

DETERMINAN KEPUTUSAN GEN Z BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH UIN MATARAM 2020-2021)

Salwa Hayati
UIN Mataram
salwahayati@gmail.com

Abdurrahman
UIN Mataram

Abstrack

Penelitian ini dilatar belakangi oleh meningkatnya investor-investor muda khususnya dikalangan Gen Z yang memberikan banyak kontribusi dalam peningkatan laju investasi dan penambahan investor. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dari media sosial, literasi keuangan, persepsi resiko, dan motivasi terhadap keputusan Gen Z berinvestasi di pasar modal syariah. Metode dan pendekatan dalam penelitian ini adalah metode peneltian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 220 orang. Sedangkan jumlah sampel dari penelitian ini adalah 55 sampel dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Sederhana, Uji Kelayakan Model, Uji Hipotesis (Uji T), dan Uji Simultan (Uji F). Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel media sosial dan moivasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan berinvestasi dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, sedangkan persepsi resiko dan literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berinvestasi dengan nilai signifikan $0,053 > 0,05$ (X2) dan $0,190 > 0,05$ (X3). Dan secara simultan media sosial, literasi keuangan, persepsi resiko, dan motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

Kata Kunci : Media Sosial, Literasi Keuangan, Persepsi Resiko, dan motivasi Gen Z

Pendahuluan

Berinvestasi sejak usia muda atau sejak masih pelajar merupakan prinsip investasi yang dikemukakan oleh Buffet (Arief dkk, 2023). Pelajar atau mahasiswa yang mendapatkan pembelajaran melalui kuliah dapat menerapkannya melalui praktik nyata tentang sebuah investasi. Hal ini menjadikan mahasiswa sebagai individu yang memiliki potensi melakukan kegiatan investasi. Sebagai agen perubahan di berbagai bidang kehidupan masyarakat, mahasiswa menempati posisi yang strategis dalam hal menjadi pelopor kemajuan ilmu pengetahuan, termasuk di dalamnya informasi tentang investasi dalam bentuk produk investasi di pasar modal syariah. Mahasiswa diharapkan menjadi investor muda yang ideal sehingga dapat berkontribusi dalam pertumbuhan investasi di Indonesia.

Perkembangan teknologi di era digitalisasi seperti saat ini, membuat investasi semakin mudah dilakukan dengan adanya dunia internet. Perkembangan teknologi menjadi salah satu faktor pendorong keputusan berinvestasi saat ini. Dalam kegiatan berinvestasi dengan adanya teknologi sebagai salah satu media pertukaran informasi, hal ini sesuai dengan generasi Z yang lebih banyak menghabiskan waktu dengan *gadget* sehingga berinvestasi secara online bisa menjadi salah satu alternatif untuk menarik minat dalam keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. Hanya dengan menggunakan gadget, bisa melakukan berbagai macam bentuk transaksi investasi. Hal ini juga dapat dilihat dengan banyaknya aplikasi digital penyedia layanan untuk para investor berinvestasi di pasar modal. Tingkat investor di pasar modal syariah di Indonesia kian meningkat, peningkatan jumlah investor pasar modal syariah menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) pada perkembangan pasar modal Indonesia tercatat bahwa dari tahun ke tahun terus mengalami kenaikan dan penurunan investor, namun di beberapa tahun terakhir dari tahun 2021-2023 terus mengalami kenaikan 6,50% ditahun 2021, dan 15,19% ditahun 2022 dibandingkan tahun sebelumnya mengalami penurunan -5,46% ditahun 2020. Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan), Gen Z bisa menjadi

segmen investasi jangka Panjang dan perlu dibina sejak dini (Rahmi dkk, 2022).

Gambar 1.
Indeks Saham Syariah Indonesia



Menariknya, dari komposisi tersebut, generasi milenial, atau kelahiran 1981 – 1996 dan generasi Z, kelahiran 1997 – 2012 mendominasi, atau menyumbang sekitar 81%, namun yang paling mendominasi dari generasi Z adalah Mahasiswa. Dilihat dari banyaknya generasi Z yang minat berinvestasi, ternyata mahasiswa S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram turut menyumbang jumlah dalam minat investasi tersebut, dapat dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa Perbankan Syariah yang membuat akun investasi terutama mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah Pasar Modal Syariah yaitu mahasiswa tahun angkatan 2020 dan 2021.

