

Meningkatkan Minat Investasi Generasi Z Melalui Literasi Finansial

Violetta Tresnandari Khairunnisa Santoso¹✉
¹Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Yogyakarta

ABSTRACT

Low financial literacy among Generation Z remains a critical challenge, despite the increasing availability of digital information and financial products. This condition creates a paradox in which investment participation among young people continues to rise without being supported by adequate financial understanding. This paper aims to emphasize the role of financial literacy as a fundamental foundation for fostering rational and sustainable investment interest among Generation Z. The study employs a qualitative approach based on a literature review and secondary data analysis related to the growth of young investors, particularly within the Indonesian capital market context. The findings indicate that financial literacy extends beyond technical skills such as calculating cash flow or investment returns; it also encompasses an understanding of the value of money, long-term financial planning, consumption control, and preparedness for investment risk and market volatility. The increasing number of young investors in West Java serves as an empirical illustration that capital market education and basic investment knowledge can enhance Generation Z's confidence to participate in investment activities. However, the study also highlights significant psychological dynamics, including loss aversion, overconfidence, and Fear of Missing Out (FOMO), which are often amplified by social media trends and may lead to speculative investment decisions with limited research. Therefore, financial literacy strategies tailored to Generation Z should adopt concise, visual, and interactive digital approaches, such as educational articles, videos, and podcasts, while simultaneously reinforcing the importance of research and risk management. In conclusion, strong financial literacy functions as a key prerequisite for cultivating informed, responsible, and sustainable investment interest among Generation Z.

Keywords: *financial literacy, investment interest, Generation , capital market, social media, FOMO*

ABSTRAK

Rendahnya tingkat literasi finansial di kalangan Generasi Z masih menjadi tantangan serius, meskipun akses terhadap informasi digital dan produk keuangan semakin luas. Kondisi ini menimbulkan paradoks, yaitu meningkatnya partisipasi Generasi Z dalam aktivitas investasi tanpa diimbangi pemahaman finansial yang memadai. Tulisan ini bertujuan untuk menegaskan peran literasi finansial sebagai fondasi utama dalam meningkatkan minat investasi Generasi Z secara rasional dan berkelanjutan. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur dan analisis data sekunder yang berkaitan dengan perkembangan investor muda, khususnya dalam konteks pasar modal Indonesia. Hasil kajian menunjukkan bahwa literasi finansial tidak terbatas pada kemampuan teknis menghitung arus kas atau keuntungan investasi, tetapi mencakup pemahaman nilai uang, perencanaan keuangan jangka panjang, pengendalian perilaku konsumtif, serta kesiapan menghadapi risiko dan volatilitas pasar. Peningkatan jumlah investor muda di Jawa Barat menjadi ilustrasi empiris bahwa edukasi pasar modal dan pengetahuan dasar investasi dapat memperkuat kepercayaan diri Generasi Z untuk berinvestasi. Namun demikian, kajian ini juga mengidentifikasi tantangan psikologis yang signifikan, seperti loss aversion, overconfidence, dan fenomena Fear of Missing Out (FOMO) yang diperkuat oleh eksposur media sosial, sehingga berpotensi mendorong keputusan investasi spekulatif tanpa riset yang memadai. Oleh karena itu, strategi peningkatan literasi finansial bagi Generasi Z perlu dirancang secara kontekstual melalui pendekatan digital yang ringkas, visual, dan interaktif, sekaligus menekankan pentingnya riset dan manajemen risiko. Literasi finansial yang kuat dengan demikian menjadi prasyarat strategis dalam membangun minat investasi Generasi Z yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *literasi finansial; minat investasi; Generasi Z; pasar modal; media sosial; FOMO*



OPEN ACCESS **Contact:** muhammadnurazizx@gmail.com

Pendahuluan

Robert Kiyosaki menekankan agar seseorang tidak hanya bergantung pada pendapatan aktif dan menukar waktu dengan gaji, melainkan mulai membangun aset yang mampu menghasilkan pemasukan secara berkelanjutan. Bagi Generasi Z, hal ini sangat penting dalam menyiapkan masa depan finansial. Hidup di era digital memberikan keuntungan besar bagi Generasi Z. Berbagai informasi tersebar luas dan mudah diakses di media sosial, termasuk literasi finansial yang dapat membantu mereka memahami investasi sejak dini. Kondisi ini menjadikan masa sekarang sebagai waktu yang tepat bagi Generasi Z untuk memulai investasi sejak dini (Espeute & Preece, 2024).

