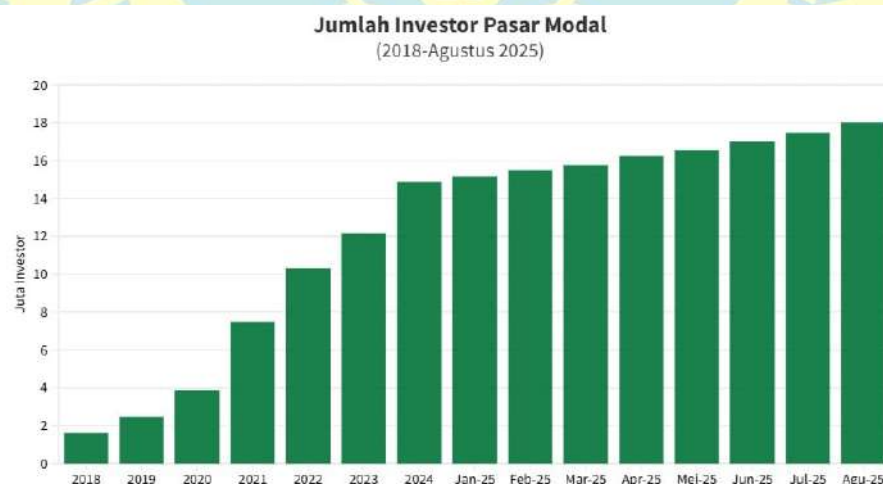


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Revolusi digital mengubah hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk cara masyarakat mengelola dan menumbuhkan kekayaan melalui keputusan investasi yang kini banyak dimediasi oleh *app* di ponsel pintar. Munculnya berbagai platform investasi digital seperti Bibit, Bareksa, Ajaib, dan Stockbit memudahkan *onboarding* investor pemula melalui pendaftaran daring, *e-KYC*, dan antarmuka yang intuitif. Sejalan dengan itu, infrastruktur digital Indonesia kian matang dan diadopsi generasi muda, terlihat dari kenaikan penetrasi internet nasional pada tahun 2025 dengan Gen Z sebagai pendorong utama penggunaan, sehingga kanal digital menjadi *default* bagi aktivitas finansial sehari-hari.



**Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Investor**

Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) (2025)

Berdasarkan Gambar 1.1 jumlah pengguna layanan investasi yang tercermin pada lonjakan investor pasar modal naik bertahap dari 10 jutaan ke 18 jutaan (*Single Investor Identification*) SID selama periode 2022–2025, menandakan akselerasi adopsi investasi ritel berbasis digital. Data lembaga terkait pada tahun 2024 menunjukkan Gen Z dan milenial merupakan penggerak utama konsumsi digital nasional dengan persentase masing-masing di atas 30%, sehingga menjadi pasar potensial layanan investasi daring. Digitalisasi juga membuka peluang bagi kelompok usia muda yang sebelumnya terkendala biaya transaksi, akses informasi, dan birokrasi, agar dapat terlibat langsung dalam pasar keuangan ritel secara *mobile-first*. Keseluruhan dinamika ini menandai pergeseran dari pola investasi konvensional menuju investasi digital berbasis aplikasi yang lebih inklusif, cepat, dan berbiaya relatif rendah, sehingga konteksnya relevan bagi penelitian mengenai *intention to invest* pada Gen Z.

