

Diterima: 15 Nov 2024 Direvisi: 13 Des 2024 Disetujui: 11 Des 2024 Dipublikasi: 16 Des 2024

DINAMIKA KEPUTUSAN INVESTASI SYARIAH GENERASI Z : PERAN LITERASI KEUANGAN, *INFLUENCER*, MEDIA SOSIAL DAN RELIGIUSITAS

Muhammad Rijalul Abror Al-Ma'ruf^{1)*}, Lailatul Qadariyah²⁾

¹²Universitas Trunojoyo Madura

Email Korespondensi^{1)*} : 210721100048@student.trunojoyo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang faktor-faktor yang berperan untuk generasi Z dalam berinvestasi syariah. Dengan jumlah investor syariah yang mengalami kenaikan signifikan maka dari itu penelitian ingin mengetahui lebih dalam mengenai peran literasi keuangan, peran influencer dan media sosial serta aspek religiusitas sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Penelitian kualitatif ini dilakukan melalui studi wawancara kepada generasi Z sebanyak 10 informan di provinsi Jawa Timur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran literasi keuangan menjadi fondasi utama dalam mendorong generasi Z untuk berinvestasi syariah. Selain itu peran influencer dan media sosial serta kesadaran tentang pentingnya pengelolaan keuangan sesuai syariah menjadi faktor penting. Temuan ini diharapkan dapat menjadi wawasan untuk meningkatkan literasi keuangan generasi Z serta sebagai bahan untuk menyusun kampanye halal yang efektif. Dengan memahami faktor-faktor yang berperan pada keputusan investasi generasi Z diharapkan para pelaku pasar modal syariah bisa merancang produk dan strategi pemasaran yang sesuai untuk mendorong peningkatan jumlah investor syariah di Indonesia.

Kata kunci : Generasi Z, Literasi Keuangan, Influencer, Media Sosial, Relegiusitas

DYNAMICS OF GENERATION Z SHARIA INVESTMENT DECISIONS : THE ROLE OF FINANCIAL LITERACY, INFLUENCERS, SOCIAL MEDIA AND RELIGIOSITY

Abstract

This research aims to identify the factors that influence Generation Z participation in Islamic investing. Given the significant increase of Islamic investors this study seeks to delve deeper into the roles of financial literacy, the influence of influencers and social media, and the aspect of religiosity as considerations in investment decision making. This qualitative research was conducted through in depth interviews with 10 Generation Z individuals in East Java province. The results show that financial literacy serves as the primary foundation in motivating Generation Z to engage in Islamic investing. Additionally, the influence of influencers and social media, as well as the awareness of the importance of managing finances in accordance with Islamic principles, are significant factors. These findings are expected to contribute to enhancing the financial literacy of Generation Z and serve as a basis for developing effective halal campaigns. By understanding the factors influencing Generation Z investment decisions Islamic capital market players can design products and marketing strategies that are suitable for increasing the number of Islamic investors in Indonesia.

Keywords: Generation Z, Financial Literacy, Influencer, Social Media, Religiosity

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia menurut proyeksi Bank Indonesia (BI) pergerakan ekonomi syariah Indonesia akan tumbuh sebesar 4,7% hingga 5,5% pada tahun 2024. Pembiayaan dari perbankan syariah diperkirakan akan meningkat 10%-12% setiap tahun. Selain itu investasi dalam industri syariah seperti industri halal dan keuangan berbasis syariah akan dapat mendorong pertumbuhan industri tersebut dan berdampak positif pada ekonomi (Haryono, 2024). Dalam upaya untuk mengembangkan sektor keuangan dan

ekonomi *syariah* di Indonesia dan mewujudkan visi Indonesia sebagai pusat ekonomi *syariah* terkemuka di dunia yang diharapkan dapat membantu mencapai tujuan Indonesia *Gold* 2045.

Tabel 1

Demografi investor individu berdasarkan usia 2023-2024

No	Usia	Aset	
		Des -2023	Jan-24
1	<30	Rp. 14,94 T	Rp. 15,17 T
2	30 - 40	Rp. 20,88 T	Rp. 21,76 T
3	41-50	Rp. 26,15 T	Rp. 28,07 T
4	51-60	Rp. 35,76 T	Rp. 38,42 T
5	>60	Rp. 57,27 T	Rp. 57,41 T
Total		Rp. 155 T	Rp. 160,83 T

Sumber : Statistik Pasar Modal Indonesia Januari 2024

Menurut informasi terbaru yang dimiliki Indonesia Central Securities Depository pada Bursa di bulan Desember memiliki total aset Rp. 155T lalu pada bulan Januari 2024 mengalami kenaikan dengan total aset Rp. 160,83T dari semua kalangan usia. Aset tersebut terbagi menjadi 5 kategori usia yang tersebar pada semua pasar modal yang terdaftar pada *Bursa Efek Indonesia*. Menurut data demografi investor individu berdasarkan usia pada bulan Desember 2023 & Januari 2024 menunjukkan bahwa investor diusia <30 tahun telah terjadi kenaikan sebesar Rp.23 M, usia 30-40 tahun memiliki kenaikan Rp. 88 M, Usia 41-50 tahun memiliki kenaikan sebesar Rp. 1,92 T, usia 51-60 tahun memiliki kenaikan sebesar Rp. 2,66 T, Usia >60 tahun memiliki kenaikan sebesar Rp. 14 M.

Generasi z yang bertumbuh di era kemajuan digital akan lebih mudah dalam memiliki akses mudah dalam memperoleh informasi keuangan. Dengan adanya hal tersebut maka akan melahirkan beberapa fenomena yang menarik seperti pembentukan literasi keuangan dinamis yang di pengaruhi oleh beberapa faktor dan salah satunya bersumber dari informasi sosial media. Kehadiran *influencer* juga berperan efektif dalam mempertimbangkan rekomendasi dalam membentuk keputusan investasi generasi z. Media sosial menjadi platform utama bagi generasi z dalam menggali informasi serta berkomunikasi yang akan dapat membentuk sebuah opini keputusan berinvestasi. Pentingnya religiusitas juga menjadi motivasi yang kuat untuk mencari produk investasi yang sesuai dengan nilai *syariah*.

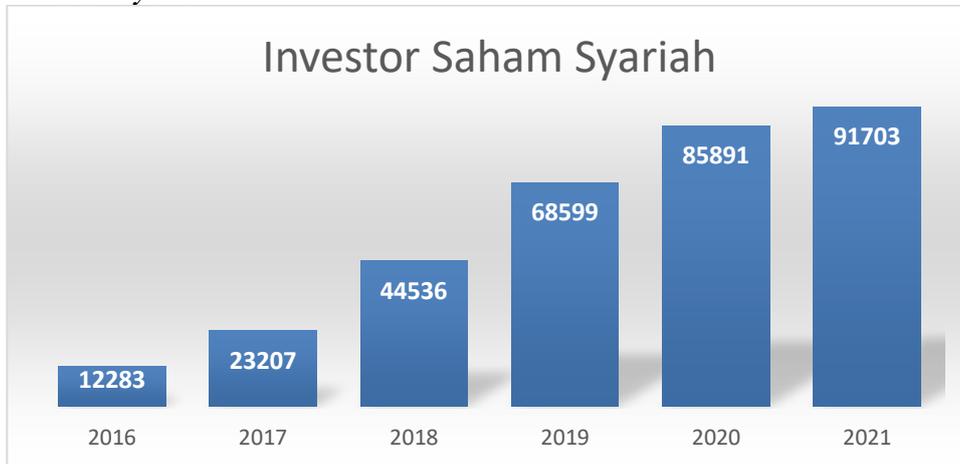
Pada potensi positif tersebut terdapat beberapa permasalahan yang perlu di perhatikan seperti maraknya informasi investasi bodong atau scam yang tidak akurat di sosial media yang dapat menyesatkan generasi z. adanya tekanan untuk mengikuti tren seringkali mendorong keputusan investasi yang implusif karena tidak mempertimbangkan beberapa faktor. Kurangnya pemahaman mendalam tentang investasi *syariah* akan berpotensi kejahatan manipulasi yang dilakukan oleh *influencer* yang tidak bertanggung jawab. Adanya banyak pilihan produk investasi *syariah* terkadang membuat bingung bagi generasi z dalam menyesuaikan portofolio yang sesuai dengan kebutuhan.

