



SKETSA BISNIS

Journal homepage: <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/SKETSABISNIS>

ISSN 2356-3672 E-ISSN 2460- 0989

Naskah Diterima : 13 February 2024

Diterima Publikasi : 10 July 2024

Apakah Pengetahuan Investasi, Manfaat Investasi, dan Motivasi Investasi Berpengaruh Terhadap Minat Investasi Pasar Modal Pada Gen-Z?

Eden Bill Kenny Lakatua¹, Oktavian Gilbert Rewah¹, Frisky Jeremy Kasingku^{1*}

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Klabat, Minahasa Utara, 95371, Indonesia

*) Penulis Korespondensi: frisky.kasingku@unklab.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the influence of investment knowledge, investment benefits, and investment motivation on Gen Z's interest in capital market investments. Data were collected from 223 Gen Z students selected using purposive sampling. Data analysis was performed using multiple linear regression to test the hypotheses. The variables examined include: Investment Knowledge: Measured by 7 statements assessing the respondents' understanding of investments, investment Benefits: Measured by 6 statements evaluating the respondents' perceptions of the benefits gained from investments, investment Motivation: Measured by 8 statements evaluating the respondents' drives and reasons for investing. investment Interest: Measured by 9 statements assessing the extent of respondents' interest in investing in the capital market. The analysis results indicate that both investment knowledge and investment motivation have a positive and significant effect on Gen Z's interest in capital market investments, with p-values < 0.05 and regression coefficients of 0.364 and 0.515, respectively. In contrast, investment benefits did not show a significant effect on investment interest, with a p-value of 0.819. These findings suggest that investment knowledge and motivation are key factors in enhancing Gen Z's interest in capital market investments, while investment benefits do not play a significant role. This study has theoretical and practical implications for understanding the factors influencing investment interest and can be used to design more effective investment education strategies for Gen Z.

Keywords: Gen Z, investment benefits, investment interest, investment motivation, investment knowledge.

Abstrak

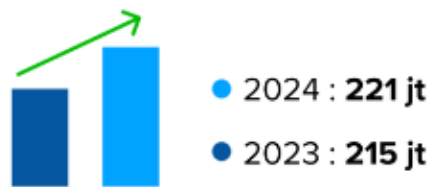
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan investasi, manfaat investasi, dan motivasi investasi terhadap minat investasi pasar modal pada Gen Z. Data dikumpulkan dari 223 mahasiswa Gen Z yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linear berganda untuk menguji hipotesis. Variabel yang diuji meliputi: Pengetahuan Investasi: Diukur dengan 7 pernyataan yang mengkaji sejauh mana pemahaman responden mengenai investasi, Manfaat Investasi: Diukur dengan 6 pernyataan yang menilai persepsi responden mengenai keuntungan yang diperoleh dari investasi, Motivasi Investasi: Diukur dengan 8

pernyataan yang menilai dorongan dan alasan responden untuk berinvestasi, Minat Investasi: Diukur dengan 9 pernyataan yang mengukur seberapa besar minat responden untuk berinvestasi di pasar modal. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan investasi dan motivasi investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Gen Z dengan nilai $p < 0,05$ dan koefisien regresi masing-masing sebesar 0,364 dan 0,515. Sebaliknya, manfaat investasi tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat investasi, dengan nilai $p = 0,819$. Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan motivasi investasi adalah faktor kunci dalam meningkatkan minat investasi Gen Z di pasar modal, sementara manfaat investasi tidak berperan signifikan dalam hal ini. Penelitian ini memiliki implikasi teoritis dan praktis dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi, serta dapat digunakan untuk merancang strategi edukasi investasi yang lebih efektif untuk Gen Z.

Kata Kunci: Gen Z, manfaat investasi, minat investasi, motivasi investasi, pengetahuan investasi.

1. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, ekonomi Indonesia dan teknologi telekomunikasi telah berkembang sangat pesat, dan banyak perusahaan yang memanfaatkan fasilitas teknologi yang ada untuk pembangunan. Selain itu, karena perkembangan bisnis ini mempengaruhi daya saing antar perusahaan, maka setiap perusahaan perlu mengembangkan strategi lebih lanjut.



