MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 7 Tahun 2026

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL TERHADAP PERILAKU INVESTASI GENERASI Z DI INDONESIA

Sufian Hamim[1], Imam Hanafi[2], Dewi Kusuma Wardani[3], Anisa Dwi Fitriani[4]
[1,2] Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Riau, [3,4] Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Riau

Email : sufianhamim@soc.uir.ac.id, imamhanafi@eco.uir.ac.id, dewikusumawardani@student.uir.ac.id, anisadwifitriani@student.uir.ac.id

Abstract

The rapid development of digital technology has transformed the way people access financial services and conduct investment activities, particularly among Generation Z, which is recognized as a digitally native generation. The availability of financial information through various digital platforms provides greater opportunities for investment while requiring adequate financial literacy to make appropriate financial decisions. This study aims to analyze the influence of digital financial literacy on the investment behavior of Generation Z in Indonesia using a literature review approach. The research employed a qualitative method based on secondary data obtained from national journals, national e-books, and other relevant scientific publications. Data were analyzed using descriptive qualitative analysis by reviewing, comparing, and synthesizing previous research findings. The results indicate that digital financial literacy has a significant influence on the investment behavior of Generation Z. Individuals with higher levels of digital financial literacy are more capable of understanding investment products, managing investment risks, and making rational investment decisions. In contrast, individuals with lower digital financial literacy tend to be more susceptible to misleading information and investment trends circulating through digital media. Therefore, improving digital financial literacy is essential to encourage responsible investment behavior and support the long-term financial well-being of Generation Z in Indonesia.

Keywords: Digital Financial Literacy, Investment Behavior, Generation Z, Digital Investment, Literature Review.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses layanan keuangan dan melakukan aktivitas investasi, terutama pada Generasi Z yang dikenal sebagai generasi yang tumbuh di era digital. Kemudahan memperoleh informasi melalui berbagai platform digital memberikan peluang yang lebih besar untuk berinvestasi, namun juga menuntut kemampuan dalam memahami informasi keuangan secara tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku investasi Generasi Z di Indonesia melalui pendekatan kajian pustaka (literature review). Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan data sekunder yang bersumber dari jurnal nasional, ebook nasional, dan berbagai literatur ilmiah yang relevan. Analisis data dilakukan secara

Article history
Received: Juni 2026
Reviewed: Juni 2026
Published: Juni 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

ISSN : 3025-9495

deskriptif kualitatif dengan mengkaji, membandingkan, dan mensintesis hasil penelitian terdahulu. Hasil kajian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh terhadap perilaku investasi Generasi Z. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan digital yang baik cenderung lebih mampu memahami karakteristik produk investasi, mengelola risiko, serta mengambil keputusan investasi secara rasional. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan digital menyebabkan individu lebih mudah terpengaruh oleh informasi yang tidak valid maupun tren investasi yang berkembang di media digital. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan digital menjadi salah satu upaya penting dalam membentuk perilaku investasi yang lebih bijaksana serta mendukung kesejahteraan finansial Generasi Z di Indonesia.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital, Perilaku Investasi, Generasi Z, Investasi Digital, Kajian Pustaka.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam pengelolaan keuangan dan aktivitas investasi. Kemajuan internet, penggunaan smartphone yang semakin luas, serta hadirnya berbagai platform layanan keuangan digital (financial technology/fintech) telah memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses informasi keuangan, melakukan transaksi, hingga berinvestasi secara daring. Kondisi ini mendorong terbentuknya ekosistem keuangan digital yang lebih inklusif sehingga masyarakat, khususnya generasi muda, memiliki kesempatan yang lebih besar untuk mengenal dan memanfaatkan berbagai instrumen investasi. Namun, kemudahan akses tersebut juga menuntut adanya kemampuan memahami informasi keuangan secara tepat agar keputusan investasi yang diambil tidak hanya didasarkan pada tren atau informasi yang belum tentu benar.

Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital sehingga sering disebut sebagai digital native. Karakteristik tersebut menjadikan Generasi Z lebih cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi, termasuk dalam penggunaan aplikasi investasi, dompet digital, mobile banking, hingga berbagai media sosial yang menyajikan edukasi mengenai investasi. Di yang menyajikan edukasi mengenai investasi. Di Indonesia, jumlah Generasi Z yang cukup besar memberikan potensi yang sangat tinggi dalam meningkatkan jumlah investor di pasar keuangan. Meskipun demikian, tingginya intensitas penggunaan teknologi belum tentu diikuti oleh tingkat literasi keuangan digital yang memadai. Banyak individu masih mengalami kesulitan dalam membedakan informasi investasi yang kredibel dengan informasi yang bersifat spekulatif atau bahkan mengarah pada penipuan investasi digital.

