

## Determinasi Kemudahan Akses Informasi Bagi Keputusan Investasi Gen Z

Wirawan Widjanarko<sup>1</sup>, Hadita Hadita<sup>2</sup>, Farhan Saputra<sup>3</sup>, Y.A. Didik Cahyanto<sup>4</sup>

<sup>1-3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

<sup>4</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti, Indonesia

Email : [wwidjanarko2@gmail.com](mailto:wwidjanarko2@gmail.com) [hadita.universitas@gmail.com](mailto:hadita.universitas@gmail.com)  
[farhansaputra121@gmail.com](mailto:farhansaputra121@gmail.com) [didikyanto@gmail.com](mailto:didikyanto@gmail.com)

**Abstract:** *This research aims to determine the ease of access to information for Gen Z investment decisions. This research uses descriptive qualitative methods and literature reviews. Qualitative research is also intended to understand how someone thinks, acts and obtains information from a phenomenon. The data used is narrative and qualitative, obtained from previous research documents and obtained novelty in this research. Data analysis used in this qualitative research is the Miles and Huberman interactive model. This qualitative research is exploratory in nature. The type of data used is secondary data. The focus of this research is ease of access to information. The results of this research are: 1) That the use of technology and digital platforms for easy access to information for Gen Z in investing is quite good, where Gen Z uses social media as a platform to gain knowledge regarding good investment instruments, a means of discussion and exchanging views between Gen investors. Z, then the platform that provides easy access to information for Gen Z in investing is quite varied, from the Bibit, DANAeMAS, Ajaib, Tokopedia to Shopee applications, apart from that, payments made can also utilize digital banking and digital wallet payments; 2) Generation Z or Gen Z chooses forms of investment instruments with (high risk high return) high risk high returns such as stocks and cryptocurrencies, while generation Y and generation X choose forms of investment instruments with (low risk low return) low risk low returns such as jewelry gold and mutual funds; and 3) The amount of investment made by Gen Z varies, where in the July 2023 period it was IDR 7,658,506, while in the August 2023 period it was IDR 7,645,956.*

**Keywords:** *Ease of Access to Inform, Investment Decisions, Gen Z*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menentukan kemudahan akses informasi bagi keputusan investasi Gen Z. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan literature review. Penelitian kualitatif juga lebih dimaksudkan untuk memahami bagaimana seseorang berpikir, bertindak serta memperoleh suatu informasi dari suatu fenomena. Data yang digunakan yaitu bersifat naratif dan kualitatif, diperoleh dari dokumen penelitian terdahulu dan diperoleh novelty pada penelitian ini. Analisis data yang digunakan pada penelitian kualitatif ini yaitu dengan model interaktif miles dan huberman. Penelitian kualitatif ini bersifat eksploratif. Jenis data yang digunakan yaitu data sekunder. Fokus dalam penelitian ini yaitu kemudahan akses informasi. Hasil penelitian ini yaitu: 1) Bahwa pemanfaatan teknologi dan platform digital untuk kemudahan akses informasi Gen Z dalam berinvestasi sudah cukup baik, dimana Gen Z memanfaatkan sosial media sebagai platform untuk memperoleh pengetahuan terkait instrumen investasi yang baik, sarana diskusi dan bertukar pandangan antar investor Gen Z, kemudian platform yang memberikan kemudahan akses informasi Gen Z dalam berinvestasi cukup bervariasi dari adanya aplikasi Bibit, DANAeMAS, Ajaib, Tokopedia hingga Shopee, selain itu pembayaran yang dilakukan juga dapat memanfaatkan *banking* digital dan pembayaran dompet digital; 2) Generasi Z atau Gen Z memilih bentuk instrumen investasi dengan (*high risk high return*) risiko tinggi *return* tinggi seperti saham dan *cryptocurrency*, sedangkan generasi Y dan generasi X memilih bentuk instrumen investasi dengan (*low risk low return*) risiko rendah *return* rendah seperti perhiasan emas dan reksa dana; dan 3) Besaran investasi yang dilakukan Gen Z yaitu bervariasi, dimana pada periode Juli 2023 sebesar Rp7.658.506, sedangkan pada periode Agustus 2023 sebesar Rp7.645.956.

**Kata Kunci:** Kemudahan Akses Informasi, Keputusan Investasi, Gen Z

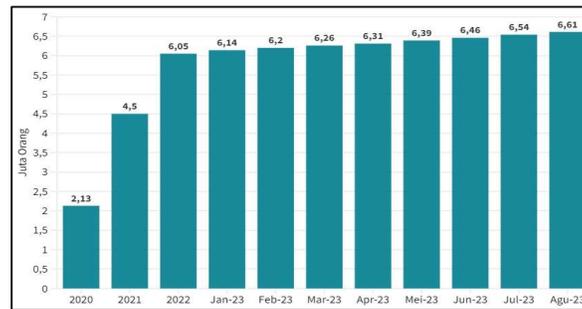
### PENDAHULUAN

Perkembangan yang serba digital saat ini memaksa Gen Z atau generasi Z (generasi yang lahir tahun 1995 hingga tahun 2010) untuk mampu beradaptasi dengan teknologi, terutama terkait keuangan dan investasi. Terjadi perubahan yang masif pada milenial dalam mengelola serta mengatur keuangannya. Kebanyakan dari milenial lebih berpegang teguh atas dirinya (independen) dalam menentukan keputusan berinvestasi atau mengelola keuangannya,

Received September 30, 2023; Revised Oktober 20, 2023; Accepted November 13, 2023

\* Wirawan Widjanarko, [wwidjanarko2@gmail.com](mailto:wwidjanarko2@gmail.com)

misalnya ke dalam bentuk saham dan investasi berkelanjutan. Selain itu faktor yang melatarbelakangi Gen Z dalam berinvestasi yaitu seiring dengan perkembangan teknologi yang cepat, sehingga memberikan mereka berbagai *opportunities* didalam memperoleh informasi mengenai investasi dengan cepat serta mudah (Toto & Kartika, 2022). Kemudahan akses informasi merupakan kemampuan tiap orang dalam menemukan, mengartikan dan menggunakan informasi yang diperlukan dalam konteks-konteks tertentu. Kemudahan akses informasi menjadi suatu proses yang memungkinkan seseorang atau sekelompok untuk mencari, menemukan, memperoleh serta mengimplementasikan informasi yang dibutuhkan tanpa hambatan yang tidak dibutuhkan (Purwanto et al., 2018).