Sumber: (APJII, 2024)

Gambar 1. Penggunaan internet di Indonesia

Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat, pertumbuhan ekonomi Indonesia juga terus stabil di tengah ketidakpastian ekonomi global, pasar modal Indonesia sepanjang tahun 2023 juga menunjukkan peningkatan yang signifikan. Data dari Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan bahwa Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) mengalami pertumbuhan sebesar 6,16% pada tahun 2023, mencapai level 7.272,79. Pencapaian ini menempatkan IHSG pada posisi kedua di antara bursa-bursa di ASEAN. (Kemenko, 2024), Selain itu, nilai kapitalisasi pasar modal Indonesia pada tahun 2023 juga mengalami kenaikan, mencapai Rp11.674 triliun atau meningkat sebesar 22,9% dibandingkan tahun sebelumnya. Angka ini menjadikan BEI sebagai bursa dengan kapitalisasi pasar terbesar di ASEAN (Kemenko, 2024).

Salah satu strategi yang menopang kinerja dalam perusahaan merupakan akses ke pasar modal (Pajar & Pustikaningsih, 2017). Pasar modal dan bank merupakan media yang menjembatani kesenjangan antara pihak yang mempunyai kelebihan modal dengan pihak yang memerlukan atau yang sedang membutuhkan dana (Nadjib, 2008). Menurut (Hidayati, 2017) Investasi adalah kegiatan menempatkan uang dalam satu atau lebih jenis aset selama periode waktu tertentu dengan harapan menghasilkan pendapatan di masa depan atau meningkatkan nilai investasi. Masyarakat memiliki paradigma dimana investasi dipandang sebagai keinginan dan kebutuhan. Investasi dipandang sebagai keinginan, juga dapat terjadi ketika seseorang memiliki kelebihan uang, maka mereka akan memilih menabung dari pada menginvestasikannya. Investasi juga di anggap sebagai kebutuhan, dimana dapat disebabkan saat seseorang sedang memiliki kelebihan, maka mereka akan memilih menginvestasikannya karena dianggap perlu (Mumtaz, 2010).

Dalam berinvestasi dibutuhkan tempat terjadinya transaksi investasi yang disebut pasar modal menurut Undang-Undang Pasar Modal No 8 Tahun 1995, Pasar modal adalah kegiatan yang berkaitan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang terkait dengan efek yang diterbitkan, dan lembaga dan profesional yang terkait dengan efek (Samsul, 2015). Pada umumnya sebagian besar perusahaan menggunakan pasar modal sebagai tempat untuk menyerap investasi yang membuat perusahaan terlihat baik secara finansial, Pasar modal bertindak sebagai perantara antara investor dan perusahaan atau lembaga negara, termasuk perdagangan instrumen keuangan. Oleh karena itu, investor harus membuat keputusan tentang ini (Lampung et al., 2015). Tujuan utama setiap investor adalah untuk mendapatkan keuntungan maka Keuntungan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam berinvestasi Investor memilih untuk berinvestasi pada alternatif investasi yang menawarkan pengembalian yang tinggi. Pada prinsipnya, segala bentuk investasi mengandung resiko dan ketidakpastian. Investor belum mengetahui persis berapa banyak uang yang akan mereka terima di masa depan. Investor mungkin menderita kerugian atau mungkin mendapat untung di masa depan (Parulian & Aminuddin, 2020).

Gen Z merupakan generasi peralihan dari Generasi Y (Millennials). Gen Z adalah masyarakat yang lahir antara tahun 1995 sampai 2010, memiliki keterampilan teknis, kemampuan berinteraksi dengan media sosial, kecenderungan berpikiran terbuka, dan multitasking. Generasi ini biasanya dikatakan sebagai generasi Internet (I-Generation) atau regenerasi. Gen Z lebih cenderung terhubung melalui media sosial dari pada di dunia nyata. Gen Z dapat melakukan semua aktivitas berikut sekaligus (multitasking), diantaranya bermain media sosial di gadget, mendengarkan musik di headphone, atau

browsing di komputer. Gen Z cenderung menjadi generasi (sandwich), artinya generasi ini yang diperhambat oleh tiga beban untuk memberi makan diri mereka sendiri, memberi makan orang tua mereka, dan memberi makan keluarga mereka. Minat berinvestasi di kalangan masyarakat Indonesia, termasuk Gen Z, sangat rendah. Rendahnya minat atau motivasi ini disebabkan kurangnya informasi dan pengetahuan masyarakat mengenai investasi (Belisca et al., 2022)

