

PERAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI GENERASI Z

Iskandar Nur Muhammad, Erisa Aprilia Wicaksari

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis,
Universitas Negeri Semarang

Iskandar09@students.unnes.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.15294/mk.v1i1.325>

QRCCN 62-6861-8781-815

ABSTRAK

Literasi keuangan memainkan peran penting dalam membentuk cara Generasi Z mengambil keputusan investasi. Chapter ini membahas secara komprehensif mengenai definisi literasi keuangan, tingkat pemahaman yang dimiliki oleh Generasi Z, serta berbagai faktor yang memengaruhinya, seperti jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan. Literasi keuangan dapat dikenali melalui pemahaman terhadap aspek keuangan umum, simpan pinjam, asuransi, hingga investasi. Generasi Z kerap menghadapi tantangan berupa bias perilaku yang dapat mengarah pada keputusan investasi yang kurang rasional. Dalam konteks ini, literasi keuangan berperan sebagai alat moderasi yang mampu membantu individu mengenali dan mengurangi pengaruh bias tersebut. Dengan memperkuat literasi keuangan, Generasi Z tidak hanya lebih siap dalam mengelola keuangan pribadinya, tetapi juga lebih cermat dalam menyikapi peluang investasi secara logis dan emosional. Pemahaman ini penting bagi berbagai pihak, baik individu muda yang mulai berinvestasi, institusi pendidikan yang ingin menanamkan kecakapan finansial, maupun pihak lain yang berkepentingan dalam membentuk ekosistem investasi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: bias perilaku, digital, kecakapan finansial, pengaruh emosional, pengelolaan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah merubah bagaimana masyarakat berinteraksi dan bersosialisasi, hal ini termasuk dalam tukar tambah informasi yang banyak beredar terutama melalui teknologi yang sudah kita kenal. Platform digital seperti media sosial menjadi salah satu produk dari kemajuan teknologi, memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan investasi pada era sekarang. Dalam era digital ini telah mentransformasi landscape investasi secara fundamental, menciptakan ekosistem finansial yang kompleks dan dinamis bagi Generasi Z yang lahir antara tahun 1997-2012. Sebagai *true digital natives*, Generasi Z memiliki karakteristik unik dalam pendekatan mereka terhadap keuangan dan investasi, yang berbeda secara substansial dari generasi-generasi sebelumnya. Mereka merupakan generasi pertama yang memiliki akses langsung dan tanpa hambatan ke platform digital seperti media sosial, aplikasi investasi, dan forum keuangan untuk mencari literatur atau informasi seputar keuangan dan investasi. Transformasi digital ini tidak hanya mengubah cara Generasi Z mengakses informasi keuangan, tetapi juga mengubah cara mereka memproses, menganalisis, dan mengambil keputusan investasi. Platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan X telah menjadi sumber informasi utama tentang investasi, menciptakan fenomena "*fintok*" (*financial TikTok*) yang mempengaruhi jutaan investor muda. Dominasi Generasi Z menunjukkan bahwa antusiasme tinggi generasi muda dalam berinvestasi di pasar modal Indonesia lebih besar dibandingkan dengan generasi lainnya. Hal ini didukung oleh penetrasi teknologi finansial yang masif dan kemudahan aksesibilitas informasi.

Indeks literasi keuangan di Indonesia mencapai 66,46% dan indeks inklusi keuangan 80,51%. Berdasarkan umur, 26-35 tahun, 18-25 tahun dan 36-50 tahun memiliki indeks literasi keuangan tertinggi, yakni masing-masing sebesar 74,04%, 73,22% dan 72,05% dengan indeks inklusi keuangan, yakni masing-masing sebesar 86,10%, 89,96%, dan 85,81%. Hal ini berarti menunjukkan meskipun banyak orang sudah menggunakan produk keuangan, tidak semuanya benar-benar memahami cara kerja dan risikonya. Hal ini memberikan gambaran bahwa sebagian masyarakat Indonesia belum

sepenuhnya memiliki pengetahuan yang cukup mengenai bagaimana mengoptimalkan uang untuk kegiatan produktif, serta belum memahami dengan baik mengenai produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan formal. Banyaknya investasi ilegal yang memakan banyak korban menunjukkan bahwa masyarakat masih tergiur dengan iming-iming imbal hasil tinggi dan mengabaikan potensi risiko yang dihadapinya. Dari adanya gap inklusi tersebut menunjukkan bahwa edukasi keuangan masih perlu ditingkatkan, terutama pada kalangan pengguna aktif layanan keuangan. Pengetahuan tentang keuangan memiliki signifikansi besar bagi individu membantu menghindari kesalahan dalam pengambilan keputusan keuangan. Literasi keuangan yang baik akan membantu individu mencapai stabilitas finansial. Dengan tingkat literasi keuangan yang memadai, berbagai jenis kebutuhan, termasuk yang primer, sekunder, maupun tersier, dapat dipenuhi secara lebih efektif.

Literasi keuangan mencakup pemahaman tentang cara mengelola uang, menabung, berinvestasi, dan menghindari jebakan finansial. Banyak anak muda mengalami kesulitan dalam mengatur keuangan mereka karena kurangnya edukasi sejak dini, yang menyebabkan pengeluaran impulsif, penggunaan kartu kredit yang tidak terkontrol, dan investasi tanpa riset yang memadai. Dengan pemahaman yang kuat tentang literasi keuangan, investor dapat mengelola pendapatan mereka dengan lebih baik dan membuat keputusan investasi yang cerdas.

Berdasarkan *behavioral finance theory* seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi kemungkinan akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang investasi, risiko, dan potensi keuntungan. Hal ini dapat membantu mereka membuat keputusan investasi yang lebih terinformasi dan berdasarkan pemahaman yang kuat. Generasi Z atau mahasiswa memiliki pengetahuan keuangan yang baik untuk membuat keputusan investasi.

Namun, dibalik gelombang tingginya minat berinvestasi yang dilakukan oleh Generasi Z, terdapat fenomena yang mempertanyakan kembali terkait literasi keuangan Generasi Z. Kemudahan dalam memperoleh dan menyebarkan informasi yang menjadi landasan Generasi Z dan Milenials dalam

mengambil keputusan investasi, menjadikan mereka target yang paling rentan terhadap informasi palsu atau *hoaks*, khususnya dalam dunia investasi. Harapan untuk memperoleh pertumbuhan modal yang maksimal tanpa mengalami kerugian besar, membuat investor justru cenderung menginginkan investasi dengan tingkat return tinggi tetapi dengan resiko yang rendah. Namun, dalam praktiknya, terdapat *trade-off* fundamental antara *return* dengan risiko: semakin besar potensi keuntungan biasanya diikuti dengan kemungkinan risiko yang lebih tinggi. Oleh karena itu, investor dituntut untuk menyeimbangkan ekspektasi *return* dengan profil risiko pribadi yaitu melalui diversifikasi aset atau alokasi portofolio yang lebih tepat dengan pemilihan instrumen investasi yang sesuai horizon waktu dan toleransi kerugian investor. Generasi Z yang sudah terpapar sesuatu yang berbau cepat dan instan, terjebak pada tujuan investasi dengan *return* tinggi tanpa mempertimbangkan kerugian yang akan terjadi, ini dipengaruhi oleh adanya faktor internal investor yaitu bias perilaku, hal ini juga ditemukan pada investor muda seperti mahasiswa atau pelajar dikarenakan mereka memiliki emosi yang tinggi namun tidak dapat mengontrolnya sehingga dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusannya. Hal ini selaras dengan bagaimana Generasi Z dalam merespon informasi yang sedang tren, mereka cenderung memiliki ketakutan akan penyesalan karena melewatkan informasi yang dinilai akan memberikan keuntungan yang didapat oleh banyak orang atau istilah yang kita sebut *fear of missing out* (FOMO) membuat Generasi Z mengikuti untuk melakukan pengambilan keputusan investasi yang sedang viral. Meskipun Generasi Z menguasai teknologi dalam menggunakan dan mencari informasi, keputusan investasi mereka seringkali didikte oleh bias perilaku keuangan dan influensi opini di media sosial. Saat berinvestasi Generasi Z hanya mengandalkan rekomendasi singkat dari influencer yang kerap menekankan keuntungan jangka pendek. Pada teori portofolio modern dijelaskan bahwa diversifikasi portofolio dapat mengurangi risiko tanpa mengorbankan return yang diharapkan.

