BAB I

PENDAHULUAN

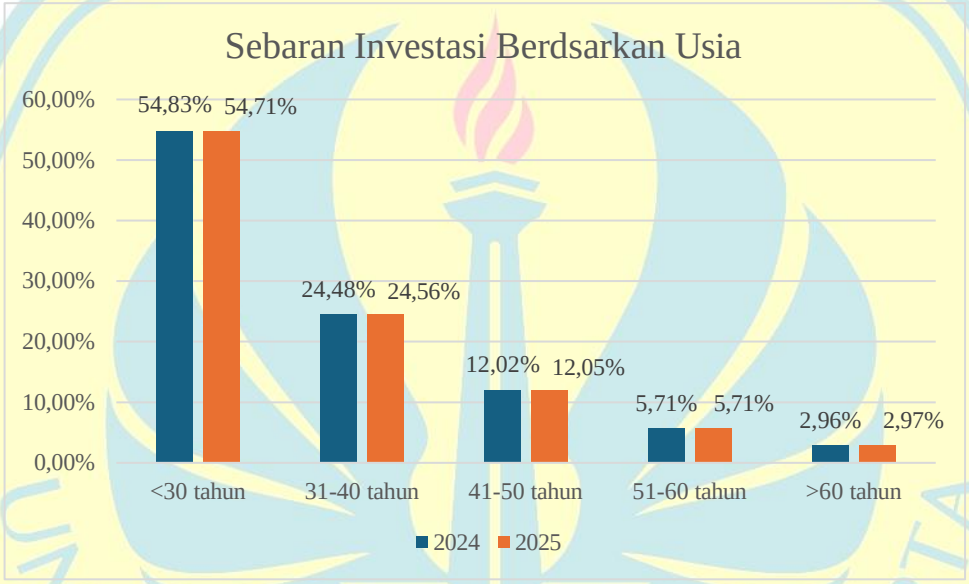
1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, investasi sangat membantu perekonomian global. Perubahan pola pikir Masyarakat global tentang perencanaan keuangan jangka Panjang, didukung oleh kemudahan akses teknologi digital. Fenomena ini terlihat dari meningkatnya jumlah investor yang terlibat dalam jenis investasi pasar saham, obligasi, reksadana, property, hingga asset digital seperti *cryptocurrency.* Berdasarkan data OECD (2023) menunjukkan bahwa 34% pertumbuhan PDB negara-negara maju antara tahun 2010–2020 disumbang oleh investasi asing langsug (FDI) dan domestic. Hal tersebut mewakilkan pernyataan terdapat beberapa negara maju seperti Amerika Serikat, Jerman dan Singapura menunjukkan bukti empiris bahwa investasi yang tinggi berdampak langsung pada stabilitas ekonomi dan kemajuan sosial. Investasi tidak hanya mendorong indrustrialisasi tetapi juga menciptakan lapangan kerja, inovasi, serta peningkatan kualitas kehidupan Masyarakat.

Di negara Indonesia, investasi menjadi salah satu pilar utama pertumbuhan ekonomi, terutama pasca COVID-19. Berdasarkan data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BPKPM) dilansir dari Satu Data NTB (2024) realisasi investasi pada tahun 2023 mencapai Rp 1.400 triliun, dengan kontribusi terbesar dari sektor infrastruktur, energi terbarukan, dan ekonomi digital. Berinvestasi saat ini juga didukung oleh kemajuan teknologi digital yang telah mempermudah akses terhadap investasi melalui berbagai aplikasi. Aplikasi investasi tersebut, seperti Ajaib, Bibit,

dan Bareksa, memungkinkan penggunaan untuk mengelola investasi mereka dengan lebih mudah dan efisien (Kasus et al.,2024).

Selain kemajuan teknologi digital, penting pula melihat bagaimana karakteristik demografis investor turut memengaruhi *trend* pertumbuhan investasi. Berdasarkan data yang disebarkan oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia, (2025) menunjukkan bahwa kelompok usia di bawah 30 tahun mendominasi investor di Indonesia. Rincian proporsi investor menurut usia pada gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Sebaran Investasi Berdasarkan Usia

Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia, (2025)

Berdasarkan gambar 1.1 yang menampilkan data sebaran investasi berdasarkan usia pada tahun 2024 kontribusi Generasi Z di Pasar Modal sebesar 54,83% sedangkan kelompok usia lainnya hanya berkontribusi sebesar 45,17%. *Trend* serupa berlanjut pada tahun 2025 di mana generasi Z tetap mendominasi dengan kontribusi 54,71%, sementara kelompok usia lainnya tercatat sebesar 45,29%. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z secara konsisten menjadi segmen investor

terbesar, sehingga memiliki potensi signifikan untuk pengembangan pasar modal di masa mendatang. Melalui peningkatan investasi, kecenderungan ini dapat membantu pertumbuhan ekonomi (Ain, 2021).

