

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INVESTASI GEN Z PADA PLATFORM REKSA DANA

Aura Rezila Putri

Fatma Nafilatur Rohmah

Annisa Tiara Sani

Universitas Pekalongan

aurarezilaputri@gmail.com

Abstract

This article examines the factors contributing to Generation Z's reluctance to invest, particularly in mutual funds like Danareksa. The research aims to identify key barriers such as low financial literacy, risk aversion, and the influence of social media trends. A qualitative approach was used, incorporating literature reviews and surveys of Gen Z individuals aged 18-25. The findings indicate that many Gen Z members lack sufficient financial knowledge and are often influenced by short-term trends rather than long-term investment benefits. Additionally, the fear of losing money and a general lack of trust in financial institutions contribute to their hesitance. To address these issues, the article proposes targeted educational initiatives and marketing strategies by Danareksa to enhance financial literacy and build trust among young investors.

Keywords: *Generation Z, Investment Reluctance, Financial Literacy, Mutual Funds, Danareksa.*

Pendahuluan

Latar Belakang

Saat ini negara Indonesia didominasi oleh penduduk yang memiliki usia produktif yang disebut dengan generasi Z. Generasi Z merupakan masyarakat yang lahir dari tahun 1997-2012 dengan rentan usia 11-26 tahun . Salah satu upaya pemerintah agar ekonomi Indonesia makin membaik adalah mengajak generasi Z untuk terjun langsung dalam dunia investasi. Generasi Z (Gen Z), yang terdiri dari individu yang lahir tahun

1997-2012, menunjukkan minat yang rendah dalam berinvestasi, meskipun mereka memiliki akses yang lebih baik terhadap informasi keuangan dibandingkan generasi sebelumnya. Latar belakang digital mereka seharusnya memudahkan mereka untuk terlibat dalam investasi, namun kenyataannya banyak dari mereka yang masih enggan untuk berinvestasi di pasar modal, termasuk pada platform reksa dana.

Generasi Z memiliki potensi besar sebagai investor di era digital. Namun, minat mereka terhadap investasi, khususnya di platform reksadana seperti Danareksa, masih tergolong rendah. Berdasarkan penelitian sebelumnya, banyak Gen Z yang lebih memilih untuk menghabiskan uang mereka pada konsumsi jangka pendek daripada investasi jangka panjang. Hal ini menjadi tantangan besar dalam membangun budaya investasi di kalangan generasi muda.

Investasi saat ini menjadi jenis penempatan dana yang paling banyak diminati. Masyarakat Indonesia mulai sadar betapa pentingnya berinvestasi. Investasi merupakan sebuah langkah pembelajaran untuk dapat mengontrol keuangan pada masa sekarang dan masa depan, maka dari itu perencanaan berinvestasi pada pengelolaan keuangan pribadi adalah hal yang penting bagi manusia. Minat berinvestasi sendiri akan timbul apabila adanya kesadaran mereka untuk bertindak. Namun permasalahannya masih banyak mahasiswa yang takut untuk memulai dan terlibat langsung dalam investasi di pasar modal.

Pengetahuan dasar mengenai investasi merupakan hal sangat penting untuk diketahui oleh calon investor. Hal ini bertujuan agar investor terhindar dari praktik-praktik investasi yang tidak rasional (judi), budaya ikut-ikutan, penipuan, dan resiko kerugian. Diperlukan pengetahuan yang cukup, pengalaman serta naluri bisnis untuk menganalisis efek-efek mana yang akan dibeli dalam melakukan investasi di pasar modal. Pengetahuan yang memadai akan cara investasi yang benar amat diperlukan guna menghindari terjadinya kerugian saat berinvestasi di pasar modal, seperti pada instrumen investasi saham (Amhalmad&Irianto, 2019).

Pengambilan keputusan seorang investor untuk berinvestasi selalu didasari dengan berbagai pertimbangan yang rasional. Dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi, akan membuat keputusan berdasarkan pada literasi keuangan yang dimilikinya. Perencanaan keuangan yang baik akan dipengaruhi oleh tingkat literasi seseorang. Sedangkan perencanaan investasi diengaruhi oleh seberapa paham seseorang tentang konsep dasar keuangan literasi keuangan yang rendah menjadi penyebab dari timbulnya masalah keuangan (Viantara et al.,2019).