Pada awal 2025, data menunjukkan sekitar 15,5 juta investor dengan mayoritas berusia 30 tahun ke bawah, sehingga demografi ritel kini didominasi kelompok muda. Sejalan dengan itu, lembaga resmi mengonfirmasi bahwa Gen Z dan milenial menjadi kontributor utama pertumbuhan investor baru sepanjang 2024–2025, menegaskan reposisi struktur investor nasional ke arah generasi digital native. Lonjakan ini terjadi berkat kemudahan akses melalui *smartphone*, pemasaran digital, promosi di media sosial, dan banjir konten edukasi keuangan dari *influencer* yang memperkecil *entry barriers* psikologis dan teknis bagi pendatang baru. Indonesia sendiri termasuk negara dengan jumlah pengguna *smartphone* terbesar di dunia, sehingga distribusi aplikasi investasi mempunyai

potensi jangkauan luas ke segmen Gen Z. Meskipun jumlah investor meningkat pesat, tidak semua Gen Z memiliki niat kuat atau komitmen berinvestasi secara konsisten, yang tersirat dari temuan bahwa perluasan akses belum sepenuhnya diiringi pendalaman pemahaman dan disiplin perilaku investasi jangka panjang. Dengan kata lain, ada kesenjangan antara potensi dan niat nyata untuk berinvestasi secara berkelanjutan yang perlu dijelaskan oleh faktor psikologis dan sosial khas generasi muda. Kondisi ini memperkuat urgensi menelaah faktor-faktor yang memengaruhi *intention to invest* pada Gen Z, khususnya di wilayah metropolitan seperti Jabodetabek yang menjadi episentrum aktivitas digital dan finansial.

Kawasan Jabodetabek menempati posisi sentral dalam ekosistem keuangan digital Indonesia karena konsentrasi penduduk muda yang besar, keterhubungan internet yang tinggi, dan keberadaan institusi pasar modal nasional di Jakarta. Data lembaga terkait menunjukkan populasi usia 15–29 tahun di provinsi ini berada pada 800 ribuan per kelompok umur (misalnya 15-19, 20–24 dan 25–29), menegaskan skala pasar pengguna muda yang besar untuk layanan investasi berbasis aplikasi.

Usia	Aset	
	Jul-25	Agt-25
 ≤30	Rp44,86 T Rp17,53 T	Rp49,27 T Rp18,38 T
 31-40	Rp253,87 T Rp27,15 T	Rp258,00 T Rp28,88 T
 41-50	Rp193,52 T Rp33,01 T	Rp203,23 T Rp34,98 T
 51-60	Rp278,41 T Rp42,78 T	Rp294,11 T Rp46,04 T
 >60	Rp1.043,78 T Rp65,96 T	Rp1.046,01 T Rp71,77 T

**Gambar 1.2 Jumlah Aset Berdasarkan Usia**

Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) (2025)

Pada Gambar 1.2 mendapati bahwa porsi aset bulan Agustus 2025 yang dimiliki investor berusia 30 tahun ke bawah memiliki nilai 49,27 triliun, hal ini jauh lebih kecil dibanding kelompok usia di atasnya yang memiliki nilai diatas 200 triliun, mengindikasikan adanya keterbatasan kedalaman komitmen investasi meski jumlah investornya besar. Meskipun Gen Z memiliki potensi besar sebagai basis investor baru dan akses aplikasi investasi semakin mudah, banyak dari mereka kemungkinan masih berada pada tahap mencoba, berinvestasi dengan nominal kecil, atau belum membentuk pola investasi berulang yang konsisten. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi dan niat nyata untuk berinvestasi, karena *intention* yang kuat seharusnya lebih sering tercermin pada keputusan menyisihkan dana secara rutin, melakukan *top up*, dan mempertahankan portofolio dalam jangka waktu yang lebih panjang. Gap antara pertumbuhan akun dan akumulasi aset menjadi dasar penting untuk menelaah faktor pendorong atau penghambat *intention to invest* pada Gen Z, sehingga penelitian tidak berhenti pada fenomena adopsi aplikasi, tetapi masuk ke penjelasan mengapa niat berinvestasi yang konsisten belum terbentuk secara kuat.