Literasi finansial merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan (Yushita, 2017). Literasi finansial bukan hanya sekadar kemampuan menghitung pengeluaran dan pendapatan, tetapi juga mencakup pemahaman mengenai nilai uang, perencanaan keuangan, pengendalian diri dalam berbelanja, serta kemampuan untuk menabung dan berinvestasi (Purba et al., 2025).

Berdasarkan informasi yang mengutip data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan Generasi Z sebesar 44,04% dan masih termasuk rendah karena berada di bawah 60% (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Generasi Z belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan, baik dalam hal mengatur pendapatan dan pengeluaran maupun dalam mengambil keputusan terkait tabungan, kredit, atau investasi. Data tersebut juga menunjukkan adanya kesenjangan antara luasnya akses informasi yang mereka miliki dengan kemampuan nyata dalam mengelola aspek finansial. Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan nasional sebesar 49,68% dan indeks inklusi keuangan 85,10%, sehingga kesenjangan literasi dan inklusi masih cukup lebar (Otoritas Jasa Keuangan [OJK], 2022; Suleiman et al., 2022).

Di sisi lain, terdapat peningkatan jumlah investor muda yang relatif tinggi di Jawa Barat. Hingga Maret 2020 tercatat sebanyak 38.071 investor Generasi Z, kemudian pada tahun 2021 angka tersebut melonjak menjadi 279.947, dan meningkat lagi pada tahun 2022 (Rahadian et al., 2025). Kenaikan tersebut tidak hanya didorong oleh keinginan untuk berinvestasi, tetapi juga dipengaruhi oleh sarana edukasi pasar modal. Peningkatan jumlah investor muda juga berkaitan dengan pengetahuan yang mereka miliki mengenai literasi finansial sebagai dasar investasi, sehingga meningkatkan kepercayaan diri untuk berinvestasi. Pengetahuan investasi khususnya di pasar modal memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi (Umiyati et al., 2023).

Meski demikian, Generasi Z cenderung berhati-hati karena persepsi risiko yang tinggi dan keengganan merugi (*loss aversion*). Pada saat yang sama, mereka juga sering didorong oleh kepercayaan diri berlebih (*overconfidence*) dan dipengaruhi media sosial yang dapat mendorong perilaku berisiko, termasuk kecenderungan *Fear of Missing Out* (FOMO) (Liyanty et al., 2025; Sellinai et al., 2025). Karena risiko dalam investasi memengaruhi minat seorang investor, literasi keuangan menjadi kebutuhan dasar setiap orang dalam pengelolaan keuangan termasuk investasi untuk mencegah terjadinya masalah keuangan (Theresia & Rostiana, 2024).

Metode

Artikel ini disusun sebagai tulisan reflektif berbasis kajian literatur dan data sekunder. Bahan utama berasal dari rujukan ilmiah yang tercantum pada bagian Referensi serta dokumen publik yang sudah disebutkan dalam naskah (misalnya informasi literasi finansial OJK dan data pertumbuhan investor muda Jawa Barat dari Dok BEI Jabar yang diolah dari data KSEI).

Langkah penulisan meliputi pembacaan sumber, pencatatan ide kunci mengenai literasi finansial, minat investasi, serta risiko perilaku (misalnya *loss aversion*, *overconfidence*, dan FOMO), kemudian penyusunan sintesis naratif untuk menautkan literatur dengan ilustrasi

data sekunder. Analisis dilakukan secara deskriptif-kualitatif melalui refleksi kritis terhadap implikasi literasi finansial bagi peningkatan minat investasi Generasi Z. Artikel ini tidak melibatkan pengumpulan data primer maupun uji statistik.

Hasil

Literasi Finansial sebagai Fondasi Investasi

Literasi finansial merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan (Yushita, 2017). Kata *literasi* merujuk pada kemampuan memahami bacaan sekaligus kemampuan berpikir kritis dalam memecahkan persoalan, sementara kata *finansial* berkaitan dengan pengelolaan keuangan dalam aspek aset, pendapatan, pengeluaran, dan investasi. Literasi finansial bukan hanya sekadar kemampuan menghitung pengeluaran dan pendapatan, tetapi juga mencakup pemahaman mengenai nilai uang, perencanaan keuangan, pengendalian diri dalam berbelanja, serta kemampuan untuk menabung dan berinvestasi (Purba et al., 2025).

