

Preferensi Gen Z Menggunakan Platform Investasi Digital di Pasar Modal

Intan Septi Aulia ^{*1}

Tesa Amanda ²

Zul Azmi ³

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

*e-mail: intansepti.aulia@icloud.com

Abstrak

Pada era digital saat ini investasi itu menjadi perang penting dalam sebuah pertumbuhan ekonomi dan dapat menjadi peluang pekerjaan. Pada generasi Z mereka tumbuh dalam lingkungan yang didominasi teknologi digital yang menggunakan internet sehingga menunjukkan peningkatan minat berinvestasi di pasar modal. Hal ini yang terlihat melalui platform digital. Namun juga ada beberapa penyebab yang mempengaruhi Gen Z ini untuk berinvestasi yaitu literasi keuangan yang rendah, presentasi risiko, dan juga pengaruh media sosial. Dengan adanya penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apa yang menjadi penyebab bagi gen Z dalam berinvestasi di pasar modal, termasuk bagaimana peran teknologi digital, media sosial. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan wawancara dan studi dokumentasi, untuk wawancara di penelitian ini kami berfokus pada individu yang berusia 20 - 25 tahun. Penelitian ini menghasilkan bahwa teknologi digital, media sosial dan inovasi pembelajaran itu sangat berpengaruh besar dalam peningkatan aksesibilitas dan minat generasi Z terhadap memulai berinvestasi. Namun selain itu juga literasi keuangan dan persepsi risiko ini masih menjadi penyebab utama yang dapat mempengaruhi keputusan investasi.

Kata kunci: Investasi digital, Gen Z, Pasar Modal

Abstract

In today's digital era, investment is an important war in economic growth and can be a job opportunity. Generation Z, grew up in an environment dominated by digital technology that uses the internet, thus showing an increased interest in investing in the capital market. This is seen through digital platforms. However, several causes influence Gen Z to invest, namely low financial literacy, risk presentation, and also the influence of social media. With this study, the aim is to analyze what causes Gen Z to invest in the capital market, including the role of digital technology and social media. This study uses a qualitative method using interviews and documentation studies. For interviews in this study, we focused on individuals aged 18-27 years. This study shows that digital technology, social media, and learning innovations have a very big influence on increasing the accessibility and interest of Generation Z in starting to invest. However, besides that, financial literacy and risk perception are still the main causes that can influence investment decisions.

Keywords: Digital investment, Gen Z, Capital Market

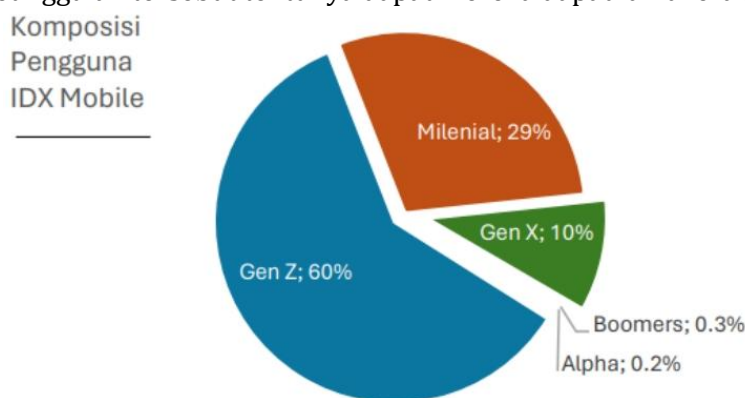
PENDAHULUAN

Investasi yang biasanya memiliki peran bisa dibilang penting dalam hal yang menyangkut pertumbuhan ekonomi. Investasi juga bisa disebut sebagai peluang dalam lapangan pekerjaan karena hal ini memberikan keuntungan bonus. Sekarang investasi sudah menjadi hal yang dipopulerkan dalam suatu negara, apalagi pada era digital ini. Kini investasi sudah menjadi suatu iklim bisnis. Waktu telah berubah dan investasi menjadi cara yang paling diminati, dilakukan, dan dicari orang seseorang yang ingin menjadi investor. Yang kita ketahui investasi itu pasti berupa saham tetapi saat ini investasi sudah mulai berkembang tidak hanya investasi saham saja tetapi bisa instrumen lainnya seperti contohnya properti (rumah), apartemen, emas dan obligasi.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 sudah memberitahu tentang apa itu pasar modal yang definisinya adalah "kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan Efek, Perusahaan Publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek. Era digital yang pasti sudah punya banyak teknologi yang canggih dan pasti mempengaruhi pertumbuhan ekonomi yang bisa dibilang tumbuh

secara pasti. Saat sekrang pun tindak hanya pertumbuhan ekonomi saja yang meningkat tetapi gaya hidup seseorang juga mulai menunjukkan perubahan karena di zaman sekarang menuntut setiap individu untuk bisa mengelola keuangannya secara pribadi suapa yang dia maukan bisa tetap terpenihi, gaya hidup yang seperti ini seharusnya masysyarat itu di era modren sekarang sudh mampu mensisahkan pendapatannya untuk berinvestasi