Investor gen z meningkat sebesar 28% di pasar modal *syariah* dalam kurun waktu 1 tahun (2021-2022) yang menunjukkan adanya dorongan besar gen z untuk berinvestasi yang sesuai dengan syariat Islam (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). kemudahan dalam mengakses informasi menjadi salah satu faktor pendorong minat mereka untuk terjun ke pasar modal *syariah* (Karatri et al., 2021). Kebebasan finansial membuat gen z semakin sadar tentang pentingnya memiliki keuangan yang stabil. Saham *syariah* menjadi solusi untuk mengikuti aturan dalam islam untuk menghindari riba yang di ajurkan oleh agama Islam. Peningkatan

partisipasi gen z di pasar modal *syariah* menunjukkan potensi besar industri pada masa yang akan datang (Munir & Misbakul, 2023).

Gambar 2

Jumlah Investor Syariah



Sumber : Bisnis.com (PT. Bursa Efek Indonesia)

Peningkatan pesat minat generasi z terhadap investasi *syariah* sejalan dengan target ambisius *Bursa Efek Indonesia* (BEI) dalam meningkatkan jumlah investor di dalam pasar modal. Karakteristik yang dimiliki oleh generasi z sangat akrab dengan teknologi dan informasi yang serba canggih. Adanya kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang menjadi sugmen pasar yang sangat potensial untuk mencapai target. Pertumbuhan investor generasi z tidak hanya akan memperluas basis investor di pasar modal tetapi akan bisa mendorong pasar yang lebih sehat dan kompetitif. Mengoptimalkan potensi generasi z sebagai investor *syariah* perlu adanya berbagai upaya yang sinergis antara regulator, pelaku industri dan pihak terkait lainnya. Edukasi yang bersifat intensif mengenai pasar modal *syariah* bisa dijadikan strategi yang menysasar generasi z. dengan demikian minat generasi z terhadap investasi *syariah* dapat terus bertumbuh dan berkelanjutan yang berkontribusi pada pengembangan indutri keuangan *syariah*.

Dalam meningkatkan minat investasi *syariah* dikalangan generasi z diperlukan upaya yang lebih mendalam. Edukasi investasi *syariah* dikembangkan melalui berbagai saluran baik secara langsung maupun digital. Upaya sosialisasi yang efektif dapat membantu generasi z dalam memahami konsep dasar investasi *syariah* dan manfaatnya serta cara berinvestasi sesuai dengan minat masing-masing. Dengan demikian generasi z dapat mengambil keputusan berinvestasi yang lebih cerdas dan sesuai dengan tujuan keuangan.

Literasi keuangan berperan penting dalam mendorong minat berinvestasi generasi z. Semakin tinggi pemahaman literasi keuangan generasi z maka semakin besar pula kemungkinan untuk memahami konsep berinvestasi dengan cara mengidentifikasi berbagai instrumen dan dapat mengambil keputusan berinvestasi yang rasional (Sani & Paramita, 2024). Dengan demikian pemahaman literasi keuangan yang memadai dapat menjadi bekal generasi z dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan secara efektif untuk mencapai tujuan finansial jangka panjang.

Perkembangan digital marketing telah melahirkan *influencer* yang memiliki peran terhadap perilaku konsumen pada generasi z. Dalam konteks ini *influencer* berperan sebagai jembatan antara informasi dengan generasi z yang cenderung mencari informasi yang mudah dicerna dan relevan yang dikemas melalui edukasi yang menarik (Arwachyntia et al., 2022).

Dengan demikian *influencer* tidak hanya berperan sebagai promotor tetapi juga menjadi edukator dalam bidang keuangan yang mampu membentuk persepsi generasi z dalam berinvestasi *syariah*.

Media sosial telah merubah generasi z dalam mengakses informasi secara luas dengan cara mudah termasuk informasi tentang berinvestasi. Platform digital tidak hanya menjadi sarana hiburan akan tetapi juga akan menjadi sumber edukasi finansial yang mudah untuk dijangkau (Rais et al., 2023). Melalui sosial media generasi z dapat dengan mudah dalam mengakses informasi tentang berbagai instrumen investasi, tren pasar, serta tips investasi dari para ahli. Dengan ini mengidentifikasi bahwa media sosial berperan penting dalam membentuk minat dan kesadaran generasi muda terhadap pentingnya berinvestasi sejak dini.

Religiusitas sebagai landasan moral dalam pengambilan keputusan berinvestasi generasi z. Dengan karakteristik yang unik pada generasi z menunjukkan minat yang signifikan terhadap minat berinvestasi *syariah*. Religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap minat generasi z untuk berinvestasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip *syariah* (Rahmi et al., 2024). Dengan pernyataan tersebut dapat diidentifikasi bahwa generasi z yang faham dengan religiusitas cenderung memilih investasi yang tidak hanya memberikan keuntungan finansial tetapi juga selaras dengan nilai agama.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat investasi Generasi Z mempunyai peran positif tentang literasi keuangan, efikasi keuangan, dan peran influencer media sosial (Angga et al., 2023). Generasi Z memiliki keahlian yang lebih baik dalam pengelolaan keuangan (Safitri et al., 2022). literasi keuangan berfungsi untuk mengatur bagaimana pengalaman investasi, toleransi risiko, dan peran media sosial mempengaruhi keputusan investasi (Baihaqqi & Khusna, 2022). Konten media sosial, dan pengetahuan keuangan menyebabkan Gen Z Muslim tertarik untuk berinvestasi dalam saham *syariah* (Islamy & Nada, 2023). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa minat investasi generasi z memiliki peran pentingnya literasi keuangan dan peran media sosial dalam keputusan investasi. Namun dalam penelitian ini melangkah lebih jauh dengan menganalisis peran literasi keuangan, *influencer*, media sosial dan religiusitas terhadap minat generasi z untuk berinvestasi *syariah*.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku investor generasi z pada pasar modal *syariah*. Penelitian ini akan mengidentifikasi peran yang mempengaruhi keputusan berinvestasi generasi z seperti peran literasi keuangan, *influencer*, media sosial dan religiusitas. Selain itu, penelitian ini juga akan mengukur minat generasi z dalam berinvestasi *syariah* melalui wawancara yang berguna untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi serta membandingkan profil investor generasi z dengan kelompok generasi lainnya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini memadukan teknik naratif. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini berupa kualitatif yang merupakan pendekatan untuk menjawab permasalahan yang terjadi (Yusri, 2021). Pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berperan dalam keputusan generasi z dalam berinvestasi *syariah*.

Key Informan

Subjek dalam penelitian ini adalah investor individu di daerah Jawa Timur yang memiliki portofolio investasi dari beberapa saham-saham *syariah* yang telah terdaftar di Indeks Saham *Syariah* Indonesia (ISSI). Key informan pada penelitian ini dipilih

berdasarkan kriteria sebanyak 10 orang yang memiliki portofolio investasi minimal senilai Rp. 2.000.000 yang didominasi oleh saham *syariah* serta telah berinvestasi di pasar modal minimal selama 6 bulan sehingga cukup layak untuk dijadikan sebuah penelitian. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi keputusan investasi *syariah* serta tantangan yang bagi generasi z. Dengan ini peneliti akan memperoleh hasil yang lebih komperensif mengenai faktor yang berperan dalam minat berinvestasi *syariah*.

Tabel 1

Key Informan

Key Informan	Perusahaan	Besar Investasi
Key Informan 1	ADRO (PT Adaro Energy Tbk)	17 Lot
Key Informan 2	ANTM (PT Aneka Tambang Tbk)	27 Lot
Key Informan 3	BRPT (PT Barito Pacific Tbk)	34 Lot
Key Informan 4	BRIS (PT Bank Syariah Indonesia Tbk)	35 Lot
Key Informan 5	EMTK (PT Energi Mega Persada Tbk)	60 Lot
Key Informan 6	EXCL (PT XL Axiata Tbk)	38 Lot
Key Informan 7	INDF (PT Indofood Sukses Makmur Tbk)	11 Lot
Key Informan 8	JPFA (PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk)	42 Lot
Key Informan 9	KLBF (PT Kalbe Farma Tbk)	39 Lot
Key Informan 10	MYOR (PT Mayora Indah Tbk)	28 Lot

Definisi operasional variabel

Dalam memastikan konsistensi dan objektivitas dalam menganalisis hasil penelitian ini maka sangat penting untuk memiliki definisi operasional yang jelas pada variabel keputusan investasi Generasi Z sebagaimana dijelaskan pada tabel 3.