Apakah Anda pernah berinvestasi pada platform investasi digital?
Ya
Ya
Ya
Ya
Tidak
Tidak

**Gambar 1.3 Hasil Pra-Survei Pengalaman Berinvestasi**

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)



Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan peneliti terhadap 6 responden, terlihat bahwa 4 responden menyatakan sudah pernah berinvestasi melalui *platform* investasi *digital*, sementara 2 lainnya menyatakan belum pernah, sehingga sejak awal tampak adanya variasi pengalaman dalam kelompok yang sama. Komposisi ini penting karena responden yang sudah berpengalaman dapat memberikan penjelasan berbasis praktik, sedangkan responden yang belum berinvestasi dapat memperlihatkan hambatan awal yang membuat mereka menunda atau belum berani masuk ke pasar modal melalui kanal *digital*.

Siapa atau sumber apa (teman, keluarga, influencer, komunitas, media sosial) yang paling memengaruhi keputusan kamu untuk investasi di platform investasi digital, dan pengaruhnya membuat kamu lebih yakin atau justru ragu? Jelaskan.	Apa kekhawatiran atau risiko terbesar yang membuat kamu ragu investasi lewat platform investasi digital (misalnya potensi rugi, penipuan, keamanan data, salah pilih produk), dan kenapa hal itu paling menghambat kamu?	Menurut kamu, sejauh mana platform investasi digital benar-benar membantu kamu untuk berinvestasi (misalnya memudahkan, menghemat waktu, memberi informasi/fitur yang berguna), dan bagian apa yang justru kurang membantu atau membingungkan?	Dalam 3-6 bulan ke depan, apakah kamu berniat untuk mulai atau melanjutkan investasi melalui platform investasi digital? Jelaskan alasan utama yang paling menentukan keputusan kamu.
Komunitas, alasannya karena saya percaya dengan komunitas yang saya ikuti sehingga cukup mempengaruhi keputusan saya berinvestasi.	Keamanan data karena hal itu bisa menghilangkan portofolio investasi saya dan mungkin beresiko juga pada kepentingan lain.	Fitur yang berguna karena dengan fitur yang lengkap dan membantu dapat mempercepat saya untuk memutuskan keputusan investasi yang tepat.	Ya, untuk mencari capital gain
Teman, karna review-nya paling jujur	Keamanan data, karna data merupakan hal yang paling penting	Fitur yang berguna, contohnya seperti robo advisor dimana kita diarahkan untuk melakukan investasi yang benar	Iya karena investasi merupakan hal yang paling penting
Yang paling memengaruhi adalah teman dan media sosial. Teman memberi pengalaman langsung sehingga membuat lebih yakin, sedangkan media sosial kadang membantu tapi juga bisa menimbulkan ragu karena informasinya tidak selalu jelas.	Risiko terbesar adalah potensi rugi dan penipuan. Hal ini paling menghambat karena takut kehilangan uang dan sulit memastikan apakah platform benar-benar aman.	Platform investasi digital cukup membantu karena memudahkan transaksi dan menghemat waktu. Namun, beberapa fitur dan istilah investasi masih membingungkan, terutama bagi pemula.	Iya, berniat melanjutkan investasi, asalkan platformnya terpercaya. Faktor utama penentu keputusan adalah keamanan dan kemudahan penggunaan.
Media sosial mungkin karena penyebaran informasi dari medsos itu sangat cepat	Mungkin soal keamanan saja, karena ada beberapa platform yang belum terkenal jadi ragu gitu buat investasi di sana	Sangat memudahkan khususnya soal waktu kecapatan.	Iya lanjut karena investasi sangat penting
Paling banyak dari media sosial dan influencer. Tapi pengaruhnya justru bikin ragu, karena informasinya sering terlihat terlalu mudah dan untung besar, jadi takut cuma promosi.	Kekhawatiran terbesar adalah penipuan dan salah pilih produk. Saya merasa kurang paham investasi, jadi takut uang hilang atau masuk ke platform yang tidak aman.	Menurut saya platformnya terlihat memudahkan dan praktis, tapi istilah dan fiturnya membingungkan untuk pemula. Penjasannya sering terasa terlalu teknis.	Untuk saat ini belum berniat, karena masih ingin belajar dulu dan memastikan platformnya aman serta cocok untuk pemula.
Paling berpengaruh itu teman dan media sosial. Tapi pengaruhnya lebih ke ragu, karena pengalaman teman beda-beda dan info di media sosial sering tidak jelas sumbernya.	Risiko terbesar menurut saya keamanan data dan uang. Takut data pribadi disalahgunakan atau saldo tidak aman, jadi belum berani coba.	Platform investasi terlihat praktis dan cepat, tapi alur penggunaannya terlihat rumit untuk orang yang belum pernah investasi. Banyak menu yang belum saya pahami.	Belum ada niat dalam waktu dekat, karena masih kurang pengetahuan dan belum percaya diri untuk mengambil risiko.