Meskipun sudah memulai berinvestasi, sebagian besar generasi Z masih memiliki pengetahuan dasar yang terbatas dan mereka merasa membutuhkan lebih banyak lagi pengetahuan dan motivasi tentang investasi sehingga teknologi dan media masa menjadi salah satu faktor utama yang akan mempengaruhi keputusan berinvestasi di pasar modal syariah oleh generasi Z. Dari sisi demografi, jumlah investor domestik di pasar modal sebagian besar adalah investor berusia < 30 tahun, usia yang sebagian besar merupakan generasi Z. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia tentunya memiliki banyak peluang untuk terus mengembangkan pasar modal syariah.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Afriana Dewi (2022), Aling Mukaromatin Nisa & Amalia Nuril Hidayati (2022) dan Muhammad Muslihul Hadi (2023) yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi di pasar modal syariah. Hal ini disebabkan oleh perkembangan media sosial dari tahun ke tahun jumlah penggunaannya makin meningkat sehingga dalam mempengaruhi seseorang atas ketertarikan untuk memulai investasi sangat mudah dilakukan lewat platform media sosial. Selain dari melalui media sosial ada pula faktor lain yang mempengaruhi keputusan generasi Z berinvestasi di pasar modal syariah.

Pada observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti, mahasiswa perbankan syariah Angkatan 2020-2021 merupakan bagian dari generasi Z telah banyak yang melakukan *open account* untuk melakukan investasi di pasar modal syariah. Bagi mahasiswa yang telah mengambil mata kuliah pasar modal syariah dan yang telah mengikuti sekolah pasar modal yang diadakan tahun lalu menjadi salah satu faktor yang membuat mereka tertarik untuk melakukan investasi di usia dini. Selain itu ditemukan pula informasi bahwa Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram turut menyumbang jumlah dalam minat investasi tersebut, dapat dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa Perbankan Syariah yang membuat akun investasi terutama mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah Pasar Modal Syariah yaitu mahasiswa tahun angkatan 2020 dan 2021.

Hal inilah yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Determinan Keputusan Investasi Gen Z Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Mataram 2020-2021)” untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan Generasi Z yang berfokus pada mahasiswa perbankan syariah Angkatan 2020-2021 berinvestasi di pasar modal syariah.

KAJIAN PUSTAKA

A. Media Sosial

Media sosial memberikan informasi yang lebih cepat, dimana saja dan kapan saja. Kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan informasi ini sangat membantu orang-orang yang membutuhkan informasi tertentu salah satunya informasi tentang pasar modal dan investasi. Mulai dari perkembangan dan pergerakan harga saham hingga informasi tentang perusahaan-perusahaan yang membutuhkan dana melalui penjualan saham di bursa efek (Istiharoh dan Kardoyo, 2020).

Teknologi media sosial ini digunakan menjadi salah satu faktor yang diduga mempengaruhi keputusan investasi Gen Z melalui tiga indikator yaitu penggunaan media sosial sebagai media informasi investasi, pemanfaatan media sosial untuk media belajar investasi dan efektifitas penggunaan media sosial untuk meningkatkan keputusan investasi Gen Z (Suryani, 2024).

Adapun indikator-indikator dari media sosial yaitu penggunaan media sosial sebagai media informasi investasi, pemanfaatan media sosial untuk media belajar investasi dan efektifitas penggunaan media sosial untuk meningkatkan keputusan investasi Gen Z.

B. Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan keyakinan (*confidence*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan pribadi lebih baik. Literasi keuangan juga dapat dikatakan sebagai kemampuan seseorang untuk mendapatkan, memahami, dan mengevaluasi informasi yang relevan untuk pengambilan keputusan dengan memahami konsekuensi finansial yang ditimbulkannya (Diansyah dan Hidayati, 2023).

C. Persepsi Resiko

Risiko merupakan kemungkinan perbedaan antara return aktual yang diterima dengan return yang diharapkan, yang terdiri dari dua jenis yaitu risiko umum (*general risk*) yang

merupakan risiko yang berkaitan dengan perubahan yang terjadi di pasar secara keseluruhan dan risiko spesifik (risiko perusahaan) adalah risiko yang tidak berkaitan dengan perubahan pasar secara keseluruhan (Dewi dkk, 2017).