Gen Z menghadapi tantangan dalam memahami dan memanfaatkan konsep investasi karena keterbatasan pengetahuan dan pendapatan mereka. Selain itu, dengan meningkatnya penggunaan e-commerce, Gen Z lebih cenderung menghabiskan uang untuk barang konsumsi ketimbang menginvestasikannya (Utomo & Heriyanto, 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa meskipun manfaat investasi dapat berpotensi mempengaruhi minat Gen Z, hasilnya bervariasi (Utomo & Heriyanto, 2022; Bakhri, 2018). Perbedaan hasil penelitian ini menekankan pentingnya penelitian lebih lanjut mengenai hubungan antara manfaat investasi dan minat investasi di kalangan Gen Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi Gen Z, dengan fokus pada pengetahuan investasi, manfaat investasi, dan motivasi investasi. Pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor ini diharapkan dapat membantu dalam merancang strategi edukasi investasi yang lebih efektif bagi generasi muda.

Individu umumnya mengambil tindakan ketika mereka memiliki minat, yang secara alami memotivasi mereka untuk mendapatkannya (Pajar & Pustikaningsih, 2017). Kusumawati et al., (2022) berargumen bahwa semakin tinggi pendapatan, semakin kuat keinginan untuk membeli apa yang diinginkan lebih dari satu kebutuhan, dan orang-orang seperti itu kurang menyadari manfaat dari menabung dan berinvestasi secara sistematis untuk masa depan. Alokasi yang paling menguntungkan di masa depan adalah investasi. Perencanaan untuk berinvestasi dalam keuangan pribadi penting karena merupakan proses belajar mandiri untuk mengelola keuangan sekarang dan di masa depan (Abbas, 2015). Calon investor biasanya memotivasi dirinya sendiri dan orang lain sedemikian rupa sehingga orang lain tahu betapa pentingnya investasi untuk masa depan dapat dijelaskan sebagai waktu yang akan datang. Motivasi memiliki pengaruh pada minat dalam melakukan investasi karena motivasi merupakan dorongan yang memberikan semangat pada seseorang untuk terlibat dalam aktivitas investasi (Nisa, 2017).

Mereka yang tertarik untuk berinvestasi biasanya memotivasi diri mereka sendiri dan memotivasi orang lain untuk memberi tahu mereka betapa pentingnya investasi masa depan bagi mereka. Motivasi memiliki pengaruh terhadap minat investasi, disebabkan karena motivasi merupakan hal yang mendorong seseorang membuat sesuatu. Berinvestasi di pasar modal membutuhkan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan

bisnis yang baik untuk menganalisis sekuritas mana yang akan dibeli, sekuritas mana yang akan dijual, dan sekuritas mana yang akan dipegang. Investor juga harus menjauhi budaya ekuitas, perjudian, dan hal-hal irasional lainnya. Saat membeli dan menjual saham, investor harus rasional dan tahu bagaimana memprediksi masa depan perusahaan yang diperdagangkan (Nisa, 2017).

Gen Z sangat membutuhkan bimbingan investasi sejak dini agar tidak perlu merogoh kocek dan mempersiapkan keamanan finansial nantinya (Wira, 2016). Gen Z masih sangat muda dengan beberapa keterbatasan seperti pengetahuan dan dari segi penghasilan rendah sehingga mereka sangat jauh dari konsep investasi. Penggunaan e-commerce semakin marak dikalangan muda khususnya Gen Z maka dari itu Gen Z lebih suka mengeluarkan uang untuk membeli barang dibandingkan diinvestasikan (Utomo & Heriyanto, 2022)

Penelitian sebelumnya oleh Saputra, (2018) memaparkan lima manfaat yang dapat diperoleh dalam berinvestasi, yakni potensi pendapatan dalam jangka panjang, dapat melawan inflasi, beradaptasi dengan perubahan kebutuhan, memberikan pendapatan yang stabil dan mampu berinvestasi sesuai situasi keuangan seseorang. Penelitian Bakhri, (2018) menemukan bahwa manfaat investasi tidak akan mempengaruhi minat investasi Gen Z. Di sisi lain, Saputra, (2018) berpendapat bahwa manfaat investasi berdampak lebih terhadap minat investasi Gen Z. Perbedaan hasil dari penelitian-penelitian di atas menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut tentang hubungan antara manfaat investasi dan minat investasi.