**Gambar 1.4 Hasil Pra-Survei**

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Temuan *pra-survei* menunjukkan bahwa keputusan investasi Gen Z dipengaruhi kuat oleh lingkungan sosial, terutama teman, komunitas, media sosial, dan *influencer*. Beberapa responden menyebut teman sebagai sumber paling meyakinkan karena pengalaman langsung dan *review* yang dianggap lebih jujur, sehingga meningkatkan keyakinan untuk mencoba investasi di *platform* investasi *digital*. Responden lain menekankan komunitas karena rasa percaya pada komunitas yang diikuti membuat keputusan investasi terasa lebih aman dan terarah. Media sosial juga banyak disebut karena penyebaran informasi yang cepat

membuat responden sering terpapar konten investasi, yang dapat mendorong *awareness* dan ketertarikan untuk berinvestasi. Namun, pengaruh sosial ini tidak selalu positif, karena beberapa responden menyatakan media sosial dan *influencer* justru menimbulkan keraguan ketika informasi tidak jelas sumbernya, terlihat terlalu promosi, atau terkesan menjanjikan untung besar. Bahkan, ketika teman dan media sosial sama-sama berpengaruh, responden menilai pengalaman yang berbeda-beda dan informasi yang tidak konsisten dapat memicu ragu. Pola ini menunjukkan bahwa *social influence* pada Gen Z bekerja melalui kredibilitas sumber, sehingga dapat mendorong keyakinan sekaligus menimbulkan keraguan.

Pada aspek *perceived risk*, responden paling banyak menyoroti isu keamanan sebagai hambatan utama untuk berinvestasi melalui *platform* investasi *digital*. Kekhawatiran paling dominan adalah keamanan data pribadi, karena responden menganggap data sebagai hal yang sangat penting dan berisiko disalahgunakan untuk kepentingan lain. Selain itu, risiko penipuan dan potensi rugi juga muncul sebagai ketakutan besar, terutama karena responden merasa sulit memastikan apakah suatu *platform* benar-benar aman. Keraguan semakin kuat ketika *platform* yang ditemui belum dikenal atau belum terkenal, sehingga responden cenderung menilai risikonya lebih tinggi. Ada juga responden yang menekankan risiko salah memilih produk karena masih kurang memahami investasi, sehingga takut keputusan yang salah berujung pada kerugian. Kekhawatiran terhadap keamanan saldo dan dana investasi turut memperkuat alasan menunda, karena rasa aman menjadi syarat utama sebelum memulai. Temuan ini menunjukkan bahwa

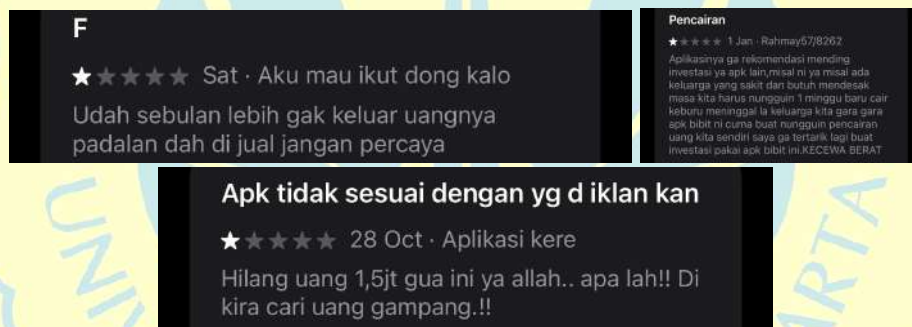
*perceived risk* pada Gen Z tidak hanya terkait risiko pasar, tetapi juga mencakup risiko keamanan dan risiko kesalahan keputusan.