Gambar 1. Data Investor Gen Z di Pasar Modal Indonesia Periode 2020-Agustus 2023

Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI)

Terlihat pada gambar 1. Diatas, tiap tahunnya (2020-2022) terus mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2020 sebanyak 2,13 juta investor muda, pada tahun 2021 sebanyak 4,5 juta investor muda dan ditahun 2022 sebanyak 6,05 juta investor muda. Kemudian ditahun 2023 mulai dari bulan januari hingga agustus 2023, jumlah investor milenial terus mengalami kenaikan, dimana per Agustus 2023 total investor di pasar modal sebanyak 11,58 juta investor. Dimana dari 11,58 juta investor tersebut, sebanyak 57,04% investor (6,61 juta) investor merupakan investor milenial yang berusia dibawah (<) 30 tahun. Pertumbuhan investor muda di pasar modal ini menunjukkan ketertarikan mereka mengenai investasi dan keuangan. Adapun instrumen yang lebih diminati oleh Gen Z ditunjukkan pada tabel 1 dibawah ini:

**Tabel 1. Instrumen Investasi Yang Diminati Gen Z Tahun 2021 – Masa Yang Akan Datang**

Minat Investasi	Instrumen	Tahun 2021	Persentase <i>Future Investment</i> Gen Z
Logam Mulia		30%	49%
Perhiasan Emas		46%	42%

Saham	32%	42%
Properti	21%	37%
Reksa Dana	47%	35%
Deposito	29%	32%
Kripto	20%	-

Sumber: bareksa.com

Berdasarkan tabel 1 diatas, diketahui bahwa tahun 2021 instrumen investasi yang diminati Gen Z yaitu reksa dana 47%, kemudian perhiasan emas dengan persentase 46% dan saham dengan persentasi sebesar 32%. Namun minat Gen Z terhadap instrumen investasi pasti berubah seiring perkembangan informasi dan kemudahan akses informasi. Pada tabel 1 diatas, diperoleh data terkait instrumen yang diminati Gen Z di masa depan. Instrumen yang diminati di masa depan pertama yaitu logam mulia dengan persentase sebesar 49%, kemudian perhiasan emas sebesar 42% dan saham sebesar 42% (Heradhyaksa, 2022).

Fokus pada penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana kemudahan akses informasi dalam menentukan keputusan investasi kaum Gen Z dan mengetahui perkembangan investasi pada Gen Z. Berdasarkan latar belakang diatas, maka ditentukan rumusan masalah pada penelitian ini, sebagai berikut: 1) Bagaimana pemanfaatan teknologi dan platform digital dalam mempengaruhi kemudahan akses informasi Gen Z dalam berinvestasi?; 2) Apakah perbedaan karakteristik Gen Z dalam memilih instrumen investasi dibanding generasi sebelumnya?; dan 3) Berapa besaran investasi yang dilakukan Gen Z?.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Keputusan Investasi Gen Z**

Keputusan investasi merupakan keputusan yang krusial didalam mengelola investasi atau keuangan. Suatu individu yang mengambil keputusan dan menerima umpan balik negatif terhadap keputusan investasi sebelumnya akan berada pada posisi atau kondisi merugi, dan akan memandang keputusan berikutnya sebagai pilihan antara kerugian tertentu yang telah terjadi (yaitu memilih untuk tidak melanjutkan tindakan peningkatan investasi) dan kerugian di masa depan yang kurang pasti (yaitu mengambil risiko dengan menambah dana, dengan harapan mendapatkan return yang positif) (Azahra & Hadita, 2023). Keputusan investasi generasi Z merupakan suatu keputusan untuk berinvestasi yang diambil Gen Z atau generasi Z dengan berlandaskan tujuan, pengetahuan, situasi keuangan tiap individu hingga preferensi yang dimilikinya (Taufiq et al., 2023).

Generasi Z atau Gen Z merupakan seseorang yang lahir atau generasi yang lahir di tahun 1995 hingga 2010. Maka seseorang yang lahir di periode tahun tersebut dikategorikan sebagai generasi Z atau Gen Z. Generasi Z memiliki ambisius tinggi untuk sukses, baik dalam karier dan non karier, cenderung menyukai sesuai yang instan serta memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Generasi Z ini menjadi generasi yang memiliki pemikiran kritis dan detail dalam melihat serta mencermati suatu hal (Mulyono et al., 2023).

Indikator yang terdapat pada keputusan investasi Gen Z meliputi: 1) Tujuan investasi: artinya Gen Z memiliki tujuan tertentu untuk berinvestasi misalnya mengikuti teman, rekan kerja, trend hingga kebutuhannya; 2) Pengetahuan keuangan: dimana generasi Z yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik, dapat mendorong mereka untuk membuat keputusan investasi; 3) Portofolio investasi: dimana dengan menilai jenis instrumen investasi yang dimiliki Gen Z seperti saham, reksa dana, perhiasan emas, properti, obligasi hingga kripto; 4) Risiko investasi: dimana generasi Z menyukai investasi dengan *high return*, otomatis risiko investasi yang diterima yaitu tinggi; 5) Waktu investasi: dimana Gen Z dapat memilih jangka waktu untuk berinvestasi seperti jangka pendek, menengah hingga jangka panjang; 6) Pengaruh lingkungan: dimana keputusan investasi timbul dari adanya berita, tren pasar yang meningkat, pandangan, hingga persepsi terhadap suatu instrumen investasi; dan 7) Tingkat kepercayaan pada *fintech* (teknologi keuangan), dimana Gen Z mempercayai *fintech* sebagai *platform* dalam melakukan investasi online (Ridiananda & Lasmanah, 2022).

