



Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Investasi Milenial di Indonesia

Oktavia¹, Muhammad Riziq Noval², Melani Fitriya Handayani³, Rizka Hanipah⁴, Priski Yohana Sihombing⁵

¹⁻⁵ Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, Indonesia

Korespondensi penulis : oktaviaae14@gmail.com

Abstract. *Financial literacy is an individual's ability to understand and manage finances, which plays an important role in making investment decisions. In the context of millennials in Indonesia, financial literacy is a key factor influencing investment behavior, especially in the digital era that provides wide access to various investment instruments such as stocks, mutual funds, and crypto. This journal discusses the relationship between financial literacy and millennial investment behavior by highlighting the importance of financial understanding in managing risk, making rational investment decisions, and driving individual economic growth.*

Keywords: *Financial Literacy, Investment Behavior, Millennials, Indonesia*

Abstrak. Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan, yang memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan investasi. Dalam konteks milenial di Indonesia, literasi keuangan menjadi faktor kunci yang mempengaruhi perilaku investasi, terutama di era digital yang memberikan akses luas terhadap berbagai instrument investasi seperti saham, reksa dana, dan kripto. Jurnal ini membahas hubungan antara literasi keuangan dan perilaku investasi milenial dengan menyoroti pentingnya pemahaman keuangan dalam mengelola risiko, membuat keputusan investasi yang rasional, serta mendorong pertumbuhan ekonomi individu.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Perilaku Investasi, Milenial, Indonesia

LATAR BELAKANG

Edukasi literasi keuangan adalah aspek yang sangat penting dalam menciptakan kemandirian finansial di masyarakat. Literasi keuangan tidak hanya berperan krusial bagi individu dalam mengelola keuangan pribadi, tetapi juga berdampak signifikan pada stabilitas ekonomi suatu negara (Lusardi, 2019). Dalam hal ini, literasi keuangan meliputi kemampuan untuk memahami dan menggunakan berbagai informasi serta konsep keuangan dalam pengambilan keputusan sehari-hari (OECD, 2020; Grohmann, 2018). Kurangnya literasi keuangan di masyarakat dapat memengaruhi berbagai aspek kehidupan, seperti kemampuan mengelola utang, menabung untuk masa depan, dan melindungi diri dari penipuan finansial (Xiao dan Porto, 2019).

Suaputra dan rekan-rekannya (2021) menyatakan bahwa perilaku seseorang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal, salah satunya adalah pengetahuan. Dalam konteks ini, pengetahuan mengenai pasar modal merupakan informasi dasar yang dibutuhkan untuk mendukung keputusan investasi. Menurut Adiningtyas dan Hakim (2022), pengalaman,

pengetahuan, dan kemampuan analisis sangat penting dalam melakukan investasi, yang juga didukung oleh ketersediaan instrumen investasi yang dapat dibeli, dijual, dan dimiliki.

Investasi di pasar modal menjadi lebih mudah dan aman bagi mereka yang memiliki pengetahuan dibandingkan dengan investor yang tidak berpengetahuan. Pemahaman yang memadai akan mendorong keinginan untuk berinvestasi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan peluang keberhasilan dalam investasi (Amhalmad dan Irianto, 2019). Dorongan individu untuk berdedikasi demi mencapai tujuan yang diinginkan dikenal sebagai motivasi (Haidir, 2019). Motivasi ini bisa didefinisikan sebagai proses penetapan intensitas dan tujuan seseorang, yang dimulai dari keinginan yang dibentuk melalui ketekunan dan dibantu oleh dukungan psikologis dan pendidikan dari berbagai sumber (Yuliati et al. , 2020).