Stabilitas pendapatan menjadi faktor penentu, karena individu dengan pendapatan tetap atau meningkat cenderung lebih mampu menyisihkan dana untuk investasi. Sebaliknya, keterbatasan pendapatan dapat menjadi hambatan dalam berinvestasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Zahro dan Tunjung (2023) jika kita memiliki pendapatan yang cukup besar dan mampu menyisihkan sebagian dari pendapatan tersebut untuk masa depan, maka sangat disayangkan jika uang tersebut tidak digunakan untuk berinvestasi. Hal ini selaras dengan penelitian Triana et al (2024) di mana pendapatan berperan signifikan dalam membentuk intensi berinvestasi. Pendapatan yang lebih tinggi memberi individu sumber daya finansial lebih besar untuk dialokasikan ke instrumen investasi, sehingga memungkinkan mereka memenuhi kebutuhan dasar sekaligus berinvestasi secara optimal.

Pendapatan merupakan salah satu variabel penting yang mempengaruhi intensi berinvestasi, terutama bagi generasi Z. Melalui hasil survey menunjukan bahwa pada tahun 2025. 56% generasi Z memiliki pendapatan dibawah 2,5 juta, 26% generasi Z memiliki pendapatan 2,5-5 juta, 14% memiliki pendapatan 5-20 juta, 3% memiliki pendapatan 10-30 juta, dan hanya 1% yang memiliki pendapatan diatas 100 juta. Berdasarkan data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (2025), generasi Z berkontribusi lebih dari 54% di pasar modal, meski sebagian besar dari mereka memiliki pendapatan di bawah Rp 2.500.000 per bulan. Kondisi tersebut menggambarkan adanya tren di mana generasi Z yang umumnya masih berasa pada

fase pendapatan awal dan belum stabil secara finansial, justru tercatat mendominasi jumlah investor pasar modal pada tahun 2024-2025 berdasarkan data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia, (2025).

Sebagai langkah awal, peneliti melakukan pra riset melalui penyebaran kuesioner daring (*google form)* dengan jawaban responden diukur menggunakan skala likert 1–5, di mana skor 1 menyatakan sangat tidak setuju dan skor 5 menyatakan sangat setuju. Kuesioner tersebut diisi oleh 41 responden generasi Z berusia 20–27 tahun yang berdomisili di DKI Jakarta. Responden dipilih secara *purposive*, yaitu mereka yang telah memiliki pendapatan setiap bulannya, baik yang sudah maupun belum pernah berinvestasi di pasar modal. Instrumen kuesioner ini disusun berdasarkan indikator variabel penelitian dan telah melalui validasi isi secara sederhana. Data pra riset ini berfungsi sebagai gambaran awal untuk memperkuat dugaan adanya hubungan antara pendapatan, literasi digital, dan lingkungan sosial dengan intensi berinvestasi di kalangan generasi Z.

Berdasarkan data pra riset yang telah dilakukan terhadap 41 responden generasi Z di DKI Jakarta, diperoleh gambaran awal mengenai kecenderungan intensi berinvestasi berdasarkan pendapatan. Rincian hasil pra riset dapat dilihat pada gambar 1.2.

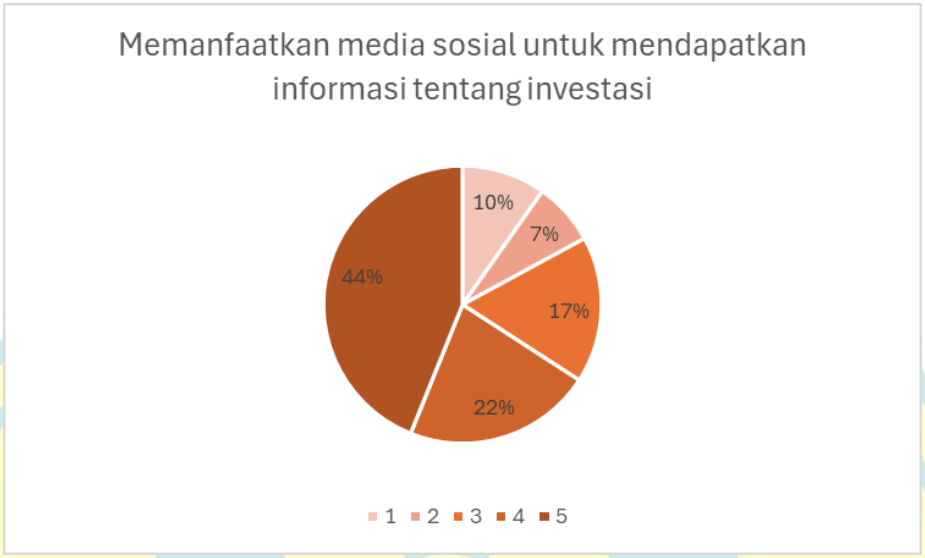
Gambar 1. 2 Diagram Minat Investasi Saat Pendapatan Meningkat

