

Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan *Influencer* Terhadap Keputusan Generasi Z Dalam Berinvestasi (Studi Kasus Aplikasi Ajaib)

Karunia Tri Utami¹, Petrus Hari Kuncoro Seno²

¹Manajemen Keuangan, Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, 16424, Indonesia

²Manajemen Keuangan, Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, 16424, Indonesia

E-mail: karunia.triutami.ak19@ mhs.wpnj.ac.id

Abstrak

Meningkatnya investor pasar modal yang didominasi oleh generasi z tidak diimbangi dengan peningkatan literasi keuangan yang dimiliki investor. Celah tersebut dimanfaatkan oleh *influencer* untuk menggiring investor berinvestasi pada saham yang mereka promosikan sehingga berpotensi menimbulkan kerugian pada investor. Di sisi lain inklusi keuangan telah tumbuh secara signifikan ditandai dengan ketersediaan akses investasi melalui platform investasi salah satunya aplikasi Ajaib. Penelitian ini bertujuan menemukan bukti empiris pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan *Influencer* terhadap keputusan generasi z di Jabodetabek dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode Analisis Regresi Linear Berganda yang diolah melalui aplikasi IBM SPSS versi 22.0. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* terhadap 108 responden yang merupakan investor generasi z di Jabodetabek yang menggunakan Aplikasi Ajaib. Hasil penelitian ini menunjukkan literasi keuangan dan inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib. Sedangkan *influencer* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Influencer, Keputusan Investasi, Aplikasi Ajaib.

Abstract

The increase in capital market investors who are dominated by generation z is not matched by an increase in investors' financial literacy. This gap is exploited by influencers to entice investors to invest in the stocks they are promoting so that it has the potential to cause losses to investors. On the other hand, financial inclusion has grown significantly, marked by the availability of investment access through investment platforms, one of which is Aplikasi Ajaib. This study aims to find empirical evidence of the influence of Financial Literacy, Financial Inclusion and Influencers on the decisions of generation z in Jabodetabek in investing using Aplikasi Ajaib. This study uses a type of quantitative research with the Multiple Linear Regression Analysis method which is processed through the IBM SPSS version 22.0 application. This study used purposive sampling of 108 respondents who are generation z investors in Jabodetabek who use Aplikasi Ajaib. The results of this study show that financial literacy and financial inclusion have a positive and significant effect on the z generation's decision to invest using Aplikasi Ajaib. Meanwhile, influencers have no significant effect on the z generation's decision to invest using Aplikasi Ajaib.

Keywords: Financial Literacy, Financial Inclusion, Influencers, Investment Decisions, Aplikasi Ajaib.

1. Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Terdapat peningkatan signifikan pada keinginan masyarakat untuk menginvestasikan dananya di lantai bursa. Dari tahun 2018 jumlah investor hanya 2.484.354 hingga 2022 mencapai 10.311.152, dimana kenaikan terbesar terjadi pada awal pandemi Covid 19 yaitu antara tahun 2020 hingga 2021 yaitu 92,99% (Anonymous, 2022, p. 2). Menariknya berdasarkan

data yang diterbitkan oleh KSEI tercatat investor pasar modal didominasi oleh kalangan generasi z yaitu sebesar 58,71% dari keseluruhan jumlah investor (Anonymous, 2022, p. 3). Berdasarkan data sebaran demografi investor, tercatat jumlah investor terbesar berada di pulau jawa dengan 69,05% (Anonymous, 2022, p. 4). Wilayah Jabodetabek sebagai pusat perekonomian menjadi sorotan dikarenakan termasuk wilayah dengan jumlah investor tertinggi. Berdasarkan data demografi investor yang diterbitkan OJK menunjukkan per desember 2022 total investor Jabodetabek adalah 2.706.481. Dimana DKI Jakarta sebanyak 1.353.058 investor, Bogor sebanyak 322.916 investor, Depok sebanyak 164.060 investor, dan Tangerang 472.983 investor serta Bekasi sebanyak 393.464 investor (Anonymous, 2022).