Setiap individu memiliki pandangan yang berbeda dalam bereaksi terhadap risiko. Ekonom menggunakan tiga kategori untuk menjelaskan bagaimana investor menanggapi risiko. Kategori pertama dalam profil risiko seorang investor adalah, *risk averse* yaitu sikap investor yang memilih investasi yang relative aman atau investasi yang sudah diketahui sebelumnya tingkat pengembalian atau kompensasi. Kategori kedua dalam profil resiko seorang investor adalah *risk neutral* atau netralitas risiko. Seorang investor yang berisiko netral memilih investasi hanya berdasarkan hasil yang diharapkan, tanpa menghiraukan risikonya. Kategori ketiga dalam profil resiko seorang investor adalah terhadap resiko disebut *Risk Seeking* atau investor pencari risiko. Investor tipe ini memilih investasi dengan yang memiliki risiko tinggi dan bahkan mungkin mengorbankan beberapa tingkat pengembalian yang diharapkan saat memilih investasi berisiko (Bonang dan Sukmana, 2020).

Adapun indikator-indikator dari variabel persepsi resiko yaitu risiko tertentu, kerugian yang dialami, dan pemikiran berisiko (Lestari, 2022).

D. Motivasi

Motivasi dapat didefinisikan sebagai proses dimana individu mengenal kebutuhannya dan mengambil tindakan untuk memuaskan kebutuhan tersebut. Dalam kandungannya bahwa motivasi merupakan suatu proses dan proses ini dapat menjelaskan perbedaan dalam intensitas perilaku konsumen (investor). Kandungan lainnya dari definisi tersebut bahwa motivasi merupakan dorongan, yaitu dorongan bagi manusia untuk mengambil tindakan tertentu dalam upaya memuaskan kebutuhannya. David McClelland mengembangkan teori motivasi yang dikenal dengan McClelland's theory of learned needs. Teori ini menyatakan bahwa ada tiga kebutuhan dasar yang memotivasi seseorang individu untuk berperilaku yaitu 1) kebutuhan untuk sukses, 2) kebutuhan untuk afiliasi (membina hubungan sesame), 3) kebutuhan kekuasaan.

Menurut Any Tsalatul Fitriyah & Naili Rahmawati indikator motivasi adalah kebutuhan akan kesuksesan, kebutuhan akan afiliasi, dan kebutuhan akan tenaga (Fitriah dan Rahmawati, 2022).

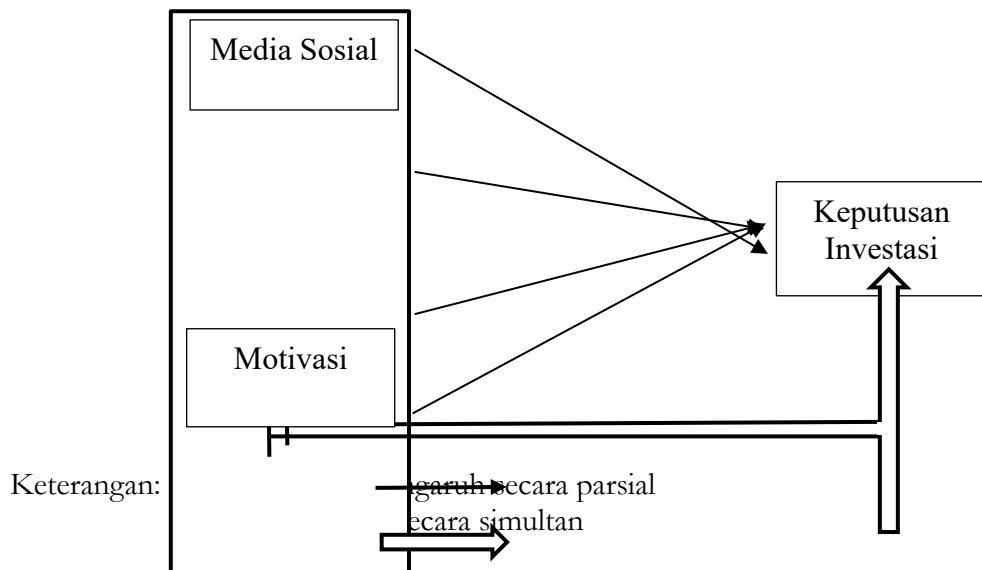
E. Keputusan Investasi

Pengambilan keputusan berinvestasi adalah proses memilih opsi yang paling baik dari beberapa opsi yang ada di bawah pengaruh kondisi saling keterkaitan dalam proses menentukan investasi (Salerindra, 2020).