Minat dalam investasi memiliki korelasi langsung dengan motivasi berinvestasi, sehingga seiring meningkatnya keinginan untuk berinvestasi, motivasi juga akan meningkat (Saputra, 2018). Dalam setiap investasi, para investor selalu berharap untuk mendapatkan return yang merupakan harapan utama mereka (Yuliati et al. , 2020). Return sendiri adalah nilai yang diperoleh dari kegiatan investasi, yang dapat berupa keuntungan seperti dividen dan capital gain, atau kerugian (Nugroho, 2021). Mengingat potensi untuk menghasilkan keuntungan, semakin tinggi pengembalian investasi, semakin baik tingkat investasi tersebut (Monica, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan studi pustaka sebagai metode pengumpulan data. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan berbagai literature yang berhubungan dengan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Perilaku Investasi Milenial

Saat ini minat generasi milenial untuk berinvestasi di pasar modal cukup meningkat. Hal tersebut dilansir dalam berita pada CNN Indonesia bulan Oktober 2021 bahwa persentase investor muda dengan usia di bawah 40 tahun kini mencapai 1,91 juta orang atau setara 78,4% dari total investor. Di samping itu investor berusia 18 sampai 25 tahun berjumlah 375 ribu atau setara dengan 47,4% dari total investor baru pada tahun 2021. Kondisi ini menggambarkan bahwa semakin banyak generasi milenial yang sadar akan pentingnya berinvestasi. Akan tetapi perlu ditelusuri kembali terkait minat berinvestasi di kalangan generasi milenial tersebut. Tidak

sedikit pula jumlah generasi muda yang terjebak dengan investasi bodong. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami kajian terkait literasi keuangan serta motif yang mendasari generasi milenial di dalam berinvestasi.

Berinvestasi merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan ketika seorang individu memiliki literasi keuangan yang baik. Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung akan mengevaluasi setiap alternatif investasi yang akan dipilihnya. Hal ini membuat individu tersebut hanya akan berinvestasi pada instrumen investasi yang sesuai dengan profil risikonya. Norma subjektif juga memegang peranan penting terhadap minat berinvestasi seseorang. Termasuk faktor preferensi orang sekitar seperti keluarga, kerabat, maupun public figure dapat memiliki dampak terhadap preferensi individu tersebut di dalam berinvestasi.

Dalam Teori prospek yang dikemukakan oleh Kahneman dan Tversky (1979) menjelaskan berbagai keadaan pemikiran yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan investor, teori ini menggabungkan 2 (dua) ilmu yang berbeda yaitu ekonomi dan psikologi (Kahneman & Tversky, 1979). Teori ini beranggapan bahwa perilaku manusia dianggap aneh dan kontradiktif dalam mengambil keputusan dan tidak selamanya rasional. Dalam psikologi, bias heuristik adalah jalan pintas mental yang dipelajari melalui pengalaman, yang menjelaskan bagaimana investor membuat keputusan dan menyelesaikan masalah, terutama ketika menghadapi masalah kompleks dengan informasi yang tidak lengkap (Ritter dalam Kasoga, 2021). Tversky dan Kahneman dalam Kasoga (Kasoga, 2021) memperkenalkan tiga bias heuristik yang mana dapat dihadapi investor individual dalam pengambilan keputusan antara lain:

Keuangan Keperilakuan (Behavioural Finance)

Keuangan tradisional mengasumsikan bahwa semua orang “rasional” dan memberi tahu kita bagaimana orang seharusnya berperilaku untuk memaksimalkan kekayaan mereka (Nofsinger, 2016). Perilaku keuangan mencoba menjelaskan mengapa individu membuat keputusan yang mereka lakukan, apakah keputusan tersebut rasional atau irasional. Fokus dari banyak karya di bidang ini adalah pada bias kognitif yang mempengaruhi keputusan investasi (McMillan, Pinto, Pirie, & Van de Venter, 2011).

Availability Bias (Bias Ketersediaan)

Bias Ketersediaan adalah heuristik kognitif yang mengacu pada kecenderungan untuk mengandalkan informasi yang sudah tersedia (Khan, Naz, Qureshi, & Ghafour, 2017)

Representativeness Bias (Bias Keterwakilan)

Representativeness Bias terjadi karena investor cenderung mengambil keputusan di dasarkan pada suatu informasi yang mewakili suatu kondisi, Khan mengartikan bias representative yaitu adalah heuristik kognitif yang mengacu pada kecenderungan orang untuk menganggap suatu karakteristik sebagai representatif dari keseluruhan fenomena terlepas dari apakah karakteristik tersebut berhubungan dengan fenomena atau tidak (Khan et al., 2017).