2. Kerangka Teori

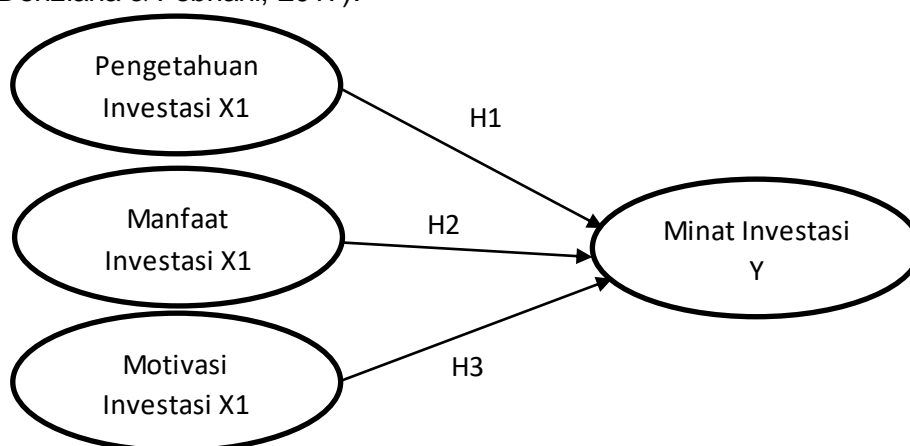
Theory of Reasoned Action menjelaskan bahwa perilaku seseorang untuk memilih pilihan tersebut apakah baik keputusan untuk melakukan suatu tindakan atau tidak dapat dipengaruhi oleh niat, yang dapat dipengaruhi oleh norma objektif dan sikap (Ajzen, 2002). Menurut Nisa, (2017) kontrol perilaku dan norma subyektif dapat menentukan niat seseorang jika seseorang telah memiliki niat untuk melakukan investasi, maka ia akan melakukan tindakan yang mendukung perilakunya untuk mendorong keinginan tersebut. Beberapa langkah yang dapat diambil antara lain mengikuti pelatihan investasi, menerima dan mengikuti undangan investasi, dan sebagainya.

Pengetahuan investasi adalah kumpulan informasi yang menjelaskan cara seseorang mengelola sebagian kekayaannya untuk memperoleh keuntungan di masa depan. Kumpulan informasi ini dapat diperoleh dari kajian-kajian yang diambil dari berbagai jenis literatur yang ada (Wibowo Ari & Purwohandoko, 2019). Memiliki pengetahuan investasi memang perlu dikembangkan untuk mendapatkan hasil yang maksimal terkait investasi. Pengetahuan sangat penting bagi seorang investor karena dapat membantu mengurangi

kemungkinan terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan, seperti kerugian dalam berinvestasi di pasar modal (Akhmad & Julian, 2020). Secara umum orang dengan pengetahuan investasi yang lebih banyak cenderung lebih percaya diri hal ini mengarah pada kepercayaan diri yang lebih besar dalam berinvestasi, Variabel pengetahuan investasi ini berpengaruh terhadap minat investasi. Dapat dijelaskan bahwa Gen Z dengan keterampilan investasi memiliki potensi investasi. Dengan memiliki pengetahuan, mereka berhadap dapat mengelola investasi mereka sedemikian rupa sehingga mencapai harapan mereka (Wibowo Ari & Purwohandoko, 2019). Menurut Amhalmad & Irianto, (2019) menyatakan bahwa dengan adanya pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat Gen Z, maka diharapkan adanya peningkatan minat investasi yang lebih dari Gen Z sehingga mempengaruhi investasi.

Manfaat investasi adalah suatu harapan bahwa aktivitas keuangan seseorang akan menghasilkan pendapatan atau, sebaliknya, berusaha untuk mengelola sumber daya yang dimilikinya. Investasi memiliki manfaat yang beragam, seperti meningkatkan kekayaan, melindungi aset dari faktor eksternal seperti inflasi, dan memberikan pendapatan jangka panjang yang stabil. Investasi juga dapat memberikan kemampuan untuk mengalahkan inflasi dan menjadi sumber pendapatan jangka panjang (Saputra, 2018).