Pada variabel *perceived usefulness*, responden umumnya menilai *platform* investasi *digital* membantu karena transaksi lebih mudah, cepat, dan menghemat waktu. Beberapa responden menyebut kelengkapan fitur membuat proses investasi lebih terbantu dan mempercepat pengambilan keputusan, karena informasi dan fasilitas investasi tersedia dalam satu aplikasi. Fitur seperti *robo advisor* juga dianggap bermanfaat karena memberikan arahan yang lebih terstruktur, sehingga pengguna merasa lebih yakin saat memulai investasi. Namun, temuan *pra-survei* juga menunjukkan adanya sisi yang mengurangi persepsi manfaat, yaitu istilah dan fitur yang masih membingungkan bagi pemula. Beberapa responden menyatakan penjelasan di aplikasi terasa terlalu teknis, sehingga sulit dipahami dan tidak selalu membantu. Ada pula yang menilai alur penggunaan aplikasi terlihat rumit dan banyak menu belum dipahami, sehingga pengalaman penggunaan menjadi kurang nyaman. Pola ini menegaskan bahwa manfaat yang dirasakan tidak hanya bergantung pada adanya fitur, tetapi juga pada kemudahan memahami dan panduan penggunaan.

Berdasarkan *pra-survei*, sebagian besar responden menyatakan memiliki *intention to invest* dalam tiga sampai enam bulan ke depan, baik untuk memulai maupun melanjutkan investasi melalui *platform* investasi *digital*. Alasan yang muncul mencakup tujuan mencari *capital gain* dan keyakinan bahwa investasi merupakan hal penting, sehingga mereka terdorong untuk tetap berinvestasi. Namun, niat tersebut pada beberapa responden bersifat kondisional, karena mereka



menekankan bahwa keputusan sangat bergantung pada keamanan dan tingkat kepercayaan terhadap *platform*. Temuan ini selaras dengan jawaban responden yang menyebut keamanan dan kemudahan penggunaan sebagai faktor penentu utama dalam melanjutkan investasi. Di sisi lain, terdapat responden yang belum berniat dalam waktu dekat karena masih ingin belajar dan memastikan *platform* aman serta cocok untuk pemula. Ada juga responden yang menunda karena merasa kurang pengetahuan dan belum percaya diri mengambil risiko, sehingga niat belum terbentuk kuat. Pola ini menunjukkan bahwa niat investasi Gen Z berada pada spektrum yang berbeda-beda, dari yang sudah siap bertindak hingga yang masih membutuhkan kesiapan pengetahuan dan rasa aman.



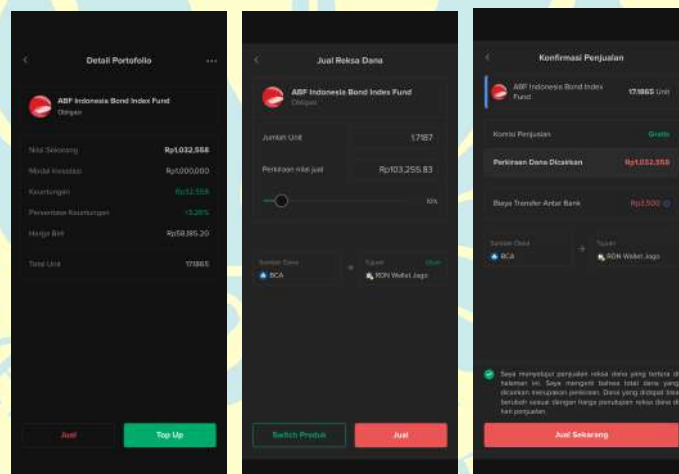
**Gambar 1.5 Ulasan Pengguna Platform Investasi Bibit**