Dalam beberapa tahun terakhir, minat investasi di kalangan Generasi Z mengalami peningkatan yang cukup pesat. Hal tersebut dipengaruhi oleh kemudahan pembukaan rekening investasi secara daring, rendahnya modal awal investasi,serta maraknya edukasi keuangan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan platform digital lainnya. Berbagai perusahaan sekuritas dan penyedia layanan investasi juga terus mengembangkan aplikasi yang lebih sederhana sehingga mudah digunakan oleh investor pemula. Kondisi ini memberikan peluang bagi Generasi Z untuk mulai membangun kebiasaan berinvestasi sejak usia muda sebagai salah satu bentuk perencanaan keuangan jangka panjang.

Di sisi lain, kemudahan memperoleh akses investasi juga menghadirkan berbagai tantangan. Informasi mengenai investasi yang beredar melalui media digital tidak seluruhnya berasal dari

sumber yang kredibel. Banyak konten yang dibuat semata-mata untuk menarik perhatian tanpa didukung analisis yang benar sehingga berpotensi menyesatkan masyarakat. Selain itu, maraknya investasi ilegal dan penipuan berbasis digital menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan masih menjadi persoalan yang perlu mendapat perhatian. Individu yang memiliki literasi keuangan digital rendah cenderung lebih mudah terpengaruh oleh informasi yang bersifat spekulatif, mengikuti tren investasi tanpa melakukan analisis, maupun mengambil keputusan investasi berdasarkan rekomendasi pihak lain tanpa mempertimbangkan tingkat risiko yang akan dihadapi.

Literasi keuangan digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi keuangan, tetapi juga mencakup kemampuan memahami konsep keuangan, mengelola risiko, mengevaluasi informasi investasi, serta mengambil keputusan keuangan yang rasional melalui media digital. Individu yang memiliki literasi keuangan digital yang baik akan lebih mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana memperoleh informasi yang akurat, membandingkan berbagai alternatif investasi, serta menyesuaikan keputusan investasi dengan tujuan dan kemampuan finansial yang dimiliki. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan digital dapat menyebabkan kesalahan dalam pengambilan keputusan investasi yang berpotensi menimbulkan kerugian finansial.

Perilaku investasi merupakan salah satu bentuk perilaku keuangan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi tingkat literasi keuangan, pengetahuan investasi, pengalaman investasi, persepsi risiko, serta kemampuan mengelola keuangan. Sementara itu, faktor eksternal dapat berasal dari lingkungan sosial, perkembangan teknologi, media sosial, maupun pengaruh financial influencer. Kombinasi berbagai faktor tersebut menjadikan perilaku investasi Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya karena sebagian besar proses pencarian informasi dan pengambilan keputusan dilakukan melalui media digital.

Berbagai penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan maupun perilaku investasi Generasi Z. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memahami karakteristik produk investasi, mempertimbangkan tingkat risiko, serta memilih instrumen investasi yang sesuai dengan tujuan keuangannya. Sebaliknya, individu dengan tingkat literasi yang rendah lebih rentan melakukan investasi tanpa perencanaan yang matang sehingga keputusan investasi yang diambil sering kali dipengaruhi oleh faktor emosional maupun tren yang sedang berkembang di media sosial. Meskipun demikian, hasil penelitian yang ada masih menunjukkan variasi temuan sehingga diperlukan kajian yang lebih komprehensif melalui pendekatan studi literatur.

Kajian mengenai pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku investasi Generasi Z menjadi semakin penting mengingat transformasi digital di sektor keuangan berlangsung sangat cepat. Tidak hanya lembaga keuangan formal, berbagai perusahaan teknologi finansial juga terus menghadirkan inovasi layanan investasi berbasis digital yang semakin mudah diakses oleh masyarakat. Kondisi tersebut menuntut peningkatan kemampuan literasi keuangan agar masyarakat tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi tersebut secara bijaksana dalam mengambil keputusan investasi yang rasional dan bertanggung jawab.

Berdasarkan uraian tersebut, kajian ini disusun untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku investasi Generasi Z di Indonesia melalui pendekatan literature review. Pembahasan difokuskan pada konsep literasi keuangan digital, karakteristik perilaku investasi Generasi Z, faktor-faktor yang memengaruhi perilaku investasi, serta hasil-hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan antara literasi keuangan digital dan perilaku investasi. Hasil kajian diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi mahasiswa, peneliti,

maupun masyarakat dalam memahami pentingnya peningkatan literasi keuangan digital sebagai salah satu upaya mendorong perilaku investasi yang lebih rasional, aman, dan berkelanjutan.