Sumber: Data olahan Peneliti, 2025

Pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa mayoritas generasi Z (58%) di DKI Jakarta menyatakan lebih tertarik berinvestasi apabila pendapatan mereka meningkat. Namun, masih terdapat responden yang bersikap netral (20%) maupun tidak setuju (22%), yang mengindikasikan bahwa keputusan berinvestasi tidak sepenuhnya ditentukan oleh faktor pendapatan. Temuan ini menegaskan adanya fenomena paradoks, di mana pendapatan generasi Z yang relatif belum stabil berbanding terbalik dengan dominasi mereka sebagai investor pasar modal. Kesenjangan ini mengindikasikan perlunya mengkaji lebih jauh faktor non-ekonomi yang berpotensi memengaruhi intensitas berinvestasi.

Kemampuan generasi Z untuk mengakses dan memanfaatkan informasi seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital juga sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan mereka dan kepercayaan diri mereka untuk berinvestasi. Oleh karena itu, literasi digital menjadi aspek yang relevan untuk ditinjau dalam penelitian ini.

Peneliti menyajikan data awal terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana literasi investasi, sebagaimana ditampilkan pada gambar 1.3 berikut.



Gambar 1. 3 Diagram Pemanfaatan Media Sosial Terkait Informasi Investasi

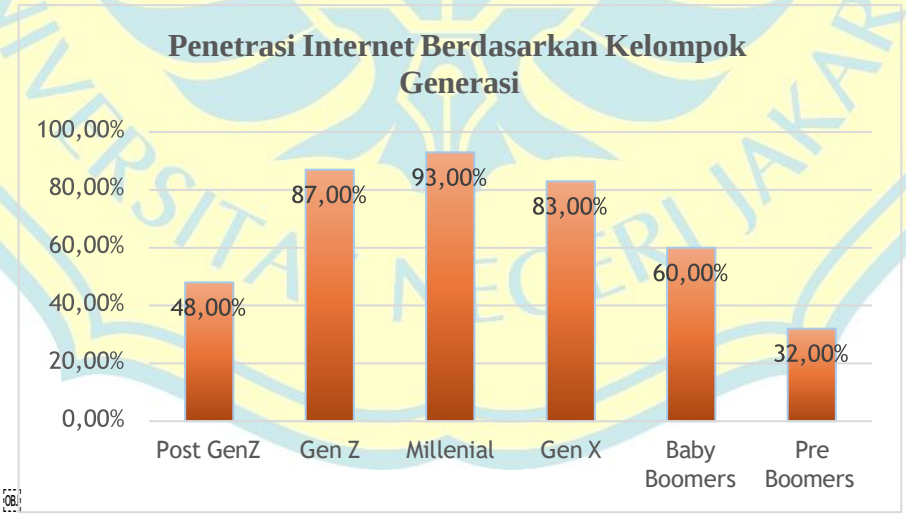
Sumber: Data olahan Peneliti, 2025

Selain faktor ekonomi, aspek literasi digital juga patut diperhatikan sebagai penentu intensi berinvestasi di kalangan generasi Z. Hasil pra riset (66%) setuju hingga sangat setuju memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi terkait investasi. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan akses informasi melalui *platform* digital telah mendorong generasi Z untuk semakin memahami peluang investasi, meskipun pendapatan mereka masih terbatas.