Investasi di dunia ini sudah berkembang pesat sejalan dengan kemajuan perekonomian dunia, termasuk didalamnya negara Indonesia. Jika dulunya investasi hanya bisa diakses oleh pengusaha maupun perusahaan besar, kini investasi sudah dapat diakses dan dikelola oleh semua kalangan, termasuk oleh generasi muda seperti Gen Z. Gen Z yang merupakan individu yang lahir dalam rentang tahun 1997 hingga tahun 2012 ini sudah mulai menunjukkan perhatian besar terhadap investasi di pasar modal. Generasi ini dikenal dengan 'digital natives' yang sudah lama menggunakan teknologi seperti internet dan media sosial. Sudah barang tentu bahwa pergeseran dari generasi sebelumnya ke generasi ini diperlihara dengan perbedaan pandangan yang jauh lebih terbuka dan modern mengenai keuangan dan investasi, khususnya disebabkan oleh cara, atau lebih tepatnya teknologi yang di gunakan untuk memperoleh informasi ini. Hal ini kemudian mengakibatkan adanya preferensi terhadap instrumen investasi yang praktis dan mudah diakses, keunggulan demi keunggulan tersebut tentunya dapat mereka dapatkan di era saat ini.



Sumber: Redaksi Idx Bell Sekretaris Perusahaan PT Bursa Efek Indonesia

Gambar 1. Komposisi pengguna IDX Mobile

Bisa dilihat dari gambar diatas begitu banyak yang mulai berpartisipasi tentang investasi dalam pasar modal. Gen Z sudah memperlihatkan ikutsertanya dalam berinvestasi yang begitu pesat. Dari data yang peneliti dapatkan di tahun 2024 sumber dari idx bell bursa efek indonesia menunjukan bahwa investor sekarang berumur 18 sampai 27 tahun. Dalam beberapa tahun terkahir ini Gen z masih bia dibilang golongan atau kelompok yang minoritasnya di bandingkan kalangan yang umurnya jauh lebih tua (Bursa Efek Indonesia, 2023).

Dalam era digital yang bisa kita lihat saat ini generasi Gen z sudah mulai menunjukkan berinvestasi di pasar modal yaitu dengan cara melalui perform digital walaupun mereka sudah merasa aktif dalam berinvestasi di pasar modal tetapi pasti ada penyebab atau faktor lainnya salah satunya yang paling sering terjadi yaitu terutama pada instrumen saham dan lainnya gen z juga masih dipengaruhi oleh banyak penyebab keadaan yang perlu untuk dianalisis salah satu tantangan yang utama dihadapi oleh gen z ialah rendahnya tentang literasi keuangan jadi untuk kalangan gen z ini adalah penyebab yang dipengaruhi oleh keputusan mereka sendiri dalam berinvestasi walaupun gen z ini mudah untuk mengakses suatu informasi di media sosial tetapi tidak semua informasi yang mereka dapatkan itu mudah bagi mereka untuk dipahami dimengerti sesuai dengan tingkat pengetahuan mereka

Selain penyebab tentang literasi keuangan, ada juga beberapa penyebab lainnya yang berperan dalam membentuk minat investasi Gen Z di pasar modal. Yaitu salah satunya adalah faktor tentang ketakutan akan resiko berinvestasi. Di pasar modal keadaan seperti ini salah satu tantangan

penghalangan bagi mereka untuk memulai berinvestasi, karena tidak sedikit dari mereka yang cenderung menghindari instrumen investasi yang mereka anggap sebagai risiko yang tinggi, salah satunya seperti investasi saham. Mereka lebih cenderung memilih cara investasi yang lebih sederhana dan juga menawarkan potensi keuntungannya yang lebih mudah terukur, seperti reksa dana ataupun investasi berbasis teknologi yang transparan (Toto & Risna Kartika, 2022).