Motivasi merujuk pada pembentukan perilaku yang terbentuk melalui proses psikologis, baik faktor-faktor internal maupun eksternal dapat berperan penting dalam mencapai tujuan yang diinginkan (Akhmad & Julian, 2020). Motivasi yang dimiliki oleh individu dapat memacu terjadinya tindakan yang bertujuan untuk mencapai tujuan dan memberikan kepuasan. Oleh karena itu, motivasi bukan hanya sesuatu yang dapat diamati, tetapi juga merupakan hasil dari kesimpulan yang didasarkan pada perilaku yang terlihat (Denziana & Febriani, 2017).



Sumber: Data diolah, 2024

Gambar 2. Model Hipotesis

Berdasarkan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis berikut:

H1: Pengetahuan Investasi berpengaruh terhadap minat investasi

H2: Manfaat investasi berpengaruh terhadap minat investasi

H3: Motivasi investasi berpengaruh terhadap minat investasi

3. Metode

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kausal. Metode ini dipilih karena penulis ingin memprediksi suatu pengaruh antara satu variabel dengan variabel lain. Dalam hal ini mengetahui dan menganalisa apakah pengetahuan investasi, manfaat investasi, dan motivasi investasi berpengaruh terhadap minat investasi. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa Gen-Z yang berkuliah di salah satu Universitas di Sulawesi. Peneliti mengumpulkan sampel penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Menurut Sugiyono, (2020), Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti memilih kategori sampel penelitian ini seperti umur yang harus masuk kategori Gen Z dan sudah menempuh beberapa mata kuliah terkait investasi sebelumnya. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 152 Gen Z.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Terdapat tujuh pernyataan untuk mengukur konstruk pengetahuan investasi, enam pernyataan untuk mengukur manfaat investasi, delapan pernyataan untuk mengukur motivasi investasi, dan sembilan pertanyaan untuk mengukur minat investasi. Kuesioner tersebut diadaptasi dari instrumen yang digunakan oleh Purnama & Muchtar, (2022) dan Dewati, (2020). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengevaluasi pengaruh dari variabel independen, seperti pengetahuan investasi, manfaat investasi, dan motivasi investasi, terhadap variabel dependen yaitu minat berinvestasi di pasar modal. Oleh karena itu, persamaan regresi berganda akan digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel tersebut.:

$$\text{Minat Investasi} = \alpha + \beta_1 \text{ Pengetahuan Investasi} + \beta_2 \text{ Manfaat Investasi} + \beta_3 \text{ Motivasi Investasi} + e$$

Keterangan:

Y: Minat Investasi

α : Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien Regresi

e: Error

Uji reliabilitas berguna dalam menilai sejauh mana data yang telah diperoleh dapat diandalkan untuk digunakan dalam penelitian. Salah satu variabel dapat dianggap reliable apabila memiliki koefisien atau $\alpha > 0,60$ dan nilai Cronbach alpha yang positif (Ghozali 2011). Hasil uji reliabilitas bisa dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

	Cronbach's Alpha
Pengetahuan Investasi	0,754
Manfaat Investasi	0,781
Motivasi Investasi	0,823
Minat Investasi	0,781

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Dari Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien $\alpha > 0,60$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan dan dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian tersebut memiliki tingkat keandalan yang cukup tinggi dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian. Hasil pengujian validitas juga menunjukkan bahwa setiap pertanyaan pada variabel pengetahuan investasi, manfaat investasi, motivasi investasi, dan minat investasi memiliki hasil signifikansi $< 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada ketiga variabel tersebut valid. Artinya variable dependent dan variabel independent tersebut layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

4. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

4.1 Uji asumsi klasik

Uji normalitas dalam penelitian ini berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov. Melalui tabel 2 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi melebihi nilai 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal (Ghozali, 2018; Nuraeni & Rakhmawati, 2016)

Tabel 2. Uji Normalitas Komogorov-Smirnov

Variabel	Statistik Uji
N	223
Test Statistic	0.057
Assymp.Sig (2-tailed)	0.075

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Tabel 3. Uji Glesjer

Variabel	B	Std Error	Sig	Chi-Square
Const.	3.122	1.553	0.046	0.085
Pengetahuan Investasi (X1)	-0.010	0.057	0.866	
Manfaat Investasi (X2)	0.131	0.063	0.038	
Motivasi Investasi (X3)	-0.091	0.051	0.074	

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji Glesjer, nilai Chi-Square adalah lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model. (Ghozali, 2018; Nuraeni & Rakhmawati, 2016)