### **Kemudahan Akses Informasi**

Menurut Jonathan Band (2006), kemudahan akses informasi merupakan kapasitas individu atau organisasi untuk dengan cepat mencari, memperoleh, dan menggunakan informasi yang mereka perlukan disebut sebagai kemudahan akses terhadap informasi (Prasanti, 2017). Menurut *American Library Association (ALA)* (2000), kemudahan akses informasi merupakan proses yang memungkinkan individu untuk mengidentifikasi, mendapatkan, dan menggunakan informasi yang relevan untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, terlepas dari batasan fisik, ekonomi, atau hukum (Hernikasari et al., 2022). Menurut Robert Ellis Smith (2017), kemudahan akses informasi yaitu ketersediaan informasi dalam format yang dapat diperoleh dengan mudah oleh seseorang yang membutuhkan, tanpa hambatan yang tidak perlu (Gorgolewski et al., 2017).

Indikator yang terdapat pada kemudahan akses informasi meliputi: 1) Akses ke internet: dimana menunjukkan tingkat akses Gen Z ke internet, bisa melalui perangkat pribadi ; 2) Akses ke perangkat digital: menentukan sejauh mana Gen Z memiliki perangkat digital seperti

smartphone, tablet, dan komputer yang dapat digunakan untuk mengakses informasi; 3) Akses ke sumber informasi: mengukur sejauh mana tiap individu memiliki akses ke sumber informasi seperti website, sosial media hingga basis data yang relevan; 4) Ketersediaan informasi investasi: menentukan sejauh mana informasi terkait investasi, pasar modal, serta instrumen investasi yang tersedia dan mudah diakses oleh Gen Z; 5) Penggunaan sosial media: menentukan sejauh mana Gen Z menggunakan sosial media sebagai sumber informasi serta pengaruhnya dalam pengambilan keputusan investasi; 6) Keberagaman sumber informasi: menentukan sejauh mana mereka memiliki akses ke berbagai sumber informasi yang bervariasi seperti media berita, situs web kredibel dan forum online; dan 7) Literasi digital: menentukan sejauh mana Gen Z memiliki keandalan dalam mengakses, menilai serta menggunakan informasi yang mereka temukan secara daring/online (Nurfadilah et al., 2022).

### Penelitian Terdahulu

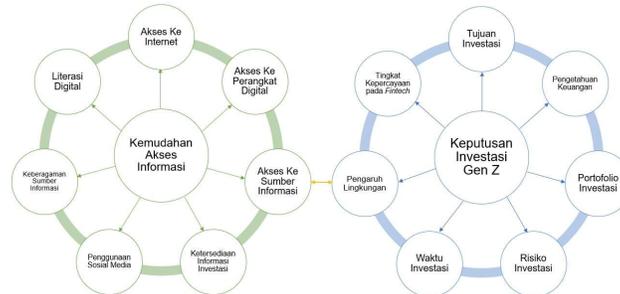
**Tabel 2. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

No	Author (tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan/ Novelty
1	(Rachmawati, 2019)	Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Gen Z di Dunia Kerja)	Gen Z sangat melek teknologi karena dari lahir mereka sudah mulai mengenal komputer dan jaringan, jadi sudah terbiasa dengan teknologi informatika. Generasi Z berekspektasi tinggi mengenai kecanggihan teknologi dalam kehidupannya bahkan mengharapkan sama di dunia kerja. Gen Z memiliki mimpi untuk bekerja di perusahaan besar dengan teknologi yang canggih dan besar	Keputusan Investasi Gen Z Kemudahan Akses Informasi
2	(Affan & Rusgianto, 2023)	Pengaruh Environmental Awareness, Religiosity, dan Risk Aversion Terhadap Minat Gen Z Surabaya Dalam	Kesadaran Lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat Gen Z Surabaya dalam berinvestasi green sukuk, Religiusitas dan penolakan risiko berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Hasil penelitian akan berkontribusi untuk menarik lebih banyak lagi	Keputusan Investasi Gen Z Kemudahan Akses Informasi

		Berinvestasi Green Sukuk	investor khususnya Gen Z terhadap green sukuk	
3	(Susanti et al., 2023)	Kemajuan Teknologi dan Pemahaman Terhadap Minat Generasi Z dalam Berinvestasi di Pasar Modal	Teknologi telah menjadi kebutuhan pokok sehari-hari warga terutama bagi Gen Z. Gen Z sangat bergantung pada teknologi mulai bangun tidur hingga tidur kembali. Gen Z diliputi tantangan terkait sumber daya keuangan yang terbatas, meningkatnya biaya hidup dikarenakan trend.	Kemudahan Akses Informasi
4	(Mulyono et al., 2023)	Peningkatan Keputusan Berinvestasi melalui Literasi Keuangan pada Generasi Z sebagai Upaya Persiapan Resesi 2023	Peningkatan keputusan investasi oleh Gen Z dapat dilakukan dengan cara meningkatkan literasi keuangan ditengah ancaman resesi tahun 2023	Kemudahan Akses Informasi
5	(Rinwatin & Setiyono, 2021)	Minat Generasi Z Dalam Berinvestasi Tabung Emas Pada Pegadaian Digital Syariah	Peningkatan minat berinvestasi tabungan emas di pegadaian syariah dengan mempermudah transaksi, maka semakin baik terhadap minat berinvestasi Gen Z. Kemudahan transaksi seperti kemudahan pendaftaran, ketika melakukan investasi hingga permohonan cetak emas tanpa harus ke Kantor Pegadaian Syariah	Kemudahan Akses Informasi
6	(Rinwatin, 2022)	Generasi Z Berinvestasi Syariah: Ikuti Pelatihan, Tingkatkan Pengetahuan	Upaya yang dilakukan guna meningkatkan minat berinvestasi syariah bagi Gen Z yaitu memunculkan rasa percaya pada Gen Z. Dimana Gen Z dapat mengikuti pelatihan dan meningkatkan pengetahuannya mengenai investasi syariah	1) Keputusan Investasi Gen Z 2) Kemudahan Akses Informasi