Berdasarkan pendahuluan yang dijelaskan, fenomena yang terjadi dalam konsep literasi keuangan sangat penting

bagi investor khususnya Generasi Z dalam pengambilan keputusan, khususnya keputusan investasi Generasi Z yang masih terpengaruh oleh bias perilaku. Maka dari itu, dalam bab ini akan dibahas lebih mendalam mengenai definisi literasi keuangan, indikator literasi keuangan, tingkat literasi keuangan, dan hubungan literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh bias perilaku dalam pengambilan keputusan investasi Generasi Z.

A. KONSEP DASAR LITERASI KEUANGAN

Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan keyakinan (*confidence*) yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, keterampilan, motivasi serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu dan masyarakat. Visi literasi keuangan adalah mewujudkan masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi sehingga masyarakat dapat memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan guna meningkatkan kesejahteraan. Adapun misi dari literasi keuangan, yaitu melakukan edukasi di bidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas, dan meningkatkan akses informasi serta penggunaan produk dan jasa keuangan melalui pengembangan infrastruktur pendukung literasi keuangan. Edukasi dibidang keuangan ini memiliki tujuan untuk mengatasi kurangnya pengetahuan terkait dibidang keuangan pada masyarakat sehingga masyarakat tidak mudah tertipu pada produk-produk investasi yang menawarkan keuntungan tinggi dalam jangka pendek tanpa mempertimbangkan risikonya.

Literasi keuangan bukan hanya terkait pengetahuan faktual, tetapi merupakan bentuk investasi dalam modal manusia (*human capital*), literasi keuangan berfungsi sebagai variabel endogen dalam teori ekonomi berperilaku, dimana individu secara sadar memilih untuk memperoleh pengetahuan keuangan berdasarkan analisis *cost-benefit* yang rasional serta ekspektasi manfaat jangka panjang. *Human capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavior finance*, dimana semakin baik *human capital* yang dimiliki individu maka semakin baik pula perilaku keuangan mereka. Literasi keuangan dianggap sebagai acuan dalam pemahaman seseorang mengenai informasi yang tersedia dan juga bisa memanfaatkannya untuk mengatur keuangan yang dimilikinya. Literasi keuangan juga terdapat dua pengukuran untuk memastikan pemahaman seseorang yaitu terkait pemahaman seseorang dari informasi yang telah tersedia dan juga terkait kemampuan seseorang dalam menerapkan informasi yang diterimanya dengan tepat. Literasi keuangan memiliki dampak positif terhadap perencanaan dan pengambilan setiap keputusan dalam berinvestasi. Literasi keuangan yang baik akan menghasilkan perencanaan keuangan yang tepat untuk masa depan. Literasi keuangan juga dianggap sebagai modal penting dalam pembangunan bangsa sekaligus untuk kelangsungan hidup masyarakat. Semakin baik pengetahuan keuangan seseorang, maka semakin sejahtera pula kehidupannya. Investor yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik cenderung mampu membuat keputusan investasi yang tepat. Peningkatan pengetahuan dan pemahaman keuangan dapat memperbaiki pengambilan keputusan dan mengurangi dampak negatif dari bias perilaku.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa aspek, maka literasi keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan rasional yang dimiliki seorang individu dalam memahami, mengelola, dan menyakini suatu produk layanan keuangan untuk mencegah tindakan pengambilan keputusan keuangan yang irasional. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah pengambilan keputusan yang impulsif, meningkatkan kesejahteraan jangka panjang, dan mampu meningkatkan *good governance economic*. Masyarakat yang memiliki tingkat literasi yang tinggi dapat berkontribusi pada stabilitas sistem keuangan, karena

masyarakat dengan tingkat literasi yang tinggi sangat selektif dalam memilih produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan profil risiko dan tujuannya. Dalam konteks teorinya peran literasi keuangan menjadi modal investasi manusia dalam mengurangi bias perilaku yang masih timbul pada setiap manusia dalam pengambilan keputusan investasi.

B. TINGKAT LITERASI KEUANGAN

Tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia dibagi menjadi 4 tingkatan, yaitu:

1. *Well literate*

Tingkatan teratas dari literasi keuangan dimana individu memiliki pengetahuan dan keyakinan yang edalam terhadap lembaga jasa keuangan formal serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban mengenai produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan dengan baik. Contohnya, individu yang telah membeli poduk keuangan seperti investasi, asuransi, atau produk keuangan lainnya dan individu tersebut paham akan isi dari produk dan jasa keuangan yang dibeli agar sesuai dengan kebutuhannya.

2. *Sufficient literate*

Tingkatan kedua dari literasi keuangan dimana individu memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban mengenai produk dan jasa keuangan, namun belum memiliki keterampilan bagaimana cara menggunakan atau membeli produk dan jasa keuangan itu sendiri. Contohnya, calon kosumen produk dan jasa keuangan seperti investor, asuransi (tertanggung), pelaku UMKM yang sudah mengetahui informasi dasar terkait produk dan jasa keuangan yang ingin dibeli tapi masih belum yakin bagaimana cara mendapatkan, mengelola, dan menggunakannya.

3. *Less literate*

Tingkatan ketiga dari literasi keuangan dimana individu hanya memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan secara mendasar. Contohnya, informasi dasar yang disampaikan kepada calon investor pemula melalui pendidikan di sekolah atau kampus.

4. *Not literate*

Tingkatan terakhir dari literasi keuangan dimana individu tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan. Contohnya, kelompok individu yang tinggal di daerah 3T (terpencil, terdepan, dan terluar) yang sama sekali belum tersentuh literasi keuangan sedikitpun.

Tingkatan literasi keuangan penduduk di Indonesia tersebut tidak sekadar mencerminkan seberapa mereka paham tentang istilah-istilah dalam keuangan, namun dapat memberikan gambaran terkait kemampuan mereka dalam mengelola uang, membuat keputusan investasi, dan merencanakan masa depan finansial secara rasional. Dalam konteks ini, pemahaman mengenai tingkatan literasi keuangan menjadi sangat penting karena mampu memberikan pandangan yang lebih dalam tentang sejauh mana masyarakat siap menghadapi kompleksitas dunia keuangan modern.

C. FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI LITERASI KEUANGAN

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi tingkat literasi kemampuan literasi keuangan Generasi Z, yaitu:

1. Jenis Kelamin

Perbedaan jenis kelamin individu laki-laki dan perempuan memiliki karakteristik yang berbeda. Perbedaan ini disebabkan oleh kombinasi genetik dan faktor hormonal yang berbeda antara laki-laki dan perempuan. Berdasarkan *convergence theory*, perbedaan karakteristik antara laki-laki dan perempuan dapat

menyebabkan perbedaan tingkat literasi keuangan. Laki-laki cenderung berani mengambil risiko, sedangkan perempuan cenderung menghindari risiko. Akibatnya, laki-laki lebih percaya diri dalam mengambil keputusan keuangan dibandingkan perempuan. Hal ini terlihat pada partisipasi dalam investasi pasar saham, di mana dominasi investor individu adalah laki-laki.

