

## PERILAKU INVESTOR GENERASI Z: STUDI EMPIRIS PADA KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM DIGITAL

Resthi Amandaputri<sup>1</sup>, Dwi Apriliani Ningsih<sup>2</sup>, Hafizah Al Munawwaroh<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Bengkulu

<sup>1</sup>[resthiamandaputri@gmail.com](mailto:resthiamandaputri@gmail.com), <sup>2</sup>[dwibk158@gmail.com](mailto:dwibk158@gmail.com)<sup>3</sup>, [hafizahmunawwaroh@gmail.com](mailto:hafizahmunawwaroh@gmail.com)

Received: 04-01-2026

Revised: 12-01-2026

Approved: 17-01-2026

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku dan keputusan investasi saham digital pada Generasi Z, khususnya terkait literasi keuangan, adopsi fintech, pengaruh media sosial, serta bias dalam perspektif behavioral finance. Metode penelitian yang digunakan adalah Systematic Literature Review (SLR) dengan mengkaji 41 artikel ilmiah yang relevan, dilengkapi dengan analisis stakeholder untuk memahami peran aktor dalam ekosistem investasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, penggunaan fintech, serta pengaruh media sosial dan bias perilaku seperti overconfidence, herding, dan FOMO secara signifikan memengaruhi keputusan investasi Generasi Z. Fintech berperan sebagai katalisator yang meningkatkan akses dan minat investasi, sementara literasi keuangan berfungsi sebagai pengendali dalam pengambilan keputusan yang lebih rasional. Selain itu, faktor emosional dan persepsi risiko turut menentukan perilaku investasi, di mana ketidakmampuan mengelola emosi dapat memicu keputusan impulsif seperti panic selling dan overtrading. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa keputusan investasi Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional, tetapi juga oleh aspek psikologis dan sosial, sehingga diperlukan penguatan literasi keuangan, pengembangan fitur edukatif dalam fintech, serta peningkatan kemampuan pengendalian emosi untuk mendukung keputusan investasi yang lebih bijak dan berkelanjutan.*

**Kata Kunci:** Generasi Z, Literasi Keuangan, Fintech, Perilaku Investasi, Saham Digital

### PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam sektor keuangan telah mendorong perubahan signifikan pada pola investasi masyarakat, terutama di kalangan Generasi Z. Sebagai kelompok usia yang tumbuh seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi, Generasi Z memiliki tingkat kedekatan yang tinggi dengan perangkat digital, media sosial, serta layanan keuangan berbasis aplikasi. Kondisi ini menyebabkan generasi tersebut lebih terbuka dan adaptif terhadap investasi saham digital yang menawarkan kemudahan akses, efisiensi biaya, serta antarmuka aplikasi yang relatif sederhana dan intuitif (Elsalonika & Ida, 2025). Berbagai penelitian terdahulu menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan faktor mendasar yang memengaruhi perilaku serta kualitas pengambilan keputusan investasi Generasi Z. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih baik cenderung memiliki kemampuan dalam memahami risiko investasi, mengevaluasi informasi keuangan, serta memilih instrumen investasi secara lebih rasional dan terukur (Hidayat et al., 2025; Setyawan & Hasanah, 2025). Selain itu, efikasi finansial juga berperan penting dalam membentuk keyakinan diri Generasi Z untuk terlibat dalam aktivitas investasi, khususnya dalam menghadapi ketidakpastian dan volatilitas pasar (Sunandes & Meifilina, 2024).

Meskipun demikian, temuan empiris terkait perilaku investasi Generasi Z masih menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa studi menyatakan bahwa perilaku meniru (*herding behavior*) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi investor muda (Putri & Hudaya, 2024). Sebaliknya, penelitian lain menunjukkan bahwa *herding behavior* justru memiliki peran penting, terutama dalam konteks interaksi sosial digital dan komunitas investasi daring (Rahma et al., 2025). Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa keputusan investasi Generasi Z sangat dipengaruhi oleh kondisi

lingkungan sosial, paparan informasi digital, serta karakteristik psikologis masing-masing individu. Di samping faktor psikologis dan literasi keuangan, perkembangan teknologi finansial (*financial technology* atau fintech) juga menjadi determinan utama dalam keputusan investasi Generasi Z. Kajian berbasis *Systematic Literature Review* menunjukkan bahwa penggunaan fintech sering kali memberikan pengaruh yang lebih kuat terhadap minat investasi dibandingkan literasi keuangan, karena teknologi ini mampu meningkatkan kenyamanan, kecepatan, dan kemudahan dalam berinvestasi (Sari et al., 2024) (Frimayasa et al., 2025). Kehadiran platform investasi digital, seperti aplikasi saham dan reksa dana, turut menurunkan hambatan masuk bagi investor pemula melalui fitur otomatisasi, rekomendasi portofolio, serta integrasi sistem pembayaran digital (Rahma et al., 2025).

Selain itu, media sosial dan peran influencer keuangan (*finfluencers*) semakin memperkuat dinamika perilaku investasi Generasi Z. Informasi dan rekomendasi investasi yang tersebar luas di media sosial dapat meningkatkan minat berinvestasi, namun di sisi lain juga berpotensi memicu perilaku impulsif, seperti *fear of missing out* (FOMO) dan rasa percaya diri berlebihan (*overconfidence*) (Armeyanti et al., 2025). Dalam konteks ini, literasi keuangan berfungsi sebagai faktor penyeimbang yang dapat membantu Generasi Z menyaring informasi serta mengurangi risiko pengambilan keputusan investasi yang tidak terencana. Dari sisi teoritis, perilaku investasi Generasi Z dalam ekosistem digital dapat dijelaskan melalui pendekatan *behavioral finance*, yang menekankan bahwa keputusan investasi tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional semata, melainkan juga dipengaruhi oleh berbagai bias psikologis, seperti *overconfidence*, *herding*, *loss aversion*, dan persepsi risiko. Selain itu, model UTAUT2 menjelaskan bahwa ekspektasi kinerja, kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, serta kondisi fasilitasi berkontribusi terhadap adopsi teknologi fintech di kalangan Generasi Z (Saraswati et al., 2023).

Walaupun kajian mengenai perilaku investasi Generasi Z telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih membahas faktor-faktor tersebut secara terpisah dan menghasilkan temuan yang belum sepenuhnya konsisten. Oleh karena itu, diperlukan suatu kajian yang komprehensif untuk mensintesis berbagai hasil penelitian terdahulu guna memperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi saham digital Generasi Z. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) untuk mengkaji peran literasi keuangan, adopsi fintech, media sosial, serta bias perilaku dalam membentuk keputusan investasi Generasi Z, sekaligus merumuskan implikasi bagi pengembangan fintech dan edukasi keuangan di era digital.