Namun, perkembangan teknologi saat ini tidak bisa dipungkiri karena memainkan peran penting dalam menarik minat Gen Z untuk berinvestasi di pasar modal. Akses yang sudah mudah dijangkau yaitu melalui aplikasi mobile trading atau platform investasi digital yang memberikan kesempatan bagi mereka untuk terlibat dalam pasar modal tanpa harus memiliki pengetahuan yang luas dan modal yang besar. Platform ini juga sering kali dilengkapi dengan fitur-fitur proses pembelajaran yang memungkinkan penggunanya untuk belajar tentang investasi dengan cara bertahap, dari yang paling dasar sampai dengan belajar tentang konsep yang lebih kompleks. Kemudahan untuk mengakses platform ini membuat pasar modal lebih inklusif dan mudah untuk dijangkau oleh generasi muda Gen Z yang ingin memulai perjalanannya untuk berinvestasi (Gitayuda et al., 2022).

Pengaruh media sosial juga menjadi salah satu penyebab keadaan yang utama untuk mendorong minat kalangan Gen Z berinvestasi, karena di era digital sekarang banyak influencer dan content creator yang aktif untuk memberikan informasi pengetahuan tentang keuangan dan investasi di platform di media sosial contohnya seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Dengan menggunakan cara yang santai ini dan mudah untuk dipahami, mereka akan mampu menarik perhatian bagi generasi muda dan bisa mengubah persepsi mereka tentang investasi. Gen Z yang lebih cenderung menyukai informasi melalui konten visual dan video pendek karena lebih mudah diterima melalui media sosial dari pada sumber-sumber tradisional seperti buku ataupun seminar formal (Rais M et al., 2023)

Walaupun demikian, teknologi dan media sosial menawarkan banyak kemudahan tentang informasi, tidak semua generasi Gen Z merasa siap dan yakin untuk memulai berinvestasi di pasar modal. Persepsi ini juga dihadapi dengan risiko yang tinggi dan ketidakpastian pasar yang sering kali menjadi salah satu penghambat utama bagi mereka. Tetapi tidak hanya itu saja ketakutan akan kerugian finansial juga menjadi penyebabnya, terutama dalam hal perekonomian yang tidak stabil yang dapat menghalangi mereka untuk terlibat jauh dalam pasar modal. Oleh karena itu, penting sekali untuk memahami apa penyebab-penyebab yang sering dapat mempengaruhi keputusan bagi mereka dalam berinvestasi. Baik itu yang berasal dari dalam diri mereka sendiri ataupun faktor eksternal seperti teknologi dan pengaruh media sosial (Rindiani & Darmawan, 2024)

Dengan berdasarkan latar belakang di atas, tentunya penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menganalisis segala faktor yang dapat memengaruhi minat generasi Z ini untuk berinvestasi di pasar modal. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi peran teknologi dan platform investasi dalam mempermudah akses ke pasar modal. Tidak hanya itu saja penelitian ini juga menilai pengaruh media sosial, terhadap influencer untuk membentuk pandangan mereka terhadap investasi kedepannya. Penelitian ini juga meningkatkan literasi keuangan dan mendorong partisipasi anak muda terutama Gen Z dalam investasi, guna sebagai sarana mencapai tujuan finansial untuk jangka panjang, sehingga dapat membuat hidup kedepannya tercukupi.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Dari sekian banyak penyebab yang mendasari berinvestasi keuangan menjadi yang paling berperan, terutama dalam hal *return on investment*. Angelika & Alinto (2024), Mengemukakan bahwa ada rendahnya literasi keuangan berpengaruh pada pengambilan keputusan serta tidak mempunyai pengelolaan risiko dengan baik. Kebijakan ini memperhatikan betapa pentingnya pendidikan literasi keuangan pada investasi dan pengelolaan risiko di masa datang.

Persepsi Risiko

Persepsi resiko sering kali menjadi penghalang untuk generasi Gen Z yang ingin memulai berinvestasi terutama dalam instrumen yang berangapan membuat risiko yang tinggi, contohnya seperti instrumen saham. Generasi muda Gen Z cenderung memilih instrumen yang mudah, terpercaya, dan aman, seperti reksa dana ataupun produk investasi yang berbasis teknologi digital. Persepsi risiko jika tidak di kelola dengan baik dan benar maka akan berdampak pada kurangnya minat seseorang untuk berinvestasi, meskipun itu potensi keuntungan jangnan panjang pasar modal yang besar (Indah et al., 2024).