## Rerangka Berpikir

Penelitian ini membahas mengenai Kemudahan Akses Informasi Bagi Keputusan Investasi Gen Z, kemudahan akses informasi merupakan sejauh mana individu ataupun kelompok dalam memperoleh informasi dengan cepat, mudah, serta akurat (Widjanarko et al., 2022). Dimana investasi bagi Gen Z saat ini sudah menjadi trend dan kebutuhan yang perlu dilakukannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa sudah mudahnya akses terhadap informasi berkaitan investasi



Gambar 2. Rerangka Berpikir

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan bentuk pendekatan kualitatif, dimana penelitiannya memfokuskan pada peristiwa atau hal yang berkaitan suatu fenomena secara mendalam dan komprehensif. Penelitian kualitatif juga lebih dimaksudkan untuk memahami bagaimana seseorang berpikir, bertindak serta memperoleh suatu informasi dari suatu fenomena. Data yang digunakan yaitu bersifat naratif dan kualitatif, diperoleh dari dokumen penelitian terdahulu dan diperoleh novelty pada penelitian ini. Analisis data yang digunakan pada penelitian kualitatif ini yaitu dengan model interaktif miles dan huberman. Penelitian kualitatif ini bersifat eksploratif. Jenis data yang digunakan yaitu data sekunder (Ali & Nandan, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian pustaka, penelitian terdahulu dan rerangka berpikir diatas, maka hasil dan pembahasan pada artikel ini sebagai berikut:

### Hasil

#### 1. Sumber Informasi Yang Banyak Dimanfaatkan Gen Z Untuk Berinvestasi

Sumber informasi berguna dalam memperoleh informasi terkait kondisi atau keuangan suatu perusahaan. Selain itu sumber informasi juga bermanfaat dalam memperoleh informasi

untuk menentukan bentuk-bentuk investasi yang dicocok dengan kebutuhan investor, berikut adalah sumber informasi yang banyak digunakan Gen Z:

**Tabel 3. Sumber Informasi Yang Dimanfaatkan Gen Z Untuk Berinvestasi**

Sumber Informasi	Persentase
Youtube & Instagram	68%
Informasi Resmi (OJK)	42%
Teman atau Rekan Kerja	40%
Situs Resmi Institusi Keuangan	34%
Influencer	32%

Sumber: Bareksa.com

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel 3 diatas, diketahui bahwa kebanyakan milenial memperoleh informasi terkait investasi dari platform youtube dan sosial media instagram sebesar 68%. Yang dimana kedua platform dan sosial media tersebut menjadi media yang banyak digunakan Gen Z dalam mengakses dan memperoleh informasi, baik informasi terkait gaya hidup hingga informasi terkait investasi. Kemudian sumber informasi kedua yang dimanfaatkan Gen Z yaitu berasal dari Informasi Resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebesar 42%. Seperti yang diketahui OJK merupakan lembaga resmi yang independen dan memiliki tugas terkait penyelenggaraan sistem pengaturan serta pengawasan yang terkoneksi keseluruhan aktivitas di sektor keuangan, salah satunya ialah kegiatan investasi. Dan sumber informasi terendah dengan persentase sebesar 32% yaitu influencer, di mana biasanya para influencer memberikan ajakan, informasi dan motivasi untuk melakukan investasi pada sebuah aplikasi atau platform investasi.

## 2. Aplikasi atau Platform Untuk Melakukan Investasi Gen Z

Aplikasi atau platform menjadi alat untuk melakukan investasi. Aplikasi investasi dapat ditemukan dengan mudah pada smartphone atau perangkat elektronik dan dapat diunduh untuk melakukan investasi (Saputra & Sumantyo, 2023). Aplikasi investasi dapat diterapkan dengan mudah pada perangkat dengan sistem operasi android (Playstore), IOS (iphone), Windows hingga MacOS. Berikut ini aplikasi yang banyak dimanfaatkan Gen Z untuk berinvestasi:

**Tabel 4. Aplikasi Yang Banyak Digunakan Untuk Investasi Gen Z (N=531)**

Platform Investasi	Persentase
Bibit	56%
DANAeMAS	33%
Ajaib	28%
Tokopedia	25%
OVO Invest	20%

Bareksa	15%
Pegadaian Digital	15%
Pintu	15%
Pluang	14%
Shopee	14%

Sumber: Populix, 2022

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4 diatas, aplikasi menjadi platform yang banyak digunakan Gen Z dalam berinvestasi, karena kemudahan yang ditawarkan aplikasi tersebut, persyaratan untuk investasi yang mudah serta tidak memerlukan modal yang besar untuk investasi. Hal tersebut sangat relevan dengan kondisi dan kebutuhan Gen Z, dimana kebanyakan Gen Z menginginkan investasi dengan nominal kecil dan risiko yang rendah. Aplikasi Bibit menjadi aplikasi yang banyak dipilih Gen Z dalam melakukan investasi dengan persentase sebesar 56%, kemudian ada aplikasi DANAeMAS sebesar 33%, Ajaib sebesar 28%, Tokopedia sebesar 25%, OVO Invest sebesar 20% dan Aplikasi Peluang serta Shopee sebesar 14%.