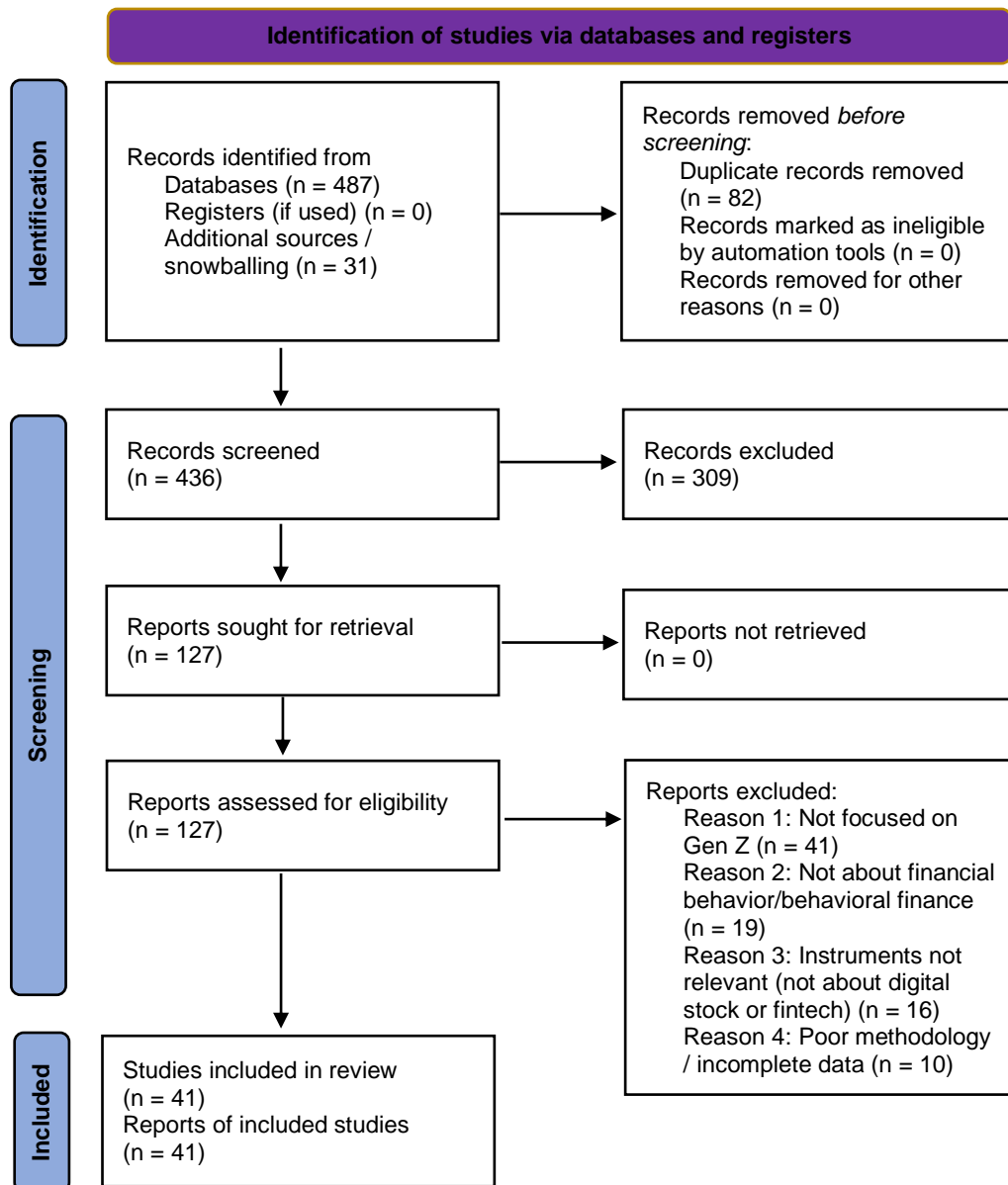
## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) sebagai metode utama untuk menghimpun, mengevaluasi, dan mensintesis berbagai temuan terkait perilaku investasi Generasi Z dalam ekosistem digital. Pendekatan SLR dipilih karena penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan keragaman hasil, baik dalam aspek literasi keuangan, efikasi finansial, penggunaan fintech, maupun pengaruh media sosial dan bias perilaku. Proses SLR dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan, dimulai dari identifikasi fokus penelitian, yaitu perilaku dan pengambilan keputusan investasi Generasi Z. Selanjutnya, dilakukan penentuan kata kunci yang relevan seperti *financial literacy*, *Gen Z investment decisions*, *fintech adoption*, *behavioral finance biases*, dan *digital investment platforms*. Kata kunci ini digunakan untuk melakukan penelusuran artikel pada berbagai database jurnal ilmiah nasional dan internasional. Artikel yang ditemukan kemudian diseleksi berdasarkan kriteria inklusi, yaitu rentang tahun publikasi terbaru, relevansi dengan Generasi

Z, kesesuaian dengan tema investasi digital, serta keselarasan dengan variabel penting seperti literasi keuangan, teknologi finansial, dan perilaku investor.

Setelah proses seleksi dilakukan, artikel-artikel yang memenuhi kriteria dianalisis secara mendalam untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antarvariabel yang memengaruhi perilaku investasi Generasi Z. Analisis SLR ini juga mencermati perbedaan hasil antarpelitian, baik dari sisi pengaruh bias psikologis, peran influencer, maupun sejauh mana media sosial dan fintech berkontribusi terhadap keputusan investasi generasi muda. Dengan demikian, SLR tidak hanya menyajikan sintesis temuan yang seragam, tetapi juga memetakan inkonsistensi antara satu penelitian dengan penelitian lainnya, sehingga menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai karakteristik dan kecenderungan perilaku investasi Gen Z. Selain metode SLR, penelitian ini juga menggunakan analisis stakeholder untuk memahami aktor-aktor yang terlibat dalam ekosistem investasi digital dan bagaimana peran mereka memengaruhi perilaku investasi Generasi Z.

Analisis ini menempatkan pemerintah dan regulator sebagai aktor penting dalam menyediakan jaminan keamanan dan aturan yang mendukung ekosistem investasi digital yang sehat. Institusi pendidikan dipandang sebagai pihak yang berperan dalam meningkatkan literasi dan kompetensi keuangan sejak dini, sehingga membantu Generasi Z mengambil keputusan investasi yang lebih rasional. Perusahaan fintech dan platform digital diposisikan sebagai penyedia akses, layanan, dan fasilitas investasi yang semakin memudahkan pengguna muda untuk mulai berinvestasi. Influencer keuangan dan komunitas digital, yang semakin populer di kalangan Gen Z, turut dianalisis karena perannya dalam membentuk persepsi risiko, minat, dan keputusan investasi melalui penyebaran informasi yang cepat dan mudah diakses. Hasil analisis stakeholder ini kemudian diintegrasikan dengan temuan SLR untuk memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai faktor internal dan eksternal yang membentuk perilaku investasi Generasi Z dalam era digital. Gabungan antara metode SLR dan analisis stakeholder memungkinkan penelitian ini menghasilkan gambaran yang menyeluruh dan mendalam. Pendekatan ini membantu memastikan bahwa temuan penelitian tidak hanya menggambarkan hubungan antarvariabel secara teoritis, tetapi juga melihat ekosistem yang lebih besar, termasuk pengaruh teknologi, lingkungan sosial, regulasi, serta perkembangan informasi digital yang membentuk pola dan preferensi investasi Generasi Z. Dengan demikian, metode penelitian ini memberikan landasan yang kuat untuk menarik kesimpulan mengenai dinamika perilaku investasi generasi muda dan implikasinya bagi pengembangan kebijakan maupun inovasi fintech di masa mendatang.



**Gambar 1.** Prisma Flow Diagram

Dalam penelitian ini, proses penelusuran literatur dilakukan secara terstruktur dengan mengacu pada pedoman PRISMA 2020. Tahapan pencarian mencakup identifikasi artikel dari berbagai basis data seperti Google Scholar, Scopus, ScienceDirect, DOAJ, dan Emerald Insight, serta penambahan sumber melalui metode *snowballing*. Setiap artikel yang ditemukan disaring melalui pemeriksaan judul dan abstrak, kemudian dianalisis lebih lanjut pada tahap penilaian teks lengkap untuk memastikan kesesuaiannya dengan topik perilaku investor Generasi Z, keputusan investasi, saham digital, fintech, dan *behavioral finance*. Setelah melalui seluruh proses seleksi tersebut, sebanyak 41 artikel dinyatakan memenuhi kriteria dan digunakan sebagai dasar dalam penyusunan kajian ini.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Perilaku Keuangan Generasi Z dalam Investasi Saham Digital

Perilaku keuangan Generasi Z dalam investasi digital sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan, rasa percaya diri dalam mengelola keuangan, serta pemanfaatan teknologi fintech. Sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan digital, Gen Z lebih cenderung memilih layanan keuangan berbasis aplikasi karena aksesnya mudah dan tampilannya yang sederhana untuk digunakan (Elsalonika & Ida, 2025). Temuan Hidayat et al. (2025) pada mahasiswa Gen Z juga memperlihatkan bahwa literasi investasi, persepsi risiko, dan kemampuan diri dalam keputusan finansial memiliki kontribusi penting terhadap pilihan investasi mereka. Bahkan, efikasi finansial muncul sebagai faktor yang paling kuat dalam mendorong keberanian mengambil risiko. Selain itu, penelitian Sunandes & Meifilina (2024) mencatat bahwa perkembangan teknologi memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi, sehingga penggunaan fintech semakin memantapkan perilaku investasi Gen Z. Walaupun begitu, rendahnya literasi keuangan masih menjadi persoalan bagi sebagian Gen Z. Contohnya, studi di Kabupaten Mataram menunjukkan bahwa literasi keuangan dan lingkungan sosial memang memengaruhi keputusan investasi, tetapi perilaku meniru (herding behaviour) tidak terbukti memiliki peran yang signifikan (Putri & Hudaya, 2024). Penelitian lain di Sumbawa menegaskan bahwa pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan tingkat pendapatan memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan investasi (D. W. Sari & Jibrail, 2025). Pengaruh media sosial dan proses belajar keuangan secara informal juga turut membentuk cara Gen Z mengelola keuangannya. (Aflaha, 2025) menemukan bahwa literasi keuangan, paparan melalui media sosial, dan pengalaman belajar finansial saling memengaruhi perilaku keuangan generasi ini, terutama karena berbagai konten digital kerap membentuk sikap dan pandangan mereka. Tingginya kenyamanan Gen Z dalam menggunakan teknologi keuangan menjadikan fintech sebagai bagian penting dari strategi investasi mereka. Penelitian Melati & Rokhmania (2024) memperlihatkan bahwa kemajuan teknologi berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan investasi Gen Z melalui perilaku keuangannya.