Hubungan Literasi Keuangan Dengan Perilaku Investasi

Literasi keuangan digunakan untuk memahami layanan, sistem, dan produk jasa keuangan, serta mencakup upaya meningkatkan kesejahteraan seseorang melalui perubahan sikap dan perilaku keuangan seseorang. Di bawah ini adalah tabel persentase yang menunjukkan literasi keuangan negara-negara Asia Tenggara.

Persentase literasi keuangan Indonesia berada pada kondisi yang cukup rendah, apabila disandingkan pada beberapa Negara di ASEAN lainnya yaitu sebesar 29%. Sedangkan, literasi keuangan pada negara Malaysia sebesar 66%, di Thailand sebesar 73% dan di Singapura sebesar 98%.

Tabel 1. Persentase Literasi Keuangan Negara-Negara Di Asia

Negara	Persentase (%)
Indonesia	29
Malaysia	66
Thailand	73
Singapura	98

Sumber : data diolah (Otoritas Jasa Keuangan 2016)

Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (2017), menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan usaha untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan serta pengelolaan keuangan berdasarkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan setiap individu. Jika individu memiliki literasi keuangan yang baik, hal ini dapat mendukung individu tersebut untuk mencapai kesejahteraan keuangan karena mampu mengambil keputusan keuangan dan mengelolan keuangannya dengan baik. Literasi keuangan merupakan faktor penting dalam menentukan keputusan investasi dimana pengetahuan sebagai dasar dalam menentukan keputusan investasi. Dalam kaitannya terhadap teori atribusi, literasi keuangan sebagai faktor internal individu dalam berperilaku menjadikan pengetahuan dan pemahaman tentang pengelolaan keuangan digunakan untuk menentukan keputusan atas keuangan yang lebih bijaksana sehingga dapat setiap tindakan yang dilakukan dapat terhindar dari risiko yang mungkin terjadi. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri & Rahyuda (2017) yang menyatakan bahwa seseorang yang memiliki

tingkat literasi keuangan yang baik cenderung memiliki perencanaan dan antisipasi yang baik dalam menentukan sebuah keputusan investasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Tasman, 2019), (Ratnasari, 2021) dan (Al-Aziz & Rinofan, 2021), menunjukkan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangannya maka semakin baik pula keputusan investasi yang diambil. (Luh Putu Junita Ary Uttari , I Gede Agus Pertama Yudiantara et al., 2023).

Tantangan Literasi Keuangan di Indonesia

Tantangan Literasi Keuangan

1. Literasi Keuangan yang Tidak Merata : Sebagian besar masyarakat Indonesia belum memahami produk dan layanan keuangan formal, sehingga tingkat literasi keuangan tergolong rendah.
2. Kurangnya Pemahaman Produk Keuangan : Banyak masyarakat tidak memahami berbagai produk seperti tabungan, investasi, atau pinjaman yang disediakan oleh lembaga keuangan formal.
3. Risiko Tertipu oleh Layanan Keuangan Palsu : Minimnya literasi keuangan menyebabkan masyarakat lebih rentan terhadap layanan perbankan atau keuangan palsu.
4. Kebutuhan Pengetahuan untuk Penggunaan Digital Banking : Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan perbankan digital. Oleh karena itu, rendahnya literasi keuangan menjadi hambatan bagi masyarakat dalam memanfaatkan teknologi perbankan.
5. Kesadaran Pentingnya Pengelolaan Keuangan : Literasi keuangan melibatkan pengetahuan dan keterampilan untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat, yang masih kurang di berbagai wilayah Indonesia

Tantangan Literasi Keuangan di Indonesia untuk UKM :

1. Kurangnya Pengetahuan Keuangan: Pemilik UKM tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang pengelolaan arus kas, pembukuan, dan investasi, yang membatasi kemampuan mereka dalam mengambil keputusan strategis.
2. Keterbatasan Infrastruktur Keuangan: Di daerah pedesaan, minimnya akses ke bank dan lembaga keuangan formal menyebabkan UKM bergantung pada sumber informal seperti rentenir dengan suku bunga tinggi.