Pengaruh Media Sosial

Media sosial kini sering sekali menjadi faktor atau pengaruh utama bagi generasi-generasi muda saat ini yang dimana kita tahu sosial media ini cepat sekali mengembangkan berita, baik itu menjadi pengaruh baik maupun pengaruh buruk bagi kalangan kelompok generasi. Dengan era digital saat ini sering sekali dari generasi ke generasi tersebut mencari informasi melalui media sosial seperti Grub Whatshaap, Instagram, Tiktok, Fecebook, Tweeter, maupun YouTub. Di Gen Z ini banyak sekali yang malas membaca informasi melalui sumber-sumber tradisional seperti buku, koran dan media baca lainnya, itu sebabnya kenapa Gen Z lebih sering mencari informasi melalui media sosial dengan konten konten yang di sampaikan oleh influencer ini lebih santai dan mudah di mengerti (Suryani & Amanah, 2024).

Peran Teknologi Digital

Dari perspektif Gen Z, perkembangan teknologi telah membawa banyak kemudahan, terutama dalam mencari informasi tentang investasi di pasar saham. Saat ini, ada banyak aplikasi mobile yang sedang populer dan dapat membantu mereka berinvestasi, bahkan dengan modal yang terbatas. Ini membuat proses investasi menjadi lebih mudah dan transparan. Di tambah lagi, teknologi di Indonesia juga memberikan kesempatan bagi Gen Z untuk lebih terlibat dalam hal finansial, dengan memberikan akses yang lebih mudah dan terjangkau u, meskipun mereka masih mempelajari tentang pasar saham.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif (Sugiyono, 2022). metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menganalisis suatu kasus ataupun masalah yang spesifik saat ini dengan mengandalkan kepercayaan pribadi berdasarkan fakta-fakta dan data historis yang ada, lalu fakta dan data tersebut ditanggapi, dikumpulkan, dianalisis, dan diinterpretasikan (Azmi et al., 2018). Objek dari penelitian ini adalah Gen Z yang sudah berusia 20 tahun sampai dengan 25 tahun yang memiliki minat atau sudah memiliki pengalaman dalam berinvestasi di pasar modal terutama melalui platform media digital. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Teknik analisis data yang di gunakan dari penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Data Desakriptif Responden

No	Responden	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Kategori
1	P1	Perempuan	23	Mahasiswa
2	P2	Perempuan	23	Mahasiswa
3	P3	Laki-laki	20	Mahasiswa
4	P4	Laki-laki	21	Mahasiswa
5	P5	Laki-laki	25	Mahasiswa
6	P6	Laki-laki	24	Mahasiswa

7	P7	Laki-laki	25	Mahasiswa
8	P8	Laki-laki	22	Mahasiswa
9	P9	Laki-laki	24	Mahasiswa
10	P10	Laki-laki	22	Mahasiswa
11	P11	Perempuan	25	Mahasiswa
12	P12	Perempuan	25	Mahasiswa
13	P13	Laki-laki	24	Mahasiswa
14	P14	Perempuan	22	Mahasiswa
15	P15	Perempuan	22	Mahasiswa
16	P16	Perempuan	22	Mahasiswa
17	P17	Laki-laki	22	Mahasiswa
18	P18	Perempuan	22	Mahasiswa
19	P19	Laki-laki	22	Mahasiswa
20	P20	Perempuan	21	Mahasiswa
21	P21	Perempuan	21	Mahasiswa
22	P22	Perempuan	25	Mahasiswa
23	P23	Perempuan	25	Mahasiswa
24	P24	Perempuan	25	Mahasiswa
25	P25	Laki-laki	23	Mahasiswa
26	P26	Laki-laki	23	Mahasiswa
27	P27	Perempuan	23	Mahasiswa
28	P28	Perempuan	23	Mahasiswa
29	P29	Perempuan	23	Mahasiswa
30	P30	Laki-laki	20	Mahasiswa
31	P31	Perempuan	20	Mahasiswa
32	P32	Perempuan	20	Mahasiswa
33	P33	Laki-laki	20	Mahasiswa
34	P34	Laki-laki	20	Mahasiswa
35	P35	Perempuan	25	Mahasiswa
36	P36	Laki-laki	25	Mahasiswa
37	P37	Perempuan	22	Mahasiswa
38	P38	Laki-laki	22	Mahasiswa
39	P39	Perempuan	23	Mahasiswa
40	P40	Laki-laki	22	Mahasiswa

Persentase responden yang setuju:

$$\frac{30}{40} \times 100 = 75\%$$

Persentase responden yang tidak setuju:

$$\frac{10}{40} \times 100 = 25\%$$

Persentase Responden yang setuju 75%

Persentase Responden yang tidak setuju 25%

Peran inovasi Gen Z dalam pasar modal

Dengan adanya pembelajaran pasar modal yang konvensional cenderung kurang menarik bagi Gen Z, Karena Gen Z ini lebih terbiasa dengan adanya penggunaan teknologi dalam kehidupan

mereka. Dengan adanya penyampaian pemahaman tentang pasar modal ini yang dibuat secara semenarik mungkin yang dapat membuat Gen Z tidak bosan mendengarkannya tetapi juga disampaikan secara tepat (Hanafi, 2023).