Menurut Rusdin keputusan berinvestasi adalah bersifat individual dan tergantung sepenuhnya kepada pribadi yang bebas. Oleh karenanya, sebelum sampai pada suatu keputusan investasi, pertimbangkan terlebih dahulu secara matang. Menurut Christanti & Mahastanti keputusan investasi seorang individu selama inidilihat dari dua sisi yaitu a) Sejauh mana keputusan dapat memaksimalkan kekayaan (*economic*), b) *Behavioral motivation* (keputusan investasi berdasarkan aspek psikologis investor).

Menurut Tandellin dalam Marsis indikator keputusan investasi adalah a) *Return* (tingkat pengembalian), b) *Risk* (risiko), c) *The Time Factor* (waktu).

Gambar 2.
Kerangka Berpikir



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Penelitian kuantitatif merupakan ilmu dan seni yang berkaitan dengan tata cara (metode) pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi terhadap hasilY= analisis untuk bisa mendapatkan informasi untuk penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan (Santoso, 2021). Penelitian kuantitatif melibatkan proses mengumpulkan dan menganalisis data numerik secara obyektif untuk menggambarkan, memprediksi, atau mengontrol variabel yang menarik. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu melakukan pengembangan model matematis, melakukan pengukuran secara tepat, dan membantu dalam menentukan hubungan antar variabel dalam sebuah penelitian.

Dalam penelitian ini populasi penelitian sebanyak 220, sampel yang didapatkan sebanyak 55 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* yang merupakan pengambilan sampel dengan kriteria atau karakteristik tertentu dalam pengambilan sampel. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji simultan.

Hasil dan Pembahasan

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.051	2.152		1.418	0.163
	Media Sosial	0.933	0.108	0.605	8.600	0.000
	Literasi Keuangan	0.162	0.082	0.127	1.981	0.053
	Persepsi Resiko	0.095	0.072	0.097	1.330	0.190
	Motivasi	0.303	0.097	0.251	3.113	0.003

a. Dependent Variable: Keputusan Berinvestasi

A. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Berinvestasi Gen Z di pasar modal syariah

Berdasarkan hasil pengujian regresi menunjukkan sosial media mempengaruhi minat generasi Z untuk berinvestasi pada saham syariah dengan nilai T hitung $8,600 > T$ tabel $1,675$ dan memiliki nilai signifikansi $0,000$. Artinya mahasiswa Generasi Z perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Mataram angkatan 2020 dan 2021 secara tidak langsung memakai media sosial didalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Hasil penelitian menunjukkan semakin besar pengaruh informasi dan konten media sosial makin besar pula intensi individu mengambil keputusan investasi di pasar modal. Karena kemajuan teknologi saat ini memberi suatu keuntungan dan kemudahan bagi pelaku industri digital atau investor generasi millennial dalam memutuskan untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

Menurut Kurnadi dalam penelitian Muhammad Rais et al salah satu yang mempengaruhi masyarakat khususnya mahasiswa dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi dengan melihat tren sosial media adalah influencer. Influencer merupakan figur yang memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan investasi. Influencer memiliki peranan besar di sosial media. Influencer dapat menggiring opini publik dengan merekomendasikan produk pasar modal syariah atau berbicara tentang pencapaian pada pasar modal syariah. Pendapat dan tindakan influencer dapat memengaruhi ribuan atau bahkan jutaan pengikutnya melalui merekomendasikan terutama jika dianggap kredibel dan memiliki rekam jejak yang baik. Influencer memberikan saran investasi yang akurat serta memberikan contoh-contoh orang-orang yang telah berhasil atau sukses karena pembelian saham yang nantinya akan membentuk opini Generasi Z. Pendapat dan testimonial dari pengguna yang sebelumnya menggunakan produk investasi tertentu dapat mempengaruhi keputusan orang lain untuk mencoba produk tersebut (Rais dkk, 2023).

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Rais et al, yang menyatakan bahwa secara parsial teknologi digital, religiusitas, dan sosial media berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi saham

syariah pada generasi Z.. Namun berbeda dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Herlina Yustati, dan Andi Harpepen menyatakan bahwa variabel lain seperti literasi keuangan, modal minimal, teknologi, dan media sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

B. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Berinvestasi Gen Z di pasar modal syariah.