### 3. Besaran Nilai Aset Investor

Investasi tidak lepas dengan adanya nilai nominal, dimana nilai nominal menunjukkan besaran investasi yang dilakukan, berikut pada tabel 5, menyajikan nilai aset investor berdasarkan usia per agustus 2023:

**Tabel 5. Nilai Aset Investor Berdasarkan Usia (Per Agustus 2023)**

Usia	Persen (%)	Jenis Investasi	Nilai Aset	Persen (%)	Jenis Investasi	Nilai Aset
< 30 tahun	57,26%	C-Best	Rp34,03 Triliun	57,04%	C-Best	Rp34,09 Triliun
		S-Invest	Rp16,05 Triliun		S-Invest	Rp16,42 Triliun
		6.539.134 Investor			6.606.106 Investor	
31-40 tahun	23,17%	C-Best	Rp91,33 Triliun	23,27%	C-Best	Rp90,60 Triliun
		S-Invest	Rp21,33 Triliun		S-Invest	Rp22,32 Triliun
		2.646.031 Investor			2.695.022 Investor	
41-50 tahun	11,29%	C-Best	Rp142,74 Triliun	11,36%	C-Best	Rp142,68 Triliun
		S-Invest	Rp28,45 Triliun		S-Invest	Rp30,47 Triliun
		1.289.326 Investor			1.315.663 Investor	
51-60 tahun	5,41%	C-Best	Rp211,66 Triliun	5,44%	C-Best	Rp209,61 Triliun
		S-Invest	Rp38,25 Triliun		S-Invest	Rp40,98 Triliun
		617.827 Investor			630.036 Investor	
> 60 tahun	2,87%	C-Best	Rp836,56 Triliun	2,89%	C-Best	Rp836,32 Triliun
		S-Invest	Rp55,34 Triliun		S-Invest	Rp60,12 Triliun

		327.756 Investor		334.706 Investor	
Total Investasi	100%	C-Best	Rp1.316,32 Triliun	C-Best	Rp1.313,3 Triliun
		S-Invest	Rp159,42 Triliun	S-Invest	Rp170,31 Triliun
		C-Best + S	Rp1.475,74 Triliun	C-Best + S	Rp1.483,61 Triliun
		Invest		Invest	
Total Investor		<b>11.420.074 INVESTOR</b>		<b>11.581.533 INVESTOR</b>	

Sumber: Ksei.co.id

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 5 diatas, jumlah investor Gen Z periode Juli 2023 sebanyak 57,26% (6.539.134 investor Gen Z) dari keseluruhan investor di Indonesia pada periode Juli 2023 sebanyak (11.420.074 investor). Jenis transaksi investasi yang banyak digunakan Gen Z yaitu C-Best, dimana merupakan perangkat elektronik yang mendukung aktivitas penyelesaian transaksi saham dan surat berharga lainnya. Dimana nilai aset investasi Gen Z periode Juli 2023 pada jenis C-Best sebesar Rp34,03 triliun, sedangkan S-Invest sebesar Rp16,05 triliun. Kemudian pada periode Agustus 2023 jumlah investor Gen Z sebanyak 57,04% (6.606.106 investor Gen Z) dari keseluruhan investor di Indonesia pada periode Agustus 2023 sebanyak (11.581.533 investor). Jenis transaksi investasi yang banyak digunakan Gen Z yaitu masih C-Best, dimana nilainya sebesar Rp34,09 triliun sedangkan instrumen investasi S-Invest sebesar Rp16,42 triliun. Kecenderungan Gen Z pada periode Juli-Agustus 2023 lebih memilih menggunakan jenis investasi C-Best yang berupa saham dan surat berharga lainnya. Hal ini sejalan dengan prinsip investasi yang dipersepsikan pada Gen Z, dimana Gen Z lebih menyukai investasi yang berpotensi *high return*. Namun dengan potensi *high return* yang lebih dipilih generasi Z, terdapat risiko yang tinggi juga (*high risk*) (Widjanarko et al., 2022).

#### 4. Perbandingan Produk Investasi Yang Digunakan Gen Z, Milenial dan Gen X

Menurut Bencsik, Csikos, dan Juhez (2016), bahwa Generasi Z atau Gen Z merupakan generasi yang lahir atau kelahiran tahun 1995 hingga 2010, Milenial merupakan generasi yang lahir atau kelahiran tahun 1980 hingga 1995, dan Generasi X atau Gen X merupakan generasi yang lahir atau kelahiran tahun 1960 hingga 1980 (Rachmawati, 2019).

Investment Products	Gen Z	Millennials	Gen X
	N = 155	N = 420	N = 167
	*18-25yo	*26-45yo	*46-55yo
Mutual funds	47%	55%	44%
Gold jewelry	46%	34%	46%
Stocks	32%	42%	35%
Gold bar	30%	27%	25%
Deposit	29%	18%	31%
Property	21%	9%	25%
Cryptocurrency	20%	18%	23%
Bonds	11%	10%	12%
Foreign currency savings	11%	11%	11%
Invest in business	9%	9%	11%
Peer-to-peer lending	7%	3%	8%
Foreign exchange	6%	2%	5%
High value items	5%	6%	7%

Gambar 3. Bentuk Investasi Gen Z, Milenial (Gen Y) dan Gen X

Sumber: Populix, 2022

Berdasarkan gambar 3 diatas, diketahui bahwa Reksa Dana menjadi instrumen investasi yang banyak digunakan oleh Generasi Z atau Gen Z dengan persentase sebesar 55%, kemudian terdapat Generasi Y/ Gen Y/ Milenial dengan persentase sebesar 44%, dan Generasi X atau Gen X sebesar 46% pada Reksa Dana. Pada instrumen investasi perhiasan emas, persentase besaran investasi Gen Z terbilang lebih kecil (<) dibanding Milenial/ Gen Y dan Gen X. Dimana pada instrumen perhiasan emas, Gen Z dipersentasekan sebesar 34%, sedangkan Milenial/ Gen Y sebesar 46% dan Gen X sebesar 60%. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan keinginan, persepsi dan *trend* dari generasi Z atau Gen Z yang menginginkan investasi dalam bentuk modal yang rendah *high return*. Berbeda halnya dengan milenial/ Gen Y dan Gen X, lebih tidak memperlakukan modal yang dikeluarkan untuk investasi dan lebih memilih investasi dengan risiko rendah.