Tabel 3

Operasional variabel Penelitian

Variabel	Dimension	Indicator
keputusan investasi Generasi Z (Supeni et al., 2023).	literati Keagan (Financial literacy)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman konsep dasar (prinsip investasi <i>syariah</i> dengan investasi konvensional) 2. Pengetahuan tingkat literasi dan kemampuan untuk mencari aktivitas informasi terkait 3. Kemampuan dalam menghitung resiko dan potensi keuntungan 4. Pemahaman terhadap produk investasi <i>syariah</i> 5. Integrasi investasi <i>syariah</i> untuk keungan jangka panjang.
<i>Influencer</i> (<i>Influencers</i>)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumsi konten investasi yang dibagikan oleh <i>influencer</i> 2. Tingkat kepercayaan informan terhadap kredibilitas 3. Pengetahuan <i>influencer</i> 4. Rekomendasi <i>influencer</i> mempengaruhi keputusan investasi 5. Tindakan konkret yang dilakukan oleh informan sebagai dampak mengikuti rekomendasi tersebut.
Media Sosial (Social media)		<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat partisipasi mengikuti dalam menyampaikan pendapat tentang saham <i>syariah</i> pada sosial media 2. Sejauhmana media sosial menjadi sumber utama untuk mencari informasi tentang investasi <i>syariah</i> 3. Presepsi informan terhadap manfaat media sosial dalam memahami investasi <i>syariah</i> 4. Tingkat frekuensi interaksi informan terhadap investasi <i>syariah</i> di sosial media.

Religiusitas (Religiosity)	<ol style="list-style-type: none">1. Ketaatan seorang investor muslim terhadap prinsip <i>syariah</i> dalam berinvestasi2. Pertimbangan aspek religious dalam keputusan berinvestasi3. Adanya kesadaran investor akan dampak etis pada investasi <i>syariah</i>4. Pengukuran karakteristik investor yang selalu memprioritaskan perusahaan <i>syariah</i> yang berdampak positif.
-------------------------------	--

Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data. Data primer di peroleh dari hasil wawancara langsung dengan investor yang memiliki saham *syariah* pada platform sekuritasnya. Data sekunder dijadikan sebagai data pendukung yang diambil dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah dan internet. Untuk memverifikasi serta meningkatkan kredibilitas data peneliti menggunakan teknik *triangulasi* yang membandingkan data dari berbagai sumber untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih komprehensif.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif yang terdiri dari 3 tahapan utama yaitu terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan untuk tujuan akhirnya (Fadilla et al., 2023). Proses reduksi data dilakukan dengan merangkum hasil data dari wawancara. Data- data tersebut kemudian disaring untuk mengidentifikasi informasi yang relevan dengan keputusan investasi *syariah* pada generasi z. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk teks narasi yang terstruktur. Tahap terakhir yang dilakukan yaitu penarikan kesimpulan berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dari analisis data. Pendekatan analisis data dalam penelitian ini bersifat interaktif yang memadukan data hasil wawancara dengan data pustaka dan informasi yang relevan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor yang berperan dalam keputusan investasi *syariah* generasi z.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini secara khusus akan melakukan analisis tentang minat generasi z dalam berinvestasi *syariah*, dimana penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang berperan dalam mempengaruhi keputusan antara lain :

Literasi Keuangan

Literasi keuangan tidak hanya bisa memberikan pengetahuan tentang produk investasi tetapi juga bisa memberikan pemahaman tentang nilai-nilai yang mendasari konsep investasi *syariah*. Dengan adanya pemahaman *halal* atau *haram* serta prinsip keadilan dan kemaslahatan maka kita dapat membuat keputusan investasi yang tidak hanya menguntungkan secara finansial. Hal ini dapat mengurangi kecemasan dan keraguan dalam mengambil keputusan berinvestasi yang akan membuat kita lebih fokus pada tujuan keuangan jangka panjang. Dengan pemahaman tersebut maka akan muncul sebuah keyakinan sebagaimana disampaikan dalam pernyataan informan 7 yang menyatakan :

“pemahaman konsep dasar menjadi langkah pertama untuk melakukan sebuah tindakan”

Hasil wawancara di atas menyoroti bahwa dalam setiap proses pengambilan keputusan berinvestasi kita harus memahami konsep dasar yang akan di jadikan landasan sebelum mengambil sebuah tindakan untuk memperoleh hasil yang tepat. Pernyataan ini

didukung oleh informan 3 yang menyatakan :

“kalau mau berhasil, kita itu harus faham dulu terkait ilmu dasarnya”

Hasil wawancara di atas menambahkan bahwa dengan pengetahuan yang mendalam memungkinkan kita untuk menganalisis berbagai alternative akan menjadi solusi yang objektif dan optimal dalam mengambil keputusan. Pernyataan ini di dukung informan 9 dengan memberikan penjelasan yang tegas bahwa ketika kita sebelum mengambil tindakan alangkah baiknya meluangkan waktu terdahulu untuk mempelajari dan memahami konsep dasar yang relevan sebagai berikut :

“menguasai konsep dasar merupakan prasyarat yang mutlak sebelum melakukan sebuah tindakan”

Berdasarkan wawancara di atas sehubungan dengan pemahaman konsep dasar (prinsip investasi *syariah* dengan investasi konvensional) diketahui bahwa pemahaman yang mendalam tentang konsep dasar investasi *syariah* adalah kunci utama sebelum memulai investasi.

Lebih lanjut sehubungan dengan pengetahuan ini layaknya akan menjadi landasan bagi kita dalam mengambil keputusan berinvestasi *syariah* yang tepat dan bijaksana. Dengan memahami prinsip-prinsip *syariah* seperti *halal* dan *haram*, serta resiko kita dapat memilih investasi yang sesuai dengan nilai agama dan tujuan keuangan kita. Selain itu, adanya penekanan untuk terus memperbarui pengetahuan tentang investasi perlu ditingkatkan agar dapat meminimalisir resiko ketika berinvestasi. Hal ini sejalan dengan pernyataan beberapa informan 2 sebagai berikut:

“saya terkadang membaca beberapa literatur serta terkadang mengikuti seminar secara online yang diadakan oleh beberapa sekuritas”

Hasil wawancara di atas menjelaskan generasi Z berusaha untuk meningkatkan pengetahuan investasinya dengan membaca literature dan mengikuti seminar online yang di selenggarakan oleh sekuritas. Dengan menggabungkan sumber belajar yang berbeda maka akan memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh tentang dunia investasi. Hal ini senada dengan wawancara peneliti dengan informan 5 yaitu:

“saya sering banget cari tahu soal investasi dengan baca-baca buku dan terkadang ikut webinar, jadi pengetahuan saya tentang investasi bertambah”

Berdasarkan wawancara di atas diketahui bahwa generasi Z mempunyai kebiasaan yang baik dalam meningkatkan pengetahuan investasinya dengan membaca buku dan mengikuti webinar. Kebiasaan membaca bukudapat memberikan dasar yang kuat dalam memahami konsep dasar investasi *syariah*.

Hal ini dikuatkan oleh informan 8 yang menyatakan keikutsertaan dalam seminar secara berkala menunjukkan komitmen untuk terus belajar dan mengembangkan diri yang disampaikan sebagai berikut :

“secara berkala jika ada waktu luang saya menambah pengetahuan investasi dengan cara berpartisipasi dalam seminar online yang diselenggarakan oleh perusahaan sekuritas”

Berdasarkan berapa uraian di atas sehubungan dengan pengetahuan Tingkat literasi agar kita aktif dalam membaca literature serta ikut berpartisipasi dalam seminar yang di selenggarakan oleh lembaga keuangan atau komunitas investasi.

Sehubungan dengan kemampuan dalam menghitung resiko dan potensi keuntungan,

maka keputusan berinvestasi *syariah* tidak boleh dilakukan secara sembarangan dikarenakan harus melibatkan perhitungan resiko. Hal ini sebagaimana pernyataan informan 1 sebagai berikut :

“sebelum berinvestasi alangkah baiknya kita mengukur emiten yang mau kita beli menggunakan analisis fundamental atau teknikal, supaya bisa menghasilkan profit yang maksimal”

Hasil wawancara di atas menekankan pentingnya menganalisis mendalam terhadap suatu emiten sebelum memutuskan untuk berinvestasi. Penggunaan analisis *fundamental* dan *teknikal* adalah kedua kombinasi yang saling melengkapi untuk pertimbangan keputusan ketika berinvestasi.