Dari perspektif behavioral finance, perilaku Gen Z dalam investasi digital memperlihatkan beberapa bias khas investor muda. Tingkat efikasi finansial yang tinggi, misalnya, sering kali menimbulkan kecenderungan overconfidence, yaitu perasaan terlalu yakin terhadap kemampuan diri sehingga mereka lebih berani mengambil risiko (Hidayat et al., 2025). Meski perilaku meniru kerap dikaitkan dengan kelompok usia muda, penelitian Putri & Hudaya (2024) menunjukkan bahwa pengaruh herding tidak selalu terlihat signifikan, setidaknya pada konteks Gen Z di Mataram.

### Peran Fintech dan Platform Saham Digital terhadap Keputusan Investasi

Perkembangan teknologi finansial (fintech) dan munculnya platform investasi saham digital telah menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi, khususnya di kalangan Generasi Z. Sebagai generasi digital native, Gen Z cenderung tertarik pada aplikasi investasi karena aksesnya yang mudah, antarmuka yang ramah pengguna, serta proses transaksi yang cepat dan praktis. Tinjauan literatur dalam *Systematic Literature Review: Pengaruh Financial Technology terhadap Minat Investasi pada Generasi Z Tahun 2024* menunjukkan bahwa kemudahan akses, desain antarmuka yang sederhana, dan integrasi pembayaran digital menjadi faktor utama yang mendorong Gen Z untuk memulai investasi (Sari et al., 2024). Penelitian empiris *Determinants of Use Behavior in Utilizing Fintech Investment Management for Gen-Z*, yang menggunakan kerangka model UTAUT-2, menemukan bahwa performance expectancy, hedonic motivation, facilitating conditions,

social influence, dan habit secara simultan meningkatkan niat serta perilaku penggunaan fintech investasi di kalangan Gen Z. Temuan ini menegaskan bahwa faktor teknologi tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga turut membentuk sikap dan motivasi investasi generasi tersebut (Saraswati et al., 2023).

Penelitian *The Influence of Financial Literacy and Fintech Usage on Investment Interest Among Generation Z in Jakarta* menemukan bahwa penggunaan fintech memiliki pengaruh paling besar terhadap minat investasi Gen Z dibandingkan literasi finansial, dengan efek mediasi melalui self-efficacy finansial (Frimayasa et al., 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa fintech tidak hanya memperkuat dampak pengetahuan keuangan, tetapi juga meningkatkan rasa percaya diri dalam pengambilan keputusan investasi. Platform investasi digital, termasuk aplikasi reksa dana seperti Bibit, mempermudah akses bagi investor pemula yang sebelumnya enggan memasuki pasar modal, sehingga mengurangi hambatan masuk (barrier to entry) bagi Gen Z (Rahma et al., 2025). Fintech juga berperan sebagai sarana edukasi dan literasi finansial. Studi *Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Pengetahuan Investasi terhadap Keputusan Investasi Gen Z di Pasar Modal Syariah* (2024) menunjukkan bahwa kemajuan teknologi yang menjadi bagian dari fintech memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa Gen Z. Penelitian lain, *Pengaruh Kemajuan Teknologi Investasi, Sosial Media Edukasi Saham, Motivasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Generasi Z Kabupaten Kudus* (2024), menemukan bahwa perkembangan teknologi, edukasi melalui media sosial, motivasi, dan pengetahuan investasi secara bersamaan meningkatkan minat investasi Gen Z. Meskipun fitur teknologi mempermudah transaksi dan edukasi, persepsi terhadap keamanan dan risiko tetap menjadi faktor penting.

Studi *Gen Z's Adoption of Investment Platforms: The Roles of Awareness, Literacy, and Risk Perceptions* menemukan bahwa persepsi keamanan platform memediasi hubungan antara literasi finansial dan adopsi aplikasi investasi (Gularso & Nicola, 2025). Temuan ini menegaskan bahwa keputusan investasi Gen Z dipengaruhi oleh kombinasi faktor teknologi, literasi, motivasi psikologis, dan kesadaran terhadap risiko. Secara teoritis, peran fintech dan platform digital mendukung asumsi bahwa lingkungan eksternal, seperti kemudahan akses, fitur digital, dan edukasi aplikasi, berinteraksi dengan faktor psikologis dan sosial untuk membentuk keputusan investasi. Hal ini konsisten dengan teori perilaku ekonomi dan finansial kontemporer. Dengan demikian, fintech dan platform saham digital tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga menjadi katalisator yang menurunkan hambatan masuk, meningkatkan literasi dan inklusi finansial, serta mendorong minat dan kepercayaan diri Gen Z dalam pengambilan keputusan investasi, meskipun keberhasilan jangka panjang tetap bergantung pada literasi, motivasi, dan kesadaran risiko pengguna.

### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kualitas Keputusan Investasi Generasi Z**

Literasi keuangan memiliki peranan yang sangat menentukan dalam kualitas keputusan investasi Generasi Z, karena tingkat pemahaman dan pengetahuan yang memadai memungkinkan mereka bertindak lebih rasional dan terencana, bukan sekadar mengikuti dorongan sesaat. Penelitian Setyawan & Hasanah (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi Gen Z di DKI Jakarta, khususnya ketika dipadukan dengan efikasi diri finansial, yang memperkuat keyakinan mereka untuk berinvestasi berdasarkan pertimbangan yang lebih matang dan terinformasi. Penelitian Hwang (2025) juga mengindikasikan bahwa literasi keuangan, bersama dengan tingkat pendapatan, memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Temuan

tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman keuangan yang dimiliki individu, semakin rasional dan terukur pula keputusan investasi yang mereka ambil.

Di sisi lain, literasi keuangan juga berperan dalam menekan kecenderungan perilaku impulsif. Studi kuantitatif di Medan oleh Siregar & Sadalia (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan pengalaman finansial secara simultan memengaruhi keputusan investasi melalui perilaku keuangan sebagai variabel mediasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa Gen Z dengan tingkat literasi yang lebih tinggi cenderung mengelola keuangan dan menilai risiko secara lebih bijaksana sebelum mengambil keputusan investasi. Selain itu, penelitian Djunaedi & Nurhasanah (2025) terhadap karyawan Gen Z di Jakarta Barat menunjukkan bahwa literasi keuangan, sikap keuangan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan investasi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa literasi keuangan tidak hanya berfungsi sebagai sumber pengetahuan, tetapi juga berperan dalam membentuk sikap keuangan yang lebih stabil dan rasional, sehingga mendorong pengambilan keputusan investasi yang lebih terarah dan bertanggung jawab. Namun, temuan empiris tidak selalu menunjukkan hasil yang konsisten. Penelitian Putri & Hudaya (2024) di Kota Mataram mengungkap bahwa meskipun literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi, dampak tersebut muncul bersamaan dengan pengaruh herding behavior dan faktor lingkungan sosial yang juga memiliki kontribusi signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan saja tidak cukup, karena keputusan investasi Gen Z tetap dipengaruhi oleh dinamika sosial dan kecenderungan mengikuti perilaku kelompok. Temuan tersebut menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memiliki pemahaman mengenai konsep keuangan, mereka tidak sepenuhnya terlepas dari pengaruh lingkungan sosial dan masih berpotensi mengambil keputusan investasi yang dipengaruhi oleh pihak lain. Dengan demikian, aspek sosial tetap menjadi faktor yang melekat dalam proses pengambilan keputusan mereka.