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

	Tolerance	VIF
Const.		
Pengetahuan Investasi (X1)	0.707	1.415
Manfaat Investasi (X2)	0.537	1.864
Motivasi Investasi (X3)	0.483	2.069

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Adapun uji multikolinearitas menyebutkan bahwa nilai VIF untuk variabel Pengetahuan Investasi adalah 1.415, untuk Manfaat Investasi adalah 1.864, dan untuk Motivasi Investasi adalah 2.069. Semua nilai VIF kurang dari 10, yang mengindikasikan tidak adanya multikolinearitas dalam model. (Ghozali, 2018; Nuraeni & Rakhmawati, 2016)

Tabel 5. Hasil Uji Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Pengetahuan Investasi	223	1.00	5.00	4.3479	.50688
Manfaat Investasi	223	1.00	5.00	3.9469	.61026
Motivasi Investasi	223	1.00	5.00	3.9142	.59889
Minat Investasi	223	1.00	5.00	3.8899	.58415
Valid N (listwise)	223				

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Melalui hasil uji deskriptif diperoleh bahwa rata-rata responded memiliki tingkat pengetahuan investasi, manfaat investasi, motivasi investasi, dan minat investasi yang tinggi. Hal ini dibuktikan melalui nilai rata-rata dari masing-masing variabel yang melebihi angka 3. Dari semua variabel yang diuji, para responded memiliki tingkat pengetahuan investasi yang paling tinggi, ini dibuktikan dengan nilai rata-rata pengetahuan investasi sebesar 4.34, mendekati nilai maksimum yaitu 5.

Tabel 6. Hasil Uji F

Source	DF	Adj SS	Adj MS	F-Value	P-Value
Regression	3	2544.60	848.199	51.72	0.000
X1 Pengetahuan Investasi	1	266.21	266.205	16.23	0.000
X2 Manfaat investasi	1	0.86	0.862	0.05	0.819
X3 Motivasi investasi	1	639.99	639.990	39.03	0.000
Error	219	3591,39	16.399		
Lack-of fit	195	3209,36	16.458	1.03	0.489
Pure Error	24	382.02	15.981		
Total	222	6135.98			

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Tabel 7. Hasil Uji t

Term	Coef	SE Coef	T.Value	P-Value
Constant	7.25	2.50	2.90	0.004
X1 pengetahuan investasi	0.3646	0.0905	4.03	0.000
X2 manfaat investasi	0.023	0.102	0.23	0.819
X3 motivasi investasi	0.5145	0.0824	6.25	0.000

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji statistik, *p-value* untuk variabel pengetahuan investasi adalah $0,000 < 0,05$ dengan nilai coefficient sebesar 0.36, berarti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pengetahuan terhadap minat investasi. Hasil ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan investasi, semakin tinggi juga minat investasi seseorang. Dengan demikian, hipotesis pertama terdukung. Nilai *p* dari motivasi investasi adalah 0.000 lebih kecil dari 0.05 yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan dari motivasi investasi terhadap minat investasi. Nilai koefisien yang positif menandakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara motivasi investasi dan minat investasi. Ini menandakan bahwa ketika motivasi investasi seseorang meningkat, maka minat untuk berinvestasi juga akan ikut meningkat. Artinya, hipotesis ketiga terdukung. Hasil uji statistik tidak menunjukkan dukungan untuk hipotesis kedua, ini dilihat melalui hasil pengujian yang tidak signifikan dari manfaat investasi terhadap minat investasi.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang pertama ini ditemukan adanya bukti yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan dari pengetahuan investasi terhadap minat investasi dikalangan Gen Z. Artinya semakin tinggi pengetahuan investasi maka minat investasi Gen Z akan semakin tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

Artinya, semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang mengenai investasi, semakin besar minat mereka untuk berinvestasi. Pengetahuan yang baik mengenai investasi meningkatkan kepercayaan diri dan pemahaman individu tentang risiko dan potensi keuntungan investasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tandio, (2016), yang mengemukakan bahwa pengetahuan investasi yang memadai dapat meningkatkan minat dan kepercayaan diri dalam melakukan investasi saham. Pengetahuan yang lebih baik memungkinkan investor untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi dan bijaksana. Hal ini mungkin karena pengetahuan yang mendalam membantu individu memahami berbagai instrumen investasi dan bagaimana mengelola risiko dengan lebih baik. Oleh karena itu, pendidikan dan informasi yang tepat mengenai investasi dapat menjadi kunci dalam meningkatkan minat investasi.