Menurut Upadana&Herawati, (2020) dalam penelitiannya menyatakan hal serupa yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan investasi seseorang. Keputusan keuangan yang berdasarkan perencanaan serta pengetahuan yang sejalan akan meminimalkan resiko dalam pengambilan keputusan. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka semakin baik orang tersebut dalam menentukan keputusan investasi. Seiring berkembangnya zaman, semakin banyak instrument investasi yang dianggap ideal salah satunya ialah reksadana.

1. Urgensi dan Rasionalisasi Pemikiran

Rendahnya tingkat investasi saham di kalangan Gen Z menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih inovatif dalam meningkatkan literasi keuangan dan akses terhadap investasi. OJK (2024) mencatat bahwa generasi muda lebih cenderung menabung secara konvensional dibandingkan berinvestasi di pasar modal, meskipun investasi saham berpotensi memberikan imbal hasil lebih tinggi dalam jangka panjang. Platform seperti Dana Reksa dapat menjadi solusi untuk menjembatani kesenjangan ini dengan menyediakan layanan investasi saham yang mudah diakses dan dipahami.

Melalui pemanfaatan teknologi digital, Dana Reksa dapat meningkatkan daya tariknya bagi Gen Z dengan menghadirkan fitur edukasi finansial berbasis digital serta strategi pemasaran berbasis media sosial. Kampanye edukasi yang melibatkan influencer keuangan juga dapat membantu meningkatkan keterlibatan Gen Z dalam investasi saham.

Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih proaktif untuk menarik perhatian generasi muda agar mereka lebih tertarik dalam dunia investasi saham.

2. Tinjauan Pustaka

Minat investasi di kalangan Generasi Z (Gen Z) telah menjadi topik yang semakin relevan dalam beberapa tahun terakhir. Generasi ini, yang lahir antara pertengahan 1990-an dan awal 2010-an, memiliki karakteristik unik yang memengaruhi keputusan keuangan mereka. Salah satu area yang menarik perhatian adalah kurangnya minat Gen Z untuk berinvestasi pada platform reksadana, seperti Danareksa, meskipun platform tersebut menyediakan berbagai produk investasi.

Beberapa penelitian telah mencoba mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi Gen Z. Salah satu faktor utama adalah literasi keuangan. Geriadi (2023), dalam jurnal KRISNA, menekankan bahwa literasi keuangan yang baik dapat meningkatkan kemampuan individu dalam mengelola dan mengalokasikan dana untuk investasi yang menguntungkan. Selain literasi keuangan, pengaruh sosial juga berperan penting. Laporan dari FINRA yang dikutip dalam jurnal KRISNA menyebutkan bahwa Gen Z seringkali menjadikan media sosial sebagai sumber informasi investasi dan mengikuti tren yang sedang populer di kalangan influencer. Pengaruh ini dapat mencakup rekomendasi dari teman dan keluarga, serta motivasi dari konten yang memuat narasi sukses atau gaya hidup tertentu.

Membangun minat Gen Z terhadap investasi reksadana melibatkan pendekatan yang tepat untuk mengatasi hambatan-hambatan yang ada. Edukasi menjadi kunci utama untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang investasi dan reksa dana. Dengan pemahaman yang baik tentang investasi, Gen Z dapat mengambil keputusan investasi yang cerdas dan mengelola risiko dengan lebih baik. Kemajuan teknologi juga mempermudah Gen Z untuk mengakses informasi dan melakukan transaksi investasi, seperti melalui aplikasi investasi digital. Selain itu, pengaruh media sosial, motivasi untuk mencapai stabilitas finansial,

kemudahan akses, dan edukasi yang disediakan oleh platform investasi juga berperan penting.

Permasalahan

Permasalahan yang mempengaruhi minat generasi Z untuk berinvestasi di pasar modal seperti, literasi keuangan, persepsi resiko, modal minimal, dan efikasi keuangan. Literasi keuangan adalah pengetahuan atau kemampuan seseorang dalam mengelola uang dengan baik, termasuk pembuatan anggaran kebutuhan dan melakukan investasi. Artinya, semakin tinggi pemahaman literasi keuangan seseorang maka akan semakin banyak tindakan yang akan diambil untuk memulai berinvestasi. Selain itu, pengaruh eksternal seperti Media Sosial dan Tren terhadap Keputusan Investasi Gen Z.

