


Dampak Pengaruh Sosial, Motivasi Pribadi Serta Literasi Keuangan untuk Menentukan Keputusan Investasi Generasi Milenial

Agus Putra Mardika

Universitas Tabanan, Jl. Wagimin No.8, Kediri, Kec. Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali

E-mail: agusputramardika@gmail.com

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1282>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 29 May 2025

Revised: 05 May 2025

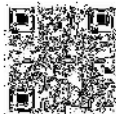
Accepted: 17 June 2025

Kata Kunci:

Pengaruh Sosial, Motivasi Pribadi, Literasi Keuangan, Keputusan Investasi

Keywords:

Social Influence, Personal Motivation, Financial Literacy, Investment Decisions



ABSTRACT

Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh faktor sosial, motivasi pribadi, dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi generasi milenial di Indonesia. Dengan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka, observasi tren 2020–2024, dan wawancara 12 investor milenial, ditemukan bahwa keluarga, teman, media sosial, dan influencer berperan penting dalam membentuk perilaku investasi. Motivasi untuk keamanan finansial dan kecemasan terhadap ketidakpastian ekonomi mendorong keputusan investasi. Literasi keuangan digital meningkatkan kemampuan milenial mengelola keuangan dan membuat keputusan investasi secara otonom. Hasil menunjukkan bahwa meskipun dipengaruhi lingkungan sosial, milenial tetap memprioritaskan otonomi dalam memilih investasi sesuai tujuan pribadi. Penguatan literasi keuangan dan dukungan sosial menjadi kunci keputusan investasi yang rasional dan percaya diri.

This study explores the influence of social factors, personal motivation, and financial literacy on investment decisions of the millennial generation in Indonesia. Using a qualitative approach through literature studies, observations of 2020–2024 trends, and interviews with 12 millennial investors, it was found that family, friends, social media, and influencers play an important role in shaping investment behavior. Motivation for financial security and anxiety about economic uncertainty drive investment decisions. Digital financial literacy improves millennials' ability to manage finances and make investment decisions autonomously. The results show that despite being influenced by the social environment, millennials still prioritize autonomy in choosing investments according to personal goals. Strengthening financial literacy and social support are the keys to rational and confident investment decisions.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Agus Putra Mardika (2025). Dampak Pengaruh Sosial, Motivasi Pribadi Serta Literasi Keuangan untuk Menentukan Keputusan Investasi Generasi Milenial, 3(4) 4421-4426. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1282>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah mendorong generasi milenial untuk semakin terlibat dalam kegiatan investasi. Menurut (Gumasing & Niro, 2023) menyatakan bahwa di Indonesia, Gen Milenial cenderung memilih investasi berkelanjutan yang selaras dengan nilai – nilai pribadi mereka, meskipun tingkat literasi keuangan mereka dapat mempengaruhi pemahaman mereka tentang produk – produk ini. Selain itu menurut (Mardika, Agus Putra, 2025) menyatakan bahwa pengaruh sosial di media sosial dan influencer memiliki peranan penting dalam membentuk perilaku investasi Generasi Milenial. Tren investasi yang berkembang saat ini banyak dipengaruhi oleh peran influencer dan paparan konten keuangan di media sosial yang secara signifikan mempengaruhi minat serta keputusan investasi. Dari sisi motivasi, menurut (Wardani & Lestari, 2020) mengidentifikasi bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Generasi Milenial kerap menjadikan media sosial sebagai referensi utama dalam mencari informasi investasi, serta mengikuti tren yang tengah