Jumlah investor pasar modal yang mengalami peningkatan artinya banyak masyarakat yang mulai mengenal investasi secara umum, namun masih rendahnya pemahaman tentang keuangan yang dimiliki oleh masyarakat. Tingkat persentase literasi keuangan masyarakat terkait pasar modal hanya 4,11% dimana persentase tersebut yang paling rendah diantara sektor jasa keuangan lainnya (Anonymous, 2022). Menurut Darmawan, Kurnia, & Rejeki (2019, p. 47) Literasi atau pengetahuan keuangan ialah kapasitas individu untuk memahami, menerapkan dan mengelola keuangan sehingga mampu berinvestasi. Menurut Arianti (2018, p. 1) Literasi keuangan juga membantu seseorang untuk menghindari terjadinya permasalahan keuangan.

Rendahnya literasi keuangan yang dimiliki mendorong perilaku *herding* yang dilakukan oleh investor generasi z. Menurut Loris & Jayanto (2021, p. 83) perilaku *herding* adalah tingkah laku seorang investor yang cenderung mendasarkan keputusan investasi mereka pada investor lain. Perilaku *herding* disebabkan oleh ketidakpercayaan diri dengan kompetensi dan pengalaman investasi yang dimiliki, sehingga investor mengikuti keputusan investor lain. Menurut (Leiwakabessy, Patty, & Titioka (2021, p. 503) investor generasi z juga beranggapan bahwa informasi kolektif lebih bermanfaat dibandingkan informasi yang mereka peroleh secara pribadi.

Perilaku *herding* investor generasi z dimanfaatkan oleh para *influencer* untuk menggiring opini para investor untuk berinvestasi pada saham yang mereka promosikan. Menurut Fauzianti & Retnosari (2022, p. 28) *influencer* dalam konteks investasi adalah seseorang yang memberikan informasi terkait investasi di pasar modal dan mampu mempengaruhi keputusan investor. Kebanyakan investor mengikuti rekomendasi saham tersebut tanpa melakukan analisis secara mandiri terlebih dahulu. Hal ini menyebabkan kerugian yang ditanggung oleh investor. Seperti pada kasus influencer berinisial RA dan AL yang menyarankan pembelian saham MCAS yang mengalami penurunan 5,03% dalam waktu sepekan (Chandra, 2021).

Ketersediaan banyaknya aplikasi investasi menandakan adanya peningkatan inklusi keuangan terutama akses ke investasi pasar modal melalui aplikasi investasi. Menurut Eka,dkk (2021, p. 254) kondisi yang disebut inklusi keuangan adalah kondisi di mana berbagai layanan keuangan dapat diakses oleh masyarakat. Berdasarkan temuan OJK pada surveinya dimana persentase inklusi keuangan pasar modal meningkat dari tahun 2019 hanya 1,55% ke tahun 2022 sebesar 5,19% (Anonymous, 2022). Berdasarkan hasil survei DataIndonesia.id menunjukkan bahwa Aplikasi Ajaib sebagai aplikasi investasi saham yang paling diminati masyarakat Indonesia dengan persentase 67% responden (Widi, 2022).

Menurut data internal PT Ajaib Sekuritas dimana 90% pengguna didominasi oleh generasi z dimana 80% diantaranya merupakan investor pemula yang mendapatkan akses pertama kali untuk berinvestasi saham melalui aplikasi Ajaib (Eqqi, 2022). Berdasarkan uraian diatas maka menarik untuk dikaji pengaruh literasi keuangan yang dimiliki oleh investor, peningkatan inklusi keuangan dan *influencer* terhadap keputusan investasi generasi z yang berdomisli di wilayah jabodetabek dengan menambahkan pembaharuan penelitian menggunakan studi kasus pada aplikasi Ajaib.