Media sosial dan tren sangat berpengaruh terhadap keputusan investasi Gen Z karena Informasi yang Cepat dan Mudah Diakses: Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menyediakan edukasi keuangan yang mudah dipahami, sering kali melalui influencer atau content creator. Fear of Missing Out (FOMO): Tren investasi viral, seperti saham teknologi, kripto, atau reksa dana tertentu, bisa mendorong Gen Z untuk berinvestasi tanpa analisis mendalam. Komunitas dan Peer Influence: Gen Z cenderung mendiskusikan investasi dalam komunitas online, sehingga opini teman atau influencer dapat mempengaruhi keputusan mereka. Gamifikasi dan Aplikasi Investasi: Aplikasi investasi yang user-friendly dan memiliki elemen gamifikasi (misalnya, tantangan investasi atau reward) mendorong Gen Z untuk mulai berinvestasi.

Solusi yang Dapat Diterapkan oleh Danareksa untuk Meningkatkan Minat Investasi Gen Z Agar lebih menarik bagi Gen Z, Danareksa bisa menerapkan strategi berikut: Edukasi melalui Media Sosial: Membuat konten informatif berbasis video pendek di TikTok, Instagram Reels, dan YouTube dengan bahasa yang santai dan mudah dipahami. Kolaborasi dengan Influencer Keuangan: Menggandeng figur publik atau content creator yang dipercaya oleh Gen Z untuk meningkatkan awareness.

Aplikasi yang User-Friendly: Mempermudah proses pendaftaran, transaksi, dan monitoring investasi dengan tampilan menarik dan fitur gamifikasi. Program Reward dan Cashback: Memberikan insentif, seperti cashback atau bonus investasi bagi pengguna baru atau yang aktif berinvestasi. Webinar dan Workshop Interaktif: Mengadakan event edukatif secara online maupun offline dengan konsep yang menarik dan engaging. Fitur Investasi Sosial: Mengembangkan fitur seperti "copy trading" atau komunitas diskusi di dalam aplikasi agar Gen Z bisa berbagi pengalaman investasi.

Hasil dan Pembahasan

Generasi Z memiliki potensi besar dalam dunia investasi berkat akses luas terhadap teknologi dan informasi keuangan. Namun, meskipun kesadaran tentang pentingnya investasi semakin meningkat, minat mereka untuk terjun ke dalam dunia investasi, khususnya melalui instrumen seperti reksadana, masih tergolong rendah. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keputusan seseorang untuk berinvestasi tidak hanya bergantung pada kesadaran individu, tetapi juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor eksternal dan internal. Memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi Generasi Z menjadi langkah penting dalam upaya meningkatkan partisipasi mereka di pasar modal. Dengan memahami hambatan utama yang mereka hadapi, strategi edukasi dan pendekatan yang lebih efektif dapat dirancang untuk meningkatkan literasi keuangan dan membangun kepercayaan mereka dalam berinvestasi. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa faktor utama yang menyebabkan rendahnya minat Generasi Z dalam berinvestasi, di antaranya:

1. Literasi Keuangan Rendah:

Meskipun terdapat peningkatan literasi keuangan di Indonesia, data menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan Generasi Z masih tergolong rendah. Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022, indeks literasi keuangan nasional meningkat menjadi 49,68% dari 38,03% pada tahun 2019. Namun, untuk kelompok usia 15-17 tahun, tingkat literasi dan

inklusi keuangan berada pada posisi terendah secara nasional. Rendahnya literasi keuangan ini mengakibatkan kurangnya pemahaman tentang konsep dasar investasi dan manfaat jangka panjangnya, sehingga Generasi Z cenderung menghindari aktivitas investasi. Rendahnya literasi keuangan ini mengakibatkan kurangnya pemahaman tentang konsep dasar investasi dan manfaat jangka panjangnya, sehingga Generasi Z cenderung menghindari aktivitas investasi. Untuk melihat pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi, dilakukan analisis menggunakan uji statistik, sebagaimana ditunjukkan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Literasi Keuangan (X2) tanpa Moderasi Perilaku Keuangan(Z)

Model	Nilai t	sig
(constant)	3.245	.002
Literasi Keuangan	5.155	.000
Perilaku Keuangan	2.354	.020

Sumber data olahan peneliti 2002

Tabel 2. Hasil Uji Literasi Keuangan (X2) dengan Moderasi Perilaku Keuangan (Z)

Model	Nilai t	sig
(constant)	4,099	.000
Literasi Keuangan	2,240	.027
Perilaku keuangan	2.386	0.19

Sumber :Data olahan peneliti (2022)