KAJIAN TEORITIS

2.1 Konsep Literasi Keuangan Digital

Literasi keuangan digital merupakan pengembangan dari konsep literasi keuangan yang menekankan kemampuan individu dalam memahami, mengakses, mengevaluasi, dan memanfaatkan layanan keuangan berbasis teknologi digital secara efektif, aman, dan bertanggung jawab. Kemajuan teknologi informasi telah mendorong transformasi sektor keuangan melalui hadirnya berbagai layanan digital seperti mobile banking, dompet digital (e-wallet), financial technology (fintech), peer to peer lending, serta platform investasi daring. Kondisi tersebut menuntut masyarakat tidak hanya memiliki kemampuan mengelola keuangan, tetapi juga mampu menggunakan teknologi digital secara bijaksana agar terhindar dari berbagai risiko seperti penipuan investasi, penyalahgunaan data pribadi, maupun kesalahan dalam pengambilan keputusan keuangan.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku seseorang dalam mengambil keputusan keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan. Dalam konteks digital, konsep tersebut berkembang menjadi literasi keuangan digital yang mencakup kemampuan memahami produk dan layanan keuangan digital, menilai kredibilitas informasi keuangan yang diperoleh melalui media digital, serta memanfaatkan teknologi keuangan sesuai kebutuhan dan tujuan keuangan individu. Dengan demikian, literasi keuangan digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan aplikasi keuangan, tetapi juga kemampuan berpikir kritis terhadap informasi yang diperoleh dari internet dan media sosial.

Literasi keuangan digital memiliki beberapa dimensi utama, yaitu pengetahuan mengenai produk keuangan digital, kemampuan mengelola keuangan melalui teknologi, pemahaman terhadap risiko transaksi digital, kemampuan menjaga keamanan data pribadi, serta kemampuan memilih instrumen investasi yang sesuai dengan profil risiko. Individu yang memiliki literasi keuangan digital yang baik cenderung lebih mudah memahami karakteristik berbagai produk investasi, mampu membandingkan keuntungan dan risiko setiap instrumen investasi, serta tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang bersifat spekulatif maupun promosi investasi yang tidak memiliki dasar yang jelas. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan digital dapat meningkatkan risiko terjadinya kesalahan pengambilan keputusan keuangan maupun investasi.

Bagi Generasi Z, literasi keuangan digital menjadi kompetensi yang sangat penting karena kelompok ini merupakan generasi yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital. Aktivitas keuangan Generasi Z sebagian besar telah terintegrasi dengan layanan digital, mulai dari pembayaran elektronik, transaksi perbankan digital, hingga investasi melalui aplikasi pada telepon pintar. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan digital diharapkan mampu membentuk perilaku keuangan yang lebih rasional, meningkatkan kualitas keputusan investasi, serta mengurangi potensi kerugian akibat rendahnya pemahaman terhadap risiko investasi di era digital.

2.2 Konsep Perilaku Investasi

Perilaku investasi merupakan serangkaian tindakan, keputusan, dan pertimbangan yang dilakukan individu dalam mengalokasikan sejumlah dana ke berbagai instrumen investasi dengan tujuan memperoleh keuntungan pada masa yang akan datang. Perilaku investasi tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan finansial seseorang, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, ekonomi, serta tingkat pengetahuan yang dimiliki mengenai dunia investasi. Dalam era digital, perilaku investasi mengalami perubahan yang cukup signifikan karena masyarakat dapat mengakses berbagai informasi investasi secara cepat melalui internet, media sosial, maupun aplikasi investasi berbasis digital. Perubahan tersebut menjadikan proses pengambilan keputusan investasi semakin dinamis dan bergantung pada kemampuan individu dalam memilah informasi yang akurat serta relevan.

Secara umum, perilaku investasi mencerminkan bagaimana seseorang mengenali peluang investasi, mengumpulkan informasi, mempertimbangkan tingkat keuntungan (return) dan risiko (risk), memilih instrumen investasi, hingga melakukan evaluasi terhadap hasil investasi yang telah dilakukan. Individu yang memiliki perilaku investasi yang baik cenderung melakukan analisis terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan, mempertimbangkan tujuan keuangan jangka panjang, memahami profil risiko, serta tidak mudah terpengaruh oleh isu maupun tren yang berkembang di masyarakat. Sebaliknya, perilaku investasi yang kurang baik biasanya ditandai dengan keputusan investasi yang dilakukan secara impulsif, mengikuti rekomendasi orang lain tanpa analisis, atau hanya berdasarkan informasi yang viral di media sosial.