4.2.2 Pengaruh Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi

Motivasi investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Ini berarti bahwa semakin tinggi motivasi seseorang untuk berinvestasi, semakin besar minatnya untuk berinvestasi. Hasil ini mendukung hipotesis ketiga bahwa motivasi investasi berkontribusi secara signifikan terhadap minat investasi. Penelitian ini sesuai dengan temuan Saputra (2018); Nurul Mufida et al., (2020); Marheni & Anmelrina, (2021) yang menunjukkan bahwa motivasi investasi yang tinggi dapat mendorong individu, termasuk Gen Z, untuk berpartisipasi lebih aktif dalam investasi.

Motivasi investasi sering kali berkaitan dengan tujuan pribadi atau finansial, seperti keinginan untuk mencapai keamanan finansial di masa depan atau untuk memperoleh keuntungan. Individu yang memiliki motivasi yang kuat cenderung lebih proaktif dalam mencari peluang investasi dan lebih terlibat dalam proses investasi. Motivasi ini dapat berupa dorongan internal atau pengaruh eksternal yang memacu individu untuk berinvestasi.

4.2.3 Pengaruh Manfaat Investasi Terhadap Minat Investasi

Hasil ini menunjukkan bahwa manfaat investasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi. Meskipun manfaat investasi seperti potensi pendapatan jangka panjang dan perlindungan terhadap inflasi mungkin dianggap penting, mereka tidak secara langsung mempengaruhi minat investasi pada Gen Z dalam studi ini. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2018).

5. Kesimpulan Dan Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara pengetahuan investasi dan minat investasi. Individu yang memiliki pengetahuan yang baik mengenai investasi cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi, karena pengetahuan tersebut membantu dalam pengelolaan investasi. Semakin tinggi tingkat pengetahuan investasi seseorang, semakin tinggi pula minatnya dalam melakukan investasi. Sementara itu, manfaat investasi tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat investasi. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh fakta bahwa responden belum merasakan manfaat investasi secara langsung, sehingga dampaknya terhadap minat investasi belum terlihat jelas. Motivasi investasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Gen Z di pasar modal, menunjukkan bahwa dorongan intrinsik dari Gen Z memotivasi mereka untuk lebih tertarik pada investasi.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, sampel yang digunakan terbatas pada mahasiswa Gen Z dari satu universitas, yang mungkin tidak sepenuhnya mewakili populasi Gen Z secara umum. Kedua, penelitian ini hanya mengukur variabel pengetahuan, manfaat, dan motivasi investasi tanpa mempertimbangkan faktor lain seperti kondisi ekonomi pribadi atau pengalaman investasi sebelumnya. Ketiga, pengukuran manfaat investasi mungkin tidak akurat karena responden belum memiliki pengalaman investasi yang memadai.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar pihak akademis dan universitas dapat menggunakan temuan ini untuk memperbaiki kurikulum dan program pendidikan mengenai investasi. Pengetahuan dan motivasi investasi dapat ditingkatkan melalui program edukasi yang lebih komprehensif. Universitas dapat mengintegrasikan materi investasi ke dalam kurikulum untuk meningkatkan pemahaman dan minat mahasiswa terhadap investasi. Selain itu, penting bagi institusi pendidikan untuk menyediakan bimbingan praktis yang dapat membantu mahasiswa menerapkan pengetahuan investasi mereka secara efektif. Penelitian lebih lanjut juga disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat investasi, seperti pengalaman investasi pribadi atau kondisi ekonomi individu.