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan informan 6 sebagai berikut:

“tidak bisa dipungkiri bahwa pasar saham itu penuh dengan misteri tentang pola kinerjanya tapi alangkah baiknya untuk menganalisis secara cermat, baik dengan analisis fundamental atau mempelajari pola pergerakan teknikalnya, kedua hal tersebut penting dan akan sangat membantu dalam mengambil keputusan”

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang melakukan investasi mengakui keberagaman pasar modal namun tetap memberikan arahan untuk menggunakan teknik analisis untuk meminimalisir ketidakpastian. Hal ini didukung dengan pendapat informan 10 yang menyarankan pentingnya melakukan evaluasi yang menyeluruh terhadap sebuah emiten sebelum memutuskan untuk berinvestasi guna meminimalisir resiko kerugian yang disampaikan sebagai berikut :

“agar investasi terhindar dari resiko dan memberikan hasil yang optimal sebaiknya melakukan evaluasi yang mendalam terhadap emiten yang akan dibeli sahamnya”

Hasil wawancara diatas menyatakan betapa pentingnya memahami analisis yang mendalam sebelum memulai berinvestasi *syariah*. Pemahaman tersebut berfungsi untuk menghindari resiko kerugian yang mungkin akan terjadi.

Reksadana dan *sukuk* umumnya di anggap memiliki resiko yang lebih rendah dan cocok untuk investor yang menginginkan tingkat resiko yang rendah. Hal ini didukung oleh pernyataan informan 4 sebagai berikut :

“beberapa portofolio saya terbagi dengan alokasi 18% berada di reksadana syariah dikarenakan memiliki tingkat resiko yang rendah”

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi memilih untuk mengalokasikan sebagian portofolionya ke reksadana *syariah* karena dianggap memiliki tingkat resiko yang lebih rendah dibandingkan saham *syariah*.

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan informan 7 diperoleh hasil sebagai berikut:

“saya lebih memilih untuk mengalokasikan 27% dana investasi saya pada sukuk, pilihan ini saya ambil karena menawarkan tingkat resiko yang rendah dibandingkan saham”

Hasil wawancara di atas generasi Z yang berinvestasi lebih tertarik pada *sukuk* karena dianggap memiliki tingkat resiko yang lebih rendah dibandingkan saham karena *sukuk* yang di terbitkan oleh pemerintah umumnya dianggap lebih aman. Hal ini didukung dengan pernyataan informan 9 yang menyatakan kombinasi reksadana *syariah* dan *sukuk* merupakan pilihan yang cukup baik bagi investor yang menginginkan portofolionya stabil yang disampaikan sebagai berikut :

“sebagian besar portofolio saya, sekitar 23% saya alokasikan pada reksadana dan sukuk syariah karena lebih konservatif dan memiliki tingkat volatilitas yang lebih rendah dibandingkan saham”

Hasil wawancara diatas terlihat bahwa sebagian generasi Z yang berinvestasi memilih untuk menginvestasikan sebagian aset mereka pada produk-produk *syariah* seperti *sukuk* dan reksadana. Mereka memilih instrumen ini karena dianggap memiliki tingkat resiko yang lebih rendah di bandingkan jenis investasi lainnya.

Adanya tujuan jangka panjang dalam berinvestasi maka investasi *syariah* dijadikan sebuah sarana untuk memenuhi kebutuhan finansial di masa depan. Hal ini di dukung dengan pernyataan informan 3 sebagai berikut :

“tujuan saya berinvestasi syariah yaitu untuk kebutuhan jangka panjang dikarenakan taban akan inflasi sekaligus nilainya bisa naik”

Hasil wawancara di atas menyatakan bahwa generasi Z yang berinvestasi menganggap investasi *syariah* dianggap sebagai salah satu cara untuk menjaga daya beli uang di masa depan, terutama ketika kondisi inflasi meningkat. Adanya harapan bahwa nilai investasi akan terus mengalami kenaikan sehingga dapat mencapai tujuan finansial jangka panjang.

Kemudian wawancara peneliti dengan informan 7 diperoleh hasil:

“dengan mempertimbangkan keuangan jangka panjang, saya memutuskan untuk berinvestasi syariah karena saya tertarik dengan potensi kenaikan di masa depan sekaligus sesuai dengan prinsip syariah”

Wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi lebih tertarik dengan prospek pertumbuhan yang dinilai ada pada investasi *syariah* di masa akan datang. Informan juga mempertimbangkan nilai agamadan ingin berinvestasi yang sesuai syariat islam.

Hal ini didukung dengan pendapat dari informan 3 yang menjadik investasi sebagai benteng inflasi. Informan yakin bahwa investasi *syariah* bisa memberikan keuntungan yang baik dimas depan yang disampaikan sebagai berikut :

“saya memilih investasi syariah sebagai solusi jangka panjang karena sifatnya yang taban akan inflasi dan memiliki potensi pertumbuhan yang baik”

Berdasarkan uraian di atas dapat diberikan gambaran bahwa literasi keuangan merupakan kunci untuk mengelola keuangan secara bijaksana yang sesuai dengan prinsip *syariah*. Pemahaman mendalam tentang konsep dasar investasi menjadi landasan utama bagi investor untuk mengambil keputusan berinvestasi *syariah*. Adanya pembelajaran yang berkelanjutan melalui literatur atau seminar yang sangat penting untuk memperbarui pengetahuan guna untuk mencapai tujuan investasi jangka panjang.

Influencer

Influencer bagaikan guru yang memberikan informasi secara gratis untuk dibagikan kepada orang awam. Tujuan utamanya yaitu untuk membantu masyarakat awam untuk mengenalkan produk investasi *syariah*. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan 8 yang menyatakan :

“saya mengenal investasi syariah lewat sosial media yang waktu itu dikenalkan oleh salah satu influencer pasar modal”

Berdasarkan wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi menyatakan bahwa pertama kali diperkenalkan dengan investasi *syariah* melalui platform media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa konten *influencer* yang terdapat pada media sosial memiliki peran yang sangat penting.

Hal ini senada dengan pernyataan informan 2 sebagai berikut:

“berkat rekomendasi dari influencer yang saya kenal, saya mulai mengenal dan tertarik dengan konsep investasi syariah”

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi tidak hanya tertarik pada investasi secara umum tetapi juga konsep yang mudah untuk difahami. Hal ini mengidentikasi bahwa *influencer* telah berhasil menyampaikan informasi yang relevan dan menarik.

Begitu pula dengan pernyataan informan 6 yang mengakui bahwa ketika melihat konten *influencer* menjadi langkah awal untuk berinvestasi *syariah*. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang dibuat oleh *influencer* dapat menjadi titik awal bagi seseorang untuk memulai berinvestasi yang di sampaikan sebagai berikut :

“pertama kalisaya tertarik dengan investasi syariah setelah melihat konten seorang influencer di sosial media”

Berdasarkan beberapa uraian hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa *influencer* memiliki pengaruh atas keputusan berinvestasi, dimana para *influencer* memiliki kemampuan untuk mempengaruhi calon investor dalam memilih emiten tertentu.

Influencer memiliki peran penting dalam membentuk keputusan investasi melalui rekomendasi yang telah di berikan. Hal ini didukung dengan pernyataan yang diberikan oleh informan 1 sebagai berikut :

“saya terkadang mengikuti rekomendasi dari para influencer yang sudah berpengalaman dengan alasan pengetahuan mereka lebih tinggi”

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi cenderung mempercayai bahwa *influencer* dengan pengalaman yang lebih banyak maka akan memiliki pengetahuan yang luas juga. Informan menganggap bahwa pengalaman ini memberikan *influencer* keunggulan dalam memberikan rekomendasi yang relevan.

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan informan 5 diperoleh hasil:

“karena mereka sudah lama berkecimpung di dunia investasi jadi saya terkadang mengikuti rekomendasi influencer karena pengalaman mereka lebih banyak daripada saya”

Berdasarkan hasil wawancara di atas generasi Z yang berinvestasi menekankan pentingnya pengalaman dalam dunia investasi. Jika *influencer* memiliki banyak pengalaman maka akan lebih meyakinkan sehingga pemberian rekomendasi akan lebih diterima.