Berdasarkan hasil uji statistik, dapat diketahui bahwa perilaku keuangan memiliki peran penting dalam memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan minat investasi. Nilai signifikansi variabel interaksi antara literasi keuangan dan perilaku keuangan sebesar 0,019 ($<0,05$) menunjukkan bahwa perilaku keuangan mampu memperkuat pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi. Selain itu, nilai Adjusted R-Squared meningkat sebesar 2,4%, yang menegaskan bahwa faktor perilaku keuangan turut berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman serta

keputusan investasi Generasi Z. Adjusted R-squared sebesar 42,3%, variabel return on investment (Y) dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan (X2) disesuaikan dengan variabel perilaku keuangan (Z) sisanya 0,7% disebabkan oleh faktor lain. Artinya variabel perilaku keuangan (Z) memperkuat hubungan antara literasi keuangan (X2) dan pengembalian investasi (Y).

Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu pengaruh antara literasi keuangan dengan minat investasi. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investor dalam membeli produk investasi syariah pada aplikasi reksa dana khususnya pada masa pandemi dengan nilai sig sebesar 0,000 yang berarti nilai tersebut kurang dari 0,05 maka H2 diterima. Hasil ini sejalan dengan hasil riset Kumari (2020) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Serta penelitian Pratami et al., (2021) juga menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat investasi.

Hipotesis ke dua dalam penelitian ini yaitu perilaku keuangan memperkuat pengaruh atau hubungan literasi keuangan terhadap minat investasi masyarakat melalui aplikasi reksadana pada produk reksadana syariah. Sesuai dengan uji data yang sudah dilakukan hasil nilai Adjust R Square meningkat setelah adanya interaksi dengan perilaku keuangan maka H4 diterima sebab perilaku keuangan dapat memperkuat hubungan pengaruh literasi dengan dengan minat investasi masyarakat. Hasil riset ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan and Listiadi (2021) yang menyimpulkan bahwa perilaku keuangan dapat memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman & Arsyianti (2021) yang menyimpulkan bahwa perilaku keuangan sepenuhnya mengendalikan pengaruh literasi.

2. Persepsi Risiko Tinggi

Generasi Z sering kali memiliki persepsi bahwa investasi adalah aktivitas berisiko tinggi. Ketakutan akan kehilangan uang menjadi hambatan utama bagi mereka untuk memulai investasi. Penelitian menunjukkan bahwa preferensi risiko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z untuk berinvestasi di pasar modal, menandakan bahwa faktor risiko telah diabaikan sebagai pertimbangan untuk berinvestasi. Namun, persepsi risiko yang tinggi tetap menjadi faktor yang membuat mereka ragu untuk memulai investasi.

3. Modal Minimal yang Dianggap Tinggi

Banyak anggota Generasi Z beranggapan bahwa investasi membutuhkan modal besar. Padahal, dengan perkembangan teknologi dan kemajuan platform investasi digital, investasi dapat dimulai dengan modal yang relatif kecil. Penelitian menunjukkan bahwa kemajuan teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi Generasi Z di masa pandemi. Platform seperti Danareksa menawarkan opsi investasi dengan modal minimal rendah, namun kurangnya informasi atau pemahaman mengenai hal ini membuat Generasi Z enggan untuk memulai investasi.

4. Pengaruh Media Sosial

Media sosial sering kali menampilkan tren konsumsi atau gaya hidup instan yang dapat mengalihkan perhatian Generasi Z dari pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang. Meskipun media sosial dapat menjadi sumber informasi mengenai investasi, penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terpapar informasi investasi di media sosial, Generasi Z mungkin lebih terpengaruh oleh konten yang mendorong konsumsi daripada investasi.

Simpulan

Minat Gen Z untuk berinvestasi pada platform reksadana seperti Danareksa dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, termasuk literasi keuangan yang rendah, pengaruh media sosial, ketidakpastian finansial, dan kurangnya kepercayaan terhadap institusi keuangan. Untuk meningkatkan

minat investasi ini, Danareksa perlu menerapkan strategi edukatif dan promosi yang tepat serta membangun kepercayaan di kalangan investor muda. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan lebih banyak anggota Gen Z akan tertarik untuk mulai berinvestasi demi masa depan finansial mereka. Generasi Z memiliki potensi besar sebagai investor di era digital karena akses luas terhadap informasi keuangan dan teknologi. Namun, meskipun kesadaran akan pentingnya investasi meningkat, minat mereka untuk berinvestasi, terutama dalam instrumen seperti reksadana, masih tergolong rendah. Beberapa faktor utama yang menyebabkan hal ini antara lain rendahnya literasi keuangan, persepsi risiko yang tinggi, anggapan bahwa modal investasi harus besar, serta pengaruh media sosial yang lebih banyak mendorong konsumsi dibandingkan investasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi Gen Z. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk mulai berinvestasi. Selain itu, perilaku keuangan juga berperan penting dalam memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi. Namun, banyak Gen Z yang masih enggan berinvestasi karena kurangnya pemahaman tentang manfaat investasi jangka panjang dan ketakutan akan risiko kerugian.