2. Usia

Generasi Z yang memiliki usia lebih tua memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih baik. Namun mereka yang masih duduk di bangku sekolah belum menunjukkan tingkat literasi yang bagus.

3. Pendidikan

Tingkat pendidikan yang lebih tinggi memiliki pengaruh positif terhadap tingkat literasi keuangan dan keputusan investasi Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pendidikan formal yang didapat oleh Generasi Z maka mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang aspek keuangan dan mampu mengoptimalkan keputusannya.

D. INDIKATOR PENGUKURAN LITERASI KEUANGAN

Konsep dari literasi keuangan menjadi sangat penting dalam menghadapi dunia yang semakin kompleks, dimana kualitas dalam pengambilan keputusan investasi individu sering sekali dianggap tidak rasional. Dalam upaya memahami dan mengukur literasi keuangan, terdapat indikator literasi keuangan yang terdiri dari empat komponen, yaitu:

- 1. Pengetahuan Keuangan Umum**, yaitu kemampuan individu dalam memahami pengetahuan dasar keuangan yang digunakan untuk kepentingan diri sendiri.
- 2. Menabung dan Meminjam**, yaitu tingkat pemahaman seseorang mengenai pinjaman dan tabungan, misalnya penggunaan kartu kredit.
- 3. Asuransi**, Asuransi yaitu pemahaman terkait hal-hal yang berhubungan dengan asuransi dan produk-

produknya.

4. Investasi, Investasi yang mencakup pengetahuan mengenai instrumen investasi seperti reksa dana, tingkat suku bunga pasar, dan risiko investasi.

Proses mengukur literasi keuangan dibagi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Tahap dasar/*basic*, pada indikator literasi keuangan tahap dasar meliputi pengetahuan mengenai numerasi dan perhitungan tingkat suku bunga, inflasi, *time value of money*, dan *money illusion*.
2. Tahap lanjutan/*advanced*, sementara pada literasi keuangan tahap lanjutan meliputi pengetahuan tentang instrumen pasar saham dan mekanisme pasar beserta fungsinya (seperti perbedaan risiko atau imbal hasil antara saham, obligasi, dan reksadana. Selanjutnya mengenai keterkaitan antara harga saham dan suku bunga. Kemudian mengenai pengelola keuangan dan pengetahuan tentang risiko-risiko finansial terkait fluktuasi atau ketidakpastian yang tinggi apabila menginvestasikan uangnya (*risk-return trade-off*) pada berbagai pilihan investasi (diversifikasi risiko), seperti saham atau obligasi dengan tingkat pengembaliannya. Terakhir mengenai bagaimana fungsi pasar dan mekanisme transaksi seperti pengetahuan tentang likuiditas, biaya transaksi dan fungsi perantara keuangan (broker atau manajer investasi) fluktuasi atau ketidakpastian yang tinggi, dan diversifikasi risiko.

Pemahaman terhadap indikator literasi keuangan tersebut memberikan kerangka yang lebih utuh dalam menilai kesiapan individu dalam menghadapi kompleksitas dalam pengambilan keputusan investasi. Dengan mengenali keterbatasan pada aspek pemahaman lanjutan, seperti fluktuasi harga obligasi atau diversifikasi risiko. Berbagai pihak diharapkan dapat menyusun strategi edukasi yang lebih tepat sasaran. Dalam konteks demografi, temuan menunjukkan bahwa kelompok usia tertentu seperti Generasi Z, tingkat pendidikan yang lebih rendah, serta perempuan, cenderung menunjukkan pola literasi dasar yang serupa. Oleh

karena itu, penguatan literasi, baik dasar maupun lanjutan, dapat mendorong partisipasi yang lebih aktif dalam pasar keuangan, perencanaan pensiun, serta kebiasaan menabung dan berinvestasi. Pemahaman yang menyeluruh mengenai karakteristik literasi ini menjadi elemen penting dalam perancangan desain edukasi finansial yang adaptif. Sejalan dengan visi dan misi pemerintah dalam meningkatkan literasi keuangan, hal ini tidak hanya memperkuat ketahanan finansial individu, tetapi juga menjadi investasi strategis dalam menciptakan ekosistem keuangan yang inklusif, cerdas, dan berkelanjutan.

E. KEBIJAKAN DAN REGULASI MENGENAI LITERASI KEUANGAN

Di Indonesia, peran pemerintah dan lembaga pendidikan sangat krusial dalam membangun literasi keuangan yang kuat di seluruh lapisan masyarakat. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta inklusi keuangan nasional sebagai respons terhadap tantangan global yang kompleks. Masih banyak masyarakat Indonesia yang belum memiliki kecakapan dalam mengambil keputusan investasi secara rasional, baik karena kurangnya akses informasi maupun pemahaman terhadap produk dan risiko keuangan. Sebagai bentuk komitmen, pemerintah Indonesia telah merumuskan kerangka kebijakan dan regulasi yang komprehensif guna menjawab tantangan tersebut. Regulasi-regulasi ini dirancang untuk memperluas akses keuangan, meningkatkan kualitas edukasi keuangan, serta mendorong perilaku finansial yang bijak dan bertanggung jawab di masyarakat. Dalam menjawabnya terdapat regulasi yang ditetapkan pemerintah Indonesia untuk menciptakan peningkatan literasi keuangan dan inklusi keuangan, yaitu:

1. Perpres No. 114 Tahun 2020

Perpres ini mengatur mengenai Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) yang merupakan strategi nasional yang memuat tujuan, cara mencapai tujuan, sasaran, dan target keuangan inklusif dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi, percepatan penanggulangan kemiskinan, dan pengurangan kesenjangan antarindividu dan antardaerah dalam

rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Pada perpres ini memuat program terkait edukasi keuangan, perlindungan konsumen, kebijakan dan regulasi, dan infrastruktur dan teknologi informasi keuangan.

2. Undang-Undang P2SK (UU No. 4 Tahun 2023)

Undang-undang ini mengatur terkait Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan. Secara tegas UU ini mengamanatkan bahwa:

- a. Pelaku Usaha Sektor Keuangan (PUSK) wajib melaksanakan kegiatan peningkatan literasi dan inklusi keuangan kepada konsumen dan masyarakat.
- b. Pemerintah, Bank Indonesia, dan OJK harus bersinergi dalam menyusun strategi, pemantauan, dan evaluasi pelaksanaan strategi literasi keuangan yang berkelanjutan.
- c. Pembentukan komite nasional untuk mengoordinasikan peningkatan literasi dan inklusi keuangan.

3. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2023

Peraturan ini merupakan penyempurnaan dari POJK No.76/POJK.07/2016 yang memiliki tujuan untuk:

- a. Mendukung target pemerintah mencapai indeks inklusi keuangan sebesar 90% pada tahun 2024.
- b. Mengakomodasi perkembangan teknologi informasi yang dinamis.
- c. Meningkatkan kuantitas kegiatan literasi dan inklusi keuangan dengan mengoptimalkan peran PUJK.
- d. Mengoptimalkan pemanfaatan sistem manajemen pembelajaran edukasi keuangan.

4. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025

Otoritas Jasa Keuangan telah meluncurkan program ini yang disusun berdasarkan tiga pilar

strategis, yaitu:

- a. Pilar 1: Cakap Keuangan. Pada pilar pertama ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai lembaga serta produk dan layanan jasa keuangan.
- b. Pilar 2: Sikap dan Perilaku Keuangan yang Bijak. Pada pilar kedua memiliki harapan untuk membangun masyarakat agar memiliki ketahanan keuangan yang kuat dan dapat mengambil keputusan yang rasional.
- c. Pilar 3: Akses Keuangan. Pada pilar ketiga bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses lembaga jasa keuangan serta berbagai produk dan layanan keuangan.