Rumusan Masalah

Peningkatan jumlah investor pasar modal tidak sebanding dengan tingkat literasi yang dimiliki investor. Indeks literasi keuangan di pasar modal hanya 4,11% dimana masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan sektor lain. Selain itu, perilaku generasi z yang cenderung mengikuti tren. Generasi z berperilaku *herding* dalam mengambil keputusan investasi sering kali mengikuti investor lain. Fenomena tersebut yang melandasi kasus maraknya *influencer* menggiring opini investor untuk berinvestasi pada saham yang mereka promosikan. Akibat dari kasus ini, investor mengalami kerugian yang besar. Inklusi keuangan, di sisi lain telah tumbuh secara signifikan ditandai dengan ketersediaan akses investasi ke pasar modal melalui platform investasi digital. Platform investasi yang paling banyak digunakan oleh generasi z adalah aplikasi Ajaib. Sehingga peneliti tertarik meneliti apakah pengambilan keputusan investor generasi z yang menggunakan aplikasi Ajaib dalam berinvestasi dipengaruhi oleh literasi keuangan, inklusi keuangan dan maraknya *influencer*.

Batasan Masalah

Meninjau latar belakang dan rumusan permasalahan penelitian yang dipaparkan diatas, berikut yang menjadi batasan masalah berupa pertanyaan yang akan diteliti:

1. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib?
2. Bagaimana pengaruh Inklusi Keuangan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib?
3. Bagaimana pengaruh *Influencer* terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib?
4. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan *Influencer* terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib?

Tujuan Penelitian

Hal yang menjadi tujuan utama dari penelitian ini ialah menjawab pertanyaan penelitian yang dipaparkan secara rinci sebagai berikut:

1. Menemukan bukti empiris pengaruh Literasi Keuangan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib.
2. Menemukan bukti empiris pengaruh Inklusi Keuangan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib.
3. Menemukan bukti empiris pengaruh *Influencer* terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib.
4. Menemukan bukti empiris pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan *Influencer* terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib.

Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini maka terdapat manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
Hasil temuan penelitian ini dapat dijadikan sebagai lanjutan pengembangan dari penelitian sejenis yang sudah ada dalam hal pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan *influencer* terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi dengan menambahkan pembaharuan menggunakan studi kasus pada aplikasi Ajaib.
2. Manfaat Praktis
Adanya penelitian ini dapat dijadikan informasi, pengetahuan dan referensi penelitian berikutnya terkait lingkup penelitian mengenai investor, aplikasi investasi dan pasar modal. Memberikan pengetahuan dan gambaran kepada investor terkait investasi pasar modal dan Aplikasi Ajaib.

2. Metode Penelitian

Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini yaitu literasi keuangan, inklusi keuangan, dan *influencer*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian pada suatu populasi yang diseleksi menjadi sampel.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria, sebagai berikut:

1. Responden adalah Investor Generasi Z (lahir pada tahun 1993—2005).
 2. Responden berdomisili di Jabodetabek.
 3. Responden sudah memiliki akun di Aplikasi Ajaib dan sudah melakukan transaksi di Aplikasi Ajaib.
- Tidak ada informasi yang dapat diketahui secara pasti mengenai jumlah populasi investor aplikasi Ajaib di Jabodetabek. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel akan menggunakan rumus menurut Sugiyono (2017) berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad (1)$$

Dimana n = jumlah sampel penelitian, z = tingkat keyakinan 95% dengan nilai 1.962, p = peluang benar dan q = peluang salah dengan nilai masing-masing 50% serta e = tingkat kesalahan 10% maka didapatkan nilai n = 96,04. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui sampel minimum yang diperlukan ialah 96 sampel. Namun, untuk mempermudah

penelitian dan mengantisipasi kemungkinan adanya kendala atau kesalahan, sampel yang ditetapkan pada penelitian ini adalah 108 sampel.

Teknik Pengambilan Data

Data penelitian ini terdiri dari data sekunder dan data primer. Data sekunder didapatkan melalui telaah pustaka dengan melakukan pencarian data, melakukan analisis terhadap beberapa jurnal ilmiah dan juga menyelidiki beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini. Sedangkan data primer diperoleh melalui tanggapan responden pada *gform* penelitian yang dikirim secara online kepada pihak-pihak yang berpotensi memenuhi kriteria dalam penelitian ini. *Gform* tersebut terdiri dari pertanyaan tertutup dengan menggunakan Skala Likert 1-5, dimana responden diminta untuk memilih satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi responden. Variabel penelitian ini yaitu variabel independen Literasi Keuangan (X1i), Inklusi Keuangan (X2i), dan *Influencer* (X3i) serta variabel dependen Keputusan Investasi (Y).