## PEMBAHASAN

### 1. Bagaimana pemanfaatan teknologi dan platform digital dalam mempengaruhi kemudahan akses informasi Gen Z dalam berinvestasi

Dalam melakukan kegiatan investasi, keberadaan teknologi dan platform digital saat ini sangat erat kaitannya dengan Gen Z. Dimana hampir keseluruhan Gen Z lahir ketika teknologi sudah berkembang cukup signifikan. Konektivitas yang tidak ada batasan, sehingga siapapun dapat memperoleh informasi, terlebih informasi keuangan dan investasi. Teknologi saat ini berkembang di keseluruhan sektor, mulai dari sektor keuangan, pendidikan, industri bahkan sektor manufaktur. Bentuk perkembangan teknologi dan platform digital yang berpengaruh signifikan dalam kemudahan akses informasi yaitu pembayaran digital, *banking* digital dan sosial media (Hidayah et al., 2021).

Pemanfaatan sosial media sebagai sarana kemudahan akses informasi Gen Z berinvestasi yaitu dengan tersedianya informasi mengenai tata cara berinvestasi yang baik, cara menganalisa laporan keuangan yang baik, cara mengelola portofolio yang baik dan cara

menentukan instrumen investasi yang baik. Di dalam sosial media juga generasi Z dapat melakukan diskusi serta membentuk forum untuk berinvestasi, mereka dapat berdiskusi, bertanya serta berbagai dan memberikan pandangan terkait investasi. Munculnya grup-grup investasi pada sosial media seperti Facebook, Telegram hingga LinkedIn sangat relevan terhadap pemanfaatan teknologi dalam kegiatan investasi Gen Z (Hadita & Adiguna, 2019).

Pemanfaatan platform digital sebagai sarana kemudahan akses informasi Gen Z berinvestasi yaitu dengan melakukan promosi investasi. Dimana dapat dimanfaatkan oleh perusahaan *fintech* dan perusahaan investasi didalam memperkenalkan atau mempromosikan produk serta layanan investasi mereka. Gen Z dapat memperoleh informasi terkait aplikasi-aplikasi yang dapat mereka gunakan untuk berinvestasi, seperti investasi saham, reksa dana, ataupun deposito (Hadita, 2018).

Berdasarkan hasil pembahasan diatas diperoleh bahwa pemanfaatan teknologi dan platform digital saat ini sudah cukup banyak digunakan, terlebih didalam kemudahan akses berinvestasi Gen Z. Bentuk teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk berinvestasi bagi Gen Z yaitu sosial media seperti facebook, telegram hingga linkedin. Kemudian bentuk platform digital yang digunakan untuk memudahkan akses informasi Gen Z dalam berinvestasi yaitu seperti Bibit, DANAeMAS, Ajaib, Tokopedia hingga Shopee. Pembayaran investasi dapat dilakukan menggunakan pembayaran digital ataupun menggunakan *banking* digital seperti OVO, Gopay, Dana, LinkAja, Bank BCA, Bank BRI, Mandiri dan perbankan lainnya (Meistoh & Hadita, 2022).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Rahmawati et al., 2023), (Saputra et al., 2023) dan (Nofrialdi et al., 2023) dimana platform investasi digital seperti Bibit memberikan kemudahan akses informasi sehingga menimbulkan minat investasi bagi Gen Z.

## **2. Apakah perbedaan karakteristik Gen Z dalam memilih instrumen investasi dibanding generasi sebelumnya**

Gen Z atau generasi Z menjadi generasi paling muda yang saat banyak aktivitas atau kegiatannya memanfaatkan atau menggunakan teknologi, terutama didalam memilih instrumen investasi. Gen Z merupakan generasi yang menyukai hal-hal instan atau cepat, selain itu Gen Z merupakan generasi yang memiliki tinggat kepercayaan diri tinggi, memiliki pemikiran kritis hingga memiliki tekad kuat untuk sukses. Hal tersebut menjadikan pembeda antara generasi-generasi sebelum Gen Z ini yaitu generasi Y dan generasi X (Andrian et al., 2021).

Generasi Z kerap kali memilih instrumen investasi dengan tingkat *high return* yang tinggi, tentu dengan tingginya *return* tersebut ada risiko yang tinggi juga. Bentuk instrumen

dengan risiko tinggi namun *high return* yaitu saham (butki kepemilikan perusahaan) dan *cryptocurrency* (mata uang digital). Dimana saham dan kripto ini menjadi instrumen yang banyak dipilih Gen Z untuk menginvestasikan uang mereka, kemudian disusul instrumen investasi reksa dana. Generasi Y lebih memilih instrumen investasi dalam bentuk perhiasan emas, disusul reksa dana dan saham. Kemudian generasi X memilih bentuk instrumen investasi dalam perhiasan emas dan reksa dana (Widjanarko et al., 2023).