Hal ini dikuatkan dengan pernyataan dari informan yang menyatakan bahwa *influencer* yang berpengalaman akan menjadi sebuah informasi yang berharga dalam mengambil sebuah keputusan berinvestasi yang disampaikan informan 9 sebagai berikut :

“saya seringkali menjadikan para influencer yang berpengalaman sebagai referensi karena saya percaya bahwa pengetahuan dan pengalaman mereka dapat memberikan wawasan yang berharga”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa beberapa investor mengikuti hasil rekomendasi dari *influencer*. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *influencer*

dalam dunia investasi dianggap memiliki pengalaman dan pengetahuan yang lebih mendalam dibidang investasi.

Adanya keyakinan masyarakat bahwa *influencer* telah melalui berbagai pengalaman dan pembelajaran dipasar modal. Hala ini di dukung dengan pernyataan dari informan 4 sebagai berikut :

“saya percaya bahwa semua influencer pasar modal syariah adalah orang-orang yang memiliki pengalaman”

Hasil wawancara di atas menjelaskan generasi Z yang berinvestasi meyakini bahwa semua *influencer* pasar modal *syariah* memiliki pengalaman investasi langsung. Pengalaman tersebut dianggap sebagai modal utama dalam membuat panduan yang relevan dan bernilai bagi pengikutnya.

Lebih lanjut hasil wawancara peneliti dengan informan 7 sebagai berikut:

“influencer pasti telah mengasah kemampuan mereka melalui praktik langsung pada pasar, sehingga mereka mampu untuk memberikan panduan yang relevan”

Berdasarkan hasil wawancara di atas generasi Z yang berinvestasi memberikan penekanan bahwa *influencer* yang telah mengasah kemampuannya melalui praktik langsung dipasar modal artinya mereka tidak hanya memiliki pengalaman tetapi juga telah belajar dari situasi pasar yang dinamis.

Hal ini didukung dengan pendapat informan 6 yang menyatakan bahwa setiap *influencer* yang telah melalui perjalanan investasi yang panjang maka bisa dikatakan mereka bukan hanya sekedar pemula tetapi telah memilikipengalama investasi yang lama yang di sampaikan sebagai berikut :

“saya yakin bahwa setiap individu yang berperan sebagai influencer telah melalui perjalanan investasi yang cukup panjang yang kaya akan pengalaman”

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa para *influencer* pasar modal umumnya memiliki pemahaman yang mendalam. Mereka tidak hanya berperan dalam mempromosikan tetapi juga terkadang berbagi ilmu pengetahuan dan pengalam pribadi.

Pemahaman *influencer* yang mendalam sangat penting dikarenakan akan menjadi role model bagi investor pemula yang ingin berinvestasi *syariah*. Hal ini didukung dengan ungkapan informan 10 sebagai berikut :

“saya pernah melakukan sebuah keputusan berinvestasi pada salah satu emiten, berdasarkan hasil rekomendasi dari influencer”

Hasil wawancara di atas generasi Z yang berinvestasi menyatakan bahwa keputusan investasinya didasarkan pada rekomendasi dari seorang *influencer*, artinya, seorang *influencer* memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam membentukkeputusan berinvestasi.

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan informan 2 diperoleh hasil:

“saya pernah tergoda untuk investasi pada salah satu emiten karena saran dari influencer”

Hasil wawancara di atas dapat diterangkan bahwa generasi Z yang berinvestasi menunjukkan kata “tergoda” yang dapat diartikan adanya pengaruh yang kuat dari rekomendasi *influencer*. Dengan adanya hal tersebut informan bisa mempertimbangkan rekomendasi sebelum mengikuti saran tersebut.

Hal ini didukung dengan pernyataan informan 8 yang mengatakan bahwa dirinya pernah terpengaruh oleh rekomendasi dari *influencer*. Rekomendasi ini tidak menjadi satu-

satunya faktor penentu tetapi memiliki pengaruh terhadap keputusan akhir sebagaimana disampaikan:

“keputusan investasi saya terhadap salah satu emiten pada bursa pernah dipengaruhi oleh rekomendasi yang diberikan oleh influencer”

Berdasarkan uraian hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa *influencer* berperan penting dalam mengedukasi masyarakat tentang berinvestasi *syariah*. Melalui media sosial mereka telah membagikan informasi serta video edukasi secara gratis sehingga masyarakat awam dapat dengan mudah mengakses pengetahuan tentang produk-produk investasi *syariah*. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan dari kedua informan yang menyatakan mulai mengenal dan tertarik berinvestasi *syariah* setelah mengikuti rekomendasi *influencer*.

Media Sosial

Media sosial telah menjadi platform yang efektif untuk menyebarkan informasi seperti video edukasi atau wawasan tentang investasi. Dengan adanya hal tersebut maka generasi Z akan mudah dalam mendapatkan informasi tentang investasi *syariah*. Hal ini sejalan dengan yang dituturkan oleh informan 4 yang menyatakan:

“dulu ketika saya scroll sosial media tidak sengaja menemukan informasi tentang investasi syariah lalu tertarik untuk mencobanya dan sampai sekarang masih konsisten”

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi secara tidak sengaja menemukan informasi tentang investasi *syariah* saat bermain sosial media. Dengan kejadian tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi.

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan informan 5 diperoleh hasil:

“ketertarikan saya pada investasi syariah bermula dari sebuah postingan pada media sosial, sejak itu saya mempelajari lebih dalam tentang investasi syariah dan memutuskan untuk mencobanya sehingga menjadi pilihan utama”

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi menyatakan bahwa mereka terinspirasi investasi *syariah* dari media sosial yang berawal dari ketidaksengajaan. Ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk minat.

Hal ini didukung dengan pernyataan informan 1 yang menyatakan informasi menarik tentang investasi, kata “menarik” menunjukkan bahwa informasi yang di temukan berhasil membangkitkan rasa ingin tahu dan minat informan.

“awalnya saya iseng-iseng scrolling media sosial, lalu tanpa sengaja menemukan informasi menarik tentang investasi syariah, dengan rasa penasaran tersebut saya mencobanya dan ternyata cocok dengan ekspektasi konsep yang saya inginkan”

Hasil wawancara di atas mengungkapkan bahwa minat generasi Z untuk berinvestasi *syariah* seringkali bermula dari penemuan informasi melalui media sosial. Adanya kemudahan akses terhadap informasi melalui media sosial menjadi langkah mudah bagi investor dalam melakukan investasi.

Media sosial memiliki peran yang baik dalam proses penyebaran informasi terutama pada informasi yang sudah tersusun didalam sebuah komunitas. Hal ini didukung dengan pernyataan dari informan 9 sebagai berikut :

“adanya sebuah wadah atau komunitas pasar modal syariah sangat membantu saya dalam memahami tren terbaru”

Berdasarkan hasil wawancara di atas para generasi Z yang berinvestasi telah menjadikan komunitas pada grup media sosial sebagai sumber informasi terkini yang dianggap relevan dengan keadaan pasar modal.

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan informan 7 diperoleh hasil:

“bergabung dengan komunitas pasar modal syariah memberikan saya akses langsung ke informasi-informasi terkini”

Hasil wawancara di atas generasi Z yang berinvestasi menyatakan dengan keberadaan sosial akan menjadi saluran komunikasi yang lebih cepat untuk mendapatkan informasi terbaru. Dengan melakukan diskusi melalui grup chat informan dapat mengakses informasi secara *realtime*.

Hal tersebut di kuatkan dengan pernyataan informan 3 yang mengatakan komunitas memberikan arah dan tujuan yang jelas dalam berinvestasi di pasar modal. Melalui sharing dan berbagi pengalaman maka akan dapat menentukan strategi investasi hal tersebut disampaikan sebagai berikut :

“komunitas pasar modal syariah itu ibaratkan peta yang akan memandu kita dalam navigasi dinamika pasar yang terus berubah”

Hasil wawancara di atas menyatakan bahwa para generasi Z yang baru mengenal investasi merasa terbantu dengan adanya komunitas yang menyediakan informasi dan edukasi tentang investasi *syariah*. komunitas ini berperan penting dalam memberikan pemahaman dasar tentang investasi.