Dalam perspektif behavioral finance, perilaku investasi tidak selalu didasarkan pada pertimbangan yang rasional. Banyak keputusan investasi dipengaruhi oleh aspek emosional, kepercayaan diri yang berlebihan (overconfidence), rasa takut kehilangan peluang (fear of missing out/FOMO), maupun kecenderungan mengikuti perilaku kelompok (herding behavior). Fenomena tersebut semakin sering ditemukan pada Generasi Z karena kelompok ini memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi sehingga lebih mudah terpapar berbagai informasi maupun rekomendasi investasi dari influencer, komunitas investasi, maupun platform digital lainnya. Oleh karena itu, kualitas perilaku investasi Generasi Z sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam menyaring informasi yang diterima sebelum dijadikan dasar pengambilan keputusan investasi.

Perkembangan teknologi finansial (financial technology) juga memberikan pengaruh yang besar terhadap perubahan perilaku investasi masyarakat. Kehadiran aplikasi investasi digital memungkinkan seseorang membuka rekening investasi, melakukan transaksi, memantau perkembangan portofolio, hingga memperoleh informasi pasar secara real time hanya melalui telepon pintar. Kemudahan tersebut meningkatkan partisipasi masyarakat, khususnya Generasi Z, dalam aktivitas investasi. Namun demikian, kemudahan akses tersebut harus diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai agar keputusan investasi tidak hanya didasarkan pada kemudahan teknologi, tetapi juga pada analisis yang objektif terhadap manfaat dan risiko dari setiap instrumen investasi yang dipilih.

Berbagai penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa perilaku investasi dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, antara lain literasi keuangan, pengetahuan investasi, persepsi risiko, motivasi investasi, penggunaan teknologi keuangan, serta kondisi sosial ekonomi individu. Semakin baik tingkat literasi keuangan dan pengetahuan investasi seseorang, maka semakin rasional pula perilaku investasinya. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan cenderung meningkatkan kemungkinan individu mengambil keputusan investasi berdasarkan spekulasi, emosi, maupun pengaruh lingkungan sosial. Oleh karena itu, perilaku investasi menjadi indikator penting dalam menilai kualitas pengambilan keputusan keuangan seseorang, terutama pada Generasi Z yang merupakan kelompok pengguna teknologi digital terbesar di Indonesia.

2.3 Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok generasi yang lahir setelah Generasi Milenial, yaitu sekitar tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini dikenal sebagai digital native karena sejak usia dini telah tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi informasi, internet, serta berbagai perangkat digital. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Generasi Z memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi sehingga aktivitas sehari-hari, termasuk komunikasi, pendidikan, pekerjaan, hingga pengelolaan keuangan, banyak dilakukan melalui media digital. Karakteristik tersebut menjadikan Generasi Z sebagai kelompok masyarakat yang paling aktif memanfaatkan layanan keuangan digital, seperti mobile banking, dompet digital (e-wallet), aplikasi investasi, maupun berbagai platform edukasi keuangan berbasis internet. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan Generasi Z dalam mengambil berbagai keputusan, termasuk keputusan investasi. (ejurnal.stie-trianandra.ac.id)

Karakteristik utama Generasi Z ditandai dengan kemampuan memperoleh informasi secara cepat melalui internet serta tingginya intensitas penggunaan media sosial. Berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, X, maupun podcast menjadi sumber utama dalam memperoleh informasi mengenai pengelolaan keuangan dan investasi. Kemudahan memperoleh informasi tersebut memberikan dampak positif berupa meningkatnya pengetahuan mengenai berbagai instrumen investasi. Namun di sisi lain, tingginya arus informasi juga meningkatkan risiko penyebaran informasi yang tidak akurat, promosi investasi ilegal, hingga fenomena fear of missing out (FOMO) yang dapat memengaruhi kualitas pengambilan keputusan investasi apabila tidak didukung oleh kemampuan literasi keuangan yang memadai. Oleh karena itu, kemampuan menyaring informasi menjadi salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki oleh Generasi Z dalam menghadapi perkembangan ekosistem keuangan digital. (journal.ppmi.web.id)

Dalam konteks pengelolaan keuangan, Generasi Z memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan teknologi dalam melakukan berbagai aktivitas finansial. Mulai dari pembayaran digital, tabungan digital, investasi reksa dana, saham, obligasi, hingga aset kripto kini dapat dilakukan melalui aplikasi yang tersedia pada telepon pintar. Kemudahan tersebut menyebabkan proses investasi menjadi lebih praktis dibandingkan sebelumnya. Namun demikian, kemudahan akses investasi juga meningkatkan tanggung jawab individu untuk memahami karakteristik setiap instrumen investasi, potensi keuntungan, tingkat risiko, serta legalitas penyedia layanan investasi. Dengan demikian, tingkat literasi keuangan digital menjadi salah satu faktor yang menentukan apakah kemajuan teknologi mampu memberikan manfaat bagi kesejahteraan finansial Generasi Z atau justru menimbulkan risiko kerugian akibat kesalahan pengambilan keputusan investasi.