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, bahwa Generasi Z lebih memilih instrumen investasi berupa saham dan *cryptocurrency* (risiko tinggi), Generasi Y memilih instrumen investasi berupa perhiasan emas dan reksa dana (risiko rendah) dan Generasi X memilih instrumen investasi berupa perhiasan emas dan reksa dana (risiko rendah).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Mulyono et al., 2023), (Saputra & Sumantyo, 2022) dan (Ali et al., 2022) bahwa generasi Z lebih menyukai hal yang instan dan dapat dilihat dari bentuk instrumen investasi yang dipilih saham dan *cryptocurrency* (*high risk high return*). Sangat berbeda dengan dengan generasi Y dan generasi X, dimana mereka lebih memilih instrumen investasi dengan risiko rendah *return* rendah (*low risk low return*) dimana keuntungan yang diperoleh tidak sebesar saham, *cryptocurrency* hingga properti (Soesanto et al., 2023b).

### **3. Berapa besaran investasi yang dilakukan Gen Z**

Generasi yang lahir ditahun 1995 hingga 2010 ini bisa dibilang peralihan dari masa remaja menuju dewasa. Umur dari generasi Z ini pada tahun 2023 yaitu 13 tahun hingga 28 tahun (< 30 tahun). Sehingga jika didalam dunia kerja, generasi Z merupakan generasi yang baru saja terjun di dunia kerja, sehingga masih membutuhkan banyak pengalaman untuk meraih puncak jabatan karier. Dengan puncak jabatan karier, tentu diperoleh pendapatan yang besar, yang dapat digunakan untuk berinvestasi, tapi itu semua perlu waktu sehingga hal tersebut kemungkinan dapat dilakukan oleh mereka generasi Y dan generasi X (Soesanto et al., 2023a).

Berdasarkan hasil data pada tabel 5 diatas, jumlah investor Gen Z pada periode Juli 2023 yaitu sebanyak 6.539.134 investor Gen Z (57,26%) dari total keseluruhan investor 11.420.074 investor. Dimana besaran nilai aset dari dua jenis investasi yang dilakukan Gen Z (C-Best dan S-Invest) apabila digabungkan yaitu sebesar Rp50,08 triliun.

Kemudian pada periode Agustus 2023 yaitu sebanyak 6.606.106 investor Gen Z (57,04%) dari total keseluruhan investor 11.581.533 investor. Dimana besaran nilai aset dari dua jenis investasi yang dilakukan Gen Z (C-Best dan S-Invest) apabila digabungkan yaitu sebesar Rp50,51 triliun. Maka besaran investasi yang dilakukan Gen Z yaitu sebesar:

Periode Juli 2023

$$Rp34.030.000.000.000 + Rp16.050.000.000.000 = \frac{Rp50.080.000.000.000}{6.539.134} Rp7.658.506$$

Periode Agustus 2023

$$Rp34.090.000.000.000 + Rp16.420.000.000.000 = \frac{Rp50.510.000.000.000}{6.606.106} Rp7.645.956$$

Berdasarkan data yang diperoleh diatas pada periode Juli 2023 hingga Agustus 2023, bahwa jumlah investor Gen Z mengalami peningkatan jumlah namun mengalami penurunan persentase. Dimana pada Juli 2023 jumlah investor Gen Z berjumlah 6.539.143 investor Gen Z dan pada Agustus 2023 naik menjadi 6.606.106 investor Gen Z. Besaran rata-rata investasi yang dilakukan Gen Z pada Juli 2023 yaitu sebesar Rp7.658.506, sedangkan pada Agustus 2023 yaitu rata-rata sebesar Rp7.645.956.

## KESIMPULAN

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, penelitian terdahulu, hasil serta pembahasan diatas, kesimpulan dari penelitian ini yaitu: 1) Bahwa pemanfaatan teknologi dan platform digital untuk kemudahan akses informasi Gen Z dalam berinvestasi sudah cukup baik, dimana Gen Z memanfaatkan sosial media sebagai platform untuk memperoleh pengetahuan terkait instrumen investasi yang baik, sarana diskusi dan bertukar pandangan antar investor Gen Z, kemudian platform yang memberikan kemudahan akses informasi Gen Z dalam berinvestasi cukup bervariasi dari adanya aplikasi Bibit, DANAeMAS, Ajaib, Tokopedia hingga Shopee, selain itu pembayaran yang dilakukan juga dapat memanfaatkan *banking* digital dan pembayaran dompet digital; 2) Generasi Z atau Gen Z memilih bentuk instrumen investasi dengan (*high risk high return*) risiko tinggi *return* tinggi seperti saham dan *cryptocurrency*, sedangkan generasi Y dan generasi Z memilih bentuk instrumen investasi dengan (*low risk low return*) risiko rendah *return* rendah seperti perhiasan emas dan reksa dana; dan 3) Besaran investasi yang dilakukan Gen Z yaitu bervariasi, dimana pada periode Juli 2023 sebesar Rp7.658.506, sedangkan pada periode Agustus 2023 sebesar Rp7.645.956.

## REFERENSI

- Affan, I., & Rusgianto, S. (2023). PENGARUH ENVIRONMENTAL AWARENESS, RELIGIOSITY, DAN RISK AVERSION TERHADAP MINAT GEN Z SURABAYA DALAM BERINVESTASI GREEN SUKUK. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(2), 1–11.
- Ali, H., & Nandan, L. (2013). *Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis untuk Pemecahan*

*Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*). Deepublish.