Hasil dari pengujian hipotesis adalah literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi memiliki nilai T hitung $1,330 < T$ tabel $1,675$ dan nilai signifikansi diatas $0,05$ yaitu sebesar $0,053$ yang berarti tidak signifikan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan investasi. Maka, hipotesis 2 yang menyatakan literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi ditolak.

Maka dapat dikatakan bahwa investor dalam penelitian ini memiliki tingkat literasi yang kurang baik dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Namun dalam hal ini responden memahami konsep keuangan serta memiliki kemampuan dan kepercayaan diri dalam mengelola keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan jangka pendek yang tepat serta perencanaan keuangan jangka panjang. Hal tersebut juga sejalan dengan *behavioral finance theory* karena semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki maka seseorang juga semakin baik dalam mengelola keuangan pribadi, lebih memahami pada kondisi dan kesalahan kognitif karena seorang individu juga dalam mengambil keputusan bertindak irasional (Bangun, 2020). *Behavioral* memiliki tujuan untuk mengklarifikasi dan meningkatkan pemahaman tentang pola alasan investor, termasuk pertimbangan emosional, dan dampak dari pertimbangan tersebut pada proses pengambilan keputusan. Secara lebih spesifik, *behavioral finance* mencari jawaban atas apa, mengapa dan bagaimana pembiayaan dan investasi dari sudut pandang manusia (Fadhilah, 2023).

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Herlina Yustati dan Andi Harpepen yang menyatakan bahwa variabel lain seperti literasi keuangan, modal minimal, teknologi, dan media sosial tidak berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan investasi. Berbeda dengan penelitian lain yang dilakukan oleh Affrizal Haffidz Dafandi hasil penelitiannya menunjukkan variabel literasi keuangan dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

C. Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Berinvestasi Gen Z di pasar modal syariah.

Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan investasi generasi z pada pasar modal syariah. Hasil pengujian hipotesis ketiga menggunakan SPSS 25 menunjukkan bahwa nilai T hitung $1,981 > T$ tabel $1,675$ dan nilai signifikansi persepsi risiko terhadap minat investasi generasi z sebesar $0,190$, dengan nilai lebih dari $0,05$. Artinya mahasiswa angkatan 2020 dan 2021 tidak mempertimbangkan akibat ataupun risiko yang bisa mereka tanggung sebelum melakukan investasi.

Menurut Dewi Ayu dan Iramani dalam penelitian Aldi Novaldi persepsi resiko adalah proses dimana seseorang menginterpretasikan informasi mengenai risiko yang diperoleh. Seseorang yang cenderung mendefinisikan situasi berisiko apabila mengalami kerugian akibat jeleknya suatu keputusan, khususnya jika kerugian tersebut berdampak pada situasi keuangannya. Oleh karena itu persepsi resiko merupakan penilaian seseorang pada situasi berisiko, maka penilaian tersebut sangat tergantung pada karakteristik psikologis dan keadaan orang tersebut. Tetapi ada hal penting yang harus selalu dipertimbangkan, yaitu berapa besar risiko yang harus ditanggung dari investasi tersebut. Umumnya semakin besar risiko, maka semakin besar pula tingkat ekspektasi *return* harapan (Novaldi, 2022).

Dalam hal persepsi resiko peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Affrizal Haffidz Dafandi bahwa variabel persepsi resiko dan lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Santi Novia et al menyatakan bahwa pengetahuan investasi, kemampuan finansial dan persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi generasi Z melalui platform digital.

D. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berinvestasi Gen Z di pasar modal syariah.

Berdasarkan hasil uji secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Hasil t hitung lebih besar dari t tabel ($3,113 > 1,675$) dengan nilai signifikan $0,003$. Nilai tersebut lebih kecil dari $0,05$ ($0,003 < 0,05$). Maka H_4 diterima, artinya variabel motivasi (X_4) Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh terhadap keputusan berinvestasi diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar motivasi mahasiswa maka semakin besar pula keputusan berinvestasi mahasiswa perbankan syariah angkatan 2020 2021 UIN Mataram.