Berbagai penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki minat investasi yang relatif tinggi dibandingkan generasi sebelumnya. Hal tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya edukasi keuangan melalui media digital, kemudahan akses aplikasi investasi, rendahnya modal awal investasi, serta semakin berkembangnya komunitas investasi di media sosial. Meskipun demikian, tingginya minat investasi belum tentu diikuti oleh kualitas keputusan investasi yang baik. Masih terdapat sebagian Generasi Z yang melakukan investasi berdasarkan rekomendasi influencer, mengikuti tren pasar, maupun karena dorongan lingkungan sosial tanpa melakukan analisis yang memadai. Oleh sebab itu, peningkatan literasi keuangan digital menjadi langkah strategis dalam membentuk perilaku investasi yang rasional,bertanggung jawab, dan berorientasi pada tujuan keuangan jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian pustaka (literature review). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji berbagai hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku investasi Generasi Z di Indonesia. Metode kajian pustaka memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai konsep, teori, serta hasil penelitian yang telah dipublikasikan oleh berbagai peneliti sebelumnya. Selain itu, metode ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi persamaan, perbedaan, maupun perkembangan penelitian mengenai literasi keuangan digital dan perilaku investasi sehingga menghasilkan sintesis yang lebih mendalam.

Sumber Data

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal nasional, ebook nasional, serta dokumen ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan kesesuaian tema, kredibilitas sumber, dan tahun publikasi.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yaitu mengumpulkan, membaca, mengidentifikasi, dan mengkaji berbagai referensi ilmiah yang berkaitan dengan literasi keuangan digital, perilaku investasi, dan Generasi Z di Indonesia.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya, berbagai hasil penelitian terdahulu dibandingkan dan disintesis untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku investasi Generasi Z di Indonesia.

Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, literasi keuangan digital diartikan sebagai kemampuan individu dalam memahami, menggunakan, dan mengevaluasi layanan keuangan berbasis digital untuk mengambil keputusan keuangan. Perilaku investasi merupakan tindakan individu dalam merencanakan, memilih, dan mengevaluasi aktivitas investasi. Sementara itu, Generasi Z adalah kelompok individu yang lahir sekitar tahun 1997–2012 dan tumbuh bersama perkembangan teknologi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Literasi Keuangan Digital Pada Generasi Z

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat mengakses dan mengelola layanan keuangan. Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh di era digital memiliki tingkat penggunaan internet dan perangkat digital yang tinggi sehingga lebih mudah mengakses berbagai layanan keuangan berbasis teknologi, seperti mobile banking, dompet digital, hingga aplikasi investasi. Kondisi tersebut memberikan peluang yang besar bagi Generasi Z untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangan sekaligus memperluas partisipasi mereka dalam kegiatan investasi. Namun, kemudahan akses terhadap teknologi

tidak selalu diikuti oleh tingkat literasi keuangan digital yang memadai. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat Generasi Z yang memiliki keterbatasan dalam memahami karakteristik produk investasi, mengelola risiko, maupun mengevaluasi informasi keuangan yang diperoleh melalui media digital.

Literasi keuangan digital menjadi salah satu kompetensi yang sangat penting dalam menghadapi perkembangan industri keuangan digital. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan digital yang baik akan lebih mampu memahami manfaat dan risiko setiap produk investasi, memilih platform investasi yang legal, serta menghindari berbagai bentuk penipuan investasi digital. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan digital menyebabkan seseorang lebih mudah dipengaruhi oleh informasi yang tidak valid, promosi investasi ilegal, maupun rekomendasi yang tidak didasarkan pada analisis yang tepat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan digital merupakan salah satu upaya penting dalam membentuk perilaku investasi yang lebih rasional pada Generasi Z.