Literasi finansial seharusnya diperkenalkan kepada Generasi Z sejak sekolah dasar maupun menengah. Berdasarkan informasi yang mengutip data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan Generasi Z sebesar 44,04% dan masih termasuk rendah karena berada di bawah 60% (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Generasi Z belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan, baik dalam hal mengatur pendapatan dan pengeluaran maupun dalam mengambil keputusan terkait tabungan, kredit, atau investasi.

Data tersebut juga menunjukkan adanya kesenjangan antara luasnya akses informasi yang mereka miliki dengan kemampuan nyata dalam mengelola aspek finansial. Oleh karena itu, diperlukan cara-cara efektif untuk meningkatkan literasi finansial sekaligus mendorong minat investasi Generasi Z.

Motivasi Investasi dan Akses Informasi Digital

Jim Rohn menekankan bahwa investasi dapat meningkatkan jumlah uang yang dimiliki tanpa perlu menghabiskan banyak waktu untuk kegiatan tersebut. Di tengah kesibukan Generasi Z dengan sekolah, kuliah, maupun pekerjaan, mereka tetap dapat melakukan investasi tanpa mengganggu aktivitas utama karena investasi bersifat efisien dan tidak memerlukan banyak waktu dalam pengelolaannya. Meskipun demikian, memperkenalkan tema literasi keuangan kepada Generasi Z dapat terasa berat, terutama jika melibatkan konsep seperti penganggaran, menabung, atau investasi. Untungnya, meningkatnya akses teknologi digital memungkinkan Generasi Z mengakses informasi mengenai literasi finansial secara lebih mudah. Berbagai informasi, baik dari artikel, esai, maupun video edukasi, memberikan peluang bagi Generasi Z untuk memiliki pengetahuan mengenai literasi finansial dan investasi (Arif & Tarmizi, 2023; Nicolini & Haupt, 2025).

Literasi keuangan tidak hanya berperan sebagai instrumen kognitif, tetapi juga berfungsi sebagai sumber motivasional yang mampu membangkitkan minat dan keberanian Generasi Z untuk terlibat dalam aktivitas investasi. Pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan, instrumen investasi, serta risiko yang menyertainya mendorong individu untuk mengambil keputusan investasi secara lebih percaya diri dan terarah. Temuan Pasaribu dan Effendi (2022) menegaskan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi investasi, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat motivasi seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk memilih dan mempertahankan aktivitas investasi. Dalam konteks Generasi Z, literasi keuangan yang kuat berperan sebagai pemicu motivasi

internal yang menumbuhkan kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang dan kemandirian finansial. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dalam berinvestasi, tetapi juga membentuk preferensi investasi yang lebih rasional, konsisten, dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan menjadi strategi krusial dalam membangun ekosistem investasi yang sehat di kalangan Generasi Z, sekaligus menutup kesenjangan antara akses informasi keuangan yang luas dan kualitas pengambilan keputusan investasi yang bertanggung jawab.

Pertumbuhan Investor Muda di Jawa Barat

Untuk memberi ilustrasi tentang perkembangan investor muda, data pertumbuhan investor di Jawa Barat dapat dijadikan gambaran. Ilustrasi ini menekankan adanya peningkatan jumlah investor muda yang relatif tinggi dalam periode 2020–2022.

Gambar 1. Data Generasi Z Mendominasi Pertumbuhan Investor di Jawa Barat (Sumber: Rahadian et al., 2025; mengutip BEI Jawa Barat dan data KSEI).

Data tersebut menunjukkan kenaikan jumlah investor muda yang relatif tinggi di Jawa Barat. Hingga Maret 2020 tercatat sebanyak 38.071 investor Generasi Z, kemudian pada tahun 2021 angka tersebut melonjak menjadi 279.947, dan meningkat lagi pada tahun 2022 (Rahadian et al., 2025). Kenaikan tersebut tidak hanya didorong oleh keinginan mereka untuk berinvestasi, tetapi juga dipengaruhi oleh sarana edukasi pasar modal.