Inovasi dalam pembelajaran ini yang dapat memberikan tujuan untuk menciptakan suatu metode pembelajaran yang baru yang lebih menarik dan relevan bagi generasi Z. Selain itu inovasi dalam pembelajaran pasar modal ini dapat memberikan referensi untuk konten yang cepat interaktif dan berbasis visual. Di era digital Gen Z ini penggunaan teknologi digital di berbagai investasi dan platform media sosial dapat memberikan informasi yang lebih cepat dan mudah dimengerti di oleh Gen Z yang ingin belajar tentang pasar modal.

Penggunaan Aplikasi Keuangan

Di era teknologi digital ini tentunya kita para generasi jika ingin menggunakan suatu aplikasi tentu tidak jauh dengan hubungannya jaringan internet. Ada berbagai aplikasi keuangan yang digunakan oleh manajemen keuangan perusahaan, bisnis ataupun pribadi, di mana aplikasi ini juga memanfaatkan jaringan internet. pembelajaran Penggunaan aplikasi yang dapat melatih Gen Z untuk berinvestasi dengan model yang kecil untuk mengurangi ketakutan terhadap resikonya dan memberikan pengalaman langsung (Ghaliyah Maulidina et al., 2023). Aplikasi seperti ajaib, bibit, dan stockbit Yang merupakan salah satu aplikasi keuangan yang mudah digunakan oleh pemula untuk berinvestasi dengan cepat tanpa adanya hambatan teknis. Beberapa aplikasi ini tidak hanya menyediakan alat untuk berinvestasi tetapi juga ada fitur fitur pembelajaran interaktif dan berbasis Gamifikasi yang di mana pemula dapat belajar sambil berinvestasi secara riil. Dari banyak penyebab yang baik dari internal maupun eksternal yang seringkali mempengaruhi keputusan Gen Z untuk mulai berinvestasi dalam pasar modal. jika Gen Z ini sering mengikuti seminar seminar tentang berinvestasi maka dapat membuat anak muda anak muda itu itu mengurangi keraguan mereka untuk memulai berinvestasi. Pada penelitian ini mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi masalah besar bagi Gen Z untuk Memulai berinvestasi.

Pentingnya Literasi Keuangan

Pengetahuan tentang sebuah literasi keuangan sangat begitu berguna karena untuk mengatur, mengelola, serta mendistribusikan dari sumber daya yang ada secara efektif salah satunya dengan cara kemampuan praktis untuk membentuk literasi (Rahmawati et al., 2022). Literasi keuangan pada Gen Z masih di bilang cukup rendah, tetapi dari program-program yang berfokus untuk meningkatkan literasi keuangan sudah menunjukkan peningkatan. Namun, literasi keuangan juga memiliki keterkaitan dengan pemahaman mereka sendiri tentang bagaimana cara kerja pasar saham, pengelolaan utang dan bagaimana dalam hal ini berpengaruh pada akumulasi kekayaan. Dalam kemampuan seperti ini memungkinkan mereka untuk merencanakan keuangannya dengan baik, sehingga dapat menghindari utang yang berlebihan dan dapat memanfaatkan peluang investasi untuk memperkuat kestabilan dengan jangka panjang (Nursjanti et al., 2023).

Menurut (Tannady et al., 2022) yang menyatakan bahwa kerja sama diantar pemerintah, lembaga pendidikan, dan platform investasi digital yang keadaannya begitu sulit (Krusial), ini untuk memperkuat pemahaman dan pengetahuan tentang manajemen keuangan salah satunya penting menabung dan berinvestasi. Inovasi dari pendidikan yang melihat cara belajar Gen Z terbukti untuk meningkatkan keterkaitan mereka dalam memahami pasar modal dengan cara lebih mudah dengan mengelola keuangan secara baik.

Pengaruh Konten Visual dan Interaktif

Konten yang berbentuk visual atau konten yang menyampaikan suatu informasi dalam bentuk gambar, konten visual ini banyak di sukai oleh Gen Z karena merupakan salah satu bentuk cara berkomunikasi secara efektif dan menarik dalam pemasaran Dan komunikasi secara online.