Beberapa penelitian di Indonesia juga menunjukkan bahwa literasi keuangan digital tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, tetapi juga oleh pengalaman menggunakan layanan keuangan digital, intensitas memperoleh edukasi keuangan, serta kemampuan memanfaatkan teknologi informasi. Semakin sering seseorang memperoleh edukasi mengenai pengelolaan keuangan dan investasi melalui media digital, maka semakin tinggi pula tingkat pemahamannya dalam mengambil keputusan investasi. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan digital perlu didukung oleh berbagai pihak, seperti lembaga pendidikan, pemerintah, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta penyedia layanan keuangan digital agar Generasi Z mampu menjadi investor yang cerdas dan bertanggung jawab.

Perilaku Investasi Generasi Z Di Indonesia

Perilaku investasi Generasi Z di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi digital dalam sektor keuangan. Kemudahan membuka rekening investasi secara daring, tersedianya berbagai aplikasi investasi, serta akses informasi yang semakin luas melalui media sosial telah mendorong meningkatnya partisipasi Generasi Z dalam berbagai instrumen investasi, seperti saham, reksa dana, obligasi, dan emas digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap aktivitas investasi sebagai salah satu upaya untuk mencapai tujuan keuangan di masa depan. Namun, keputusan investasi yang diambil oleh Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan teknologi, tetapi juga oleh tingkat pemahaman terhadap produk investasi serta kemampuan dalam mengelola risiko investasi.

Perilaku investasi Generasi Z dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi literasi keuangan, pengetahuan investasi, persepsi risiko, motivasi investasi, serta pengalaman dalam mengelola keuangan. Sementara itu, faktor eksternal meliputi perkembangan teknologi keuangan, pengaruh media sosial, lingkungan keluarga, teman sebaya, serta informasi yang diperoleh dari financial influencer. Kombinasi faktor-faktor tersebut menyebabkan setiap individu memiliki perilaku investasi yang berbeda,meskipun berada pada kelompok usia yang sama. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z yang memiliki tingkat literasi keuangan dan pengetahuan investasi yang baik cenderung mengambil keputusan investasi secara lebih rasional dibandingkan dengan individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah.

Di sisi lain, perkembangan media sosial juga memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku investasi Generasi Z. Berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan X menjadi sumber informasi utama mengenai investasi karena menyajikan konten yang mudah dipahami dan dapat diakses kapan saja. Meskipun memberikan manfaat dalam meningkatkan pengetahuan investasi,penggunaan media sosial juga berpotensi menimbulkan perilaku investasi yang kurang rasional apabila informasi yang diterima tidak berasal dari sumber yang kredibel. Fenomena seperti fear of missing out (FOMO), herding behavior, serta kecenderungan mengikuti rekomendasi influencer tanpa melakukan analisis terlebih dahulu masih sering ditemukan pada kalangan investor muda. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan mengevaluasi informasi menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku investasi yang sehat.

Berbagai hasil penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa perilaku investasi Generasi Z cenderung mengalami peningkatan seiring dengan berkembangnya teknologi keuangan dan semakin luasnya akses edukasi investasi. Namun, kualitas perilaku investasi masih sangat dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam memahami informasi keuangan, mengelola risiko, serta menyusun perencanaan investasi yang sesuai dengan tujuan keuangan jangka panjang. Oleh karena itu, perilaku investasi Generasi Z perlu didukung melalui peningkatan literasi keuangan digital agar keputusan investasi yang diambil tidak hanya didasarkan pada tren yang berkembang, tetapi juga pada pertimbangan yang rasional dan objektif.

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Investasi Generasi Z

Literasi keuangan digital menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku investasi Generasi Z di Indonesia. Perkembangan teknologi telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses berbagai layanan keuangan digital, seperti aplikasi investasi, mobile banking, dompet digital, serta berbagai platform edukasi keuangan. Kemudahan tersebut memungkinkan Generasi Z memperoleh informasi mengenai investasi secara lebih cepat dan mudah. Namun, akses terhadap informasi yang luas perlu diimbangi dengan kemampuan memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi tersebut secara tepat agar keputusan investasi yang diambil tidak hanya didasarkan pada tren yang berkembang di media digital.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat literasi keuangan digital yang baik cenderung lebih memahami karakteristik setiap instrumen investasi, baik dari segi potensi keuntungan maupun tingkat risikonya. Pengetahuan tersebut membantu investor dalam menentukan pilihan investasi yang sesuai dengan kondisi keuangan, tujuan investasi, serta kemampuan menanggung risiko. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan digital sering kali menyebabkan seseorang lebih mudah terpengaruh oleh promosi investasi yang menjanjikan keuntungan tinggi tanpa memahami risiko yang menyertainya. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan memahami informasi keuangan digital memiliki peran penting dalam membentuk perilaku investasi yang lebih rasional.