Sumber: AppStore (2025)

Berdasarkan ulasan pengguna di *App Store*, permasalahan yang paling menonjol pada aplikasi Bibit berkaitan dengan proses pencairan dana yang dinilai lambat dan tidak pasti. Sejumlah pengguna mengeluhkan dana belum masuk meskipun produk investasi sudah dijual, dengan waktu tunggu yang disebutkan mulai dari sekitar satu minggu hingga lebih dari sebulan. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran terkait ketersediaan likuiditas dan kendali pengguna atas dana mereka, terutama saat membutuhkan uang secara mendesak. Selain itu, muncul



keluhan bahwa aplikasi tidak sesuai dengan harapan pengguna serta adanya pengalaman kehilangan dana, yang memperkuat persepsi *perceived risk* karena pengguna menilai potensi kerugian finansial dan ketidakandalan layanan semakin tinggi. Ketika dana tidak dapat diakses sesuai ekspektasi, manfaat praktis aplikasi sebagai sarana investasi yang mudah dan cepat menjadi dipertanyakan, sehingga menurunkan *perceived usefulness*. Ekspresi kekecewaan yang kuat menunjukkan adanya penurunan kepercayaan yang dapat menghambat keputusan investasi. Ulasan negatif yang terbuka untuk publik juga berpotensi memperkuat *social influence* melalui penyebaran persepsi buruk dari pengguna lain, sehingga calon investor ikut mengadopsi penilaian tersebut.

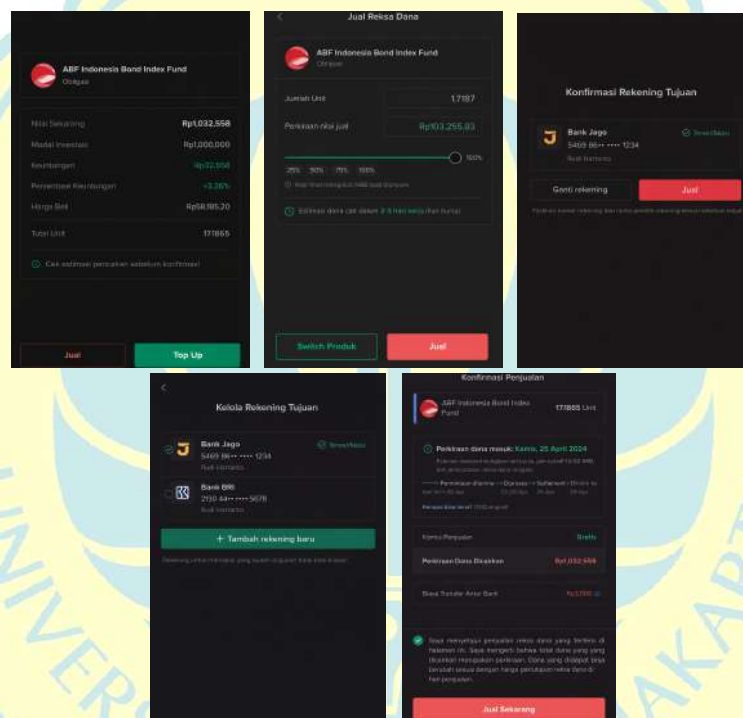


**Gambar 1.6 Tampilan Platform Investasi Bibit**

Sumber: Bibit (2025)