Sementara itu, dalam ranah literasi keuangan syariah, penelitian Yenny et al, (2025) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah yang lebih tinggi pada Generasi Z secara signifikan mendorong pengambilan keputusan investasi syariah yang lebih rasional, terencana, dan berorientasi jangka panjang. Hal ini menegaskan bahwa literasi keuangan berperan penting bukan hanya dalam investasi konvensional, tetapi juga dalam ranah keuangan syariah, karena pemahaman yang memadai memungkinkan individu membuat keputusan investasi yang lebih matang serta selaras dengan prinsip-prinsip Islam.

### **Faktor Behavioral Finance yang Mempengaruhi Keputusan Investasi**

Dalam perspektif behavioral finance, berbagai bias psikologis berperan besar dalam membentuk keputusan investasi Generasi Z. Salah satu bias yang paling menonjol adalah overconfidence, yaitu kecenderungan investor muda untuk menilai kemampuan analisis dan pemahaman pasar mereka secara berlebihan. Sugianto et al, (2024) menemukan bahwa overconfidence memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Gen Z di Indonesia, dengan literasi keuangan berperan sebagai faktor yang dapat memoderasi hubungan tersebut. Penelitian Siti et al, (2025) turut menunjukkan bahwa overconfidence memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z pada instrumen saham syariah. Namun demikian, herding bias tidak terbukti memberikan pengaruh signifikan secara parsial dalam konteks penelitian tersebut.

Selain bias overconfidence, herding behavior yakni kecenderungan individu mengikuti keputusan investasi yang diambil oleh kelompok juga merupakan bias yang menonjol di kalangan Generasi Z. Penelitian yang melibatkan responden Gen Z di Jawa Barat oleh Rahmah et al, (2024) menunjukkan bahwa herding behavior memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi yang mereka ambil. Penelitian Azzahra & Radiman

(2025) turut memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa kecenderungan mengikuti perilaku kolektif investor berperan dalam memengaruhi keputusan investasi secara keseluruhan, khususnya pada individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah. Persepsi risiko juga terbukti memainkan peran penting. Studi yang dilakukan Tang & Asandimitra, (2023) terhadap investor Gen Z di Surabaya menunjukkan bahwa persepsi terhadap tingkat risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, bersama dengan herding bias dan literasi keuangan sebagai faktor pendukung lainnya. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa cara generasi muda menafsirkan dan menilai tingkat risiko investasi menjadi faktor penentu yang signifikan dalam membentuk perilaku investasi mereka, khususnya dalam ekosistem digital yang kerap menampilkan peluang keuntungan tinggi secara meyakinkan namun berpotensi menyesatkan. Selanjutnya, loss aversion yakni kecenderungan individu untuk lebih kuat menghindari kerugian dibandingkan mengejar keuntungan juga tampak dalam perilaku investasi Generasi Z. Penelitian di Bandar Lampung oleh Siti et al, (2025) menunjukkan bahwa bias ini memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi Gen Z pada indeks saham syariah. Namun, temuan mengenai bias perilaku lainnya tidak sepenuhnya konsisten. Sebagai contoh, penelitian Pratiknjo et al, (2024) menunjukkan bahwa loss aversion tidak memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan investasi, meskipun bias tersebut terbukti memengaruhi munculnya FOMO.

Secara empiris, dinamika berbagai bias perilaku ini menunjukkan kompleksitas yang tinggi. Overconfidence dan herding kerap muncul secara simultan dalam sejumlah penelitian mengenai Generasi Z, membentuk pola perilaku di mana investor muda merasa memiliki keyakinan kuat terhadap kemampuan analisisnya, namun pada saat yang sama tetap terpengaruh oleh keputusan kelompok atau arus kolektif (Mujib & Said, 2024). Persepsi risiko turut menambah dimensi pengaruh yang signifikan, di mana cara individu memandang dan menilai risiko dapat mendorong keputusan investasi yang lebih konservatif maupun lebih agresif, bergantung pada tingkat literasi keuangan yang dimiliki. Sementara itu, loss aversion memperlihatkan hasil yang beragam: dalam sejumlah penelitian, bias ini berperan sebagai pendorong perilaku yang lebih berhati-hati dan rasional, namun pada penelitian lainnya, pengaruhnya dapat tereduksi oleh faktor-faktor lain seperti FOMO atau herding yang cenderung memperkuat keputusan impulsif. Keterpaduan berbagai bias tersebut menunjukkan bahwa keputusan investasi Generasi Z tidak sepenuhnya bersifat rasional sebagaimana diasumsikan dalam teori keuangan klasik, melainkan dipengaruhi secara kuat oleh faktor psikologis terutama tingkat kepercayaan diri, tekanan sosial, serta persepsi terhadap potensi kerugian. Dengan demikian, upaya seperti peningkatan literasi keuangan dan program pelatihan untuk meminimalkan bias perilaku menjadi sangat penting agar Gen Z dapat mengambil keputusan investasi yang lebih bijaksana, proporsional, dan terinformasi.

### **Dampak Informasi Digital dan Media Sosial terhadap Perilaku Investasi Generasi Z**

Di era digital, arus informasi keuangan yang beredar di media sosial menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku investasi Generasi Z. Salah satu sumber pengaruh yang dominan berasal dari finfluencers, yaitu individu yang memberikan edukasi serta rekomendasi terkait investasi melalui berbagai platform digital. Temuan penelitian Setyawan & Hasanah (2025) mengungkapkan bahwa literasi keuangan, keyakinan diri dalam mengelola keuangan, serta pengaruh dari para influencer berperan signifikan dalam menentukan keputusan investasi Gen Z di wilayah DKI Jakarta. Selain itu, Agustin & Sari (2025) turut mengidentifikasi bahwa influencer di media sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi kalangan generasi muda dalam aktivitas pasar modal.

Komunitas saham berbasis daring juga memperkuat fenomena tersebut. Melalui berbagai platform seperti Telegram, WhatsApp, dan forum digital, Generasi Z banyak terpapar diskusi antaranggota yang berpotensi memunculkan herding behaviour, yakni kondisi ketika keputusan investasi lebih dipengaruhi oleh tekanan sosial daripada analisis fundamental. Temuan penelitian kuantitatif pada kelompok Gen Z menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial serta jenis informasi yang dikonsumsi baik berupa rekomendasi saham maupun opini influencer menjadi faktor yang secara signifikan memengaruhi perilaku investasi mereka (Rohman & Safiih, 2025). Fenomena FOMO (Fear of Missing Out) berperan sebagai mediator signifikan dalam keterkaitan antara informasi digital dan keputusan investasi. Sebagai contoh, penelitian Fonseca, (2025) menunjukkan bahwa FOMO, bersama dengan pengaruh finfluencers, turut mendorong keputusan investasi di kalangan mahasiswa, sementara literasi keuangan berfungsi sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan tersebut. Selain itu, temuan penelitian Armeyanti et al, (2025) menegaskan bahwa FOMO dan influencer media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, sementara literasi keuangan berperan sebagai moderator yang memperkuat hubungan tersebut.

Pesatnya arus informasi di media sosial juga memunculkan berbagai risiko. Karakteristik platform yang viral dan serba cepat dapat mendorong Generasi Z mengambil keputusan investasi secara impulsif demi menghindari ketertinggalan tren, tanpa melakukan analisis yang memadai. Di samping itu, isu mengenai kredibilitas influencer keuangan menjadi semakin relevan. Sebuah studi di Inggris menunjukkan bahwa banyak finfluencer memiliki jangkauan audiens yang luas tetapi tidak memiliki kualifikasi profesional, sehingga batas antara edukasi dan promosi menjadi semakin kabur (Ghadaf & Andriotis, 2025). Meskipun media sosial dan informasi digital menawarkan akses pengetahuan investasi yang jauh lebih luas dibandingkan sebelumnya, berbagai fenomena seperti FOMO, tekanan dari komunitas daring, serta potensi penyebaran informasi yang tidak akurat menuntut perhatian yang lebih serius dari para pendidik keuangan, regulator, dan penyedia layanan fintech. Upaya tersebut diperlukan agar Generasi Z dapat mengambil keputusan investasi secara lebih rasional, terinformasi, dan bertanggung jawab.