Konten seperti ini semakin hari semakin penting karena banyak peminat dari kalangan generasi. Dengan adanya cara yang seperti ini memungkinkan pengguna media sosial tidak hanya mendapat informasi tetapi juga bisa berinteraksi dengan konten tersebut. Pemberian konten yang secara nyata dan fakta ini membuat Gen Z merasakan penerapan secara langsung dan langkah-langkah yang begitu mudah (Alia et al., 2024).

Gen Z lebih cenderung menyukai dan tertarik dengan konten yang berbentuk visual dari pada teks yang begitu panjang. Oleh karena itu, keadaan pasar modal yang di sajikan yang sudah memulai infografik, video animasi, dan webinar interaksi terbukti lebih cenderung efektif dalam penyampaian informasi. Konten visual tidak hanya lebih mudah dipahami, tetapi konten yang berbentuk visual mudah untuk diingat oleh Gen Z, sehingga dapat memperkuat minat mereka untuk memulai investasi.

Kalaborasi Influence

Influencer keuangan yang sudah memiliki banyak pengikut di platform media sosial yang dapat membantu mendistribusikan informasi mengenai investasi secara lebih luas dan mendalam. Mereka sering kali membagikan pengalaman pribadinya mengenai investasi dan menyediakan tips-tips yang mudah untuk di tiru dan praktis (Kaabachi et al., 2021). Kerja sama dengan influencer keuangan sudah terbukti memiliki cara yang efektif untuk meningkatkan sebuah pemahaman literasi keuangannya di antara Gen Z. Mereka juga dapat menyampaikan cara atau tips- tips informasi keuangan yang begitu rumit dengan cara membuat konten visual yang menarik Gen Z untuk melihatnya, konten ini biasanya dilihat melalui platform seperti Instagram, Tik Tok, dan YouTube. Gen Z ini lebih cenderung mempercayai influencer atau content creator yang sudah di percaya oleh banyak generasi karena mereka menyajikan konten edukatif dengan cara yang santai dan interaktif. Ini menunjukkan bahwa influencer tersebut dapat memberikan, menciptakan kepercayaan, dan meningkatkan partisipasi bagi pendengar atau audiens, serta melihat keadaan mengenai signifikansi perencanaan keuangan dan investasi yang berjangka panjang. Kerjasama ini mendukung gen Z untuk mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak, baik dan berpartisipasi dalam pasar modal. Kerjasama antara platform pendidikan keuangan dan influencer ini telah memperlihatkan dampak yang begitu baik dalam mendorong minat berinvestasi di kalangan GenZ.

PEMBAHASAN

Penelitian dalam investasi pasar modal memainkan peran yang sangat signifikan dal untuk meningkatkan minat yang tinggi investasi di kalangan Gen Z. Seperti yang kita tau Gen Z ini tumbuh di era digital yang begitu pesat yang di mana lebih responsif terhadap ikatan yang mengintegrasikan teknologi dan sering memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi. pelatihan untuk investasi pasar modal yang interaktif dan digital dapat memenuhi kebutuhan Gaya hidup Gen Z saat ini yang serba cepat dan selalu berhubungan dengan digital (Susandy et al., 2024). Dengan adanya teknologi ini generasi lo akan mendapatkan pemahaman dan pelatihan yang lebih mendalam mengenai pentingnya berinvestasi Terutama sejak usia dini. Investasi ini mengingatkan Gen Z bahwa akan menjadi penggerak ekonomi mereka di masa yang panjang dan dapat mengelola keuangan yang baik untuk kehidupan mereka ke depan.

Inovasi dalam pelatihan pasar modal untuk gen Z

Penggunaan aplikasi keuangan yang berbasis teknologi digital merupakan salah satu inovasi yang paling diperlukan oleh Gen Z. Pada konsep pasar modal ini menyediakan fitur pembelajaran yang dapat memudahkan kan Gen Z untuk memahami bagaimana cara berinvestasi yang mudah bagi mereka (Haqiqi & Pertiwi, 2022).