5. Program GENCARKAN (Gerakan Nasional Cerdas Keuangan)

Pada program GENCARKAN telah disiapkan sebagai upaya bagi seluruh pemangku kepentingan untuk mengorkestrasi gerakan secara nasional guna meningkatkan literasi dan inklusi keuangan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Indonesia. Program ini menysasar berbagai segmen masyarakat, termasuk pelajar, mahasiswa, perempuan, UMKM, penyandang disabilitas, hingga masyarakat di daerah 3T (Terdepan, Terluar, Tertinggal). Melalui program ini lebih pemerintah Indonesia sudah memberantas aktivitas ilegal berupa 2.500 pinjol ilegal dan 242 investasi ilegal selama pada tahun 2024. Terdapat agenda yang dilakukan, yaitu:

- a. *Training of Trainers*. Pada pelatihan ini memberikan individu materi dan pelatihan terkait pengelolaan keuangan, investasi, pinjaman legal vs ilegal, dan produk jasa keuangan.
- b. Edukasi Keuangan Langsung. Program ini diadakan oleh PUJK (Pelaku Usaha Jasa Keuangan) dengan tatap muka seperti seminar, workshop, dan penyuluhan di sekolah, kampus, kantor, dan

- komunitas. Target dari edukasi ini menjangkau seluruh kabupaten/kota dengan pendekatan terarah dan terukur. Dengan fokus pada kelompok prioritas (pelajar, UMKM, dan pekerja migran).
- c. Edukasi Keuangan Digital. Edukasi program ini dilakukan menggunakan media sosial sebagai tempat penyuluhannya dengan materi yang diberikan mencakup topik seperti investasi aman, pengelolaan utang, dan perlindungan konsumen. Hingga saat ini, lebih dari 105 juta orang telah mengakses konten digital GENCARKAN.
 - d. Publikasi Digital. Pada program ini melibatkan media nasional dan lokal untuk memperluas jangkauan pesan edukatif. Melalui media masa, portal berita, dan kampanye digital. Hal ini juga termasuk pelatihan pada jurnalis dan redaktur agar mampu menyampaikan informasi keuangan yang akurat dan terpercaya.

Setelah mencermati berbagai kebijakan dan regulasi yang terus digencarkan oleh pemerintah Indonesia, terlihat jelas bahwa langkah-langkah tersebut dirancang untuk memperkuat literasi keuangan sebagai fondasi kesejahteraan masyarakat. Regulasi-regulasi ini tidak hanya ditujukan untuk memperluas akses terhadap informasi dan layanan keuangan, tetapi juga untuk membentuk perilaku keuangan yang cerdas dan rasional di tengah tantangan ekonomi global. Salah satu sasaran utama dari program ini adalah Generasi Z, yang secara psikologis dinilai rentan terhadap bias dan kesalahan dalam pengambilan keputusan investasi. Pemerintah secara aktif mengidentifikasi dan merespons tantangan yang dihadapi generasi muda, termasuk pengaruh teknologi, eksposur terhadap informasi yang beragam, serta kecenderungan mengambil keputusan berdasarkan dorongan emosional. Dengan demikian, kehadiran regulasi yang terarah dan program literasi yang inklusif diharapkan mampu membekali Generasi Z dan seluruh masyarakat Indonesia dengan pemahaman serta keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan secara bijak. Peningkatan literasi ini menjadi langkah penting menuju tercapainya tujuan finansial yang rasional dan berkelanjutan.

F. ANALISIS BIAS PERILAKU MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI GENERASI Z

Generasi Z yang mudah terpapar oleh bias perilaku ini yang membuat mereka menjadi irasional dalam mengambil keputusan investasi. Terdapat banyak bias perilaku yang dapat mempengaruhi Generasi Z dalam mengambil keputusan investasinya. Terdapat bias perilaku yang besar mempengaruhi pengambilan keputusan Generasi Z, yaitu:

1. *Overconfidence* dengan keputusan investasi

Bias *Overconfidence* didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk melebih-lebihkan kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan mereka dalam bidang tertentu, yang menyebabkan kesalahan dalam penilaian dan pengambilan keputusan. Dalam konteks investasi, bias ini memanifestasikan diri ketika investor meyakini bahwa mereka memiliki informasi superior dan kemampuan analitis yang lebih baik, menyebabkan mereka melakukan trading yang berlebihan, mengabaikan bukti yang bertentangan, dan meremehkan risiko yang ada.

Bias *overconfidence* pada Generasi Z diperkuat oleh kemudahan akses informasi melalui platform digital dan media sosial, yang menciptakan ilusi bahwa mereka memiliki pengetahuan yang lebih luas daripada yang sebenarnya. Bias *overconfidence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Fenomena ini dijelaskan oleh kecenderungan investor muda untuk merasa sangat percaya diri terhadap pengetahuan mereka, terutama ketika mereka memiliki akses terhadap informasi yang komprehensif. Orang yang terpengaruh bias *overconfidence* tidak memahami keterbatasan pengetahuan mereka dan merasa bahwa pengetahuan yang mereka miliki adalah yang terbaik dan paling akurat.

Dampak bias *overconfidence* terhadap keputusan investasi Generasi Z sangat signifikan karena mendorong perilaku trading yang berlebihan dan pengambilan risiko yang tidak proporsional. Bias *overconfidence*

menyebabkan *excessive* trading, alokasi aset yang suboptimal, keputusan impulsif, kesalahan market timing, *underestimation* terhadap risiko, dan *loss aversion*. Dalam konteks digital, bias ini semakin diperkuat oleh *gamification* dalam aplikasi investasi yang membuat proses trading menjadi semudah bermain *game* mobile, sehingga mengurangi persepsi risiko dan mendorong pengambilan keputusan yang kurang hati. Generasi Z yang *overconfident* cenderung melakukan diversifikasi yang tidak memadai, dengan data menunjukkan bahwa 61% portofolio mereka terkonsentrasi pada 2-3 saham sektor teknologi yang sedang trending di media sosial, mengabaikan prinsip diversifikasi yang fundamental dalam teori portofolio modern. Dengan demikian, Generasi Z yang memiliki akses informasi yang sangat luas melalui media sosial dan kemudahan fitur-fitur dari aplikasi investasi membuat Generasi Z terpengaruh bias *overconfidence* dalam pengambilan keputusan investasinya.

2. Herding dengan keputusan investasi

Herding merupakan fenomena dari *behavioral finance* yang menggambarkan kecenderungan investor untuk meniru keputusan mayoritas atau kelompok tanpa melakukan analisis independen. *Herding* sering terjadi karena tekanan sosial dan ketidakpastian pasar, yang menyebabkan investor mengabaikan data dan analisis pribadi kemudian memiliki kecenderungan untuk mengikuti tindakan investor lain. Bias *herding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z yang sering kali mengandalkan opini mayoritas di media sosial sebagai dasar keputusan. *Herding* ini sangat relevan pada investor muda yang masih dalam tahap belajar dan mudah terpengaruh lingkungan sosial.

Bias kognitif ini seringkali diperkuat oleh arus informasi yang masif dari media sosial, dimana informasi yang tidak akurat atau bias dapat mempengaruhi keputusan investasi mereka. *Herding* dapat mendorong investor untuk melakukan investasi yang tidak mereka pahami sepenuhnya dan mendorong pengambilan risiko

yang tidak perlu. Generasi Z di Kota Semarang yang menunjukkan bahwa bias *herding* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi di Semarang dan menemukan bahwa keputusan investor lain tentang pemilihan jenis investasi berdampak pada keputusan investasi yang dibuat.