### **Preferensi dan Strategi Investasi Saham Digital Generasi Z**

Generasi Z semakin menunjukkan minat dan partisipasi dalam investasi digital, dengan berbagai penelitian empiris memberikan gambaran mengenai preferensi dan strategi mereka. Penelitian *Gen Z Investment Decision: Role of Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Experience and Risk Tolerance* (2024) menemukan bahwa literasi keuangan, perilaku keuangan, dan toleransi risiko secara positif dan signifikan memengaruhi keputusan investasi di kalangan Gen Z. Temuan ini menunjukkan bahwa Gen Z dengan literasi dan toleransi risiko yang lebih tinggi cenderung lebih aktif dalam berinvestasi. Studi *Minat Investasi Saham Generasi Z: Financial Literacy dan Risk Tolerance* (2024) pada investor Gen Z di era digital menemukan bahwa literasi keuangan dan toleransi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mereka untuk berinvestasi di pasar saham. Dalam hal preferensi instrumen, tren menunjukkan bahwa Gen Z cenderung tertarik pada instrumen dengan risiko dan potensi imbal hasil yang relatif tinggi, termasuk saham individual, serta instrumen pasar modal lain seperti reksa dana saham, terutama bagi mereka yang memiliki literasi finansial dan toleransi risiko yang memadai. Temuan dari riset *Drivers of Generation Z's Investment Interest* (2025) mendukung hal ini, menunjukkan bahwa pengetahuan investasi dan akses melalui fintech atau platform digital secara signifikan

meningkatkan niat investasi Gen Z, sedangkan persepsi risiko berbanding terbalik; semakin tinggi persepsi risiko, minat investasi cenderung menurun.

Strategi investasi Gen Z bersifat beragam dan dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Gen Z dengan literasi keuangan dan toleransi risiko yang tinggi cenderung memilih strategi investasi yang lebih aktif dan bersedia mengambil risiko, termasuk berinvestasi pada aset berisiko tinggi. Temuan ini sejalan dengan studi *Gen Z Investment Decision* (2024), yang menunjukkan bahwa toleransi risiko merupakan determinan signifikan dalam pengambilan keputusan investasi. Gen Z dengan literasi atau toleransi risiko yang lebih rendah, atau yang sangat memperhatikan persepsi risiko, cenderung bersikap lebih berhati-hati atau menahan diri dalam berinvestasi, terutama ketika persepsi risiko dinilai tinggi, sebagaimana ditunjukkan oleh studi *Drivers of Generation Z's Investment Interest* (2025). Adopsi teknologi melalui fintech atau platform digital juga memengaruhi preferensi dan strategi investasi Gen Z.

Penelitian *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Gen Z* (2025) menemukan bahwa penggunaan teknologi finansial, bersama dengan faktor literasi dan toleransi risiko, memberikan kontribusi signifikan terhadap keputusan investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan fitur digital membantu Gen Z memilih instrumen investasi yang sesuai dengan profil risiko dan tujuan keuangan mereka. Meski banyak Gen Z memilih saham dan instrumen dengan risiko relatif tinggi, sebagian dari mereka tetap mempertimbangkan diversifikasi dan strategi yang lebih konservatif, terutama jika mereka memahami pentingnya pengendalian risiko dan kompleksitas pasar. Studi *Minat Investasi Saham Generasi Z: Financial Literacy dan Risk Tolerance* (2024) menekankan bahwa literasi finansial dan toleransi risiko sangat penting agar investor Gen Z dapat membuat keputusan investasi yang rasional dan sesuai dengan profil risiko mereka. Preferensi dan strategi investasi saham digital di kalangan Gen Z tidak mengikuti satu pola tunggal. Mereka menyusun portofolio berdasarkan literasi finansial, toleransi risiko, pengetahuan investasi, dan akses digital, sehingga kombinasi instrumen dan strategi sangat bervariasi, mulai dari saham individual berisiko tinggi hingga instrumen terdiversifikasi, serta dari strategi agresif jangka pendek hingga strategi moderat jangka menengah. Temuan ini menegaskan bahwa Gen Z sebagai investor bersifat adaptif dan heterogen, responsif terhadap peluang, namun tetap mempertimbangkan risiko serta karakteristik keuangan pribadi dalam menentukan strategi investasi.

### **Implikasi Hasil Penelitian untuk Pengembangan Fintech dan Edukasi Keuangan**

Hasil penelitian mengenai perilaku dan preferensi investasi Generasi Z dalam ekosistem digital menunjukkan bahwa fintech dan platform saham digital memiliki potensi besar sebagai sarana inklusi keuangan dan literasi finansial, apabila dikombinasikan dengan edukasi yang tepat. Studi *Perilaku Keuangan Generasi Z: Peran Penerapan Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Efikasi Diri* (2025) menemukan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh paling kuat terhadap perilaku keuangan Gen Z, sementara adopsi fintech dan efikasi diri juga secara signifikan mendukung pengambilan keputusan keuangan. Temuan ini menegaskan bahwa fintech tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi atau investasi, tetapi dapat menjadi saluran edukasi dan pemberdayaan keuangan bila dilengkapi dengan literasi. Tinjauan literatur *Systematic Literature Review: Pengaruh Financial Technology terhadap Minat Investasi pada Generasi Z Tahun 2024* (2024) menunjukkan bahwa kemudahan akses, antarmuka yang sederhana, dan integrasi pembayaran digital menjadi faktor utama yang menarik minat Gen Z untuk mulai berinvestasi. Penelitian lain, *Pengaruh Edukasi dan Literasi Keuangan Digital terhadap Minat Investasi Jangka Panjang*

*Generasi Z Pengguna Fintech (2025)*, menemukan adanya korelasi positif antara edukasi dan literasi keuangan digital dengan minat investasi jangka panjang di kalangan Gen Z pengguna fintech. Berdasarkan temuan tersebut, terdapat sejumlah implikasi praktis dan rekomendasi strategis untuk pengembangan fintech serta edukasi keuangan bagi Generasi Z. Pengembang fintech disarankan menghadirkan fitur edukatif dan interaktif dalam aplikasi mereka, seperti simulasi risiko, panduan pemilihan instrumen investasi, serta materi pengelolaan portofolio, agar Gen Z mampu membuat keputusan investasi yang lebih bijak dan rasional (Elsalonika & Ida, 2025). Kemudahan akses dan antarmuka yang ramah pengguna tetap menjadi faktor utama. Fintech perlu memastikan desain aplikasi sederhana, integrasi pembayaran yang efisien, serta transparansi biaya, sehingga investor muda merasa nyaman dan percaya diri saat menggunakan platform digital (Sari et al., 2024).

Literasi keuangan digital perlu diperkuat melalui kolaborasi dengan regulator dan program edukasi publik, agar inklusi keuangan berjalan efektif dan Gen Z memahami aspek keamanan, risiko, serta regulasi dalam investasi digital (Amnas et al., 2024). Edukasi juga sebaiknya mengadopsi pendekatan *behavioral finance*, dengan membahas bias kognitif dan emosional yang memengaruhi keputusan investasi, sehingga Gen Z mampu mengenali perilaku impulsif dan membuat keputusan investasi yang lebih rasional (Mahanani et al., 2025). Kombinasi fintech inovatif, edukasi literasi keuangan digital, dan pendekatan *behavioral finance* dapat mendukung Generasi Z untuk berinvestasi secara lebih cerdas, aman, dan berkelanjutan. Pendekatan ini juga berkontribusi pada pengembangan praktik investasi digital yang lebih inklusif dan efektif.