Hal ini sejalan dengan penelitian menurut Rahayu dan Nurfauziah (2020) Generasi Z telah lahir pada era yang sangat akrab dengan teknologi. Era digital telah mengubah gaya hidup masyarakat termasuk kemudahan dalam transaksi pembayaran serta investasi digital, sedangkan hal yang berkaitan dengan pengetahuan produk dan konsep keuangan (*financial knowledge)*, kemampuan dalam mengatur perencanaan keuangan jangka pendek dan jangka panjang

(*financial attitude),* serta kemampuan mengambil intensi pengelolaan keuangan (*financial behavior*) disebut dengan pemahaman literasi keuangan Garg and Singh (2018). Pada penelitian Bambang Suriadi dan Andri Soemitra (2022), kemampuan seseorang untuk mengakses berbagai informasi di ruang digital melalui penggunaan perangkan komputer dikenal dengan istilah literasi digital. Keterampilan digital yang baik dapat meningkatkan kepercayaan diri individu dalam memgambil intensi investasi yang tepat.

Kesadaran generasi Z akan investasi dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang membuat mereka mengakses banyak informasi dengan mudah Suratna et al (2020). Perilaku investasi Generasi Z yang lahir dari tahun 1997–2012 menarik untuk dipelajari karena ciri-ciri unik mereka sebagai *digital natives* yaitu generasi yang terbiasa dengan internet, media sosial, dan berbagai aplikasi digital lainnya sejak usia dini. Pernyataan tersebut didukung oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada survei penertasi Internet Indonesia tahun 2024 sebagai berikut :

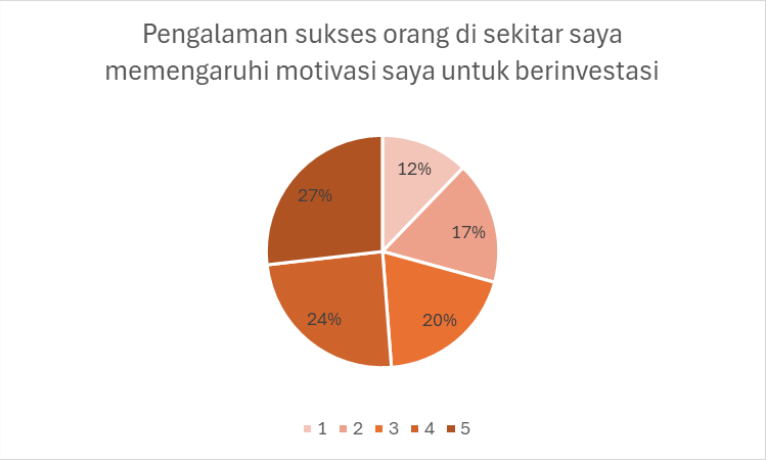


Gambar 1. 4 Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Kelompok Generasi

Sumber : APJII (Asosiasi, 2024)

Berdasarkan gambar 1.4 menunjukkan perbandingan tingkat penetrasi internet berbagai kelompok generasi di Indonesia. Terdapat kelompok generasi milenial dan generasi Z yang memiliki Tingkat menggunakan internet hampir sepenuhnya. Hal ini menegaskan bahwa generasi Z adalah generasi yang paling terhubung dengan teknologi digital, diikuti oleh gen X dan gen *baby boomers* dengan tingkat penetrasi yang lebih rendah. Temuan ini mendukung asumsi bahwa generasi Z memiliki peluang literasi digital yang lebih tinggi, sehingga lebih mudah memperoleh informasi salah satunya terkait investasi melalui media digital.

Selanjutnya, terdapat faktor lain yang patut diperhitungkan yaitu variabel lingkungan sosial, karena individu sering terpengaruh oleh pengalaman orang-orang disekitarnya, menurut pendapat Negeri dan Seberang (2014). Peneliti melakukan pra riset untuk melihat sejauh mana faktor ini berpengaruh terhadap motivasi berinvestasi pada generasi Z, sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1.5 beirkut.



Gambar 1. 5 Tingkat Motivasi Berinvestasi Setelah Mendengar Pengalaman Sukses dari Orang Sekitar

Sumber: Data olahan Peneliti, 2025

Pada gambar 1.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (51%) setuju hingga sangat setuju bahwa pengalaman sukses orang di sekitar mereka memengaruhi motivasi untuk berinvestasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa dukungan atau pengaruh lingkungan sosial, baik dalam bentuk dorongan atau teladan, dapat menjadi faktor luar yang mendorong seseorang untuk memulai investasi, terutama bagi generasi Z.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chulukiyah et al (2023) yang menyatakan bahwa faktor lingkungan sosial memengaruhi intensitas investasi mahasiswa secara parsial. Generasi Z akan lebih tertarik untuk berinvestasi jika mereka memiliki lingkungan sosial yang memengaruhinya. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Citra dan Rahmat (2015) menunjukkan bahwa norma subjektif dapat memengaruhi keinginan untuk berinvestasi. Intensitas investasi akan meningkat jika keukatan pengaruh sosialnya juga meningkat.