Sehingga Generasi Z dengan akses penuh di media sosial, akan dengan mudah tergiring opini mayoritas sebagai dasar pengambilan keputusannya. Sehingga Generasi Z cenderung bersifat irasional dalam pengambilan keputusan karena mengesampingkan kognitifnya dan mengikuti opini mayoritas.

3. *Representative* dengan keputusan investasi

Bias *representative* merupakan bias kognitif yang terjadi ketika kemiripan objek atau peristiwa membingungkan pemikiran orang mengenai probabilitas suatu hasil. Dalam konteks investasi, bias ini muncul ketika investor menggunakan mental *shortcuts* dan stereotip mental dalam pengambilan keputusan, sering kali mengasumsikan bahwa kinerja masa lalu yang baik akan terus berlanjut di masa depan tanpa melakukan analisis mendalam. Bias *representative* mencerminkan kecenderungan untuk mengevaluasi probabilitas berdasarkan seberapa mirip suatu peristiwa dengan pengalaman masa lalu, yang dapat menyebabkan kesalahan dalam penilaian risiko dan *return* investasi.

Bias *representative* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Bias *representative* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di Yogyakarta. Fenomena ini menunjukkan bahwa investor Generasi Z cenderung menganggap kinerja saham masa lalu yang baik akan terus berlanjut di masa depan, menciptakan stereotip yang dapat mengarah pada keputusan investasi yang tidak optimal.

Pengaruh bias *representative* terhadap Generasi Z terutama berkaitan dengan pola pembelajaran dan pemrosesan informasi yang unik dari *digital natives*. Generasi Z yang terbiasa dengan informasi instan dan

format konten pendek di media sosial cenderung menggunakan *heuristic representativeness* untuk membuat keputusan investasi cepat berdasarkan pola yang tampak familiar. Bias ini mendorong investor untuk berinvestasi pada saham yang memiliki yield tinggi berdasarkan performa masa lalu, padahal *past performance* tidak selalu menjadi kriteria utama untuk pertumbuhan masa depan. Dampak negatif bias *representative* terhadap Generasi Z meliputi: pertama, pembentukan stereotip yang bertentangan dengan kemajuan investasi yang sukses; kedua, keputusan investasi yang terbatas dan *narrow-minded*; ketiga, kecenderungan untuk mengabaikan analisis fundamental yang mendalam. Dari pembahasan tersebut dapat menunjukkan bahwa bias *representative* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z, terutama karena karakteristik mereka sebagai *digital natives* yang terbiasa dengan informasi cepat dan visual yang menampilkan peluang investasi melalui kemiripan pola dari masa lalu.

4. Regret Aversion dengan keputusan investasi

Regret aversion merupakan bias emosional yang kuat yang mengacu pada kecenderungan manusia untuk menghindari perasaan penyesalan, dimana individu mengantisipasi penyesalan yang berkaitan dengan membuat pilihan yang salah. Dalam konteks investasi, bias *regret aversion* adalah perasaan menyesal pada diri seseorang akibat kesalahan saat berinvestasi di masa lalu yang dapat mempengaruhi keputusan investasi di masa yang akan datang. Bias ini dapat mempengaruhi perilaku rasional seseorang dengan mengganggu kemampuan mereka untuk membuat keputusan yang dapat menguntungkan mereka, karena mereka hanya fokus pada keputusan yang dapat merugikan.

Bias *regret aversion* memiliki pengaruh yang kompleks terhadap keputusan investasi Generasi Z. Investor Generasi Z cenderung menghindari pembelian saham yang mengalami penurunan nilai karena kekhawatiran akan potensi kerugian di masa mendatang. Ketakutan terhadap risiko ini bukan hanya bersifat

rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh emosi negatif seperti penyesalan dan trauma akibat pengalaman kerugian sebelumnya. Oleh karena itu, investor tampak berusaha meminimalkan kemungkinan membuat keputusan yang salah dengan cara menjauhi aset berisiko tinggi, sebagai bentuk perlindungan diri terhadap tekanan psikologis. Dampak bias *regret aversion* terhadap Generasi Z sangat unik karena diperkuat oleh karakteristik *digital native* yang memiliki akses *real-time* terhadap informasi performa investasi dan *social comparison* melalui media sosial. Bias ini dapat menyebabkan investor Generasi Z menjadi terlalu *risk-averse*, mengambil risiko yang berlebihan untuk menghindari penyesalan. Dalam konteks *bull market*, *regret aversion* dapat menyebabkan investor terus berinvestasi besar-besaran ketika secara teknis mungkin sudah waktunya untuk berhenti, karena takut menyesal melewatkan kesempatan. *Regret aversion* dapat menyebabkan: pertama, keputusan *paralysis* dimana investor menjadi terlalu takut untuk mengambil keputusan; kedua, *disposition effect* dimana investor cenderung menjual aset yang menguntungkan terlalu cepat dan mempertahankan aset yang merugi terlalu lama; ketiga, *under-diversification* karena takut menyesal memilih investasi yang salah. Dengan demikian, bias *regret aversion* menjadi hambatan psikologis yang signifikan bagi Generasi Z dalam membuat keputusan investasi yang optimal. Ketakutan kerugian masa lalu menciptakan trauma psikologis yang mendorong mereka untuk menghindari aset berisiko tinggi, meskipun memiliki potensi keuntungan yang besar. Adapun sebaliknya ketakutan akan melewatkan kesempatan membuat Generasi Z semakin berinvestasi besar-besaran.

5. Loss Aversion dengan keputusan investasi

Loss aversion adalah bias kognitif yang menggambarkan kecenderungan manusia untuk sangat memprioritaskan menghindari kerugian daripada memperoleh keuntungan yang setara. Berdasarkan *prospect theory*, bias *loss aversion* menunjukkan bahwa

dampak emosional dari kehilangan sesuatu biasanya sekitar dua kali lebih kuat daripada kesenangan yang diperoleh dari mendapatkan jumlah yang sama. Dalam konteks investasi, bias ini menyebabkan investor fokus pada upaya menghindari kerugian daripada pada usaha memperoleh keuntungan, yang dapat mengakibatkan portofolio yang terlalu konservatif dan tidak memberikan potensi pertumbuhan yang diperlukan.

Bias *loss aversion* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z. Investor Generasi Z dengan tingkat ketakutan tinggi cenderung menghindari investasi berisiko besar karena pengalaman kehilangan terasa jauh lebih menyakitkan dibandingkan keuntungan yang sama, sehingga mendorong munculnya bias *loss aversion*. Bias ini menyebabkan mereka lebih memilih instrumen investasi berisiko rendah meskipun potensi keuntungannya kecil, dibandingkan memilih risiko yang tinggi namun menjanjikan imbal hasil lebih besar. Dampak psikologis dari kerugian biasanya meninggalkan bekas emosional yang lebih dalam dan bertahan lama, sehingga membentuk pola pengambilan keputusan yang lebih konservatif dan berhati-hati. Akibatnya, meskipun peluang keuntungan tinggi tersedia, ketakutan akan kerugian menjadi hambatan utama bagi investor Generasi Z dalam memaksimalkan potensi portofolionya. *Loss aversion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z, menunjukkan bahwa bias ini dapat mendorong investor untuk mengadopsi strategi investasi yang lebih hati-hati.