### **Pengaruh Risiko dan Pengendalian Emosi dalam Pengambilan Keputusan Investasi**

Persepsi terhadap risiko serta tingkat toleransi risiko merupakan faktor krusial yang menentukan kecenderungan Generasi Z dalam melakukan aktivitas jual maupun beli pada instrumen saham digital. Meskipun kelompok investor muda ini umumnya memahami karakteristik instrumen digital yang sangat fluktuatif khususnya aset kripto dan saham dengan kapitalisasi pasar kecil kesadaran tersebut tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku pengambilan keputusan yang lebih berhati-hati. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa walaupun Gen Z memiliki pemahaman mengenai potensi kerugian akibat volatilitas tinggi, mereka tetap terdorong untuk berinvestasi karena adanya kemudahan akses melalui platform digital, kemampuannya menyediakan transaksi instan, serta persepsi mengenai peluang memperoleh imbal hasil dalam waktu singkat. Dengan kata lain, faktor kenyamanan teknologi dan harapan atas keuntungan cepat sering kali mengurangi efek penahan dari persepsi risiko yang sebenarnya telah disadari, sehingga keputusan investasi lebih dipengaruhi oleh daya tarik aksesibilitas dan potensi keuntungan jangka pendek dibandingkan pertimbangan risiko secara menyeluruh. Persepsi risiko dan tingkat toleransi risiko merupakan faktor krusial yang menentukan kecenderungan Generasi Z dalam mengambil keputusan untuk membeli maupun menjual saham digital. Meskipun kelompok usia ini umumnya memahami bahwa instrumen digital khususnya cryptocurrency dan saham dengan kapitalisasi kecil memiliki karakteristik volatilitas yang tinggi, pemahaman tersebut tidak selalu berfungsi sebagai penghambat perilaku investasi. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kesadaran terhadap risiko tidak serta-merta mendorong sikap kehati-hatian; sebaliknya, banyak investor Gen Z tetap terlibat secara aktif di pasar karena kemudahan akses platform digital, proses transaksi yang praktis, dan harapan memperoleh keuntungan dalam waktu singkat. Dengan kata lain, meskipun instrumen investasi tersebut mengandung risiko yang substansial, daya tarik berupa imbal hasil potensial dan kemudahan partisipasi melalui

aplikasi trading sering kali lebih dominan memengaruhi keputusan investasi mereka dibandingkan pertimbangan rasional terkait manajemen risiko (Puspitasari et al., 2025).

Selain itu, toleransi risiko individu turut membentuk pola aktivitas trading pada Gen Z. Mereka yang memiliki toleransi risiko tinggi cenderung lebih aktif melakukan transaksi dan mempertahankan aset berisiko, sedangkan individu dengan toleransi risiko rendah biasanya memilih menjual lebih cepat ketika pasar bergerak negatif. Temuan survei dan penelitian kuantitatif menunjukkan adanya hubungan positif antara pengalaman investasi sebelumnya dan tingkat toleransi risiko semakin banyak pengalaman yang diperoleh, baik berupa keuntungan maupun kerugian, semakin matang pertimbangan investasi selanjutnya. Namun demikian, pengalaman mengalami kerugian besar juga dapat mendorong munculnya perilaku sangat defensif, seperti kecenderungan menjual secara berlebihan karena sikap terlalu menghindari risiko (Azaria et al., 2024). Aspek pengendalian emosi (emotion regulation), khususnya kemampuan individu dalam mengelola ketakutan (fear), keserakahan (greed), dan ketakutan mengalami kerugian (fear of loss), secara konsisten diidentifikasi sebagai faktor penentu yang kuat dalam memicu kecenderungan perilaku jual-beli impulsif pada platform investasi digital. Sejalan dengan temuan berbagai studi SLR dan penelitian empiris terbaru, respons emosional negatif seperti rasa panik dan ketakutan akibat volatilitas pasar sering kali mendorong investor muda melakukan tindakan jual cepat yang tidak terencana (panic selling) demi menghindari kerugian lebih lanjut. Sebaliknya, emosi positif yang berlebihan atau euforia keuntungan (euphoric greed) kerap menimbulkan kecenderungan untuk melakukan aktivitas perdagangan secara berlebihan (overtrading), termasuk pembelian aset yang tidak disertai analisis memadai pada kondisi pasar bullish. Pola ini menggambarkan bahwa dinamika emosi memainkan peran kritis dalam memengaruhi penilaian dan pengambilan keputusan investasi, terutama bagi Generasi Z yang beroperasi dalam lingkungan digital dengan akses informasi cepat dan paparan sinyal pasar yang intens.

Dengan demikian, regulasi emosi menjadi komponen penting dalam menjaga kualitas keputusan investasi serta mengurangi risiko perilaku spekulatif yang merugikan secara jangka panjang (Verma et al., 2025). Penelitian mengenai Generasi Z menunjukkan bahwa kemampuan mengendalikan emosi terutama terkait ketakutan (fear), dorongan keserakahan (greed), serta kecemasan akan potensi kerugian (fear of loss) menjadi salah satu penentu paling kuat munculnya perilaku transaksi impulsif pada platform investasi digital. Temuan dalam berbagai kajian SLR maupun penelitian empiris terkini memperlihatkan bahwa emosi negatif seperti kepanikan dan rasa takut sering kali mendorong investor muda melakukan penjualan terburu-buru (panic selling) ketika pasar mengalami tekanan. Sebaliknya, kondisi emosional yang terlalu optimistik atau euforia menyebabkan kecenderungan untuk melakukan aktivitas perdagangan yang berlebihan (overtrading) dan pembelian aset secara agresif pada saat pasar menunjukkan tren menguat, sehingga meningkatkan eksposur terhadap risiko yang tidak terukur. Selain itu, bukti lapangan pada kelompok Gen Z menegaskan bahwa dinamika emosional ini tidak bekerja secara terpisah, tetapi justru berinteraksi dengan berbagai bias perilaku lain, termasuk overconfidence dan fenomena fear of missing out (FOMO). Dalam banyak kasus, investor muda yang pada awalnya memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi dapat berubah menjadi pelaku trading yang reaktif dan impulsif ketika terpapar tekanan sosial digital, sinyal tren dari komunitas online, atau informasi pasar yang bergerak cepat. Kombinasi antara keyakinan berlebih dan dorongan untuk tidak tertinggal momentum sering membuat keputusan investasi lebih dipengaruhi oleh sentimen sesaat daripada pertimbangan analitis, sehingga meningkatkan probabilitas terjadinya kesalahan keputusan dan kerugian (Sutejo et al., 2024).

Aspek pengendalian emosi (emotion regulation) khususnya kemampuan mengelola ketakutan (fear), dorongan keserakahan (greed), serta rasa takut mengalami kerugian (fear of loss) secara konsisten diidentifikasi sebagai faktor yang sangat menentukan dalam munculnya perilaku jual-beli impulsif pada platform investasi digital. Berbagai kajian SLR maupun penelitian empiris mutakhir menunjukkan bahwa emosi negatif, seperti kepanikan atau ketakutan yang meningkat dalam kondisi pasar bergejolak, cenderung mendorong investor melakukan aksi jual secara tergesa-gesa (panic selling). Sebaliknya, emosi positif yang berlebihan, terutama yang berkaitan dengan euforia keuntungan atau rasa percaya diri berlebih, sering kali memicu aktivitas overtrading dan keputusan pembelian yang tidak terukur ketika pasar sedang berada pada fase bullish. Temuan lapangan terkait perilaku investor Gen Z juga menegaskan bahwa respons emosional tersebut umumnya tidak berdiri sendiri, melainkan bekerja bersamaan dengan berbagai bias psikologis lain, seperti overconfidence dan rasa takut tertinggal peluang (FOMO). Dalam banyak kasus, seorang investor muda yang pada awalnya memiliki tingkat kepercayaan diri yang stabil dapat berubah menjadi pelaku transaksi impulsif apabila terpapar dorongan FOMO atau terpengaruh oleh sinyal sosial yang beredar dalam komunitas daring dan forum diskusi pasar. Kombinasi antara emosi kuat dan bias perilaku tersebut meningkatkan probabilitas pengambilan keputusan investasi yang tidak sepenuhnya rasional.

Berdasarkan dinamika tersebut, implikasi strategis yang muncul adalah bahwa upaya intervensi yang efektif tidak hanya berfokus pada peningkatan literasi keuangan dalam bentuk pengetahuan teknis semata, melainkan juga harus mencakup pengembangan keterampilan pengendalian emosi dan manajemen risiko psikologis. Program edukasi yang dirancang secara komprehensif perlu memasukkan pelatihan penguatan regulasi emosi, penggunaan strategi trading berbasis aturan (rule-based trading) seperti penerapan stop-loss dan pengaturan ukuran posisi (position sizing), serta penyediaan fitur dalam aplikasi investasi yang memungkinkan jeda keputusan (cooling-off period) sebelum transaksi dieksekusi. Selain itu, pendekatan pembelajaran melalui simulasi pengalaman seperti paper trading, disertai sesi refleksi (debriefing) atas profit maupun kerugian awal, terbukti mampu membantu investor muda menstabilkan toleransi terhadap risiko dan mengurangi kecenderungan menunjukkan reaksi emosional yang berlebihan. Intervensi semacam ini menjadi semakin penting mengingat karakteristik Gen Z yang relatif baru dalam pasar modal dan rentan terhadap volatilitas emosional maupun tekanan sosial di lingkungan digital mereka (Puspitasari et al., 2025).