3. Persyaratan Jaminan yang Ketat: Banyak UKM tidak memiliki aset yang cukup untuk memenuhi persyaratan pinjaman, yang menghambat akses mereka ke pembiayaan formal.
4. Produk Keuangan yang Tidak Tepat Sasaran: Produk keuangan seperti pinjaman dan asuransi sering kali tidak dirancang untuk kebutuhan UKM, sehingga kurang relevan untuk mereka.
5. Tingginya Biaya Administrasi: Biaya-biaya terkait, seperti suku bunga tinggi dan administrasi, menjadi hambatan signifikan bagi UKM untuk mengakses layanan keuangan.

Strategi Meningkatkan Literasi Keuangan

Peningkatan literasi keuangan dilakukan melalui berbagai strategi, seperti edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat untuk memberikan pemahaman tentang produk dan layanan keuangan. Program ini mencakup penyebaran informasi melalui pertemuan langsung, media cetak seperti brosur, serta platform digital seperti situs web dan media sosial. Tujuannya adalah agar masyarakat memahami manfaat, risiko, dan kewajiban yang terkait dengan layanan keuangan, sehingga mereka dapat mengelola keuangan dengan lebih baik dan bijak. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman masyarakat terhadap keuangan, dengan banyak orang yang mulai memanfaatkan layanan keuangan sesuai kebutuhan mereka. Selain itu, upaya ini juga mendorong masyarakat untuk lebih sadar akan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi yang efektif, sehingga mendukung kesejahteraan finansial secara berkelanjutan.

Strategi untuk meningkatkan literasi keuangan pada masyarakat berpenghasilan rendah meliputi beberapa pendekatan penting.

1. Pendidikan dan Pelatihan

Program pendidikan keuangan perlu diperluas di komunitas berpenghasilan rendah melalui kelas, seminar, dan pelatihan daring yang mudah diakses. Materi pelatihan mencakup dasar-dasar pengelolaan keuangan, manajemen utang, investasi, serta pemahaman tabungan dan perbankan.

2. Akses ke Sumber Daya

Masyarakat membutuhkan akses yang mudah terhadap informasi dan sumber daya finansial, seperti perpustakaan, pusat komunitas, atau situs web pemerintah yang menyediakan panduan dan alat praktis.

3. Kemitraan dengan Lembaga Keuangan

Kerja sama dengan bank dan koperasi kredit sangat penting untuk membantu mereka membuka rekening tabungan dan memahami produk serta layanan perbankan yang tersedia.

4. Penyuluhan Keuangan

Penyuluhan yang difasilitasi oleh pemerintah atau lembaga non-profit dapat memberikan edukasi tentang pengelolaan utang, perencanaan pensiun, dan topik lainnya yang relevan dengan kebutuhan masyarakat berpenghasilan rendah.

5. Pemanfaatan Teknologi

Teknologi, seperti aplikasi keuangan dan platform e-learning, memberikan akses fleksibel bagi masyarakat untuk belajar tentang pengelolaan keuangan.

6. Peran Keluarga dan Sekolah

Pengajaran tentang pengelolaan keuangan harus dimulai sejak dini melalui kurikulum pendidikan serta dengan peran aktif keluarga dalam mengajarkan anak-anak cara menabung dan mengelola anggaran.

7. Promosi Tabungan dan Investasi

Program yang mendorong masyarakat untuk menabung dan berinvestasi, seperti rencana tabungan pensiun atau pendidikan, dapat memperkuat kebiasaan finansial yang baik.

8. Evaluasi dan Pengukuran

Untuk memastikan efektivitasnya, penting untuk melakukan evaluasi berkala terhadap program literasi keuangan, guna mengidentifikasi dampak dan hasil yang dicapai oleh masyarakat.

Dengan penerapan strategi-strategi ini, masyarakat berpenghasilan rendah dapat lebih memahami pengelolaan keuangan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kestabilan finansial dan kualitas hidup mereka.

KESIMPULAN

Literasi keuangan memiliki peran penting dalam menciptakan kemandirian finansial individu sekaligus mendukung stabilitas ekonomi suatu negara. Literasi keuangan mencakup kemampuan memahami dan mengaplikasikan konsep keuangan untuk pengambilan keputusan sehari-hari, termasuk pengelolaan utang, perencanaan keuangan, dan perlindungan terhadap risiko finansial. Rendahnya tingkat literasi keuangan di masyarakat dapat mengakibatkan

kerugian finansial, termasuk terjebak dalam investasi bodong. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi hal yang sangat penting untuk memaksimalkan potensi keuangan individu dan masyarakat secara umum.