Dampak *loss aversion* terhadap Generasi Z sangat kompleks karena diperkuat oleh karakteristik *digital native* yang memiliki akses *constant* terhadap informasi performa investasi melalui aplikasi *mobile* dan media sosial. Generasi Z yang sangat dipengaruhi oleh media sosial dan *external financial information* dapat mengalami *uncertainty* dan *hesitation* dalam keputusan investasi ketika dihadapkan dengan potensi kerugian. Bias ini menyebabkan Generasi Z menjadi *less willing* untuk mengambil risiko investasi dibandingkan generasi

yang lebih tua, dan mereka cenderung menghindari kesempatan yang menawarkan potensi *return* tinggi tetapi dengan tingkat risiko yang lebih tinggi. Akibatnya, mereka dapat melewatkan prospek investasi yang menguntungkan dan lebih memilih instrumen investasi jangka pendek seperti *saving accounts* atau *short-term bonds* yang dipersepsikan memiliki volatilitas lebih rendah. *Loss aversion* dapat menyebabkan Generasi Z mempertimbangkan faktor sosial dan lingkungan dalam keputusan investasi, mereka memilih investasi pada perusahaan yang sejalan dengan nilai-nilai mereka untuk mengurangi persepsi kerugian yang berkaitan dengan risiko reputasi atau etika.

Dengan temuan ini dapat diambil kesimpulan bahwasanya Generasi Z terpengaruhi oleh bias *loss aversion* secara signifikan dan mempengaruhi keputusan investasinya, yang cenderung menghindari risiko karena rasa takut mengalami kerugian yang lebih besar daripada keuntungannya. Akses informasi instan dan pengaruh media sosial memperkuat keraguan mereka, membuat mereka memilih investasi aman dan selaras dengan nilai pribadi, meskipun berpotensi melewatkan peluang dengan *return* yang lebih tinggi.

G. PERAN LITERASI KEUANGAN DALAM MEMODERASI BIAS

PERILAKU TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI

1. Literasi keuangan memoderasi *overconfidence* terhadap keputusan investasi

Literasi keuangan berperan kompleks dalam memoderasi *overconfidence bias*, menunjukkan dua dimensi yang berbeda dalam temuan empiris. Literasi keuangan justru memperkuat hubungan antara *overconfidence* dan keputusan investasi Generasi Z Indonesia, investor dengan literasi keuangan tinggi akan semakin yakin dengan keputusan yang diambil sehingga mereka menjadi lebih berani dalam mengambil risiko. Namun, perspektif yang berbeda mengungkapkan bahwa literasi keuangan dapat memoderasi secara negatif

pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investasi. Literasi keuangan memoderasi secara negatif pengaruh *overconfidence* terhadap keputusan investasi Generasi Z, dengan mekanisme bahwa individu dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu mengenali keterbatasan pengetahuan mereka dan menggunakan analisis yang lebih objektif. Literasi keuangan dapat mengurangi *excessive trading* dan pengambilan risiko yang berlebihan yang merupakan manifestasi dari bias *overconfidence*. Sehingga dari penemuan ini Generasi Z dengan literasi keuangan yang tinggi dan disertai kesadaran diri dan sikap kritisnya dapat mengurangi bias *overconfidence*. Namun, tanpa pemahaman yang mendalam mengenai literasi keuangan, hanya akan memperparah bias *overconfidence* dalam pengambilan keputusan investasi.

2. Literasi keuangan memoderasi *herding* terhadap keputusan investasi

Peran literasi keuangan dalam memoderasi *herding* Literasi keuangan menunjukkan peran moderasi yang signifikan dalam mengurangi *herding behavior*, meskipun dengan hasil yang beragam tergantung pada konteks. Mahasiswa dengan literasi keuangan tinggi menunjukkan kecenderungan perilaku *herding* yang lebih rendah, dengan korelasi signifikan antara literasi keuangan dan perilaku *herding* dimana literasi keuangan yang lebih tinggi mengurangi kecenderungan perilaku *herding*. Literasi keuangan mampu memoderasi secara signifikan dengan memperlemah pengaruh *herding behavior* terhadap perencanaan keuangan.

Literasi keuangan bekerja melalui peningkatan kemampuan analisis independen dan *critical thinking skills* yang dimiliki oleh Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa investor dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu mengevaluasi informasi secara objektif dan tidak mudah terpengaruh oleh sentimen pasar atau tekanan sosial. Namun, beberapa juga menunjukkan hasil yang kontradiktif, dimana literasi keuangan justru dapat memperkuat *herding behavior* dalam kondisi tertentu, terutama ketika investor dengan literasi tinggi menganggap mengikuti keputusan mayoritas sebagai

strategi yang lebih aman berdasarkan informasi kolektif yang dianggap valid.

Sehingga dapat diambil kesimpulan Generasi Z dengan literasi keuangan yang tinggi mampu lebih selektif dan kritis dalam menyerap informasi dan lebih tahan terhadap tekanan sosial dan tren pasar yang menyesatkan. Dengan literasi keuangan yang mendalam Generasi Z tidak hanya mampu bersikap rasional, tetapi juga dapat membentuk pola pikir yang kritis dan sikap reflektif terhadap informasi yang diterima.

3. Literasi keuangan memoderasi *representative* terhadap keputusan investasi

Literasi keuangan memiliki peran moderasi yang signifikan dalam mengurangi bias *representative* melalui peningkatan kemampuan memproses informasi secara sistematis. Literasi keuangan dapat memperlemah dampak bias *representative* terhadap keputusan investasi Generasi Z, dengan mekanisme bahwa investor dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu menggunakan informasi secara optimal sehingga dapat meminimalkan bias *representative*. Literasi keuangan mampu memoderasi pengaruh bias *representative* terhadap keputusan investasi Generasi Z. Hal ini dikarenakan Generasi Z menggunakan analisis fundamental dan teknikal dalam melakukan evaluasi potensi investasi bukan hanya berdasarkan kemiripan dengan individu lain. Sehingga investor dengan literasi tinggi lebih mampu menghindari stereotip mental dan menggunakan analisis fundamental yang lebih mendalam. Hal ini dikarenakan dengan peningkatan kemampuan membedakan antara informasi yang relevan dan *noise*, serta kemampuan mengevaluasi validitas informasi berdasarkan konsep keuangan yang solid.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwasanya meskipun Generasi Z merupakan *digital natives* yang sangat rentan terhadap bias *representative* karena mereka terbiasa mengandalkan pola dan kemiripan informasi yang cepat dan instant dari media sosial dan platform digital, dengan

tingkat literasi keuangan yang tinggi mampu menjadi filter kognitif yang dapat membantu mereka memperkuat berpikir kritis dan reflektif dan mengurangi terjebak dalam stereotip mental dan *shortcut* kognitif. Seperti mampu membedakan informasi yang relevan dan tidak relevan (*noise*), menghindari generalisasi berdasarkan kinerja masa lalu, mampu menggunakan pendekatan analisis fundamental dan teknikal secara objektif, dan mengevaluasi validitas informasi berdasarkan prinsip keuangan rasional.

4. Literasi keuangan memoderasi *regret aversion* terhadap keputusan investasi

Peran literasi keuangan dalam memoderasi regret aversion terhadap keputusan investasi Generasi Z menunjukkan peran moderasi yang kompleks terhadap bias *regret aversion*. Literasi keuangan dapat berperan sebagai variabel intervening yang mempengaruhi hubungan antara regret aversion bias dan keputusan investasi, dengan mekanisme bahwa literasi keuangan dapat meminimalkan dampak negatif dari ketakutan akan penyesalan. Literasi keuangan memperkuat hubungan bias *regret aversion* dan keputusan investasi, mengindikasikan bahwa pemahaman keuangan yang baik serta keterampilan dalam mengelola keuangan dapat membantu investor menggunakan pengalaman penyesalan sebagai pembelajaran positif. Literasi keuangan dapat mengurangi *regret* dengan meningkatkan kemampuan analisis dan pengendalian emosi investor (*financial self efficacy*). Dengan memiliki tingkat literasi keuangan yang mendalam, investor diharapkan untuk fokus pada tujuan dan perencanaan keuangan yang proper, memahami profil risiko dengan jelas, dan mendapatkan program mentoring oleh *financial coach*. Pelatihan interaktif terkait simulasi skenario kerugian dan keuntungan diharapkan investor Generasi Z mampu membuat keputusan investasi yang lebih rasional meskipun berada dalam tekanan sosial atau pengalaman negatif dalam pengambilan keputusan sebelumnya.