6. Daftar Pustaka

- Abbas. (2015). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Perencanaan Investasi Dengan Self Control Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(2).
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4). <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>

- Akhmad, D., & Julian, J. (2020). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal, Pelatihan Pasar Modal Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal, Pelatihan Pasar Modal Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal, 20(2)*.
- Amhalmad1, I., & Irianto, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen, 2(4)*.
<https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i4.7851>
- APJII. (2024). *Jumlah Pengguna Internet*. <https://survei.apji.or.id/>
- Bakhri, S. (2018). Minat Mahasiswa Dalam Investasi Di Pasar Modal. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 10(1)*. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2846>
- Belisca, A., Hidayat, M., & Syofiana. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial. *Journal Of Social Research, 1(6)*. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i6.109>
- Denziana, A., & Febriani, R. F. (2017). Pengaruh Motivasi, Persepsi Biaya Pendidikan dan Lama Pendidikan Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (PPAk) (Studi Kasus Pada Perguruan Tinggi di Bandar Lampung). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 8(2)*.
<https://doi.org/10.36448/jak.v8i2.946>
- Dewati, A. A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimum, Pelatihan Pasarmodal, Motivasi Investasi, Return Investasi Dan Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Skripsi*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit UNDIP.
- Hidayati, A. N. (2017). Investasi: Analisis Dan Relevansinya Dengan Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam, 8(2)*.
- Kemenko. (2024). *Pasar Modal Goes to Young Generation: Gaet Investor Muda, Tingkatkan Nilai Kapitalisasi Pasar*.
[https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5589/pasar-modal-goes-to-young-generation-gaet-investor-muda-tingkatkan-nilai-kapitalisasi-pasar#:~:text=Nilai kapitalisasi di pasar modal,ASEAN dengan kapitalisasi pasar terbesar](https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5589/pasar-modal-goes-to-young-generation-gaet-investor-muda-tingkatkan-nilai-kapitalisasi-pasar#:~:text=Nilai%20kapitalisasi%20di%20pasar%20modal,ASEAN%20dengan%20kapitalisasi%20pasar%20terbesar).
- Kusumawati, R., Akmalia, A., & Bukhori, I. (2022). Pemanfaatan Pemasaran Digital Bagi UMKM Klepu Lor. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
<https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1954>
- Lampung, F. U., Prof, J., & Brojonegoro, S. (2015). Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Jenis Investasi Dan Perilaku Investor Pasar Modal Surabaya. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Kimia, 4(1)*.
- Marheni, D. K., & Anmelrina. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Investment Decision pada Investasi Properti di Kota Batam. *SKETSA BISNIS, 8(1)*.
<https://doi.org/10.35891/jsb.v8i1.2301>
- Mumtaz, F. (2010). *Investasi: Keinginan atau Kebutuhan*. Salemba empat.
- Nadjib, M. (2008). *Investasi Syariah Implementasi Konsep pada Kenyataan Empirik*. Kreasi Wacana.
- Nisa, A. (2017). Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Kesuma Negara). *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA), 2(2)*. <https://doi.org/10.51289/peta.v2i2.309>
- Nuraeni, & Rakhmawati, A. (2016). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Food and Beverage yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013. *Jurnal Heritage, 4(1)*, 25–38. [/citations?view_op=view_citation&continue=/scholar%3Fhl%3Dpt-BR%26as_sdt%3D0,5%26scilib%3D1&citilm=1&citation_for_view=wS0xi2wAAAAJ:2osOgNQ5qMEC&hl=pt-BR&oi=p](https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i4.7851)
- Nurul Mufida, Muhammad Saifi, & Ari Darmawan. (2020). Pengaruh Modal Intelektual, Set

- Kesempatan Investasi Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan Makanan dan Minumam Yang Terdaftar Pada BEI Periode 2012-2016. *SKETSA BISNIS*, 7(2). <https://doi.org/10.35891/jsb.v7i2.2146>
- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fe Uny. *Profita*, 1(2).
- Parulian, P., & Aminnudin, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02). <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.417>
- Purnama, D., & Muchtar, A. M. (2022). Analisis Pengaruh Edukasi, Efikasi Keuangan, dan Penghasilan Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Pada Masyarakat Generasi Milenial Usia 22-40 Tahun di DKI Jakarta). *Seminar Nasional Akuntansi PNJ*, 3.
- Samsul, M. (2015). *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio Edisi 2*. Erlangga.
- Saputra, D. (2018). Pengaruh manfaat, modal, motivasi dan edukasi terhadap minat dalam berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, Vol.5 (2)(2), 178–190.
- Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin*.
- Timothius Tandio. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, dan Kemajuan Teknologi pada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16.
- Utomo, W. P., & Heriyanto, D. (2022). *Indonesia Gen-Z Report 2022*.
- Wibowo Ari, & Purwohandoko. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa yang Terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1).
- Wira, D. (2016). *Analisis Fundamental saham, cetakan pertama*. Exeed.