Tabel 1. Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

Metode Analisis Data

Penelitian ini menerapkan metode statistik inferensial dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda yang bertujuan mengetahui pengaruh antar variabel. Alat bantu yang digunakan untuk menguji dan menganalisis yaitu aplikasi IBM *Statistic Product and Service Solution* (SPSS) versi 22.0. Uji yang dilakukan adalah uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis yang terdiri dari uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi (R^2).

3. Pembahasan

Hasil Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan dengan *pretest* terhadap 30 responden terlebih dahulu. Jika hasil uji instrumen dinyatakan valid dan reliabel maka penelitian ini akan dilanjutkan kepada 108 responden. Hasil uji validitas menggunakan korelasi *product moment* dari *Pearson* menunjukkan seluruh item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel. Hasil uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* menunjukkan seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas data menggunakan Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi 0,200 $>$ 0,05 artinya data penelitian ini berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menggunakan Uji *Variance Inflation Factor* menunjukkan nilai tolerance seluruh variabel $>$ 0,01 dan VIF $<$ 10 artinya data penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan Uji *Glejser* menunjukkan nilai signifikansi seluruh variabel $>$ 0,05 artinya data penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi linear Berganda

Berikut merupakan hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini dengan menggunakan variabel independen Literasi Keuangan (X1i), Inklusi Keuangan (X2i), dan *Influencer* (X3i) serta variabel dependen Keputusan Investasi (Y).

Tabel 2. Analisis Regresi Linear Berganda

<i>Coefficients</i>						
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			
	<i>(Constant)</i>	.792	1.329		.596	.552
1	X1i	.249	.045	.505	5.572	.000
	X2i	.176	.057	.270	3.079	.003
	X3i	.054	.048	.095	1.127	.262

Sumber: Output SPSS Versi 22.0 Data Diolah 2023

Berdasarkan analisis regresi linear berganda pada penelitian ini maka didapatkan persamaan sebagai berikut.

$$Y_i = 0,792 + 0,505 X_{1i} + 0,270 X_{2i} + 0,095 X_{3i} + e_i \quad (2)$$

Dari persamaan diatas maka dapat di interpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstansta adalah nilai variabel dependen (Y) tanpa adanya pengaruh dari variabel independennya (X). Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda diketahui bahwa nilai konstanta (α) menunjukan angka positif yaitu 0,792. artinya tanpa adanya pengaruh dari variabel literasi keuangan (X1i), inklusi keuangan (X2i) dan influencer (X3i), nilai keputusan investasi adalah sebesar 0,792.
2. Variabel literasi keuangan (X1i) memiliki koefisien regresi yang positif yaitu 0,505, artinya terdapat hubungan searah antara variabel literasi keuangan (X1i) dengan variabel keputusan investasi (Y). Hal ini berarti apabila variabel literasi keuangan mengalami kenaikan sebesar satu satuan dan variabel lain dianggap tetap, keputusan investasi juga akan meningkat sebesar 0,505.
3. Variabel inklusi keuangan (X2i) memiliki koefisien regresi yang positif yaitu 0,270, artinya terdapat hubungan searah antara variabel inklusi keuangan (X2i) dengan variabel keputusan investasi (Y). Hal ini berarti apabila variabel inklusi keuangan mengalami kenaikan sebesar satu satuan dan variabel lain dianggap tetap, keputusan investasi juga akan meningkat sebesar 0,270.
4. Variabel influencer (X3i) memiliki koefisien regresi yang positif yaitu 0,095, artinya terdapat hubungan searah antara variabel influencer (X3i) dengan variabel keputusan investasi (Y). Hal ini berarti apabila variabel influencer mengalami kenaikan sebesar satu satuan dan variabel lain dianggap tetap, keputusan investasi juga akan meningkat sebesar 0,095.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis terdiri dari 3 macam pengujian yaitu uji t (parsial) dan uji f (simultan) yang bertujuan untuk menguji hipotesis secara parsial maupun simultan yang telah ditetapkan dalam penelitian ini, serta uji koefisien determinasi (R^2) yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan *influencer* terhadap keputusan investasi.