5. Literasi keuangan memoderasi *loss aversion* terhadap keputusan investasi

Peran literasi keuangan dalam memoderasi *loss aversion* terhadap keputusan investasi Generasi Z menunjukkan peran moderasi yang signifikan dalam mengurangi dampak negatif bias *loss aversion* terhadap keputusan investasi. Literasi keuangan mampu memperlemah hubungan antara bias *loss aversion* dan keputusan investasi Generasi Z, sehingga keputusan yang diambil oleh Generasi Z memiliki kualitas yang baik. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap *loss aversion* bias, dengan argumentasi bahwa investor dengan literasi tinggi lebih memahami konsep *risk-return trade-off* dan dapat membuat keputusan yang lebih rasional meskipun mengalami *loss aversion*.

Investor dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu memahami bahwa kerugian jangka pendek adalah bagian normal dari investasi jangka panjang, sehingga mereka tidak mudah *panic selling* ketika mengalami *paper loss*. Dengan demikian literasi keuangan yang tinggi membantu investor Generasi Z mengembangkan strategi diversifikasi yang dapat mengurangi dampak psikologis dari *loss aversion*. Peningkatan keputusan investasi terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas keputusan investasi dan mengurangi kecenderungan Generasi Z dalam menghindari risiko secara berlebihan.

PENUTUP

Literasi keuangan merupakan kapasitas individu dalam memahami, meyakini, dan mengelola produk layanan keuangan secara rasional, yang berperan penting dalam mencegah pengambilan keputusan keuangan secara irasional. Literasi keuangan diklasifikasikan menjadi empat kategori, yaitu *well literate*, *sufficient literate*, *less literate*, dan *not literate*. Beberapa faktor yang memengaruhi tingkat literasi keuangan Generasi Z mencakup aspek jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan. Pengukuran literasi keuangan dilakukan berdasarkan pemahaman individu terhadap topik keuangan umum, instrumen pinjaman dan tabungan, asuransi, serta investasi. Pengujian literasi keuangan ada dua tingkatan, yakni

tahap dasar dan tahap lanjutan. Pemerintah Indonesia telah menetapkan regulasi dan program serta terbukti meningkatkan literasi dan inklusi keuangan. Generasi Z kelompok dengan ekosistem digital terbukti terpengaruh oleh bias perilaku seperti *overconfidence*, *herding*, *representativeness*, *regret aversion*, dan *loss aversion*. Dengan literasi keuangan yang mendalam terbukti dapat mengurangi kecenderungan bias perilaku dalam pengambilan keputusan investasi Generasi Z. Temuan ini memiliki implikasi dalam menambah wawasan dan merancang program edukasi keuangan yang inklusif dan terarah sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Aharon, D. Y. (2021). Uncertainty, Fear and Herding Behavior: Evidence from Size-Ranked Portfolios. *Journal of Behavioral Finance*, 22(3), 320–337.
- Ahmad, M., & Shah, S. Z. A. (2022). Overconfidence Heuristic-Driven Bias in Investment Decision-Making and Performance: Mediating Effects of Risk Perception and Moderating Effects of Financial Literacy. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 38(1), 60–90.
- Ambarwati, R., & Yoga, I. (2025). Decoding Market Signals: How Generation Z Investors in Indonesia Make Investment Decisions. *Journal of Business and Management Review*, 6(1), 061–073.
- Ardiansari, A., Muharam, H., Rini, I., & Pangestuti, D. (2024). Behavioral Biases in Influencing Generation Z Investment Decisions: The Moderating Role of Financial Literacy. *International Conference On Research And Development (ICORAD)*, 3(2), 506–521.
- Artina, N., & Cholid, I. (2018). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Kasus Pegawai Kantor Badan Kepegawaian Daerah Sumatera Selatan). *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 16(1), 84–99.
- Aulia, S., Giriati, G., Mustika, U. N., & Mustaruddin, M. (2024). Peran Mediasi Literasi Keuangan dalam Keputusan Investasi Bagi Generasi Z: Pengujian Bias-Bias Perilaku. *Journal of Management and Digital Business*, 4(3), 565–580.
- Awalacki, M., & Archanna, H. (2023). Overconfidence Bias and Its Effects on Portfolio Decisions. *International Journal of Creative*

- Research Thoughts*, 11(8), 45–78.
- Bayar, Y., Sezgin, H. F., Öztürk, Ö. F., & Şaşmaz, M. Ü. (2020). Financial Literacy and Financial Risk Tolerance of Individual Investors: Multinomial Logistic Regression Approach. *SAGE Open*, 10(3).
- Bayu Ambarsari, T. A. (2023). Kesiapan Literasi Generasi Digital Natives dalam Menghadapi Pendidikan Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 3(7), 1.
- Berliana Viera Sabilla, & Tri Kartika Pertiwi. (2021). Pengaruh Bias Perilaku terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham Para Investor Pemula di Kota Sidoarjo. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 353–364.
- Budiman, A. A. (2023). Pengaruh Heuristic Biases dan Herding Bias Terhadap Keputusan Investasi dengan Financial Literacy sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Perilaku Investor di Pasar Modal Indonesia). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN*.
- Budiman, J., Yodiputra, J., Candy, C., & Agustin, I. N. (2025). How Overconfidence and Mental Accounting Influence Investments? The Moderating Role Of Financial Literacy. *Asian Management and Business Review*, 5(1), 1–18.
- Christopher, A., & Thomas, C. (2025). A Study on the Influence of Loss Aversion on Investment Decisions among Gen Z. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 6(1), 5440–5443.
- Corsini, L., & Giannelli, G. C. (2021). Economics Education and Financial Literacy Acquisition: Evidence from a Field Experiment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32.
- Elizabeth, J., Murhadi, W. R., & Sutejo, B. S. (2020). *Investor Behavioral Bias Based on Demographic Characteristics*. 6–12.
- Fadhel, R., Sekar Kinanti Aswirawan, M. Y. M., Hasra Hijratul Adha, Muhammad Jufri, & Stevian Mustofa. (2024). Literasi Keuangan, Efikasi Diri, dan Perilaku Kredit Online Berisiko di Kalangan Mahasiswa Kota Batam. *Journal Publicuho*, 7(4), 1962–1975.
- Fadhiil, I., & Fariska, P. (2024). Generation Z Investment Decision: An Analysis Using Behavioral Factors. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(2), 886–899.
- Fauziah, A., Purwanto, B., & Ermawati, W. J. (2020). Myopic Loss Aversion dan Literasi Keuangan pada Pengambilan Keputusan Investor Pemula Indonesia Myopic Loss Aversion and Financial Literacy in Indonesian Beginner Investor Decision Making. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 11(1), 1–7.
- Febianti, V., & Simatupang, F. S. (2025). Gen Z dan Keputusan Investasi : Pengaruh Overconfidence , Regret Aversion , dan Loss Aversion di Kota Cimahi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*,

15(1), 1–10.