Peningkatan jumlah investor muda juga berkaitan dengan pengetahuan yang mereka miliki mengenai literasi finansial sebagai dasar investasi, sehingga meningkatkan kepercayaan diri untuk berinvestasi. Berdasarkan penelitian Umiyati et al. (2023), pengetahuan investasi khususnya di pasar modal memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi. Pengetahuan investasi tersebut mencakup pengetahuan mengenai tingkat pengembalian investasi, risiko investasi di pasar modal, dan pemahaman tentang pasar modal. Hal ini menunjukkan bahwa akses informasi yang luas mengenai literasi finansial dapat menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan investor muda.

Literasi Finansial untuk Mengelola Keraguan dan Risiko Perilaku

Generasi Z cenderung berhati-hati karena persepsi risiko yang tinggi dan keengganan merugi (*loss aversion*). Namun, pada saat yang sama, mereka juga sering didorong oleh kepercayaan diri berlebih (*overconfidence*) dan dipengaruhi media sosial yang dapat mendorong perilaku berisiko (Sellinai et al., 2025). Karena risiko dalam investasi memengaruhi minat seorang investor, literasi keuangan menjadi kebutuhan dasar setiap orang dalam pengelolaan keuangan termasuk investasi untuk mencegah terjadinya masalah keuangan (Theresia & Rostiana, 2024). Literasi finansial diharapkan tidak hanya memberikan pengetahuan tentang cara mengelola keuangan dengan baik, tetapi juga membekali pemahaman mengenai cara bersikap terhadap risiko ketika terlibat dalam berbagai aktivitas yang berhubungan dengan keuangan, termasuk investasi.

Investasi bukan hanya kegiatan menaruh uang di suatu tempat untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang, tetapi juga mencakup kemungkinan kerugian di dalamnya. Oleh karena itu, Generasi Z perlu memiliki literasi finansial yang memadai dan pemahaman tentang risiko yang akan dihadapi ketika ingin berinvestasi pada instrumen apa pun. Salah satu risiko yang perlu diwaspadai adalah *Fear of*

Missing Out (FOMO). FOMO dapat membuat Generasi Z berinvestasi pada suatu aset sesuai tren tanpa melakukan riset terlebih dahulu (Kaur et al., 2024; Liyanty et al., 2025). Hal tersebut dapat menimbulkan kerugian besar bagi investor, terutama karena saat ini sering bermunculan tren investasi di media sosial.

Riset mendalam dan pemahaman terhadap risiko sekaligus manfaat melalui esai, artikel, atau video edukasi dapat menjadi solusi untuk menghindari risiko dalam kegiatan investasi. Literasi finansial yang dikemas dalam bentuk video edukasi atau podcast juga dapat menjadi solusi yang efektif. Generasi Z sebagai *digital native* terbiasa dengan lingkungan serba cepat, visual, dan interaktif. Oleh karena itu, gaya edukasi yang menarik dan interaktif cenderung lebih efektif bagi mereka.

Kiyosaki menekankan bahwa seseorang perlu membangun aset agar uang dapat bekerja untuk dirinya. Namun, investasi tidak dapat terlepas dari risiko yang harus dihadapi. Karena itu, Generasi Z perlu memperdalam literasi finansial agar tidak terjerumus pada risiko kerugian dalam berinvestasi.

Diskusi

Hasil sintesis menunjukkan dua hal yang berjalan bersamaan. Di satu sisi, akses informasi digital yang luas memberi peluang Generasi Z mempelajari investasi sejak dini. Di sisi lain, rendahnya tingkat literasi finansial (44,04%) mengindikasikan bahwa ketersediaan informasi belum otomatis menjadi kemampuan mengelola keuangan dan mengambil keputusan investasi secara tepat (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2024). Kesenjangan ini penting dicermati karena fokus intervensi seharusnya bukan hanya memperbanyak informasi, melainkan membangun pemahaman dan kebiasaan finansial yang dapat dipraktikkan.