Menurut Pajar dalam penelitian Ernia taufighoh dkk (2019) Motivasi diartikan dengan dorongan. Tenaga ataupun dorongan itu adalah gerak jiwa serta jasmani untuk bertindak, sehingga motivasi yaitu sebuah energi yang menjalankan orang berperilaku di dalam perbuatannya yang memiliki maksud tertentu. “Secara umum, orang-orang akan melakukan suatu tindakan apabila ada sesuatu hal yang membuat ia tertarik sehingga secara alamiah orang tersebut akan termotivasi untuk memperolehnya. Dalam dunia bisnis, ada banyak hal yang mampu mendorong seseorang untuk bisa termotivasi agar mau bergabung dalam kegiatan bisnis tersebut. Salah satu diantaranya adalah adanya return atau keuntungan yang ditawarkan. Selain return atau keuntungan, hal lain yang perlu dipertimbangkan adalah faktor penghambatnya yakni kemungkinan adanya masalah dan resiko yang akan dihadapi kedepannya. Faktor resiko inilah yang menjadi bahan pertimbangan calon investor untuk dapat melakukan investasi atau tidak berinvestasi di pasar modal”.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Endah Hardiati (2021) motivasi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan investasi dengan nilai signifikansi $0,000$. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Okca Fiani Triana & Deny Yudiantoro yang menyatakan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa di pasar modal syariah. Dalam penelitian ini motivasi yang tinggi berarti tidak mampu mendorong seseorang untuk melakukan investasi di pasar modal. Seseorang bisa saja memiliki motivasi untuk

merubah pengelolaan keuangannya agar lebih baik, tetapi jika tidak dibarengi dengan kesiapan menerima segala risiko yang mungkin terjadi, hal ini bisa membuat seseorang tidak akan menginvestasikan dananya di pasar modal.

- E. Pengaruh secara simultan media sosial, literasi keuangan, persepsi resiko, dan motivasi terhadap keputusan Gen Z berinvestasi di pasar modal syariah

Berdasarkan hasil uji F yang dilakukan melalui SPSS *for windows* 25 didapatkan hasil variabel media sosial, literasi keuangan persepsi resiko, dan motivasi dengan nilai F hitung $80,723 > F$ tabel $2,790$ dan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti media sosial, literasi keuangan, persepsi resiko, dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berinvestasi Gen Z pada pasar modal syariah.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Determinan Keputusan Investasi Gen Z Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Uin Mataram 2020-2021)” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- A. Hasil analisis data dari analisis secara parsial dapat disimpulkan, bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berinvestasi Gen Z di pasar modal syariah. Hal ini dibuktikan melalui output data dengan nilai T hitung $8,600 > T$ tabel $1,675$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
- B. Variabel literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berinvestasi Gen Z di pasar modal syariah dengan nilai T hitung $1,330 < T$ tabel $1,675$ dan memiliki nilai signifikansi $0,053 > 0,05$. Artinya variable literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi Gen Z di pasar modal syariah, namun hal ini dapat berubah jika literasi keuangan makin ditingkatkan.
- C. Persepsi resiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berinvestasi Gen Z di pasar modal syariah dibuktikan melalui tingkat nilai T hitung $1,981 > T$ tabel $1,675$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,190 > 0,05$. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi persepsi resiko individu maka cenderung akan menghindari dalam mengambil keputusan investasi karena menyukai pada kondisi yang tidak berisiko.

Kondisi yang tidak pasti dengan melibatkan emosional, kesukaan, sifat dan lainnya.