### **Pengaruh Risiko dan Pengendalian Emosi dalam Pengambilan Keputusan Investasi**

Persepsi terhadap risiko serta tingkat toleransi risiko merupakan faktor krusial yang menentukan kecenderungan Generasi Z dalam melakukan aktivitas jual maupun beli pada instrumen saham digital. Meskipun kelompok investor muda ini umumnya memahami karakteristik instrumen digital yang sangat fluktuatif khususnya aset kripto dan saham dengan kapitalisasi pasar kecil kesadaran tersebut tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku pengambilan keputusan yang lebih berhati-hati. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa walaupun Gen Z memiliki pemahaman mengenai potensi kerugian akibat volatilitas tinggi, mereka tetap terdorong untuk berinvestasi karena adanya kemudahan akses melalui platform digital, kemampuannya menyediakan transaksi instan, serta persepsi mengenai peluang memperoleh imbal hasil dalam waktu singkat. Dengan kata lain, faktor kenyamanan teknologi dan harapan atas keuntungan cepat sering kali mengurangi efek penahan dari persepsi risiko yang sebenarnya telah disadari, sehingga keputusan investasi lebih

dipengaruhi oleh daya tarik aksesibilitas dan potensi keuntungan jangka pendek dibandingkan pertimbangan risiko secara menyeluruh. Persepsi risiko dan tingkat toleransi risiko merupakan faktor krusial yang menentukan kecenderungan Generasi Z dalam mengambil keputusan untuk membeli maupun menjual saham digital. Meskipun kelompok usia ini umumnya memahami bahwa instrumen digital khususnya cryptocurrency dan saham dengan kapitalisasi kecil memiliki karakteristik volatilitas yang tinggi, pemahaman tersebut tidak selalu berfungsi sebagai penghambat perilaku investasi. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kesadaran terhadap risiko tidak serta-merta mendorong sikap kehati-hatian; sebaliknya, banyak investor Gen Z tetap terlibat secara aktif di pasar karena kemudahan akses platform digital, proses transaksi yang praktis, dan harapan memperoleh keuntungan dalam waktu singkat. Dengan kata lain, meskipun instrumen investasi tersebut mengandung risiko yang substansial, daya tarik berupa imbal hasil potensial dan kemudahan partisipasi melalui aplikasi trading sering kali lebih dominan memengaruhi keputusan investasi mereka dibandingkan pertimbangan rasional terkait manajemen risiko (Puspitasari et al., 2025).

Aspek pengendalian emosi (emotion regulation), khususnya kemampuan individu dalam mengelola ketakutan (fear), keserakahan (greed), dan ketakutan mengalami kerugian (fear of loss), secara konsisten diidentifikasi sebagai faktor penentu yang kuat dalam memicu kecenderungan perilaku jual-beli impulsif pada platform investasi digital. Sejalan dengan temuan berbagai studi SLR dan penelitian empiris terbaru, respons emosional negatif seperti rasa panik dan ketakutan akibat volatilitas pasar sering kali mendorong investor muda melakukan tindakan jual cepat yang tidak terencana (panic selling) demi menghindari kerugian lebih lanjut. Sebaliknya, emosi positif yang berlebihan atau euforia keuntungan (euphoric greed) kerap menimbulkan kecenderungan untuk melakukan aktivitas perdagangan secara berlebihan (overtrading), termasuk pembelian aset yang tidak disertai analisis memadai pada kondisi pasar bullish. Pola ini menggambarkan bahwa dinamika emosi memainkan peran kritis dalam memengaruhi penilaian dan pengambilan keputusan investasi, terutama bagi Generasi Z yang beroperasi dalam lingkungan digital dengan akses informasi cepat dan paparan sinyal pasar yang intens. Dengan demikian, regulasi emosi menjadi komponen penting dalam menjaga kualitas keputusan investasi serta mengurangi risiko perilaku spekulatif yang merugikan secara jangka panjang (Verma et al., 2025). Penelitian mengenai Generasi Z menunjukkan bahwa kemampuan mengendalikan emosi terutama terkait ketakutan (fear), dorongan keserakahan (greed), serta kecemasan akan potensi kerugian (fear of loss) menjadi salah satu penentu paling kuat munculnya perilaku transaksi impulsif pada platform investasi digital. Temuan dalam berbagai kajian SLR maupun penelitian empiris terkini memperlihatkan bahwa emosi negatif seperti kepanikan dan rasa takut sering kali mendorong investor muda melakukan penjualan terburu-buru (panic selling) ketika pasar mengalami tekanan. Sebaliknya, kondisi emosional yang terlalu optimistik atau euforia menyebabkan kecenderungan untuk melakukan aktivitas perdagangan yang berlebihan (overtrading) dan pembelian aset secara agresif pada saat pasar menunjukkan tren menguat, sehingga meningkatkan eksposur terhadap risiko yang tidak terukur.

Aspek pengendalian emosi (emotion regulation) khususnya kemampuan mengelola ketakutan (fear), dorongan keserakahan (greed), serta rasa takut mengalami kerugian (fear of loss) secara konsisten diidentifikasi sebagai faktor yang sangat menentukan dalam munculnya perilaku jual-beli impulsif pada platform investasi digital. Berbagai kajian SLR maupun

penelitian empiris mutakhir menunjukkan bahwa emosi negatif, seperti kepanikan atau ketakutan yang meningkat dalam kondisi pasar bergejolak, cenderung mendorong investor melakukan aksi jual secara tergesa-gesa (panic selling). Sebaliknya, emosi positif yang berlebihan, terutama yang berkaitan dengan euforia keuntungan atau rasa percaya diri berlebih, sering kali memicu aktivitas overtrading dan keputusan pembelian yang tidak terukur ketika pasar sedang berada pada fase bullish.

Temuan lapangan terkait perilaku investor Gen Z juga menegaskan bahwa respons emosional tersebut umumnya tidak berdiri sendiri, melainkan bekerja bersamaan dengan berbagai bias psikologis lain, seperti overconfidence dan rasa takut tertinggal peluang (FOMO). Dalam banyak kasus, seorang investor muda yang pada awalnya memiliki tingkat kepercayaan diri yang stabil dapat berubah menjadi pelaku transaksi impulsif apabila terpapar dorongan FOMO atau terpengaruh oleh sinyal sosial yang beredar dalam komunitas daring dan forum diskusi pasar. Kombinasi antara emosi kuat dan bias perilaku tersebut meningkatkan probabilitas pengambilan keputusan investasi yang tidak sepenuhnya rasional.

## KESIMPULAN

Bahwa perilaku dan keputusan investasi saham digital pada Generasi Z dipengaruhi oleh kombinasi faktor rasional, teknologi, sosial, dan psikologis. Literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kualitas keputusan yang lebih rasional dan terencana, sementara adopsi fintech menjadi katalis utama yang mempermudah akses serta mendorong minat investasi. Di sisi lain, pengaruh media sosial dan komunitas digital turut membentuk perilaku investasi, namun juga berpotensi memicu bias seperti overconfidence, herding, dan FOMO yang mengarah pada keputusan impulsif. Selain itu, faktor emosional dan persepsi risiko terbukti memengaruhi tindakan investasi, terutama dalam kondisi pasar yang fluktuatif. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi keuangan, pengembangan fitur edukatif dalam platform fintech, serta peningkatan kemampuan pengendalian emosi agar Generasi Z dapat mengambil keputusan investasi yang lebih bijak, rasional, dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aflaha, V. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan , Pembelajaran Keuangan , dan Media Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Gen Z. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 449–4502.
- Agustin, D. M., & Sari, L. P. (2025). Dampak Influencer, Motivasi, Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *JBB*, 14(2), 305–318.
- Alamri, N. R. (2024). Pengaruh Edukasi Pajak , Literasi Digital , Sistem E-Filing , Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi ( Studi Kasus Kantor Pajak Pratama Kudus ). *Jurnal Economina*, 3(11), 992–1006.
- Amnas, M. B., Selvam, M., & Parayitam, S. (2024). FinTech and Financial Inclusion : Exploring the Mediating Role of Digital Financial Literacy and the Moderating Influence of Perceived Regulatory Support. *Journal of Risk and Financial Management*.
- Armeyanti, Z., Umyana, A., & Karpriana, A. P. (2025). Pengaruh Fomo Dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Invsetasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Moderasi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntasi)*, 9(2), 3256–3280.