Uji t (Parsial)

Berikut merupakan hasil uji t (parsial) pada penelitian ini dengan menggunakan variabel independen Literasi Keuangan (X1i), Inklusi Keuangan (X2i), dan *Influencer* (X3i) terhadap variabel dependen Keputusan Investasi (Y).

Tabel 3. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig.	Hasil Analisis
Literasi Keuangan (X1i)	5,572	1,983	0,000	karena 5,572 (t hitung) > 1,983 (t tabel) maka H1 diterima karena Sig. 0,000 < 0,005 maka H1 diterima

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig.	Hasil Analisis
Inklusi keuangan (X2i)	3,079	1,983	0,003	karena 3,079 (t hitung) > 1,983 (t tabel) maka H2 diterima karena Sig. 0,003 < 0,005 maka H2 diterima
<i>Influencer</i> (X3i)	1,127	1,983	0,262	karena 1,127 (t hitung) < 1,983 (t tabel) maka H3 ditolak karena Sig. 0,262 > 0,005 maka H3 ditolak

Sumber: Output SPSS Versi 22.0 Data Diolah 2023

- Literasi Keuangan (X1i) Terhadap Keputusan Investasi (Y)
Variabel literasi keuangan (X1i) memiliki nilai t hitung 5,572 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,98304 dan memiliki nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan dapat dinyatakan literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib.
- Inklusi Keuangan (X2i) Terhadap Keputusan Investasi (Y)
Variabel inklusi keuangan (X2i) memiliki nilai t hitung 3,079 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,98304 dan memiliki nilai signifikansi 0,003 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan dapat dinyatakan inklusi keuangan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib.
- Influencer* (X3i) Terhadap Keputusan Investasi (Y)
Variabel *influencer* (X3i) memiliki nilai t hitung 1,127 yang lebih kecil dari nilai t tabel 1,98304 dan memiliki nilai signifikansi 0,262 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak dan dapat dinyatakan *influencer* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Ajaib.

Uji F (Simultan)

Berikut merupakan hasil uji t (simultan) pada penelitian ini dengan menggunakan variabel independen Literasi Keuangan (X1i), Inklusi Keuangan (X2i), dan *Influencer* (X3i) terhadap variabel dependen Keputusan Investasi (Y).

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)

Variabel	f Hitung	f Tabel	Sig.	Hasil Analisis
Literasi Keuangan (X1i), Inklusi keuangan (X2i), dan <i>Influencer</i> (X3i)	55,804	2,69	0,000	karena 55,804 (t hitung) > 2,69 (t tabel) maka H4 diterima karena Sig. 0,000 < 0,005 maka H4 diterima

Sumber: Output SPSS Versi 22.0 Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil uji F (simultan), dapat dilihat bahwa nilai f hitung sebesar 55,804 yang lebih besar dari nilai f tabel 2,69 dan memiliki nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima dan dapat dinyatakan literasi keuangan, inklusi keuangan, dan *influencer* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Koefisien Determinasi (R²)

<i>Model Summary</i>					
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.785 ^a	.617	.606	1.135	2.017