Berdasarkan tampilan awal, permasalahan utama berada pada *user interface* yang belum menempatkan informasi kritis penjualan dan pencairan sebagai fokus utama, sehingga pengguna berpotensi salah memahami hasil transaksi. Pada layar “Konfirmasi Penjualan”, istilah “Perkiraan Dana Dicairkan” ditampilkan menonjol namun tanpa estimasi waktu proses, tahapan transaksi, atau status *settlement*,

sehingga pengguna sulit mengelola ekspektasi kapan dana benar-benar masuk. Detail biaya seperti “Biaya Transfer Antar Bank” muncul, tetapi konteks kapan biaya dipotong dan mengapa terjadi belum dijelaskan secara jelas, sehingga dapat memunculkan persepsi risiko tambahan. Bagian “Sumber Dana” dan “Tujuan” juga masih minim penegasan, sehingga pengguna berpotensi ragu apakah rekening tujuan pencairan sudah benar sebelum menekan tombol final.



**Gambar 1.7 Tampilan Prototipe Platform Investasi Bibit**

Sumber: Pengembangan oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan prototipe, pengembangan utama difokuskan pada perbaikan alur penjualan hingga pencairan agar lebih transparan dan mudah dipahami pengguna. Prototipe menambahkan layar “Konfirmasi Rekening Tujuan” sebelum penjualan diproses, sehingga pengguna dapat memastikan rekening tujuan sudah benar dan mengurangi potensi kesalahan pencairan. Selain itu, hadir halaman “Kelola Rekening Tujuan” yang menampilkan daftar rekening bank dan opsi “Tambah

rekening baru”, sehingga kontrol pengguna terhadap tujuan pencairan menjadi lebih jelas. Prototipe juga menampilkan informasi estimasi waktu pencairan, misalnya sekitar 2 sampai 3 hari kerja, sehingga ekspektasi pengguna terhadap proses pencairan menjadi lebih realistis sejak awal. Pada layar konfirmasi akhir, informasi diperjelas dengan perkiraan waktu dana masuk yang spesifik, sehingga tahapan *settlement* tidak lagi terasa seperti proses yang tidak pasti. Rincian biaya dan komponen dana yang diterima seperti komisi, perkiraan dana dicairkan, serta biaya transfer antar bank dibuat lebih tegas, sehingga pengguna dapat memahami potongan dan hasil akhir sebelum menekan aksi final.

Meskipun riset tentang *intention to invest* pada layanan investasi *digital* semakin banyak, sintesis temuan menunjukkan adanya perbedaan hasil lintas wilayah, jenis *platform*, dan kelompok usia, sehingga diperlukan pengujian yang lebih spesifik berbasis konteks lokal. Pada dimensi *social influence*, sejumlah temuan menunjukkan bahwa tekanan sosial dan teladan dari komunitas dapat berperan kuat dalam mendorong adopsi, sehingga isyarat sosial berpotensi meningkatkan niat perilaku untuk mengadopsi aset *digital*. Namun, temuan lain pada konteks investor muda memperlihatkan bahwa pengaruh sosial tidak selalu menjadi faktor penentu niat berinvestasi, yang mengindikasikan bahwa dorongan dari lingkungan bisa saja tidak cukup kuat untuk membentuk niat pada kelompok tertentu.

Dari sisi risiko, sebagian penelitian membuktikan bahwa *perceived risk* yang tinggi, khususnya pada instrumen berisiko seperti aset kripto, dapat menurunkan kemungkinan seseorang berinvestasi saat ini maupun niat berinvestasi di masa

depan. Akan tetapi, terdapat juga temuan pada investor saham yang menunjukkan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap niat investasi, sehingga sensitivitas terhadap risiko tampak dipengaruhi oleh karakteristik pasar, jenis instrumen, serta profil responden.