Adanya komunitas memang sangat membantu untuk membentuk keputusan akan tetapi alangkah baiknya mencari informasi yang lebih mendalam. Hal ini didukung dengan pernyataan dari informan 7 sebagai berikut :

“ketika saya mendapatkan informasi atau rekomendasi dari sebuah grup maka saya akan memastikanya dengan cara mencar berita atau isu di sosial media sosial untuk meyakinkan keputusan sebelum berinvestasi”

Berdasarkan hasil wawancara di atas generasi Z yang berinvestasi cenderung sangat berhati-hati dalam mengambil keputusan berinvestasi dan akan menyaring terlebih dahulu informasi dari grup.

Berbeda dengan hal tersebut, wawancara peneliti dengan informan 10 diperoleh hasil:

“saya menjadikan informasi dari grup komunitas sebagai pertimbangan awal dan melakukan riset mandiri sebelum mengambil keputusan berinvestasi”

Hasil wawancara di atas menjelaskan sebagian dari generasi Z yang berinvestasi terlebih dahulu menggali informasi sebelum mempercayai informasi yang didapat dari grup. Ini menunjukkan sikap proaktif dalam menggali informasi lebih dalam sebelum mengambil keputusan.

Hal ini didukung oleh informan 2 mendukung kedua pendapat tersebut dengan menyebutkan bahwa informan melakukan verifikasi kebenaran informasi terlebih dahulu. Hali ini menunjukkan bahwa informan memiliki kesadaran akan pentingnya akurasi tentang informasi yang disampaikan sebagai berikut :

“sebelum memutuskan untuk berinvestasi berdasarkan informasi dari grup, saya sering

melakukan verifikasi kebenrannya”

Hasil dari wawancara di atas menyatakan bahwa pentingnya verifikasi informasi sebelum mengambil keputusan berinvestasi. Informan menyarankan agar kita mencari bukti-bukti yang kuat untuk mendukung setiap informasi yang kita terima untuk meminimalisir resiko adanya penipuan.

Pentingnya membangun relasi yang baik maka akan membuat investor lebih merasa nyaman dan tidak ragu untuk sharing informasi. Hal ini didukung dengan pernyataan informan 3 sebagai berikut :

“selain mencari informasi tentang investasi, saya juga memanfaatkan media sosial sebagai media untuk mencari relasi teman baru yang searab”

Hasil wawancara di atas generasi Z yang berinvestasi menyatakan bahwa media sosial tidak hanya di gunakan untuk mencari informasi terkait investasi dan menjadikanya sebagai sarana untuk menjalin relasi.

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan informan 2 diperoleh hasil:

“selain sebagai sumber informasi seputar investasi, media sosial juga menjadi tempat yang efektif untuk bertukar pikiran dengan para investor yang sudah berpengalaman”

Berdasarkan hasil wawancara di atas generasi Z yang berinvestasi menyatakan bahwa media sosial menjadi tempat yang efektif untuk berinteraksi dengan para investor yang sudah berpengalaman

Hal ini di dukung dengan pernyataan dari informan 6 yang menyatakan media sosial tidak hanya dijadikan sebagai tempat belajar tetapi juga dapat menjadi sarana bersilaturahmi dengan investor lain yang disampaikan sebagai berikut :

“media sosial tidak hanya di gunakan untuk belajar tentang investasi tetapi juga menjadi wadah untuk berinteraksi dengan investor lainnya”

Hasil wawancara di atas menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial tidak hanya terbatas pada pencarian informasi yang bisa dijadikan untuk membangun relasi. Memanfaatkan media sosial untuk mencari kelompok yang memiliki minat dan pemikiran yang sama maka akan lebih mudah untuk bertukar pikiran.

Beragamnya informasi pada media sosial terkadang akan membuat proses pengambilan keputusan terkadang akan mengutamakan informasi yang lebih relevan di bandingkan informasi sebelumnya. Hal ini didukung dengan pengakuan informan 4 sebagai berikut:

“saya pernah merubah keutusan pembelian saham disalah satu emiten dikarenakan ada informasi dari sosial media tentang emiten yang lebih menarik”

Hasil wawancara di atas menjelaskan generasi Z yang berinvestasi menyatakan bahwa keputusan investasinya pernah berubah karena informasi yang didapat dari media sosial dengan cara membandingkan satu emiten dengan emiten lainnya.

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan informan 10 diperoleh hasil:

“adanya informasi yang cepat dan mudah diakses terkadang dapat merubah keputusan pembelian saham”

Berdasarkan hasil wawancara di atas generasi Z yang berinvestasi menyoroti adanya aspek kecepatan dan kemudahan akses informasi di media sosial sebagai faktor yang dapat

merubah keputusan pembelian saham.

Hal ini didukung dengan pernyataan 7 yang menyatakan bahwa informasi yang diperoleh dari media sosial akan dijadikan pertimbangan utama dalam mengambil keputusan berinvestasi jika informasi tersebut terpercaya sebagaimana disampaikan sebagai berikut :

“informasi yang saya daparkan dari media sosial seringkali menjadi bahan pertimbangan utama untuk mengambil keputusan”

Berdasarkan hasil wawancara di atas media sosial telah menjadi langkah utama bagi generasi z untuk mengenal dan memulai berinvestasi *syariah*. Kemudahan akses informasi platform digital memungkinkan untuk menemukan edukasi yang lebih relevan dan menarik. Seperti yang dialami oleh salah satu informan yang tidak sengaja menemukan informasi lalu menjadi titik awal dalam berinvestasi *syariah*.

Religiusitas

Religiusitas selalu mengedepankan prinsip berinvestasi yang sesuai dengan syariat islam. Dengan menghindari instrumen investasi yang mengandung unsur riba, generasi z harus turut berkontribusi dalam membangun perekonomian yang adil dan berkelanjutan. Investasi *syariah* adalah sebuah investasi yang mencerminkan komitmen terhadap nilai-nilai agama islam. Hal ini sejalan dengan pernyataan informan 3 yang menyatakan :

“saya sudah berinvestasi sesuai dengan syariat islam dengan cara menghindari emiten yang memiliki hutang berbasis bunga yang lebih dari 45% dan pendapatan non halal di atas 10%”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi telah memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip *syariah* yang terdapat pada pasar modal. Penerapan seleksi emiten secara ketat sudah dilakukannya dengan menetapkan batas maksimal hutang dan pendapatan non *halal*.

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan informan 9 diperoleh hasil:

“sala pilih investasi yang sesuai dengan ajaran islam karena mempunyai hutang yang tidak terlalu banyak”

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi lebih menekankan tentang memilih emiten yang lebih mempunyai sedikit hutang, hal ini menunjukkan informan memiliki pemahaman yang tinggi tentang jika tingkat hutang kan menjadi beban perusahaan dan akan meningkatkan resiko. Hal ini didukung dengan pernyataan informan 5 yang menyatakan telah memanfaatkan indeks saham *syariah* sebagai acuan dalam memilih emiten untuk tujuan investasi yang dinyatakan sebagai berikut :

“profil investasi saya terdiri dari emiten-emiten yang memenuhi kriteria syariah atau yang sudah terdaftar pada indeks saham syariah”

Hasil dari wawancara diatas menyatakan bahwa salah satu cara mengidentifikasi apakah saham tersebut *syariah* atau tidak yaitu dengan cara melihat presentase kepatuhannya terhadap standar-standar yang telah ditetapkan.

Saham perusahaan yang termasuk dalam kriteria *syariah* diyakini memiliki potensi resiko yang lebih kecil. Hal ini didukung dengan pernyataan informan 1 sebagai berikut :

“saya selalu mempertimbangkan aspek religiusitas ketika ingin melakukan investasi”

Berdasarkan hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi menempatkan ajaran agamanya sebagai landasan utama dalam pengambilan keputusan

berinvestasi, guna menaati ajaran agama yang telah dianut selama ini.

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan informan 8 diperoleh hasil:

"bagi saya investasi tidak hanya sekedar mencari keuntungan finansial saja, tetapi juga harus selaras dengan nilai agama supaya berkah"

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi lebih menekankan tentang kepercayaan bahwa keberkahan adalah hal yang sangat penting dalam kehidupan. Adanya keyakinan bahwa investasi tidak hanya menguntungkan secara materi tetapi juga akan mendatangkan keberkahan.