- Azaria, M. J. F., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Aryoko, Y. P. (2024). Gen Z Investment Decision: Role Of Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Experience And Risk Tolerance. *Airlangga Journal Of Innovation Management*, 5(4), 721–739. <https://doi.org/10.20473/ajim.v5i4.61315>
- Azzahra, K., & Radiman. (2025). Pengaruh Herding Behaviour Dan Overconfidence Bias Terhadap Investment Decision Dengan Financial Literacy Sebagai Variabel Moderasi Di Kota Medan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 1078–1095.
- Djunaedi, A. A., & Nurhasanah, N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Investasi Pada Karyawan Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 39–49.
- Elsalonika, A., & Ida, I. (2025). Perilaku Keuangan Generasi Z : Peran Penerapan Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Efikasi Diri. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9, 365–379.
- Fitria, Y. Z. N., Benardin, D. E. Y., & Natalia, L. (2025). Pengaruh Financial Behavior, Investment Knowledge, Risk Tolerance Dan Financial Technology Terhadap Keputusan Investasi Dengan Moderasi Investment Community. *Land Journal*, 6(2), 550–570.
- Fonseca, D. (2025). Pengaruh Financial Influencer Dan Fomo Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Melalui Literasi Keuangan. *Jurnal Bisnis*, 05(03), 133–149.
- Frimayasa, A., Pandin, M. Y. R., & Kusmaningtyas, A. (2025). The Influence of Financial Literacy and Fintech Usage on Investment Interest Among Generation Z in Jakarta : The Mediating Role of Financial Self-Efficacy. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 5(04), 795–802. <https://doi.org/10.58471/jms.v5i04>
- Ghadaf, E., & Andriotis, P. (2025). *UK Finfluencers: Exploring Content, Reach, and Responsibility*. 1–16.
- Gracia, O., & Champaca, M. (2025). From Knowledge to Fintech: Drivers of Generation Z's Investment Interest. *Jurnal Management Risiko Dan Keuangan*, 4(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/jmrk.2025.04.4.05>
- Gularso, K., & Nicola, N. (2025). Gen Z's Adoption Of Investment Platforms: The Roles Of Awareness, Literacy And Risk Perceptions. *Journal of Business and Applied Management*, XVIII(1), 63–80. <https://doi.org/10.30813/jbam.v18i1.8950>
- Hidayat, A. N., Wijyantini, B., & Puspitadewi, I. (2025). Perilaku Investasi Mahasiswa Gen Z: Literasi, Persepsi Risiko, dan Efikasi Finansial. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 5(1), 94–107.
- Hwang, H. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Generasi Z Di Kota Palembang. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3, 155–168.
- Javier, M., Azaria, F., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Aryoko, P. (2024). Gen Z Investment Decision : Role o f Financial Literacy , Financial Behaviour , Financial Experience a nd Risk Tolerance. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 05(04), 721–739.
- Juniarti, S., Edwina, C., Oebit, S., Yuliantini, T., & Ayomi, P. (2024). Oikonomia : Jurnal Manajemen Minat Investasi Saham Generasi Z: Financial Literacy dan risk Tolerance. *Jurnal Manajemen*, 20(2), 101–110.
- 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*, 4(03), 268–283.
- Melati, E., & Rokhmania, N. (2024). Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Kemajuan

- Teknologi Terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z. *Jurnal Akuntansi*, 18(1), 151–163.
- Mujib, H., & Said, M. (2024). A Systematic Review Of Psychological Biases In Gen Z Stock Investment Decisions. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(3), 8728–8736.
- Pratiknjo, M. L., Wijaya, L. I., & Marciano, D. (2024). Pengaruh Bias Perilaku terhadap Keputusan Investasi Dengan Fear Of Missing Out (FOMO) Sebagai Mediator Di Indonesia. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 10(2), 489. <https://doi.org/10.35906/jurman.v10i2.2267>
- Puspitasari, I., Ariningsih, E. P., Utami, E. M., & Ishak. (2025). The Role Of Investment Risk Perception In Improving The Relationship Of Gen Z Financial Literacy To Investment Decisions. *International Economics And Business Conference*, 3(2), 1852–1863.
- Putri, I. A., & Hudaya, R. (2024a). Pengambilan Keputusan Investasi di Kalangan Gen Z Berdasarkan Literasi Keuangan, Herding, Behavior, dan Lingkungan Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(12), 2498–2509.
- Putri, I. A., & Hudaya, R. (2024b). Pengambilan Keputusan Investasi Di Kalangan Gen z Berdasarkan Literasi Keuangan, Herding Behavior, Dan Lingkungan Sosial. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(12), 2191–2199.
- Rahma, A., Oktiani, N., & Syahrir. (2025). Financial Literacy dan Financial Technology Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Berinvestasi di Reksa Dana Melalui Aplikasi Bibit Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Produktif*, 13(2), 1–9.
- Rahmah, Z. Z., Yuliani, Mutfarida, B., Chamdan Purnama, Dinda Fatmah, Mirhamida Rahmah, Hasani, S., & Yusriyah Rahmah. (2024). Manajemen Pendapatan Nasional Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Analisis Kritis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (PERFORMA)*, 32–44. <https://doi.org/10.29313/performa.v21i1.3713>
- Rohman, A., & Safiih, A. R. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Saham di Kalangan Generasi Z. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 366–373.
- Saraswati, K. G., Ratnadi, N. M. D., Sudana, I. P., & Sisdyani, E. A. (2023). Determinants of Use Behavior in Utilizing Fintech Investment Management for Gen-Z. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(1), 28–49. <https://doi.org/10.23887/jia.v8i1.51679>
- Sari, D. W., & Jibrail, A. (2025). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Perilaku Keuangan, dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Generasi-Z di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(1), 242–261.
- Sari, Z. P., Mardhiah, S., & Albart, N. (2024). Systematic Literature Review : Pengaruh Financial Technology terhadap Minat investasi pada Generasi Z Tahun 2024. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1).
- Setyawan, M. H., & Hasanah, N. (2025a). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan Dan Influencer Terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z Di DKI Jakarta. *Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 7182–7189. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1823>
- Setyawan, M. H., & Hasanah, N. (2025b). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan Dan Influencer Terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z Di DKI Jakarta. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 7182–7189. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1823>
- Silviani, S. P., Nengsih, T. A., & Lubis, P. A. (2024). Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Keputusan Investasi Gen Z di Pasar Modal Syariah.

- Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2).
- Siregar, Q. R., & Sadalia, I. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Melalui Perilaku Keuangan Pada Generasi Z Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(3), 140–150.
- Siti, M., Yuli, A. S., & Ermawati, L. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Overconfidence, Loss Aversion Dan Herding Bias Terhadap Keputusan Investasi Di Indeks Saham Syariah Indonesia Dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(2), 625–654.
- Sugianto, D. F., Wijaya, L. I., & Sutejo, B. S. (2024). Herding dan Overconfidence Dalam Investasi Gen Z : Dampak Dan Moderasi Literasi Keuangan. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(5), 1088–1099.
- Sunandes, A., & Meifilina, A. (2024). Analisis Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi dengan Moderasi Kemajuan Teknologi pada Generasi Z. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 9(1), 109–119.
- Sutejo, B. S., Sumiati, Wijayanti, R., & Ananda, C. F. (2024). *Five Basic Human Emotions And Investment Decisions On Generation Z In Surabaya-Indonesia*. Atlantis Press International BV. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-244-6\\_3](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-244-6_3)
- Tang, I. M. H., & Asandimitra, N. (2023). Pengaruh Mental Accounting, Regret Aversion Bias, Herding Bias, Loss Aversion, Risk Perception, Dan Financial Literacy Terhadap Keputusan Investasi Investor Generasi Z. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 458–473.
- Verma, S., Rao, P., Burton, B., & Kumar, S. (2025). Interconnectedness Of Emotions With Investment Decision-Making: A Conceptual Framework. *Journal Of Economic Surveys*, 1–17. <https://doi.org/10.1111/joes.12706>
- Yenny, Y. A. Y., Idayanti, Muhammad Fadilah, & Nur Fitri Hidayanti. (2025). Literasi Keuangan Syariah Dan Keputusan Investasi Gen Z Pada Lknb Syariah. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, 2(4), 1128–1133. <https://doi.org/10.70248/jakpt.v2i4.2357>