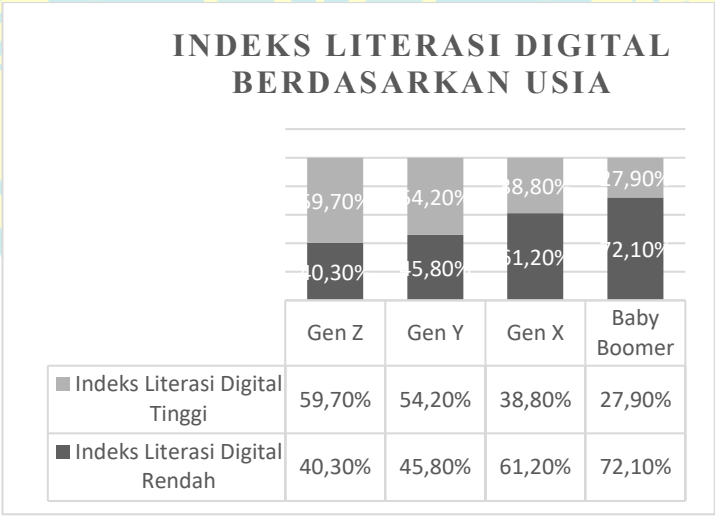
Gambar 1. 2 Pilar Literasi Digital
Sumber : Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (2024)

Sebagai bagian dari upaya pemerintah dalam usaha menumbuhkan literasi digital masyarakat Indonesia, Road Map Literasi Digital 2020–2024 telah disusun melalui Program Digital Kominfo. Dalam program ini, ditetapkan empat pilar utama diantaranya terdapat literasi digital, etika digital, keamanan digital, serta budaya digital. Kerangka ini dijadikan basis dalam pembuatan program dan kurikulum Gerakan Nasional Literasi Digital Indonesia 2020-2024. Hal ini menjadi bahan ideal dalam mendefinisikan literasi digital kepada masyarakat.



Gambar 1. 3 Indeks Literasi Digital Nasional dan Jakarta
Sumber : Kementerian Komunikasi dan Infornatika RI (2024)

Gambar di atas berisikan data yang mengatakan bahwa Di Jakarta, indeks literasi digital rata-rata 3,51, di atas indeks literasi nasional sebesar 3,49. Di tingkat nasional, indeks keterampilan digital 3,44, etos digital 3,53, *safesty digital* 3,1, dan budaya 3,9. Di Jakarta, indeks etos digital 3,72, budaya 4,03, di atas indeks literasi nasional, sedangkan indeks keterampilan digital dan keamanan digital masing-masing 3,35 dan 2,94. Indeks literasi digital di Jakarta memiliki skor sedikit diatas rata-rata nasional.



Gambar 1. 4 Indeks Literasi Digital Berdasarkan Kelompok Usia
Sumber : Kementerian Komunikasi dan Infornatika RI (2024)

Indeks literasi berdasarkan kelompok usia, generasi muda memiliki proporsi yang tinggi terhadap nilai indeks literasi digital diatas rata-rata nasional. Generasi Z memiliki proporsi 59,7% yang melebihi rata-rata

nasional, sementara Baby Boomer hanya mencatat proporsi 27,9% di atas rata-rata nasional. Salah satu dampak literasi digital yang tinggi di kalangan Generasi Z adalah peningkatan minat mereka dalam investasi digital. Data menunjukkan bahwa 85% Generasi Z menggunakan aplikasi investasi seperti Bibit, Ajaib, Stockbit, dan Pluang untuk bertransaksi saham dan reksadana (Aliyah et al., 2023). Selain itu, 72% Generasi Z di Indonesia mengandalkan media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok sebagai sumber informasi utama dalam mengambil keputusan investasi (Databoks, 2024). Namun, tren ini juga membawa risiko. Banyak keputusan investasi yang diambil hanya berdasarkan rekomendasi dari influencer atau komunitas online, tanpa melalui analisis mendalam. Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) semakin marak, situasi ini membuat Generasi Z berinvestasi hanya karena tren, bukan berdasarkan analisis fundamental yang matang (Silviani et al., 2022). Hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa indeks literasi digital memiliki dampak positif. Hal ini disebabkan adanya pemahaman dan penerapan literasi digital yang baik sehingga membuka peluang lebih besar untuk mendapatkan pengetahuan keuangan yang kemudian mendukung individu dalam menentukan keputusan investasinya. Ariana et al. (2023) memengaruhi keputusan investasi secara positif dan signifikan, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian oleh Furinto et al. (2023) yang dalam menemukan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan investasi.

Penelitian ini difokuskan pada anggota Forum Silaturahim Studi Ekonomi Islam (FoSSEI) Jabodetabek yang merupakan bagian dari Generasi Z dan aktif terlibat dalam kegiatan akademik serta diskusi keilmuan seputar ekonomi syariah. FoSSEI memiliki peran strategis dalam membentuk generasi muda yang tidak hanya memahami ekonomi Islam secara teoritis, tetapi juga mendorong penerapannya dalam praktik, termasuk pengelolaan keuangan dan investasi. FoSSEI Jabodetabek dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan organisasi kemahasiswaan yang menjadi wadah silaturahmi bagi mahasiswa penggerak ekonomi Islam dari

berbagai perguruan tinggi di wilayah Jabodetabek melalui Kelompok Studi Ekonomi Islam (KSEI). Dengan latar belakang keilmuan ekonomi Islam serta akses informasi yang luas terhadap informasi dan teknologi, anggota FoSSEI Jabodetabek menjadi kelompok potensial yang dapat berperan dalam mengembangkan investasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan, *overconfidence* dan literasi digital memiliki hubungan terhadap keputusan investasi. Apakah generasi Z memahami keuangan dan teknologi digital dengan baik serta memperhatikan *overconfidence* dalam mengambil keputusan investasi yang bijak, dibandingkan dengan generasi lainnya yang tidak memiliki literasi keuangan dan literasi digital yang kurang baik? Dari pertanyaan ini, maka peneliti dapat merumuskan topik penelitian yang berjudul **"Pengaruh Literasi Keuangan, *Overconfidence*, Dan Literasi Digital Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Generasi Z (Studi Kasus Organisasi FoSSEI Jabodetabek)"**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti sampaikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu;

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi generasi Z pada Anggota FoSSEI Jabodetabek?
2. Apakah *overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investasi generasi Z pada Anggota FoSSEI Jabodetabek?
3. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap keputusan investasi generasi Z pada Anggota FoSSEI Jabodetabek?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan invetasi generasi Z pada Anggota FoSSEI Jabodetabek
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah overconfidence berpengaruh terhadap keputusan invetasi generasi Z pada Anggota FoSSEI Jabodetabek
3. Untuk menguji dan menganalisis apakah literasi digital berpengaruh terhadap keputusan invetasi generasi Z pada Anggota FoSSEI Jabodetabek

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

   Penelitian ini diharapkan akan mengajarkan penulis untuk berpikir secara kritis dan sistematis serta memperluas pengetahuan dan pemahaman mereka tentang topik yang diteliti..
2. Bagi peneliti selanjutnya

   Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi, acuan, dan sumber informasi untuk penelitian lebih lanjut tentang subjek atau konteks yang sebanding.
3. Bagi pembaca dan masyarakat

   Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memberikan wawasan dan informasi terkait literasi keuangan dan literasi digital serta *overconfidence* dalam berinvestasi.