Sumber: Output SPSS Versi 22.0 Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai R Square dalam penelitian ini sebesar 0,617 yang berarti bahwa variabel literasi keuangan ($X1i$), inklusi keuangan ($X2i$), dan *influencer* ($X3i$) memengaruhi variabel keputusan investasi (Y) sebesar 61,7%, sedangkan sisanya 38,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji statistik dan analisis yang telah dilakukan, didapatkan bahwa literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib. Sejalan dengan pernyataan pada penelitian Budiarto (2017, p. 2) bahwa seorang investor yang memiliki pemahaman keuangan yang baik dapat membuat keputusan investasi yang sesuai dengan harapannya. Penyebab berpengaruh signifikan tersebut didukung oleh jawaban responden pada item pertanyaan X1.7, yaitu “Saya melakukan analisis fundamental terlebih dahulu seperti membaca laporan keuangan atau berita terkait saham tersebut sebelum memutuskan investasi” dan X1.8, yaitu “Saya melakukan analisis teknikal terlebih dahulu seperti melihat pergerakan saham sebelum memutuskan investasi” yang memiliki nilai *mean* cukup tinggi yaitu 4,36 dan 4,20. Hal ini menunjukkan responden penelitian ini telah memiliki literasi keuangan yang baik dan memanfaatkan literasi keuangan yang dimiliki dalam melakukan analisis fundamental dan teknikal melalui Aplikasi Ajaib sebelum membuat keputusan investasi. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dengan *theory of reasoned action* yang digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini, dimana niat mendorong investor secara sadar mencari informasi dan pengetahuan yang bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan mereka serta keterampilan dalam analisis fundamental dan teknikal sebelum menetapkan keputusan investasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ifanda & Nadia (2020), Ari,dkk (2022), Nutia & Agung (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Inklusi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji statistik dan analisis yang telah dilakukan, didapatkan bahwa inklusi keuangan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib. Sehingga dapat disimpulkan bahwa investor generasi Z di Jabodetabek yang menggunakan Aplikasi Ajaib merasa bahwa inklusi keuangan yang mereka miliki berperan signifikan dalam membantu mereka menetapkan keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa keterjangkauan, akses, dan kualitas layanan keuangan khususnya di Pasar Modal dapat mempermudah mereka dalam melakukan investasi, Penyebab berpengaruh signifikan tersebut didukung oleh jawaban responden pada item pertanyaan X2.5, yaitu “Saya merasa Aplikasi Ajaib mempunyai akses yang baik sehingga memudahkan saya dalam melakukan transaksi investasi” yang memiliki nilai *mean* cukup tinggi yaitu 4,40. Hal ini menunjukkan responden penelitian ini merasakan manfaat dari inklusi keuangan salah satunya hadirnya Aplikasi Ajaib yang membantu mereka untuk bertransaksi dan menetapkan keputusan investasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Eka,dkk (2021) yang menyatakan bahwa inklusi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Influencer Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji statistik dan analisis yang telah dilakukan, didapatkan bahwa *influencer* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib. Sehingga dapat disimpulkan bahwa investor generasi Z di Jabodetabek yang menggunakan Aplikasi Ajaib merasa bahwa *influencer* tidak berperan signifikan dalam membantu mereka menetapkan keputusan investasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inklusi keuangan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan *theory of behavioral finance* yang digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini, dimana pengambilan keputusan investasi didasarkan pada psikologis salah satunya perilaku *herding*, investor mengikuti keputusan *influencer*. Penyebab tidak berpengaruh signifikan tersebut didukung oleh jawaban responden pada item pertanyaan X3.1, yaitu “Saya menggunakan informasi terkait investasi pasar modal dari influencer dalam berinvestasi” yang memiliki nilai *mean* paling rendah sebesar 4,06 dan item pertanyaan X3.6, yaitu “Saya melakukan analisis mandiri sebelum membeli saham yang direkomendasikan oleh influencer” yang memiliki nilai *mean* paling tinggi sebesar 4,32. Hal ini menunjukkan mayoritas responden pada penelitian ini dalam mengambil keputusan investasi berdasarkan pada analisis yang dilakukan secara mandiri dibandingkan menggunakan informasi dari *influencer*. Pengaruh *influencer* yang rendah juga dapat disebabkan karena responden dalam penelitian ini didominasi oleh pelajar/mahasiswa yang memulai investasi setelah memperoleh literasi keuangan yang baik. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Trisaningsih,dkk (2022) yang menyatakan bahwa *influencer* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi.

Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan *Influencer* Terhadap Keputusan Investasi

Berdasarkan hasil uji statistik dan analisis yang telah dilakukan, didapatkan bahwa literasi keuangan, inklusi keuangan dan *influencer* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib. Meskipun *influencer* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa investor generasi Z di Jabodetabek yang menggunakan Aplikasi Ajaib merasa bahwa literasi keuangan yang mereka miliki dan inklusi keuangan berperan signifikan dalam membantu mereka menetapkan keputusan investasi. Literasi keuangan yang baik dan kemampuan untuk melakukan analisis mandiri yang dimiliki oleh investor akan mendominasi pengambilan keputusan investasinya dibandingkan dengan informasi terkait investasi yang disampaikan oleh *influencer*.

Implikasi Penelitian Bagi Investor Generasi Z Pengguna Aplikasi Ajaib

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi kepada investor generasi Z di Jabodetabek yang menggunakan Aplikasi Ajaib. Melihat literasi keuangan sebagai faktor yang berkontribusi terbesar dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Maka diharapkan investor dapat meningkatkan literasi keuangan melalui informasi dan pengetahuan dari berbagai sumber seperti internet, mengikuti pelatihan dan pembelajaran dari perguruan tinggi maupun lembaga terkait literasi pasar modal. Faktor terbesar kedua yang berkontribusi dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi adalah inklusi keuangan. Maka diharapkan investor dapat meningkatkan inklusi keuangan dengan mengeksplor dan memanfaatkan fitur yang tersedia di Aplikasi Ajaib dengan baik sehingga dapat membantu mereka dalam mengambil keputusan investasi. Melihat faktor *influencer* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Maka investor harus mempertahankan pendiriannya yang tidak terpengaruh oleh *influencer* dengan menggunakan literasi keuangan yang dimiliki dalam mengambil keputusan investasi.

Implikasi Penelitian Bagi Bursa Efek Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi kepada penyelenggara Bursa Efek Indonesia. Melihat literasi keuangan, inklusi keuangan dan *influencer* memiliki kontribusi dan pengaruh baik signifikan dan tidak terhadap keputusan investasi. Maka penyelenggara Bursa Efek Indonesia diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan di kalangan masyarakat melalui kerjasama dengan sekolah, perguruan tinggi dengan melakukan pencerdasan terkait keuangan dan investasi di pasar modal dalam rangka meningkatkan keputusan investasi. Penyelenggara Bursa Efek Indonesia diharapkan juga dapat meningkatkan inklusi keuangan bekerjasama dengan pemerintah menyediakan akses dan sarana dalam rangka memperluas jangkauan masyarakat ke layanan keuangan di pasar modal. Melihat faktor *influencer* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Maka penyelenggara Bursa Efek Indonesia sebaiknya tidak mengeluarkan anggaran yang besar untuk bekerjasama dengan *influencer* untuk melakukan edukasi pasar modal.

Implikasi Penelitian Bagi Ajaib Sekuritas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi kepada Ajaib Sekuritas. Melihat literasi keuangan dan inklusi keuangan memiliki kontribusi signifikan terhadap keputusan investasi. Maka Ajaib Sekuritas diharapkan dapat melakukan riset, inovasi dan mengembangkan fitur-fitur yang tersedia di Aplikasi Ajaib secara berkelanjutan, sesuai dengan kebutuhan investor khususnya dalam rangka mendukung peningkatan literasi keuangan dan inklusi keuangan di kalangan investor yang merupakan pengguna Aplikasi Ajaib sehingga meningkat keputusan investasi. Melihat faktor *influencer* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Maka Ajaib Sekuritas sebaiknya tidak mengeluarkan anggaran yang besar untuk bekerjasama dengan *influencer*.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji statistik dan pembahasan yang telah dipaparkan maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib. Hal tersebut membuktikan bahwa meningkatnya literasi keuangan investor generasi Z di Jabodetabek yang merupakan pengguna Aplikasi Ajaib mengenai pengetahuan umum keuangan seperti tingkat suku bunga, inflasi dan nilai tukar mata uang, pemahaman terkait tabungan, pinjaman, asuransi serta investasi yang berpengaruh signifikan dalam meningkatkan keputusan investasi. Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden telah memiliki literasi keuangan yang baik sebelum memulai berinvestasi.
2. Inklusi keuangan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib. Hal tersebut membuktikan bahwa meningkatnya inklusi keuangan diantaranya keterjangkauan, akses, dan kualitas layanan keuangan di pasar modal salah satunya dengan hadirnya Aplikasi Ajaib berpengaruh signifikan dalam meningkatkan keputusan investasi investor generasi Z di Jabodetabek. Berdasarkan hasil penelitian, inklusi keuangan menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan investasi.