- Firmansyah, Winarno, A., & Siswanto, E. (2023). The Influence of Overconfidence Bias, Herding Effect, and Loss Aversion on Investment Decisions in The Capital Market with Financial Literacy as A Moderating Variable. *Journal of Business and Management Review*, 4(11), 871–897.
- Fitri, H. K., & Cahyaningdyah, D. (2021). The Influence of Representativeness on Investment Decision Through Overconfidence. *Management Analysis Journal*, 10(2), 739–748.
- Fortuna, S. D., Ferdawati, & Gustati. (2022). The Influence of Herding Behavior and Experienced Regret on Investment Decisions. *Rafgo*, 2(2), 1–6.
- Hasler, A., Lusardi, A., Yagnik, N., & Yakoboski, P. (2023). Resilience and Wellbeing in The Midst Of The COVID-19 Pandemic: The Role of Financial Literacy. *Journal of Accounting and Public Policy*, 42(2), 107079.
- Ivan, S., Daniela, O., & Jaroslava, B. D. (2023). Sex Differences Matter: Males and Females are Equal but Not The Same. *Physiology and Behavior*, 259.
- Judijanto, L., Utami, E. Y., & Siagian, A. O. (2024). Gen Z Investor Behavior: Analyzing the Influence of Sustainable Investment Practices, Financial Education, and Risk Tolerance in Indonesia. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(3), 792–803.
- Klapper, L., Lusardi, A., & Van Oudheusden, P. (2015). *Financial Literacy Around the World*. Retrieved July 10, 2025, from <http://www.finlit.mhfi.com>.
- Kurniana, Manurung, H. A., & Sembel, R. (2023). The Effect of Availability Bias and Representativeness Bias on Investment Decisions Among Millennials and Gen Z in Indonesia. *Tekmapro*, 18(2), 47–58.
- Mahardhika, Danang MuhammadAsandimitra, N. (2023). *Pengaruh overconfidence, risk tolerance, return, financial literacy, financial technology terhadap keputusan investasi*. 602–612.
- Maina, C. E., Nyamasege, D., & Kurere, C. (2025). Availability Bias, Financial Literacy and Investment Decisions of Selected Small and Medium Enterprises in Nairobi County. *Scholars Journal of Economics, Business and Management*, 12(04), 105–113.
- Martaningrat, N. W. S., & Kurniawan, Y. (2024). The Impact of Financial Influencers, Social Influencers, and FOMO Economy on the Decision-Making of Investment on Millennial Generation and Gen Z of Indonesia. *Journal of Ecohumanism*, 3(3), 1319–1335. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i3.3604>

- Mufli, F., Hastuti, D. R. D., Jamil, M., Safri, M., & Bado, B. (2025). Literasi Keuangan dan Motivasi Belanja Hedonis pada Kebiasaan Belanja Impulsif. *Bulletin of Economic Studies (BEST)*, 5(1), 24–34. <https://doi.org/10.24252/BEST.V5I1.57566>
- 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.
- Nejati, F., Ahmadi, M., & Lali, M. (2015). The Impact of Financial Literacy on Retirement Planning and Household Wealth. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 5(S1), 806–815.
- Nizar, M., & Daljono, D. (2024). the Impact of Availability Bias and Representative Bias on Investment Decisions and Performance: the Role of Fomo As an Intervening Variable. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 12(1), 71–89.
- Paul, H. I. S., & Sundaram, N. (2023). Behavioral Biases and their Influence on Investment Decision-Making: a Systematic Literature Review and Future Research Agenda. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(4), e904.
- Pradnyaparamita, A. B. (2024). Pengaruh Gender dan Kemampuan Akademik terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa pada Mahasiswa Akuntansi di Perguruan Tinggi Indonesia. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 10(2), 102–113.
- Pramesti, A. N., & Graciafernandy, M. A. (2024). Pengaruh literasi keuangan, herding behaviour, dan karakteristik demografi terhadap keputusan investasi pada generasi Z di Kota Semarang. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 98.
- Puspawati, D., & Yohanda, A. R. (2022). Bias Perilaku Terhadap Keputusan Investasi Generasi Muda. *Akuntabilitas*, 16(1), 41–60.
- Putri, A., & Yulianti, E. (2025). Pengaruh Perilaku Anchoring dan Herding Bias terhadap Pengambilan Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi pada Investor di Kota Bandung Tahun 2024. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(3), 2714–2723.
- Qin, J. (2015). A model of regret, investor behavior, and market turbulence. *Journal of Economic Theory*, 160, 150–174.
- Rahawarin, F. R. (2023). The Effect of Loss Aversion Bias and Regret Aversion Bias on Financial Decisions with Financial Literacy as an Intervening Variable. *Accounting and Finance Studies*, 3(1), 301–314.

- Ramdani, N. F. (2019). Analisis Pengaruh Representativeness Bias dan Herding Behavior terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Mahasiswa di Yogyakarta). *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau*, 16(2), 39–55.
- Rohman, A., Safiih, A. R., & Pamulang, U. (2025). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Saham di Kalangan*. 4(1), 366–373.
- Rosmiwilujeng, E. P., Paino, H., Mara, A., Selangor, S., Alam, D., & Ehsan, M. (2024). Perceived Herding Behavior and Experienced Regret on Crypto Asset's Investment Decisions by Millennials. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 15(2), 118–127.
- Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 319–332.
- Saleem, A., Usman, M., & Bashir, Z. (2023). Behavioral biases, financial literacy, and investment decision: A case of individual investors in Pakistan. *Business Review*, 18(2), 1–19.
- Sari, Z. P., Mardhiah, S., & Albart, N. (2025). Systematic Literature Review: Pengaruh Financial Technology terhadap Minat investasi pada Generasi Z Tahun 2024. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 109–119.
- Suwardi, D., Cita, F. P., & Oktapiani, S. (2024). Dampak Literasi Keuangan, Literasi Ekonomi, dan Pendapatan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UTS). *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 10(2), 874–884.
- Tholib, A., & Putri, A. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Toleransi Risiko dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi Pegawai di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 432–443.
- Utami, E. M., Gusni, G., Yuliani, R., & Pesakovic, G. (2025). Financial Knowledge and Social Influence on Generation Z Intention to Invest: The Mediating Role of Financial Attitude and Literacy. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 40(1), 121.
- van Rooij, M., Alessie, R., Lusardi, A., & Graduate, S. (2024). Financial literacy in the DNB Household Survey: insights from innovative data collection. *Journal of Financial Literacy and Wellbeing*, 2(1), 21–37.
- Wangzhou, K., Khan, M., Hussain, S., Ishfaq, M., & Farooqi, R. (2021). Effect of Regret Aversion and Information Cascade on Investment Decisions in the Real Estate Sector: The Mediating Role of Risk Perception and the Moderating Effect of Financial

- Literacy. *Frontiers in Psychology*, 12(October), 1–15.
- Wendy. (2021). Efek Interaksi Literasi Keuangan Dalam Keputusan Investasi: Pengujian Bias-Bias Psikologi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(1), 36.
- Yasa, W., Upadana, A., & Trisna Herawati, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 126–135.
- Yuliatwati, T., Nugraha, N., Sari, M., Waspada, I., Purnamasari, I., Hendrayati, H., & Muhamat, A. A. (2024). Overconfidence and Herding: How These Biases Affect Generation Z Investments Decision Making. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 149–163.
- Yusup, A. K., & Hongdiyanto, C. (2023). Unlocking Financial Literacy in Generation Z: Are Sociodemographic Factors the Key? *Petra International Journal of Business Studies*, 6(2), 193–200.
- Zainordin, N. A., Ann, S. A. L., Xuan, K. Y., Rosli, M. I. A., & Annuar, N. (2025). The Role of Financial Literacy in Shaping Stock Market Investment Behaviour of Generation Z in Klang Valley. *Jurnal Intelek*, 20(1), 163–171.