Media sosial juga merupakan salah satu penyebab utama dalam pembelajaran keuangan berinvestasi untuk Gen Z. Ada berbagai konten kreator dan influencer finansial di berbagai platform seperti Instagram, YouTube, dan Tik Tok Yang sering memberikan pemahaman tentang bagaimana pentingnya berinvestasi sejak dini, dengan penyampaian informasi investasi yang lebih mudah

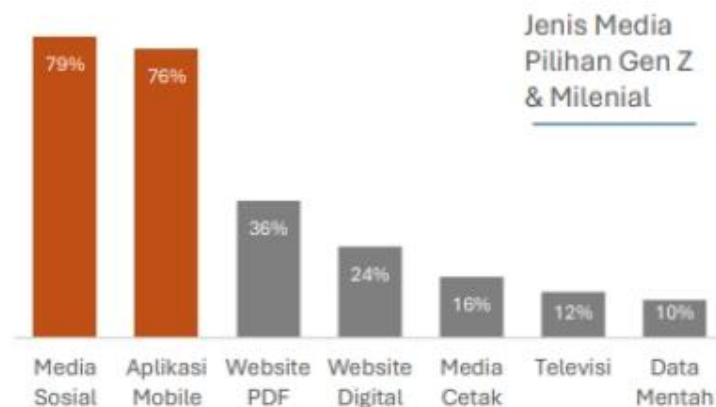
diterima oleh generasi Z. Gaya penyampaian yang dilakukan oleh Influencer finansial dan konten kreator itu menggunakan penyampaian yang sederhana dan relate yang dapat menjembatani pengetahuan dan membuat generasi Z ini lebih percaya diri untuk memulai perjalanan investasinya.

Selain media sosial program literasi keuangan juga sangat penting dalam pembelajaran pasar modal ini yang di mana literasi keuangan ini harus diatur dengan mempertimbangkan kebutuhan para Gen Z. Di mana literasi keuangan ini program yang berbasis online atau seperti Woi binar melalui zoom meeting yang audiensnya berisikan gen Z dari berbagai umur dan berbagai provinsi, tujuannya untuk meningkatkan aksesibilitas edukasi keuangan tentang investasi pasar modal. Dengan adanya akses ini dapat mempermudah Gen Z untuk lebih mendapatkan informasi sesuai dengan gaya hidup Mereka yang dinamis. Dengan adanya webinar ini Sangat penting untuk Gen Z dapat membuat mengurangi keraguan untuk memulai berinvestasi.

Hambatan dalam meningkatkan minat berinvestasi di Gen Z

Meskipun banyak pembelajaran pasar modal di berbagai platform digital yang dapat membantu Gen Z ini dalam memulai berinvestasi namun ada beberapa Keraguan yang dihadapi oleh Gen Z ini untuk meningkatkan minatnya berinvestasi. Salah satu keraguan utamanya yaitu persepsi resiko yang tinggi terhadap investasi yang seringkali dianggap tidak menjanjikan bagi Gen Z. Tidak sedikit bagi Gen Z menguntungkan karena penyebabnya yaitu kekurangan pembelajaran formal mengenai tentang literasi keuangan, atau maupun di keluarga. Rasa keraguan untuk berinvestasi ini seringkali muncul karena kekhawatiran mereka akan kehilangan uang.

Pada pengaruh eksternal ini pengetahuan dan kesadaran tentang investasi pasar modal dan pasar digital menjadi landasan penting. Minat dan motivasi pada penyebab eksternal ini harus diperhatikan juga seperti kebutuhan finansial dan tujuan keuangan yang dapat memicu keinginan berinvestasi. Selain itu pengalaman dan pengetahuan juga menggunakan platform digital dapat mempengaruhi minat berinvestasi ini persepsi resiko contohnya kecemasan apakah ke depannya akan untung atau rugi, serta juga kemampuan finansial dan pengaruh lingkungan contohnya Dukungan dari keluarga terdekat dan teman-teman terdekat Kepribadian dan sikap juga termasuk faktor internal contohnya kepercayaan diri dan kesabaran yang dapat mempengaruhi keputusan memulai berinvestasi.



Sumber: Redaksi Idx Bell Sekretaris Perusahaan PT Bursa Efek Indonesia
Gambar 2

Pada Gambar diatas menunjukkan Referesin media yang cenderung lebih sering digunakan oleh Gen Z untuk mengakses informasi tentang pasar modal. Penyebab eksternal ini memengaruhi kemajuan teknologi yang memungkinkan untuk akses informasi secara real-time melalui aplikasi mobile dan media sosial. Perubahan pada gaya hidup ini membuat generasi mudah mengutamakan kecepatan dan kemudahan yang berkontribusi untuk meningkatkan penggunaan platfrom digital dibandingkan dengan media tradiosnal seperti televisi atau media cetak. Selain itu, trasformasi