Selain memberikan pemahaman mengenai produk investasi, literasi keuangan digital juga membantu Generasi Z dalam memanfaatkan teknologi sebagai sumber informasi yang kredibel. Saat ini informasi mengenai investasi dapat diperoleh melalui berbagai media digital, seperti situs resmi lembaga keuangan, aplikasi investasi, media sosial, webinar, maupun seminar daring. Individu yang memiliki literasi keuangan digital yang baik akan lebih selektif dalam memilih sumber informasi dan mampu membedakan informasi yang bersifat edukatif dengan informasi yang hanya bertujuan menarik perhatian masyarakat. Kemampuan

tersebut menjadi penting mengingat masih banyak ditemukan praktik investasi ilegal maupun penyebaran informasi yang menyesatkan melalui media digital.

Hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berhubungan dengan kemampuan seseorang dalam mengelola risiko investasi. Generasi Z yang memahami konsep diversifikasi investasi, profil risiko, dan pengelolaan portofolio cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi. Mereka tidak hanya mempertimbangkan potensi keuntungan, tetapi juga memperhatikan kemungkinan kerugian yang dapat terjadi. Sebaliknya, investor yang memiliki tingkat literasi keuangan digital rendah lebih berpotensi melakukan investasi secara impulsif karena dipengaruhi oleh rekomendasi dari lingkungan sekitar maupun informasi yang sedang viral di media sosial tanpa melakukan analisis terlebih dahulu.

Sejumlah penelitian di Indonesia juga memperlihatkan bahwa peningkatan literasi keuangan digital memberikan dampak positif terhadap perubahan perilaku investasi Generasi Z. Edukasi mengenai pengelolaan keuangan, pemanfaatan teknologi keuangan, serta pemahaman mengenai risiko investasi mampu meningkatkan kepercayaan diri individu dalam mengambil keputusan investasi. Di samping itu, literasi keuangan digital mendorong Generasi Z untuk lebih aktif mencari informasi dari sumber yang terpercaya, menyusun perencanaan keuangan, serta melakukan evaluasi terhadap investasi yang dimiliki secara berkala. Hal tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan digital tidak hanya berperan dalam meningkatkan pengetahuan, tetapi juga memengaruhi cara individu bersikap dan bertindak dalam aktivitas investasi.

Implikasi Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Investasi Generasi Z

Perkembangan literasi keuangan digital memberikan berbagai implikasi terhadap perilaku investasi Generasi Z di Indonesia. Kemudahan memperoleh informasi melalui teknologi digital mendorong masyarakat, khususnya Generasi Z, untuk lebih mengenal berbagai instrumen investasi yang sebelumnya hanya dipahami oleh kalangan tertentu. Kehadiran aplikasi investasi, layanan perbankan digital, serta berbagai platform edukasi keuangan membuat proses investasi menjadi lebih mudah, cepat, dan efisien. Kondisi tersebut memberikan peluang yang lebih besar bagi Generasi Z untuk mulai membangun kebiasaan berinvestasi sejak usia muda sebagai bagian dari perencanaan keuangan jangka panjang. Namun, kemudahan memahami informasi keuangan agar setiap keputusan investasi dilakukan berdasarkan pertimbangan yang tepat. (jurnal.stie-aas.ac.id)

Peningkatan literasi keuangan digital juga memberikan implikasi bagi dunia pendidikan. Perguruan tinggi maupun lembaga pendidikan lainnya memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai pengelolaan keuangan dan investasi melalui pembelajaran maupun program edukasi keuangan. Materi mengenai literasi keuangan digital dapat menjadi bekal bagi Generasi Z dalam memahami karakteristik berbagai produk investasi, mengenali risiko investasi, serta memanfaatkan teknologi keuangan secara bertanggung jawab. Edukasi yang dilakukan sejak dini diharapkan mampu membentuk kebiasaan keuangan yang lebih baik sehingga keputusan investasi yang diambil tidak hanya didasarkan pada tren atau pengaruh lingkungan sosial. (journal.sebi.ac.id)

Bagi pemerintah dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), peningkatan literasi keuangan digital menjadi salah satu strategi dalam mendorong terciptanya masyarakat yang lebih cerdas dalam mengelola keuangan. Berbagai program edukasi, sosialisasi, dan kampanye mengenai investasi yang aman perlu terus dikembangkan agar masyarakat mampu membedakan produk investasi

yang legal dengan investasi ilegal. Selain itu, penguatan regulasi terhadap penyelenggara layanan keuangan digital juga diperlukan untuk meningkatkan perlindungan konsumen serta menciptakan ekosistem investasi digital yang lebih aman dan terpercaya. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam memanfaatkan layanan keuangan digital secara optimal. (ojk.go.id)