populer di kalangan influencer. Meskipun demikian, mereka tetap cenderung mempertimbangkan informasi dari sumber yang lebih objektif sebelum menentukan pilihan akhir (Elango, D., & Ajah, 2023). Tingkat literasi keuangan merupakan salah satu komponen penting yang mempengaruhi minat serta keputusan berinvestasi. Studi terbaru dari (Abdullah, Abdullah et al, n.d.) menunjukkan bahwa aspek literasi keuangan yang mencakup pengetahuan, sikap, dan kebiasaan dalam mengelola keuangan berkontribusi besar terhadap keputusan berinvestasi pada Generasi Milenial. Menurut data yang dirilis oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per 31 Desember 2024, jumlah investor berusia di bawah 30 tahun mencapai 2,96%, dengan nilai aset yang dikelola sebesar Rp38,97 triliun. Rentang usia 31 – 40 tahun menyumbang 5,71% dari total investor, dengan total kepemilikan aset mencapai Rp256,61 triliun. Selanjutnya, investor berusia 41 – 50 tahun mewakili 12,02%, dengan total aset sebesar Rp171,69 triliun. Adapun kelompok usia 51 – 60 tahun berkontribusi 24,48%, mengelola aset senilai Rp256,33 triliun, dan usia di atas 60 tahun mencakup 54,83%, tetapi dengan jumlah aset tertinggi sebesar Rp833,47 triliun. Secara demografis, hingga 31 Desember 2024, profil investor individu didominasi oleh laki-laki dengan tingkat 62,35% usia di atas 30 tahun (54,83%), serta berasal dari kalangan pengusaha (20,74%). Dari sisi pendidikan, 49,79% berpendidikan SMA atau setara, dan 38,15% memiliki penghasilan tahunan dibawah Rp10 juta. Di sisi lain, investor lokal masih mendominasi pasar modal Indonesia dengan angka 99,73%, terdiri atas 103,60% investor saham dan 115,41% investor reksa dana. (KSEI Indonesia Central Securities Depository, 2024).

Jumlah investor dari Generasi Milenial menunjukkan peningkatan yang cukup mencolok pada periode ini. Pola keputusan mereka dalam berinvestasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengaruh sosial, motivasi pribadi, serta literasi keuangan. Selain itu, media sosial berperan besar dalam membentuk pemahaman keuangan digital, yang pada gilirannya turut memperbaiki proses pengambilan keputusan investasi, khususnya bagi generasi muda (Weinbrenner, 2023). Sejumlah studi terdahulu juga mengindikasikan bahwa literasi keuangan dan kesadaran akan isu lingkungan berkontribusi terhadap peningkatan minat terhadap investasi berkelanjutan di kalangan generasi muda (Mardika, Agus Putra, 2025). Namun, hasil penelitian tidak sepenuhnya seragam. Salah satunya, penelitian (S & Aisyah, 2023), menyatakan bahwa literasi keuangan dan pengetahuan investasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi Generasi Milenial. Oleh sebab itu, mereka menyarankan agar dilakukan penelitian lanjutan untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi keputusan investasi generasi ini. Berdasarkan tingginya pertumbuhan jumlah investor Generasi Milenial dibandingkan generasi sebelumnya, serta inkonsistensi hasil temuan terkait pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang melatarbelakangi keputusan investasi Generasi Milenial di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai metode utama. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, observasi, dan wawancara. Studi pustaka dilakukan dengan menelusuri dan menghimpun sumber – sumber referensi dari jurnal ilmiah, buku, serta situs web resmi seperti KSEI. Sementara itu, observasi dilakukan dengan mengamati data perkembangan investor dari tahun 2020 hingga 2024. Untuk memperoleh perspektif langsung, wawancara dilakukan terhadap 12 individu dari Generasi Milenial dengan rentang usia antara 27 sampai 42 tahun dan memiliki pengalaman dalam berinvestasi. Pertanyaan wawancara disusun berdasarkan kerangka teori *Self Determination Theory* (SDT). Berikut ini beberapa daftar pertanyaan yang diajukan sebagai berikut :

Variabel	Pertanyaan
Pengaruh Sosial	1. Keluarga atau teman berpengaruh pada keputusan investasi Anda 2. Media sosial atau influencer turut memengaruhi pilihan investasi Anda
Motivasi Pribadi	1. Alasan utama Anda mulai berinvestasi 2. Anda merasa investasi ini membantu mencapai tujuan pribadi
Literasi Keuangan	1. Pengetahuan dasar penilaian investasi 2. Penguasaan pengetahuan sebelum investasi 3. Tingkat risiko 4. Tingkat pengembalian (return)