ekonomi digital mendorong pengguna informasinya untuk menghindari data pasar modal yang secara praktis dan cepat mulai pada teknologi terkini. Hal ini mencerminkan bahwa kebutuhan generasi muda tentang akses informasi yang fleksibel, instan, dan sesuai dengan pola konsumsi modern.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa generasi Z itu memiliki minat yang besar terhadap investasi, Melalui platform digital yang menawarkan kemudahan akses dan beberapa Vita pembelajaran interaktif menjadi peningkatan minat generasi ini untuk berinvestasi. Untuk menarik minat generasi Z technology digital dan media sosial sangat berperan penting. A namun ada penyebab utama yang menjadi tantangan bagi generasi Z yaitu rendahnya literasi keuangan dan tingginya persepsi resiko yang dapat membuat banyak generasi Set merasa ragu atau bimbang untuk memulai berinvestasi, Terutama bagi saham yang dapat beresiko tinggi. Selain itu juga masih ada beberapa penyebab Yang menjadi keraguan generasi Z ini untuk berinvestasi di ekonomi yang tidak stabil dan pengaruh lingkungan. Dengan beberapa Penyebab keraguan itu maka diperlukan adanya peningkatan program literasi keuangan dan webinar untuk mendukung partisipasi generasi Z dalam berinvestasi di pasar modal, sehingga mereka dapat mencapai tujuan keuangannya dengan jangka panjang dan dapat mengelola resiko secara lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alia, P. A., Prayogo, J. S., Kriswibowo, R., Setyawan, A. budi, & Febriana, R. W. (2024). Pengembangan Keterampilan Desain Interaktif Dan Serbaguna Dalam Era Society 5.0 Dengan Menggunakan Canva. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 2(3), 977-982.
- Azmi, Z., Nasution, A. A., & Wardayani, (2018). Memahami Penelitian Kualitatif Dalam Akuntansi. *Akuntabilitas*, 11(1), 159-168.
- Bursa Efek Indonesia. (2023). Laporan Tahunan 2023-PT Bursa Efek Indonesia. *PT Bursa Efek Indonesia*, 0-454.
- Ghaliah Maulidina, A., Valha, A., & Utama, R. E. (2023). Online Sebagai Media Untuk Mengelola Atau Memanajemen Keuangan. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 2, 1-10.
- Gitayuda, M.B.S., Supriadi, Y., Noor, P., Kardini, N.L., Sohilauw, M.I., Azmi, Z., Alamanda, A.R., Santoso, A. and Huda, N., (2022). *Manajemen Investasi*. Get Press.
- Hanafi, A. I. (2023). Mengeksplorasi Dampak Inovasi Teknologi Terbaru dalam Investasi Syariah. *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 1, 1316-1335.
- Haqiqi, A. F. Z., & Pertiwi, T. K. (2022). Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Era Pandemi Covid-19 pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 355-367.
- Indah, A., Nurhadyanti, S., & Suria, G. (2024). *Analisis Kualitatif Persepsi Risiko Investasi Saham di Kalangan Generasi Milenial*. 02(03), 771-781.
- Kaabachi, S., Charfi, A. A., Kpossa, M. R., & Kefi, M. K. (2021). Celebrity Endorsement vs Influencer Endorsement for Financial Brands: What does Gen-Z think? *Management & Sciences Sociales*, N° 31(2), 55-81.
- Nursjanti, F., Amaliawiati, L., & Utami, E. M. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan Syariah Bagi

Milenial dan Gen Z di Jawa Barat. *Madaniya*, 4(1), 54–67.

Rais M., Khairi H., & Hidayat, F. (2023). Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 342–355.

Rahmawati, N., Sansitika, D. R., & Azmi, Z. (2022). Perspektif Dan Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Saham Modal Syariah Sebagai Alternatif Investor Pemula. *Research In Accounting Journal (RAJ)*, 2(2), 287-293.

Rindiani, P. N., & Darmawan, N. A. S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko dan Motivasi Investasi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pasar Modal Pada Gen Z Denpasar. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 15(02), 342–353.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. 5, 47–52.

Suryani, A. D., & Amanah, L. (2024). Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Dan Return Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 13(3), 1–19.

Susandy, I., Pt, D., Efek, B., I., & Wabarakatuh, W. (2024). *MONTHLY NEWSLETTER Edisi 16 | Februari 2024 SELAYANG SAPA*. www.idx.co.id

Tannady, H., Damanik, D., Sy, A., Wiarta, I., Nurdiani, T. W., Ambarwati, R., Renwarin, J. M. J., & Suyoto, Y. T. (2022). Peran Literasi Keuangan dan Karakteristik Kepribadian Terhadap Keputusan Investasi Gen-Z di Provinsi DKI Jakarta dengan Persepsi Risiko Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 4808–4825.

Toto & Risna Kartika. (2022). *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Gen Z Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal*. 9, 356–363.