Peningkatan investor muda di Jawa Barat dapat dibaca sebagai indikasi bahwa edukasi pasar modal dan paparan pengetahuan dasar investasi mampu memperkuat kepercayaan diri untuk berinvestasi. Pada tingkat nasional, OJK juga mencatat mayoritas SID individu didominasi oleh generasi muda di bawah usia 40 tahun, yang mencapai lebih dari 79% dari total SID (OJK, 2024). Namun, perlu diingat bahwa data pertumbuhan investor muda belum cukup untuk menyimpulkan hubungan sebab-akibat secara langsung antara literasi finansial dan kenaikan investor. Dalam kerangka artikel reflektif ini, temuan tersebut lebih tepat diposisikan sebagai ilustrasi yang menguatkan kebutuhan penguatan literasi dan edukasi, bukan sebagai bukti kausal yang berdiri sendiri. Temuan bahwa literasi keuangan tidak selalu berpengaruh langsung pada minat investasi juga terlihat pada studi Generasi Z di Jabodetabek (Viana et al., 2022).

Selain aspek pengetahuan, dimensi psikologis menjadi titik kritis. Kehati-hatian karena *loss aversion* dapat membuat keputusan investasi tertunda, sementara *overconfidence* dan tekanan tren media sosial dapat mendorong keputusan tanpa riset memadai, termasuk perilaku FOMO. Di titik ini, literasi finansial berfungsi ganda: memberi pengetahuan dasar (misalnya memahami risiko dan pengembalian) sekaligus membentuk sikap terhadap risiko melalui kebiasaan riset, penentuan tujuan, dan pertimbangan manfaat serta risiko sebelum mengambil keputusan. Sejalan dengan itu, keterpaparan konten influencer keuangan (*finfluencer*) juga semakin menjadi rujukan investor muda dalam mengambil keputusan investasi (Espeute & Preece, 2024; Hii & Ong, 2025). Studi pada pengguna aplikasi investasi pasar saham di Indonesia menunjukkan literasi finansial dapat memperkuat perilaku investasi melalui peningkatan *self-efficacy* (Gautama & Soma, 2025).

Implikasinya, strategi peningkatan literasi finansial untuk Generasi Z perlu diselaraskan dengan karakter digital mereka. Media ringkas dan interaktif seperti

artikel populer, esai edukatif, video, dan podcast dapat dijadikan pintu masuk, tetapi tetap harus menekankan keterampilan inti: menyusun rencana, mengelola pengeluaran, memahami risiko, dan melakukan riset sebelum investasi (Arif & Tarmizi, 2023; Nicolini & Haupt, 2025). Ke depan, penguatan argumen akan lebih kuat apabila dilengkapi penelitian dengan data primer yang secara langsung mengukur perubahan literasi dan minat investasi Generasi Z setelah intervensi literasi.

Simpulan

Literasi finansial terbukti menjadi fondasi strategis dalam meningkatkan minat investasi Generasi Z karena tidak hanya mencakup aspek teknis pengelolaan keuangan, tetapi juga membentuk cara berpikir, sikap, dan perilaku finansial yang rasional. Pemahaman mengenai nilai uang, perencanaan keuangan jangka panjang, pengendalian konsumsi, kebiasaan menabung, serta kesiapan menghadapi risiko investasi berperan penting dalam membangun kepercayaan diri dan konsistensi keputusan investasi. Meskipun perkembangan teknologi digital dan meningkatnya jumlah investor muda menunjukkan peluang besar bagi perluasan partisipasi Generasi Z di pasar modal, dinamika psikologis seperti keraguan dalam pengambilan keputusan, *overconfidence*, dan fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)* tetap menjadi tantangan serius yang berpotensi mendorong perilaku investasi spekulatif. Oleh karena itu, penguatan literasi finansial tidak dapat dilakukan secara parsial atau hanya berfokus pada peningkatan akses informasi, melainkan harus diarahkan pada pembentukan kesadaran kritis, kemampuan riset, dan pengelolaan risiko. Strategi literasi finansial yang efektif bagi Generasi Z perlu dirancang secara kontekstual melalui pendekatan digital yang interaktif, ringkas, dan berbasis pengalaman, sehingga selaras dengan karakteristik generasi ini. Dengan demikian, literasi finansial tidak hanya meningkatkan minat investasi secara kuantitatif, tetapi juga memastikan kualitas keputusan investasi yang lebih bertanggung jawab, adaptif, dan berkelanjutan.