- Ali, H., Sastrodiharjo, I., & Saputra, F. (2022). Measurement of Organizational Citizenship Behavior: Workload, Work Culture and Motivation (Literature Review Study). *Journal of Multidisciplinary Science*, 1(1), 83–93.
- Andrian, A., Supardi, Jumawan, Hadita, Ch. Indra Putra, W. Widjanarko, D. Kurniawan, & Hafizah. (2021). Peningkatan Kemampuan Guru Melalui Pelatihan Kewirausahaan Dan Motivasi Model Pembelajaran Daring. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis (JAMEB)*, 1(2), 33–38. <https://doi.org/10.31599/jameb.v1i2.889>
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli KFC Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>
- Gorgolewski, K. J., Alfaro-Almagro, F., Auer, T., Bellec, P., Capotă, M., Chakravarty, M. M., Churchill, N. W., Cohen, A. L., Craddock, R. C., Devenyi, G. A., Eklund, A., Esteban, O., Flandin, G., Ghosh, S. S., Guntupalli, J. S., Jenkinson, M., Keshavan, A., Kiar, G., Liem, F., ... Poldrack, R. A. (2017). BIDS apps: Improving ease of use, accessibility, and reproducibility of neuroimaging data analysis methods. *PLoS Computational Biology*, 13(3), e1005209. <https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005209>
- Hadita. (2018). DAMPAK KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RAMAYANA DEPARTEMEN STORE. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(30), 365–374.
- Hadita, & Adiguna, D. (2019). The effect of location and the promotion mix on visitors' interest: The case of Muara Beting beach and the forest of Mangrove Muara Gembong Bekasi. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1–13.
- Heradhyaksa, B. (2022). Implementasi Investasi Emas Syariah Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI)*, 6(1), 35–51. <https://jhei.appheisi.or.id/index.php/jhei/article/download/111/60>
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437–450. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>
- Hidayah, S., Jumawan, J., Dharmanto, A., Hadita, H., & Meutia, K. I. (2021). Pengaruh Hubungan Antar Manusia Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 142. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.991>
- Meistoh, S., & Hadita, H. (2022). Impact of Hedonic Lifestyle Through Brand Image on Interest of Gopay Users in Generation Z in Bekasi City. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(5), 703–712. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v3i5>
- Mulyono, S., Sawir, M., Surahman, B., Hendrawati, E., & Nurhidayati. (2023). Peningkatan Keputusan Berinvestasi melalui Literasi Keuangan pada Generasi Z sebagai Upaya Persiapan Resesi 2023. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(02), 1–5. <https://doi.org/10.29040/jap.v23i2.7297>
- Nofrialdi, R., Saputra, E. B., & Saputra, F. (2023). Pengaruh Internet of Things: Analisis Efektivitas Kerja, Perilaku Individu dan Supply Chain. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(1), 1–13.

<https://dinastires.org/JPKN/article/view/111/104>

- Nurfadilah, N., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi Dengan Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Abdurachman Saleh Situbondo). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(8), 1630. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i8.2209>
- Prasanti, D. (2017). Potret Media Informasi Kesehatan Bagi Masyarakat Urban di Era Digital. *Iptek-Kom*, 19(2), 149–162.
- Purwanto, H., Sumbaryadi, A., & Sarmadi. (2018). E-Crm Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan Furniture. *Jurnal PILAR Nusa Mandiri Vol. 14, No. 1 Maret 2018*, 14(1), 15–20.
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z di Dunia Kerja). *Proceeding Indonesia Career Center Network, IV*, 21–24. [stt-indonesia.ac.id › journal › index](http://stt-indonesia.ac.id/journal/index)
- Rahmawati, N. K., Muslinawati, R., & Susilowati, D. (2023). Analisis Pengaruh Iklan Aplikasi Bibit Reksadana dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Bagi Masyarakat Kota Bojonegoro. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 23(1), 118–128.
- Ridiananda, N. R., & Lasmanah. (2022). Pengaruh Locus of Control dan Experience Regret Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Manajemen Angkatan 2018 Universitas Islam Bandung. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 2(2), 41–48. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v2i2.1436>
- Rinwatin. (2022). GENERASI Z BERINVESTASI SYARIAH: IKUTI PELATIHAN , TINGKATKAN PENGETAHUAN. *Jurnal EK&BI*, 5(2), 373–378. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.688>
- Rinwatin, & Setiyono, T. A. (2021). MINAT GENERASI Z DALAM BERINVESTASI TABUNG EMAS PADA PEGADAIAN DIGITAL SYARIAH. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 203–211. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1071>
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 1(1), 18–25.
- Saputra, F., & Sumantyo, F. D. S. (2022). The Role of Marketing Management in Information Industry: Corporate Image , Brand Awareness and Promotion (Case Study at PT Lensa Potret Mandiri). *Jurnal of Applied Management and Business*, 3(2), 46–54. <https://doi.org/10.37802/jamb.v3i2.267>
- Saputra, F., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen: Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Tiket MPL Mobile Legend di Aplikasi Blibli.com. *Cuan: Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 98–105.
- Soesanto, E., Saputra, F., Puspitasari, D., & Danaya, B. P. (2023a). Analisis Sistem Manajemen Sekuriti: K3 dan Beban Kerja di PT . XYZ. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 1(2), 139–150.
- Soesanto, E., Saputra, F., Puspitasari, D., & Danaya, B. P. (2023b). Determinasi Sistem Manajemen Sekuriti: Analisis Objek Vital , Pengamanan File dan Pengamanan Cyber

- pada Yayasan Siber Publisher. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2(1), 23–29.
- Susanti, S. N., Hermawan, N. A., & Pattihahuan, A. (2023). Kemajuan Teknologi dan Pemahaman Terhadap Minat Generasi Z dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 76–82.
- Taufiq, Z., Purwanto, S., & Fathihani. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Pada Generasi Z. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN SOSIAL (EMBISS)*, 3(4), 602–610.
- Toto, & Kartika, R. (2022). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GEN Z DALAM BERINVESTASI DI PASAR MODAL. *CRMJ Creative Research Management Journal*, 6(1), 1–11.
- Widjanarko, W., Pramukty, R., & Yulianah, H. (2022). Strategic Financial Management in Micro , Small and Medium Enterprises ( Msmes ). *Jurnal Ekonomi*, 11(1), 255–260. [ejournal.seaninstitute.or.id](http://ejournal.seaninstitute.or.id)
- Widjanarko, W., Saputra, F., & Hadita. (2023). Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 678–685.