Berdasarkan fenomena deskriptif yang telah dijelaskan, dapat dilihat bahwa dominasi generasi Z sebagai investor pasar modal di Indonesia menimbulkan paradoks menarik, yakni tingginya partisipasi investasi meskipun pendapatan mereka umumnya masih berada pada tahap awal karir dan relatif belum stabil. Temuan ini diperkuat dengan hasil pra riset yang menunjukkan bahwa selain pendapatan, aspek literasi digital dan lingkungan sosial juga memiliki potensi besar dalam memengaruhi intensitas berinvesatasi pada generasi Z.

Meskipun sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh pendapatan dan literasi keuangan terhadap perilaku investasi, kajian yang secara khusus menganalisis pengaruh pendapatan, literasi digital, dan lingkungan sosial

secara simultan terhadap intensi berinvestasi di kalangan generasi Z, khususnya di DKI Jakarta masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penetilian (*research gap*) yang relevan untuk diisi melalui studi ini.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis secara empiris dengan judul **"Pengaruh Pendapatan, Literasi Digital, dan Lingkungan Sosial Terhadap Intensi Berinvestasi pada generasi Z di DKI Jakarta."** Pemilihan wilayah DKI Jakarta dipertimbangkan karena posisinya sebagai kota metropolitan dengan populasi generasi Z yang besar, heterogen, dari segi sosial ekonomi, serta memiliki akses teknologi digital yang luas, sehingga dinilai representatif untuk mengkaji perilaku investasi generasi muda di era ekonomi digital.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berinvestasi pada generasi Z di DKI Jakarta?
2. Bagaimana Literasi Digital berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berinvestasi pada generasi Z di DKI Jakarta?
3. Bagaimana Lingkungan Sosial berpengaruh signifikan terhadap Intensi berinvestasi pada generasi Z di DKI Jakarta?
4. Bagaimana Pendapatan, Literasi Digital dan Lingkungan Sosial berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berinvestasi pada geneasi Z di DKI Jakarta ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh Pendapatan terhadap Intensi Berinvestasi pada generasi Z di DKI Jakarta.
2. Menganalisis pengaruh Literasi Digital terhadap Intensi Berinvestasi pada generasi Z di DKI Jakarta.
3. Menganalisis pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Intensi Berinvestasi pada generasi Z di DKI Jakarta.
4. Menganalisis pengaruh Pendapatan, Literasi Digital dan Lingkungan Sosial terhadap Intensi Berinvestasi pada generasi Z di DKI Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dibagi menjadi dua jenis secara teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang ekonomi perilaku, khususnya tentang hal-hal yang memengaruhi keinginan untuk berinvestasi pada generasi muda. Temuan dari penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pengembangan model perilaku investasi yang mengintegrasikan aspek pendapatan, literasi digital, dan lingkungan sosial secara simultan. Penelitian ini diharapkan dapat mendukung pemahaman lebih mendalam mengenai relevansi *Theory Planned Behavior* (TPB) terhadap perilaku investasi generasi Z di era digital.

2. Manfaat Praktis

Selain memberikan kontribusi dalam pengembangan teori, penelitian ini juga diharapkan memiliki manfaat secara praktis bagi berbagai pihak yang berkepentingan, di antaranya:

a. Bagi Pemerintahan dan Regulator Keuangan:

   Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang pentingnya literasi keuangan, khususnya dikalangan generasi Z, serta membantu regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam merancang kebijakan dan program inklusi keuangan yang lebih efektif.

b. Bagi Pelaku Industri Keuangan

   Memberikan Gambaran mengenai perilaku generasi Z sebagai potensi konsumen dalam pasar investasi reksadana. Hasil penelitian ini dapat digunalan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, seperti memanfaatkan media digital dan meningkatkan pengalaman pengguna dalam aplikasi investasi.

c. Bagi Generasi Z

   Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran generasi Z khususnya di Jakarta Timur mengenai pentingnya mengalokasikan pendapatan untuk investasi demi perencanaan keuangan jangka Panjang.

d. Bagi Akademisi

   Memberikan data empiris yang dapat menjadi bahan diskusi atau kajian dalam literatur pengembangan mengenai pengaruh teknologi dan faktor sosial terhadap perilaku investasi.