Referensi

- Arif, S. M., & Tarmizi, M. F. A. (2023). Digitalisation: The effectiveness of e-learning in capital market education. *Institutions and Economies*, 15(3), 105–128. <https://doi.org/10.22452/IJIE.vol15no3.5>
- Espeute, S., & Preece, R. G. (2024). *The finfluencer appeal: Investing in the age of social media* [Report]. CFA Institute Research and Policy Center. <https://rpc.cfainstitute.org/research/reports/2024/finfluencer-appeal>
- Gautama, A., & Soma, A. M. (2025). Analysis impact of financial literacy, self-efficacy, and risk attitude on the investment performance of Generation Z on the stock market investment app in Indonesia. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(4), Article 10643. <https://doi.org/10.52783/jisem.v10i4.10643>
- Hii, I. S. H., & Ong, Y. X. (2025). Finfluencer: Can financial social media influencers promote desirable financial behaviours? *International Journal of Bank Marketing*, 43(1), 1–22. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2024-0256>
- Kaur, M., Jain, J., & Sood, K. (2024). All are investing in crypto, I fear of being missed out: Examining the influence of herding, loss aversion, and overconfidence in the cryptocurrency market with the mediating effect of FOMO. *Quality & Quantity*, 58(3), 2237–2263. <https://doi.org/10.1007/s11135-023-01739-z>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2024, 28 Februari). 4 tips mengelola keuangan yang cocok dengan karakteristik Gen Z. *Media Keuangan*. <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/4-tips-mengelola-keuangan-yang-cocok-dengan-karakteristik-gen-z>
- Liyanty, T., Sari, D. J., Dhevianto, B., & Krisdiana. (2025). Investment decisions: Mediating role of financial behavior on young investors in the capital market. *International Journal*

- of *Business, Economics, and Social Development*, 6(2), 253–263. <https://doi.org/10.46336/ijbesd.v6i2.914>
- Nicolini, G., & Haupt, M. (2025). Do teaching media matter? A comparative study of finance education via classroom, livestream, video, and educational games. *Education Sciences*, 15(8), 1053. <https://doi.org/10.3390/educsci15081053>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022, 24 November). *Infografis hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/infoterkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024, 30 Desember). *Siaran pers: Pasar Modal Indonesia resilien sepanjang 2024, penutupan perdagangan Bursa Efek Indonesia tahun 2024*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Penutupan-Perdagangan-Bursa-Efek-Indonesia-Tahun-2024.aspx>
- Pasaribu, S. M., & Effendi, S. (2022). Pengaruh motivasi, risiko investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi pada mahasiswa akuntansi di Kota Batam. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 344–351. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3691>
- Purba, R. C., Damanik, F. T., Tarigan, S., & Pasaribu, I. M. (2025). Edukasi literasi keuangan bagi remaja dalam mengelola uang saku pada siswa SMA Negeri 3 Medan. *Panggung Kebaikan: Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(3), 70–77.
- Rahadian, F. A., Kamal, I., & Layyinaturobaniyah. (2025). The influence of financial literacy, application usability, and service quality on mutual fund purchase decisions through the Bibit application among Generation Z in West Java. *Journal of Social and Economics Research*, 7(1), 1198–1213. <https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER/article/download/899/700/>
- Sellinai, S., Zed, E. Z., & Mulyani, T. (2025). Impact of risk perception and financial literacy on Gen Z investors' investment decision-making in Jabodetabek region. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(6), 1663–1678. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i6.7183>
- Suleiman, A., Dewaranu, T., & Anjani, N. H. (2022). *Creating informed consumers: Tracking financial literacy programs in Indonesia* (Policy Paper No. 49). Center for Indonesian Policy Studies. <https://repository.cips-indonesia.org/media/publications/358319-creating-informed-consumers-tracking-fin-363ed549.pdf>
- Theresia, W., & Rostiana, R. (2024). Pengaruh literasi keuangan, pengetahuan investasi, dan faktor sosial terhadap minat berinvestasi saham Generasi Z. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(4), 881–894. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i4.31640>
- Umiyati, H., Subiyanto, S., Kusumawati, Y. N., Suherman, A., Anwar, K., & Wedha, I. K. (2023). Analysis of the effect of motivation and knowledge about capital market, return, risk and minimum capital on interest to invest in the Indonesia Stock Exchange (case study in the financial audit board of the Republic of Indonesia). *International Journal of Business, Economics, and Social Development*, 4(3), 112–122. <https://doi.org/10.46336/ijbesd.v4i3.477>
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2022). Literasi keuangan, inklusi keuangan, dan minat investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 12(3), 252–264. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(1), 11–26. <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>