- D. Variabel motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berinvestasi Gen Z di pasar modal syariah dengan nilai T hitung $3,113 > T$ tabel $1,675$ dan memiliki nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Artinya variable motivasi berpengaruh terhadap keputusan investasi Gen Z di pasar modal syariah.
- E. Media sosial, literasi keuangan persepsi resiko, dan motivasi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi Gen Z di pasar modal syariah. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai F hitung $80,723 > F$ tabel $2,790$ dan nilai signifikan kurang dari $0,05$, hasil ini menunjukkan bahwa generasi Z menggunakan sosial media sebagai referensi mereka dalam mencari informasi. Memiliki persepsi resiko yang baik untuk menganalisis resiko yang akan didapat dikemudian hari. Generasi Z juga sudah memiliki literasi keuangan dan motivasi yang baik yang dapat membuat keputusan investasi mereka menjadi lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriana Dewi, “Pengaruh Psikologi Investasi, Media Sosial, dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Investasi Pasar Modal Syariah”, (*Skripsi*, Fakultas Ilmu Agama Islam, UII Yogyakarta, Yogyakarta 2022).
- Ainurum Dien Suryani, “Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Dan Return Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi Di Pasar Modal”, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol 13 Nomor 3, Maret 2024.
- Ainurum Dien Suryani, “Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Dan Return Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi Di Pasar Modal”, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol 13 Nomor 3, Maret 2024,.
- Aldi Novaldi, “Pengaruh Religiusitas, Ekspektasi Return, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Investasi Di Pasar Modal Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (*Skripsi*, FEBI UIN Raden Intan Lampung, 2022).
- Aling Mukaromatin Nisa, Amalia Nuril Hidayati, “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Kemajuan Teknologi dan Motivasi Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi di Pasar Modal Syariah”, *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, Vol 4 Nomor 1. Agustus 2022.
- Any Tsalatul Fitriyah & Naili Rahmawati, “Digital Platform, Financial Literacy and Motivation on Generation Z's Decision to Invest in Islamic Stocks: A Structural Equation Modelling Analysis”, *Muqtasid*, Vol 13 Nomor 2, 2022.
- Ashriyani Fadhilah et al, “Analisis Pengaruh Faktor Behavior Finance dan Pengungkapan *Intangible Asset* Terhadap Pengambilan Keputusan Oleh Investor”, *Jurnal ilmiah dan multidisiplin*, Vol 2 Nomor 8, Juli 2023.
- Bagas Salerindra, “Determinan Keputusan Investasi Mahasiswa Pada Galeri Investasi Perguruan Tinggi Di Surabaya Dan Malang”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 8 Nomor 1, 2020.
- Baiq Fitriarianti, “Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan

- Berinvestasi”, dalam <https://core.ac.uk/download/pdf/337610591.pdf>, diakses pada tanggal 8 Juli 2024, pukul 20.36.
- Dahlia Bonang, Abdul Hadi Sukmana, *Manajemen Keuangan dan Investasi*
- Endah Hardiati, “Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa Uin Sumatera Utara Di Pasar Modal Syariah”, (*Skripsi*, FEBI UIN Sumatera Utara, Medan 2021).
- Ernia Taufiqoh, “Pengaruh Norma Subjektif, Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi, Persepsi Return Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham Di Pasar Modal (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi FEB UNISMA dan UNIBRAW di Malang)”, *E-JRA*, Vol 08 Nomor 05, Agustus 2019.
- Fauzan, Wawancara, Mataram, 21 Mei 2023
- Hermita Arif et al, “Minat Investasi Syariah Generasi Z: TPB, Perilaku Keuangan, dan Religiusitas”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 9 Nomor 01, 2023.
- Imam Santoso, Harries Madiistriyatno, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Kota Tangerang: Indigo Media, 2021).
- Isticharoh, Kardoyo, “Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial” *Economic Education Analisis Journal*, Oktober 2020.
- Mega Lestari, “Analisis Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Serta Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Intervening”, *AKURASI: Jurnal riset akuntansi dan keuangan*, Vol 4 Nomor 1, 2022.
- Muhammad Muslihul Hadi et al, “Pengaruh Social Media Platform, Financial Literacy, Investmen Motivation terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal”, e - *Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 12 Nomor 01, UNISMA.
- Muhammad Rais et al, “Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah”, *Maro; jurnal ekonomi syariah dan bisnis*, Vol 6 Nomor 2, November 2023.
- Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi et al, “Modal Investasi Awal Dan Persepsi Risiko Dalam Keputusan Berinvestasi”, *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Vol 2 Nomor 2, Desember 2017.

- OJK, “Roadmap Pasar Modal Indonesia 2023-2027”, dalam <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Roadmap-Pasar-Modal-Indonesia-2023---2027.aspx> diakses pada tanggal 27 Mei 2023 pukul. 14.51.
- Rifa Awaliyah Rahmi et al, “Analisis Faktor Pengaruh Minat Berinvestasi Generasi Z Pada Reksadana Syariah”, *Al-Intaj Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 8 Nomor 1, Maret 2022.
- Syariah*, (Mataram: Sanabil, 2020), hlm. 29-31.
- Venti Laksita Bangun, “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko dan Overconfidence terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Yogyakarta)”, (*Skripsi*, Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII, Yogyakarta 2020).
- Viki Rahmat Diansyah, Amalia Nuril Hidayati, “Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi, Persepsi Kemudahan, Risiko Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Pada Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Keuangan Syariah Di Jawa Timur)”, *Jurnal Riset Ekonomi*, Vol 2 Nomor 4, Januari 2023.