Wawancara yang berlangsung rata-rata selama 20 menit direkam setelah memperoleh persetujuan dari partisipan, lalu hasil rekamannya diubah ke dalam bentuk transkrip tertulis. Transkrip tersebut kemudian ditelaah secara mendalam untuk mengidentifikasi kode – kode yang merepresentasikan gagasan serupa, yang selanjutnya dikelompokkan ke dalam tema – tema utama. Tahapan pemberian kode (*coding*) dan penyusunan tema dilakukan guna menggali hubungan antar tema serta menyusun pemahaman yang relevan dengan teori yang menjadi landasan penelitian (Sugiono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wawancara yang dilakukan terhadap 10 responden dari Generasi Milenial menunjukkan bahwa mayoritas berusia 24 tahun ke atas. Untuk menjaga kerahasiaan identitas, nama – nama responden disamarkan dengan kode P1 hingga P12. Seluruh responden memberikan jawaban yang mengacu pada indikator – indikator dari teori *Self-Determination Theory* (SDT), yang meliputi pengaruh sosial, motivasi pribadi, dan literasi keuangan. Wawancara ini difokuskan pada responden yang telah menggunakan platform investasi digital dan memiliki pengalaman dalam membeli berbagai jenis produk investasi. Berikut ini disajikan tabel berisi tema dan subtema yang diperoleh dari hasil wawancara tersebut.

Tema dan Sub Tema	Indikator yang Ditemukan
Pengaruh Sosial	Pengaruh keluarga dan teman:
1. Keluarga atau teman berpengaruh pada keputusan investasi Anda	1. Inisiatif pribadi 2. Rekomendasi teman dan keluarga 3. Pengalاما orang lain
2. Media sosial atau influencer turut memengaruhi pilihan investasi Anda	Pengaruh media sosial dan influencer : 1. Tren investasi influencer 2. Eksposur sosial media 3. Preferensi sumber netral 4. Motivasi konten sosial media
Motivasi Pribadi	Alasan Utama:
1. Alasan Utama	1. Peer Influence atau tekanan sosial
2. Tujuan Utama	2. Stabilitas keuangan dan rencana keuangan 3. Kecemasan masa depan 4. Rekomendasi keluarga
	Tujuan Investasi :
	1. Short term savings 2. Keamanan keuangan 3. Skill development 4. Reduced anxiety 5. Disiplin keuangan
Literasi Keuangan	Pengetahuan dasar penilaian investasi :
1. Pengetahuan penilaian investasi dasar	1. Memahami konsep bunga majemuk, inflasi, dan nilai waktu uang
2. Penguasaan pengetahuan sebelum investasi	2. Mengetahui perbedaan antara produk investasi
3. Tingkat risiko	3. Memahami risiko dan diversifikasi portofolio
4. Tingkat pengembalian (return)	4. Mengetahui dasar perencanaan anggaran dan tabungan
	Penguasaan pengetahuan sebelum investasi :
	1. Orientasi terhadap masa depan 2. Kecenderungan untuk hidup hemat dan disiplin dalam pengeluaran. 3. Sikap terhadap utang 4. Toleransi risiko dalam pengambilan keputusan keuangan
	Tingkat risiko:
	1. Kemampuan menganalisis risiko vs keuntungan dari investasi.

-
2. Menggunakan informasi keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan.
 3. Mampu memilih produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan profil risiko.
 4. Kepercayaan diri dalam membuat keputusan finansial tanpa ketergantungan sosial.

Tingkat pengembalian :

1. Konsistensi dalam menyusun dan menjalankan anggaran bulanan.
 2. Kebiasaan menabung atau berinvestasi secara teratur.
 3. Penggunaan alat keuangan
 4. Perbandingan harga atau produk sebelum membeli/investasi.
-

Pembahasan

Pengaruh Sosial

Berdasarkan hasil wawancara, keluarga, teman, media sosial, dan influencer memainkan peran yang signifikan dalam memengaruhi keputusan investasi Generasi milenial. Responden seperti P1, P5, dan P6 mengungkapkan bahwa dorongan untuk mulai berinvestasi sering kali muncul dari rekomendasi teman atau anggota keluarga, serta dari pengalaman orang lain yang dianggap berhasil. Temuan ini menekankan pentingnya inisiatif individu yang dipicu oleh keinginan untuk mengikuti jejak atau masukan dari lingkungan terdekat dalam memilih instrumen investasi. Beberapa penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu et al., 2022) dan (Yang et al., 2021) juga menunjukkan bahwa keluarga dan teman memiliki pengaruh kuat dalam pengambilan keputusan finansial, terutama pada kelompok usia muda seperti Genersasi milenial.