Demikian pula pada aspek manfaat, beberapa hasil penelitian mengonfirmasi bahwa *perceived usefulness* dapat berdampak positif terhadap niat menggunakan layanan berbasis teknologi seperti *robo-advisor* dalam pengambilan keputusan investasi. Sebaliknya, ada temuan lain yang memperlihatkan bahwa manfaat yang dirasakan tidak selalu diterjemahkan menjadi niat berinvestasi, terutama ketika konteks kelompok responden dan lingkungan investasinya berbeda. Perbedaan arah temuan ini menegaskan adanya ketidakselarasan hasil penelitian sebelumnya dan memperkuat urgensi untuk menguji kembali faktor-faktor penentu *intention to invest* pada *platform* investasi *digital* dalam konteks dan karakteristik responden yang lebih spesifik.

Di samping itu, banyak studi tersebut tidak memfokuskan Gen Z di Jabodetabek sebagai ekosistem metropolitan dan barometer perkembangan *fintech* nasional, sehingga generalisasi ke Gen Z Jabodetabek masih lemah. Oleh karena inkonsistensi temuan untuk *social influence*, *perceived risk*, dan *perceived usefulness* berikut keterbatasan cakupan wilayah dan demografi, terdapat *gap* empiris yang perlu diisi dengan pengujian simultan ketiga faktor tersebut pada konteks Gen Z Jabodetabek yang memiliki karakteristik pasar dan paparan digital yang khas.

## 1.2 Rumusan Masalah



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

1. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap *intention to invest* pada platform investasi digital di kalangan Gen Z Jabodetabek?
2. Apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap *intention to invest* pada platform investasi digital di kalangan Gen Z Jabodetabek?
3. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to invest* pada platform investasi digital di kalangan Gen Z Jabodetabek?
4. Apakah *social influence*, *perceived risk*, dan *perceived usefulness* secara simultan berpengaruh terhadap *intention to invest* pada platform investasi digital di kalangan Gen Z Jabodetabek?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini disusun berdasarkan rumusan masalah di atas, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *social influence* terhadap *intention to invest* pada platform investasi digital di kalangan Gen Z Jabodetabek.
2. Untuk menganalisis pengaruh *perceived risk* terhadap *intention to invest* pada platform investasi digital di kalangan Gen Z Jabodetabek.
3. Untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to invest* pada platform investasi digital di kalangan Gen Z Jabodetabek.
4. Untuk menganalisis pengaruh *social influence*, *perceived risk*, dan *perceived usefulness* secara simultan terhadap *intention to invest* pada platform investasi digital di kalangan Gen Z Jabodetabek.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan yang sudah disusun, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### 1.4.1 Manfaat teoritis

- a. Memperkaya telaah perilaku keuangan modern dengan memfokuskan *intention to invest* pada konteks layanan investasi digital.
- b. Menambah referensi empiris tentang pengaruh *social influence*, *perceived risk*, dan *perceived usefulness* terhadap niat berinvestasi pada generasi muda Indonesia, khususnya *Gen Z* di Jabodetabek.
- c. Menjadi pijakan bagi penelitian lanjutan yang ingin mengkaji model perilaku investasi digital di konteks sosial dan demografis berbeda, misalnya perbandingan antarkota, lintas usia dalam *Gen Z*, atau analisis *multi-group* untuk melihat kemungkinan perbedaan parameter struktural.

#### 1.4.2 Manfaat praktis

- a. Bagi *platform* investasi digital  
Hasil penelitian dapat menjadi acuan prioritas strategi promosi dan edukasi berbasis bukti, misalnya menajamkan pesan yang memanfaatkan *social proof* secara etis, memperjelas *value proposition* yang meningkatkan *perceived usefulness*, serta mengurangi *pain points* yang memicu *perceived risk*.
- b. Bagi pemerintah  
Temuan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan literasi dan inklusi keuangan digital yang lebih tepat sasaran, termasuk desain kampanye mitigasi risiko, standar

transparansi informasi produk, serta penguatan komunikasi perlindungan data.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini meningkatkan pemahaman publik terhadap faktor yang membentuk niat berinvestasi yang aman dan bermanfaat, selaras dengan profil risiko individu.