Hal ini didukung dengan pernyataan informan 2 yang memiliki pemahaman yang baik tentang hukum-hukum agama terkait transaksi keuangan seperti adanya pemahaman tentang larangan riba dan kerugian bagi orang lain yang dinyatakan sebagai berikut :

"saya selalu memastikan bahwa setiap investasi yang saya lakukan itu, produkenya itu tidak mengandung riba atau kemudharatan"

Hasil dari wawancara di atas mengungkapkan bahwa aspek religiusitas menjadi pertimbangan utama saat mereka hendak berinvestasi. Mereka percaya ketika memilih berinvestasi *syariah* maka akan memiliki resiko yang lebih rendah dengan pertimbangan laba dan pendapatan pertahun.

Pemahaman tentang konsep berinvestasi yang kuat akan membuat investor lebih tertarik dengan produk *syariah* meskipun mempunyai keuntungan yang tidak begitu maksimal. Hal ini didukung pernyataan informan 6 sebagai berikut :

"saya tetap tertarik untuk berinvestasi pada saham syariah meskipun saham lain lebih menarik"

Hasil wawancara di atas generasi Z yang berinvestasi mengungkapkan tentang adanya ketertarikan yang konsisten terhadap investasi *syariah* meskipun terdapat opsi investasi lain yang mungkin menarik secara sekilas.

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan informan 4 diperoleh hasil:

"saya menyadari bahwa investasi pada saham syariah mungkin tidak memberikan keuntungan sesaat yang sebesar investasi konvensional seperti meme coin pada cyripto, namun saya percaya bahwa investasi ini lebih berkelanjutan jangka panjang"

Berdasarkan hasil wawancara di atas generasi Z yang berinvestasi mengakui bahwa berinvestasi *syariah* tidak akan memberikan keuntungan yang sangat besar tetapi informan percaya bahwa investasi *syariah* ini lebih memberikan tentang berkelanjutan jangka panjang.

Hal ini didukung dengan pernyataan informan 10 yang menyatakan meskipun ada opsi lain yang lebih menggiurkan tentang investasi, informan tetap memilih investasi *syariah* karena adanya prinsip Islam. hal ini menyatakan bahwa prinsip islam merupakan faktor yang sangat penting dalam pertimbangan pengelolaan keuangan yang dinyatakan sebagai berikut :

"meskipun terdapat opsi investasi lain yang lebih menggiurkan secara finansial, saya tetap memilih untuk tetap berinvestasi pada saham syariah karena ada prinsip islam yang terkandung di dalamnya"

Hasil dari wawancara di atas menyatakan bahwa produk investasi *syariah* semakin populer dikalangan masyarakat saat ini disebabkan kesesuaian dengan prinsip agama. Dengan adanya kesesuaian tersebut maka investor akan merasa lebih tenang dikarenakan tidak

melanggar aturan prinsip *syariah*.

Semakin tinggi pemahaman seseorang tentang religiusitas maka semakin tinggi juga kesadaran akan ketaatan terhadap syariat agama dan menjauhi larangannya. Hal ini didukung dengan pernyataan informan 7 sebagai berikut :

“semenjak pengetahuan tentang religiusitas maka setelah itu saya sadar dan konsisten terhadap produk syariah yang delisting oleh bursa efek Indonesia”

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi mengatakan peningkatan pengetahuan tentang agama telah mengubah persepsinya tentang pengelolaan keuangan. Informan lebih memprioritaskan kesesuaian investasi dengan nilai-nilai agama yang dianutnya.

Lebih lanjut wawancara peneliti dengan informan 3 dengan hasil:

“setelah saya memahami lebih dalam tentang aturan agama, saya menjadi teliti dalam mengelola keuangan karena di masa sekarang banyak sekali penipuan dan lebih percaya terhadap produk keuangan syariah”

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa generasi Z yang berinvestasi lebih meyakini bahwa pemahaman yang lebih mendalam tentang aturan agama telah membuatnya lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan dan lebih percaya produk keuangan *syariah*.

Hal ini di dukung dengan pernyataan informan 9 yang meyakini bahwa produk keuangan *syariah* tidak hanya memberikan keuntungan semata tetapi juga memberikan ketenangan. Hal ini akan menjadi motivasi bagi informan untuk dijadikan motivasi sebagaimana dinyatakan sebagai berikut:

“saya yakin akan pentingnya memilih produk keuangan syariah karena selain memberikan keuntungan finansial juga akan memberikan ketenangan hati”

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat digambarkan bahwa kesadaran terhadap religiusitas yang tinggi akan cenderung memilih investasi *syariah* sebagai bentuk implementasi nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman untuk menghindari instrument investasi yang mengandung unsur riba maka tidak hanya memperoleh keuntungan finansial tetapi juga ketenangan hari serta keberkahan.

Pembahasan

Literasi Keuangan

Berdasarkan hasil penelitian di temukan adanya korelasi positif antara peran literasi keuangan dengan keputusan generasi z dalam berinvestasi *syariah*. Sebanyak 8 dari 10 informan menyatakan bahwa pengetahuan mengenai produk keuangan *syariah* dan mekanisme pasar modal *syariah* berperan dalam mempengaruhi pilihan investasi mereka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan faktor yang berperan dalam pengambilan keputusan generasi z dalam berinvestasi. Dengan pemahaman yang baik tentang produk keuangan *syariah* maka generasi z dapat membandingkan berbagai instrumen investasi dengan cara mengevaluasi resiko serta melakukan pemilihan produk yang sesuai dengan profil resiko dan tujuan keuangan. Selain itu, pemahaman yang mendalam dalam prinsip-prinsip *syariah* tidak hanya mendorong pemilihan produk secara *syariah* tetapi juga akan memberikan sebuah landasan yang kuat dalam pengambilan keputusan (Puspitasari et al., 2021).

Hasil penelitian ini sesuai dengan Rochmah et al., (2022) dan Andreansyah & Meirisa, (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berperan positif terhadap investor dalam

membuat keputusan berinvestasi yang bijak.

Influencer

Berdasarkan hasil penelitian diketahui sepuluh responden di temukan bahwa peran *influencer* dalam pengambilan keputusan berinvestasi memiliki pendapat yang beragam. Sebanyak 6 informan menyatakan bahwa *influencer* menjadi salah satu faktor pertimbangan sebelum mengambil keputusan berinvestasi *syariah*. Pada pernyataan tersebut tidak semua informan sepenuhnya bergantung pada *influencer* yang mengidikasikan bahwa keputusan berinvestasi *syariah* merupakan hasil dari pertimbangan multifaktor yang diaman peran *influencer* hanya menjadi satu aspek yang turut dipertimbangkan bersama faktor-faktor lainnya seperti literasi keuangan, media sosial dan religiusitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan generasi z dalam berinvestasi *syariah* dipengaruhi oleh beberapa faktor. Peran *influencer* dalam hal ini menjadi salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi presepsi dan keputusan investor. Menurut Bastomi & Nurhidayah, (2023) *Influencer* yang mempunyai kredibilitas yang tinggi serta mempunyai pemahaman yang mendalam tentang investasi yang berbasis *syariah* mempunyai peran penting untuk membentuk presepsi positif yang bisa untuk mendorong minat masyarakat berinvestasi *syariah*. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa peran *influencer* dalam mempengaruhi generasi z dalam berinvestasi *syariah* bersifat koplementer atau tidak mutlak.

Hasil penelitian ini sesuai temuan Yolanda & Lidyah, (2024) yang menyatakan bahwa konten *influencer* yang menarik dan inovatifakan bisa menjadi sebuah rekomendasi.

Sosial Media

Berdasarkan hasil penelitian diketahui dari 10 informan, sebanyak 7 informan memiliki kecenderungan kuat untuk mengandalkan media sosial sebagai platform utama untuk bertukar informasi sebelum mengambil keputusan investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa komunitas online telah menjadi faktor keputusan investasi *syariah* selain itu sebagai wadah untuk mendukung para investor pemula dan belajar satu sama lain.

Penelitian ini menunjukkan bahwa sosial media telah merubah lanskap investasi *syariah* secara hamper keseluruhan. Dikarenakan media sosial telah mempermudah akses informasi dan memperluas jaringan sosial bagi investor. Disisi lain kewaspadaan harus selalu ada dikarenakan penyebaran informasi hoak dan tidak bisa dipertanggung jawabkan sering terjadi. Banyaknya informasi pada sosial media maka akan membuat masyarakat lebih percaya dan lebih mudah untuk membuat keputusan berinvestasi *syariah* (Yulfika & Dahruji, 2023). Maka dari itu perlu adanya upaya bersama dari berbagai pihak untuk menciptakan ekosistem media sosial yang sehat dan dapat mendukung pertumbuhan investasi *syariah* yang berkelanjutan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Prasetya et al., (2024) dan Luthfiyah et al., (2021) yang menemukan bahwa media sosial memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi keputusan berinvestasi. Selain adanya penguatan dari Kom, (2020) yang menyatakan bahwa informasi media sosial juga bisa di gunakan sebagai tempat untuk berdiskusi dengan investor lain untuk bertukar pikiran dan pendapat tentang kondisi pasar.

Religiusitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 7 dari 10 informan setuju jika motivasi utama mereka dalam memilih untuk berinvestasi *syariah* yaitu terdapat pada keyakinan agamanya. Keyakinan tersebut menandakan bahwa adanya kepatuhan terhadap prinsip-

prinsip Islam. Adanya pengawasan lembaga yang lebih ketat pada interment investasi *syariah* dianggap sebagai faktor penarik yang relevan untuk mengelola keuangan yang sesuai dengan prinsip *syariah*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman Agama menjadi pendorong utama namun keberadaan pengawasan yang ketat juga berperan penting dalam membangun kepercayaan investor. Adanya kombinasi antara spiritual, etika dan aspek finansial menjadikan investasi *syariah* sebagai pilihan yang menarik bagi generasi z dalam mengelola keuangan. Selain itu menurut Shofiyah & Qadariyah, (2022) produk *syariah* memiliki potensi yang besar untuk mendukung pertumbuhan tren industri *halal* di ekonomi Indonesia.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Hamizar, (2023) dan Kusumaningrum et al., (2024) yang menemukan bahwa adanya larangan riba menjadi pedoman utama pada instrumen investasi *syariah* dikarenakan tidak hanya memberikan keuntungan finansial tetapi juga ketenangan.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi tentang peran literasi keuangan, *influencer*, media sosial dan religiusitas sebagai faktor yang dapat mendorong generasi z dalam berinvestasi *syariah*. Generasi z yang mempunyai pemahaman literasi keuangan yang baik maka akan mampu untuk mengambil keputusan berinvestasi untuk mengelola keuangannya. Adanya *influencer* dan media sosial berperan dalam membentuk opini serta menyediakan informasi yang relevan bagi para investor pemula yang masih merasa kebingungan. Selain itu religiusitas menjadi landasan utama bagi generasi z dalam memilih berinvestasi *syariah* dikarenakan pemahaman nilai-nilai agama yang dimiliki mengenai larangan riba dan lainnya.

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu terdapat pada reparasi sampel, cakupan variabel dan metode penelitian yang belum menyeluruh cakupannya terhadap populasi generasi z. Untuk penelitian selanjutnya perlu adanya lagi perkembangan pada instrumen yang lebih baik, meningkatkan ukuran sampel, memperluas cakupan variabel serta melakukan penelitian yang lebih komperatif untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif. Hal tersebut penting untuk merancang strategi pemasaran produk investasi *syariah* yang lebih efektif dan sesuai dengan minat generasi z.

REFERENCES

- Andreansyah, R., & Meirisa, F. (2021). "Analisis literasi keuangan, pendapatan, dan perilaku keuangan, terhadap keputusan investasi." *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 4.1.
- Angga, P., Pradnyana, & Ariana. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, dan Social Media Influencer terhadap Minat Investasi Generasi Z. *Undergraduate Thesis, Politeknik Negeri Bali*.
- Arwachyntia, Sukma, S., & Sijabat, R. (2022). "Analisa pengaruh social media influencer dan social media marketing terhadap brand image serta dampaknya pada purchase intention (studi kasus pada perawatan wajah pria)." *Arwachyntia, Sabtya Sukma, and Rosdiana Sijabat.*, 10.1.
- Baihaqqi, & Khusna, I. (2022). Pengaruh Pengalaman Investasi, Risk Tolerance, dan Influencer Sosial Media dengan Keputusan Investasi. *Thesis (Undergraduate)*.
- Bastomi, M., & Nurhidayah, N. (2023). "Faktor Penentu Minat Investasi di Pasar Modal Syariah: Studi Pada Generasi Z Kota Malang." *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7.2.
- Dean, D., Suhartanto, D., & Pujianti, F. N. (2022). Millennial Behavioural Intention in

- Islamic Banks : The Role of Social Media Influencers. *Journal of Islamic Marketing*, 13.
- Fadilla, Rizky, A., & Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data." *Mitita Jurnal Penelitian*, 1.3.
- Fitriarianti, B. (2018). "Pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan dan pendapatan terhadap keputusan berinvestasi." *Proseding Seminar Nasional Akuntansi*.
- Hamizar, A. (2023). Nilai agama menjadi faktor utama dalam investasi syariah. Adanya larangan riba, kehalalan usaha, keadilan dan kemanusiaan menjadi pedoman utama pada intrumen investasi. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5.01.
- Haryono, E. (2024). *Sektor Halal Value Chain Tumbuh Positif, Dukung Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. Departemen Komunikasi.
- Islamy, & Nada, F. (2023). Pengaruh Influencer, Konten Media Sosial Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Generasi Z Muslim Dalam Berinvestasi Saham Syariah Dengan Perilaku Syariah Sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi Thesis*.
- Karatri, Hening, R., Faidah, F., & Lailiyah, N. (2021). "Determinan Minat Generasi Milenial Dalam Investasi Pasar Modal Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 6.2.
- Kom, A. M. (2020). "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Sumsel." *Jurnal Digital Teknologi Informasi*, 1.2.
- Kusumaningrum, N., Gustirina, S., & Andini, Y. (2024). "Analisis Return dan Risiko Pada Investasi Syariah." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 6.1.
- Luthfiah, A., Martia, C., & Nurhasanah, F. (2021). "Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generas." *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5.3.
- Munir, & Misbakul, M. (2023). *Islamic Finance for Gen Z Karakter dan Kesejahteraan Finansial untuk Gen Z: Penerapan Islamic Finance sebagai Solusi*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Buku Perkembangan Pasar Modal Syariah 2021*. Ojk.Go.Id.
- Prasetya, B. E., Prasetya, M. E., & Wicaksono, M. R. (2024). "Pengaruh Motivasi Kerja, Stres Kerja, Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Anggota Di Komunitas Investor Saham Pemula Pada Sistem Kerja Secara Work From Home." *Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 5.6.
- Puspitasari, Evanita, V., Yetty, F., & Nugraheni, S. (2021). "Pengaruh literasi keuangan syariah, persepsi imbal hasil, dan motivasi terhadap minat investasi di pasar modal syariah." *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2.2.
- Rahmi, R. A., Supriyanto, T., & Nugrahaeni, S. (2024). "Analisis Faktor Pengaruh Minat Berinvestasi Generasi Z Pada Reksadana Syariah." *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8.1.
- Rais, M., Khairi, H., & Hidayat, F. (2023). "Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah." *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6.2.
- Rochmah, Noor, S., Hanipah, I., & Sofiana, N. (2022). "Kegiatan Market Day Untuk Mengenalkan Literasi Keuangan Anak Usia Dini." *JESA-Jurnal Edukasi Sebelas April*, 6.2.
- Safitri, Ayu, L., & Dewa, C. B. (2022). Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi-Z. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 5.2.
- Sani, N., & Paramita, V. S. (2024). "Pengaruh Pengalaman Investasi, Risk Tolerance, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Investor Generasi Z Jawa Barat)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi*,

Manajemen Dan Akuntansi, 13.1.

- Shofiyah, R., & Qadariyah, L. (2022). "Pemaknaan Sertifikasi Halal bagi Pelaku UMKM sektor pangan yang telah bersertifikat halal di Kabupaten Bangkalan." *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis, 5.2.*
- Supeni, R., Sari, M., & Rozzaid, Y. (2023). "Determinan Keputusan Investasi Generasi Z." *Jurnal Proaksi, 10.2.*
- Yolanda, R., & Lidyah, R. (2024). "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital, 1.4.*
- Yulfika, Y., & Dahruji, D. (2023). "Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura dengan Kemajuan Teknologi sebagai Variabel Mediating." *Journal of Creative Student Research, 1.4.*
- Yusri, M. (2021). "Pengoperasian penelitian naratif dan etnografi; Pengertian, prinsip-prinsip, prosedur, analisis, intepretasi dan pelaporan temuan." *As-Shaff: Jurnal Manajemen Dan Dakwah, 1.1.*