Sementara itu, media sosial dan figur influencer juga terbukti memegang pengaruh besar terhadap minat dan perilaku investasi. Hal ini juga tercermin dari tanggapan P3, P4, P7, dan P9, yang mengakui bahwa tren investasi yang dipopulerkan oleh influencer dan konten keuangan di media sosial mendorong mereka untuk ikut terlibat dalam aktivitas investasi. Menurut (Mardika, Agus Putra, 2025) Gen Z sering menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi keuangan, mengikuti tren investasi yang sedang viral, seperti aset kripto atau saham. Narasi kesuksesan dan gaya hidup ideal yang ditampilkan dalam konten media sosial turut menjadi motivasi tambahan, meskipun cenderung tetap mempertimbangkan sumber informasi yang netral dan objektif sebelum membuat keputusan akhir. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh sosial, baik dari lingkungan pertemanan maupun media, sangat memengaruhi pola pikir dan perilaku investasi generasi muda, terutama dalam menentukan pilihan investasi yang selaras dengan minat pribadi maupun tren yang sedang berkembang

Motivasi Pribadi

Dari dua belas responden yang diwawancarai, sebagian besar menyampaikan alasan utama mereka dalam berinvestasi serta tujuan yang ingin dicapai melalui kegiatan tersebut. Banyak di antara mereka yang menyebutkan bahwa pengaruh teman atau tekanan dari lingkungan sosial menjadi faktor pendorong utama. Kehadiran teman atau komunitas yang telah lebih dahulu terlibat dalam investasi menjadi motivasi bagi mereka untuk ikut berpartisipasi, sebagaimana diungkapkan oleh responden P1, P2, P3, dan P7. Beberapa responden lainnya menyebutkan bahwa membangun stabilitas keuangan serta merancang keuangan jangka panjang merupakan alasan mendasar mereka dalam berinvestasi, dengan harapan memperoleh keamanan finansial di masa depan. Selain itu, kekhawatiran terhadap ketidakpastian ekonomi juga menjadi pendorong yang cukup kuat, sebagaimana disampaikan oleh responden P6, P8, P10 dan P11 yang memandang investasi sebagai sarana untuk mengatasi kecemasan terhadap situasi ekonomi yang tidak menentu.

Responden seperti P4, P8, dan P9 menyatakan bahwa mereka memulai investasi atas dasar anjuran dari keluarga, terutama dari orang tua yang telah memahami pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang. Tujuan investasi yang ingin dicapai pun beragam, mulai dari tabungan jangka pendek, perlindungan keuangan masa depan, hingga pengembangan kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi. Selain itu, sejumlah responden seperti P1, P5, P6, P7, P9 dan P12 menuturkan bahwa

berinvestasi membantu mereka mengurangi rasa cemas terhadap ketidakpastian finansial. Aktivitas ini juga mendorong mereka untuk lebih disiplin dalam mengatur keuangan, karena mereka belajar menyalurkan dana secara teratur untuk tujuan tertentu. Temuan- ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Munawar, 2023) dan (Renaldo et al., 2020) mengenai perilaku keuangan generasi muda yang menunjukkan bahwa mereka kerap dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan memiliki tujuan investasi yang berorientasi pada kestabilan jangka panjang serta pengembangan diri.

Literasi Keuangan

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki dampak positif terhadap pengambilan keputusan investasi (Ratna Gumilang et al., 2023). Hasil ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Pradipta & YYuniningsih, 2023) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Resiko, Dan Motivasi Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Di Galeri Investasi FEB Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur yang menunjukkan bahwa hubungan yang bersifat positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin baik pula kualitas keputusan investasinya. Sebaliknya, rendahnya pemahaman keuangan cenderung berbanding lurus dengan kurangnya ketepatan dalam mengambil keputusan investasi. Penelitian ini menegaskan bahwa selain diperlukan motivasi yang kuat, mahasiswa juga harus dibekali dengan pemahaman keuangan yang memadai, khususnya terkait dengan investasi, agar mereka dapat merealisasikan harapan dan tujuan keuangannya saat memutuskan untuk masuk ke dunia pasar modal. Dengan penguasaan literasi keuangan yang baik, mahasiswa akan lebih mampu menghindari risiko akibat kurangnya informasi, serta memiliki peluang lebih besar untuk mencapai hasil investasi yang optimal.