Bagi penyedia layanan keuangan digital, hasil kajian ini menunjukkan pentingnya menghadirkan platform yang tidak hanya memberikan kemudahan transaksi, tetapi juga menyediakan fitur edukasi mengenai investasi dan pengelolaan risiko. Penyedia layanan dapat mengembangkan berbagai materi edukatif, simulasi investasi, maupun informasi mengenai karakteristik produk investasi sehingga pengguna, khususnya Generasi Z, memiliki pemahaman yang lebih baik sebelum melakukan investasi. Penyediaan informasi yang jelas, transparan, dan mudah dipahami akan membantu meningkatkan kualitas keputusan investasi serta mengurangi potensi kerugian yang disebabkan oleh kurangnya pemahaman pengguna terhadap produk investasi yang dipilih.

KESIMPULAN DAN SARAN

Literasi keuangan digital memiliki peran penting dalam membentuk perilaku investasi Generasi Z di Indonesia. Kemampuan memahami informasi keuangan, memanfaatkan layanan keuangan digital, serta mengevaluasi risiko investasi mendorong Generasi Z untuk mengambil keputusan investasi yang lebih rasional dan terencana. Berbagai hasil penelitian yang dikaji menunjukkan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan digital yang dimiliki, semakin baik pula perilaku investasi yang ditunjukkan, seperti kemampuan memilih instrumen investasi yang sesuai, mempertimbangkan tingkat risiko, serta memanfaatkan teknologi digital secara bijaksana dalam aktivitas investasi.

Peningkatan literasi keuangan digital perlu terus didukung melalui edukasi yang berkelanjutan dari pemerintah, lembaga pendidikan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta penyedia layanan keuangan digital. Penyediaan informasi yang akurat, mudah dipahami, dan dapat diakses oleh masyarakat diharapkan mampu meningkatkan pemahaman Generasi Z mengenai investasi yang aman dan bertanggung jawab, sehingga dapat membentuk perilaku investasi yang lebih baik serta mendukung terciptanya kesejahteraan finansial di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Astutik, E. Y., Sriyono, & Kumalasari, H. M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Perilaku Keuangan, serta Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Z di Kota Surabaya. Jurnal Administrasi dan Manajemen, 14(3), 389–399.

Avrilly, J. A., & Sari, D. (2024). Melangkah ke Dunia Pasar Modal: Pengaruh Literasi Digital, Literasi Keuangan, dan Kemajuan Teknologi Investasi terhadap Minat Investasi Generasi Z. Journal of Social and Economics Research, 6(2), 525–538.

Iqbal, M., & Rachmawati, D. (2024). Peran Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. Jurnal Administrasi dan Manajemen, 14(2), 181–194.

Lestari, T., Amrulloh, R., Sjachrani, M., & Jayen, F. (2024). Literasi Keuangan dan Digitalisasi untuk Generasi Z. Digital Society Technology, 4(2), 132–141.

ISSN : 3025-9495

Mahanani, R. N., Hirawati, H., & Sijabat, Y. P. (2025). Pengaruh Edukasi dan Literasi Keuangan Digital terhadap Minat Investasi Jangka Panjang Generasi Z Pengguna Fintech. Jurnal Multidisipliner Bharasumba, 4(3), 268–283.

Mayashanti, H. A., & Pratiwi, N. (2025). Peran Pendapatan, Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. Jesya: Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah, 8(1), 1138–1152.

Prameski, D. E. Y., & Suryanto, A. (2025). Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Teknologi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 11(1), 1–13.

Putri, D., Prasetyo, A., & Kurniawan, R. (2026). Peningkatan Literasi Keuangan dan Pengenalan Investasi pada Generasi Z untuk Mencapai Tujuan Keuangan Berkelanjutan. KREATIF: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 6(1), 521–531.

Rifani, D., & Rahmawati, N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Edukasi Sekolah Pasar Modal, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi Generasi Z. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam, 13(2), 145–160.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Susanti, F. E., Widiyanti, N., & Kristiyanti, I. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Z di Yogyakarta. Jurnal Manajemen dan Profesional, 14(2), 1–14.

Sujarweni, V. W. (2022). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Widhiastuti, R. N., & Novianda, B. F. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, dan Motivasi terhadap Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis, 13(1), 84–93.

Zed, M. (2022). Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Zulfikar, M., & Hidayat, A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Era Transformasi Digital. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 5(1), 55–68.