Dalam konteks perilaku investasi, literasi keuangan terbukti berkontribusi terhadap pengambilan keputusan yang lebih baik, terutama dalam memilih instrumen investasi yang sesuai dengan profil risiko. Generasi milenial menunjukkan peningkatan minat dalam berinvestasi di pasar modal, tetapi masih banyak yang terjebak oleh bias kognitif, seperti bias ketersediaan dan bias keterwakilan. Teori prospek yang menggabungkan ekonomi dan psikologi juga menjelaskan bagaimana faktor psikologis memengaruhi keputusan investasi, yang sering kali tidak sepenuhnya rasional. Hal ini menekankan pentingnya edukasi keuangan yang tidak hanya mengajarkan keterampilan teknis, tetapi juga mencakup pemahaman tentang bias dan dinamika perilaku keuangan.

Selain itu, rendahnya tingkat literasi keuangan di Indonesia, yang hanya mencapai 29%, dibandingkan negara-negara tetangga seperti Singapura (98%), Malaysia (66%), dan Thailand (73%), menunjukkan perlunya upaya lebih besar dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Program edukasi dan pelatihan yang komprehensif, termasuk pengenalan produk investasi dan strategi pengelolaan keuangan, dapat menjadi solusi untuk meningkatkan pemahaman finansial. Dengan demikian, individu dapat mengambil keputusan yang lebih bijak, memaksimalkan hasil investasi, dan pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Adi, A. A. K. K. (2022). Penerapan SOP (standard operating procedure) butler di Villa Massilia: SOP for implementation (standard operating procedure) butler at Villa Massilia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1(1), 24–38.
- Adnan, A. M., & Handayani, S. (2022). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi mahasiswa di era digital. *I-Com: Indonesian Community Services Journal*, 3(4), 44–55.
- Binadarma University. (n.d.). Pengaruh strategi dalam perusahaan. *Manajemen Bisnis & Inovasi Akademik*.
- Campos, F., Lima Santos, L., Gomes, C., & Cardoso, L. (2022). Management accounting practices in the hospitality industry: A systematic review and critical approach. *Tourism and Hospitality*, 3(1), 243–264.
- Dewi, I. K., & Hayati, S. R. (2018). Strategi bank syariah dalam meningkatkan literasi keuangan syariah pada masyarakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 8(2), 129–137.

- Diana, W., & Munandar, A. (2022). Implementation of the cash system in the information system of cash receiving and distributions. *Jurnal Ecoment Global*, 7(1).
- Institut Bisnis dan Keuangan Indonesia. (n.d.). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Ekonomi Syariah*, 1(3), 370.
- Nasri, E., Widyawati, W., & Sodikin, S. (2022). Perancangan aplikasi account payable subsidiary dengan pendekatan model phased development. *Jurnal Sistem Informasi dan Informatika (SIMIKA)*, 5(2), 162–172.
- Nuranindita, M. (2023). Peran dan manfaat marketplace dan digital payment dalam meningkatkan pemberdayaan UMKM di Provinsi Bangka-Belitung. *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*, 8(1), 17–31.
- Nurhayati, R., & Damayanti, R. (2023). Strategi peningkatan literasi keuangan di Indonesia. *Pioneer Economics*, 5(3), 45–60.
- Putri, A. S., & Kurniawan, F. (2021). Hubungan literasi keuangan dengan perilaku investasi generasi milenial di Indonesia. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 15–22.
- Riskiani, N. (2019). Peran account payable terhadap kelancaran pembayaran tagihan supplier di Pesonna Tugu Hotel Yogyakarta. *Media Wisata*, 17(2), 72–77.
- Suyamto, S. (2022). Analisa penerapan standard operating procedure account payable terhadap kelancaran operasional accounting department di Amarelo Hotel Solo. *Jurnal Hotelier*, 8(1), 67–76.