SIMPULAN

Sebagai kesimpulan, keputusan investasi Generasi milenial dipengaruhi oleh beragam faktor, baik dari dalam diri (internal) maupun dari lingkungan sekitar (eksternal). Dari sisi motivasi pribadi, dorongan untuk mencapai keamanan finansial dan mengurangi kekhawatiran terhadap masa depan menjadi alasan utama mereka memulai investasi, sering kali disertai oleh pengaruh dari teman atau anggota keluarga. Selain itu, pengaruh sosial baik dari keluarga, teman, media sosial, dan influencer juga memberikan pengaruh yang cukup kuat. Tren yang dibagikan oleh orang-orang terdekat atau tokoh publik di media sosial sering kali mendorong ketertarikan Gen milenial untuk terlibat dalam aktivitas investasi. Studi ini juga menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Dalam konteks ini, perilaku keuangan dianalisis melalui tiga aspek utama, yaitu kebiasaan menabung, pola pengeluaran, dan aktivitas investasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman milenial terhadap keuangan digital, maka semakin positif pula perilaku mereka dalam mengelola keuangan, baik dalam menabung, berbelanja, maupun berinvestasi. Dengan demikian, literasi keuangan digital berperan penting sebagai acuan atau dasar bagi milenial dalam membuat keputusan keuangan yang bijak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Abdullah, Abdullah et al, 2025. (n.d.). Trapped in Lifestyle? How Financial Literacy and Millennial Investor ' s Psychology Determine Investment Decisions in Indonesia. 185–202.
- Elango, D., & Ajah, S. N. (2022). (2023). Factors Influencing Repurchase Intention of Facemasks from Online Platforms. *International Research Journal of Business Studies*, 5(3), 317–330. <https://doi.org/10.21632/irjbs.15.3.317-330>
- Gumasing, M. J. J., & Niro, R. H. A. (2023). Antecedents of Real Estate Investment Intention among Filipino Millennials and Gen Z: An Extended Theory of Planned Behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 15(18). <https://doi.org/10.3390/su151813714>
- KSEI Indonesia Central Securities Depository. (2024). Statistik Pasar Modal Indonesia. Publikasi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia, 1–7. https://www.ksei.co.id/publications/demografi_investor

- Mardika, Agus Putra, et al. (2025). ANALISA FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GEN – Z DALAM. 16(2), 345–353.
- Munawar, S. (2023). The Influence of Social Factors and Financial Education on Financial Literacy for Financial Management among Youth of Educational Institutes. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 11(2), 2512–2521. <https://doi.org/10.52131/pjhss.2023.1102.0543>
- Pradipta, I. M., & YYuniningsih, Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Resiko, dan Motivasi Investasi terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa di Galeri Investasi FEB Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1207–1215. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3679>
- Rahayu, R., Ali, S., Aulia, A., & Hidayah, R. (2022). The Current Digital Financial Literacy and Financial Behavior in Indonesian Millennial Generation. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 78–94. <https://doi.org/10.18196/jai.v23i1.13205>
- Ratna Gumilang, R., Amanda, H., & Ginanjar, Y. (2023). Impact Motivasi Investasi, Literasi Keuangan, dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 91–100. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.3033>
- Renaldo, N., Sudarno, S., & Marice, H. B. (2020). the Improvement of Generation Z Financial Well-Being in Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(2), 142–151. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.2.142-151>
- S, A. B., & Aisyah, S. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Gen Z dalam Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Solo Raya). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 57. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.909>
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Issue January).
- Wardani, D. K., & Lestari, M. D. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Experienced Regret, Motivasi Dan Status Pendidikan Terhadap Keputusan Investasi Irt. *Jae Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 5(3), 56–63. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14058>
- Weinbrenner, H. L. (2023). Impact Investment Intentions Of Generation Z: Exploring The Factors That Drive Young Private Investors To Decide For Environmental, Social, And Governance (Esg) Funds.
- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawir, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>