3. *Influencer* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib. Hal tersebut membuktikan bahwa dalam menetapkan keputusan investasi, investor generasi Z di Jabodetabek yang merupakan pengguna Aplikasi Ajaib tidak menggunakan informasi dari *influencer* sepenuhnya. Sehingga dapat diartikan investor dalam menetapkan keputusan investasi didasarkan pada literasi keuangan yang mereka miliki dan melakukan analisis secara mandiri terlebih dahulu.
4. Literasi keuangan, inklusi keuangan, dan *influencer* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan generasi z dalam berinvestasi menggunakan Aplikasi Ajaib. Hal tersebut membuktikan bahwa meningkatnya literasi keuangan, inklusi keuangan, dan *influencer* secara bersamaan dapat meningkatkan keputusan investasi pada investor generasi Z di Jabodetabek yang merupakan pengguna Aplikasi Ajaib. Berdasarkan hasil penelitian, literasi keuangan, inklusi keuangan, dan *influencer* secara simultan tersebut mampu memengaruhi keputusan investasi sebesar 61,7%, sedangkan sisanya 38,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Anonymous. (2022). *Statistik Bulanan Pasar Modal - Desember 2022*. Retrieved March 25, 2023, from Kustodian Sentral Efek: https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_-_Desember_2022_v1.pdf
- Anonymous. (2022). *Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Retrieved March 25, 2023, from Otoritas Jasa Keuangan: <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>
- Ari, S., Richo, M. R., Milda, H., & Eri, B. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Return dan Resiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.8 No.2*.
- Arianti, B. F. (2018). The influence of financial literacy, financial behavior, and income on investment decisions. *EAJ (Economic and Accounting Journal)*, 1–10.
- Budiarto, A. (2017). Pengaruh Financial Literacy, Overconfidence, Regret Aversion Bias, dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi (Studi pada investor PT. Sucorinvest Central Gani Galeri Investasi BEI Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1–9.
- Chandra, D. (2021). *Sempat Disebut Raffi Ahmad & Ari Lasso, Saham MCAS Ambles 5%*. CNBC Indonesia.
- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 44–56.
- Eka, D. V., Firdha, F., & Farida, R. D. (2021). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO), Vol.12 No.3*, 252-264.
- Eqqi, S. (2022, november 03). *Ini Alasan Ajaib Sekuritas Raih Best Online Stock Brokerage*. Diakses 25 Maret 2023 CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221103093656-37-384779/ini-alasan-ajaib-sekuritas-raih-best-online-stock-brokerage>
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa . *Jurnal Sinar Manajemen*, 26–35.
- Ifanda, O. F., & Nadia, A. (2020). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Investasi (Studi Pada Mahasiswi Di Surabaya). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis Vol. 4, No. 2*, 396-405.
- Leiwakabessy, A., Patty, M., & Titioka, B. M. (2021). Faktor Psikologis Investor Millennial Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham (Studi Empiris Pada Investor Millennial di Kota Ambon). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak* 22, 1-11.
- Loris, R. P., & Jayanto, P. Y. (2021). . the Effect of Representativeness, Availability, Anchoring, Risk Perception, and Herding on Investment Decisions Syariah Investors. *Jurnal Akuntansi* 11(1), 81-92.
- Nutia, F. H., & Listiadi, A. (2021). Literasi Keuangan dan Pendapatan pada Keputusan Investasi dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Trisnarningsih, Sihabudin, & Robby, F. (2022). Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Journal of Business and Economics Research (JBE), Vol 3 No. 2*, 82-89.
- Widi, S. (2022, agustus 31). *Ajaib Jadi Platform Investasi Saham Paling Favorit di Indonesia*. Diakses 22 Maret 2023 dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/bursa-keuangan/detail/ajaib-jadi-platform-investasi-saham-paling-favorit-di-indonesia>