Persepsi risiko yang tinggi juga menjadi faktor yang menghambat minat investasi. Banyak Gen Z yang menganggap investasi sebagai aktivitas yang berisiko tinggi, sehingga mereka lebih memilih untuk menabung secara konvensional. Selain itu, anggapan bahwa investasi membutuhkan modal besar juga menjadi penghalang, meskipun saat ini sudah banyak platform investasi yang memungkinkan investasi dengan modal kecil.

Media sosial juga memiliki pengaruh terhadap pola pikir investasi Generasi Z. Meskipun media sosial menyediakan akses informasi terkait investasi, tren konsumsi yang ditampilkan di platform tersebut sering kali membuat mereka lebih tertarik untuk membelanjakan uang dibandingkan berinvestasi.

Untuk meningkatkan minat investasi Generasi Z, diperlukan strategi yang lebih inovatif dan edukatif. Danareksa, sebagai salah satu platform reksadana, dapat memanfaatkan media sosial untuk memberikan edukasi keuangan dengan format yang menarik, seperti video pendek, kolaborasi dengan influencer, serta

fitur gamifikasi dalam aplikasi investasi. Selain itu, program insentif seperti cashback dan reward dapat menjadi daya tarik tambahan bagi Gen Z untuk mulai berinvestasi. Dengan pendekatan yang lebih proaktif, diharapkan partisipasi Generasi Z dalam dunia investasi dapat meningkat, sehingga membantu mereka membangun kebiasaan keuangan yang lebih sehat dan berorientasi pada masa depan.

Referensi

- Aisyanti, M., & Nugroho, Tatas Ridho Dwihandoko. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi terhadap Minat Investasi Generasi Z. Jurnal Ekonomi.*
- Amalia, F. A. H., & Yuhelmi. (2023). Pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, modal minimal, dan efikasi keuangan terhadap minat berinvestasi generasi Z di pasar modal (Studi kasus generasi Z di Kota Padang). Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta, 12(2), 123-135.*
- Aristi D.M., Ahyaruddin M., Putri A.M., (2024). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Generasi Z. Jurnal Ekonomi.*
- Astuti, M. D., Mutiara, R., & Sapruwan, M. (2024). Pengaruh income terhadap keputusan investasi Generasi Z melalui perilaku keuangan (Studi kasus pada Generasi Z di Kabupaten Bekasi). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 10(1), 64-69.*
- Bagus S., & Aisyah S., (2023). Analisis Faktor-Faktor Penghambat Minat Investasi Generasi Z. Jurnal Ambitek.*
- Bagus S., & Aisyah S. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Generasi Z. Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi.*
- Bagus S, A., & 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), 57-65.*
- Hermawanti, R. (2018). Literasi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Muda. Jurnal Ilmu Ekonomi.*
- Hikmah, M., Aminudin, & Husnayetti. (2024). Analisis minat berinvestasi bagi milenial dan generasi Z. Liquidity: Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen, 13(2), 232-244.*

- Mei Dianty, S. N. (2022). Pengaruh kemajuan teknologi dan literasi keuangan terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi pada produk syariah melalui reksadana dengan perilaku keuangan sebagai variabel moderasi. JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia), 12(1), 1-15.*
- Rahmi, C., Amellia, A. R., Zayanti, A. H., & Rafif, R. C. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Gen Z dalam berinvestasi reksa dana syariah. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen, 2(7), 47-58.*
- Saputri D., et al., (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Generasi Z. Jurnal Ekonomi Digital Indonesia.*
- Triana, B., Rachman, C. C. S., Octaviani, H., Saepudin, L., & Suherman, U. (2024). Membangun minat generasi Z terhadap investasi reksa dana di Jawa Barat. AMBITEK: Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis dan Teknologi, 4(1), 114-124.*
- Upadana, I., & Herawati, D. (2020). Faktor Penghambat Investasi Generasi Z. Jurnal Manajemen Investasi.*

Lampiran
LEMBAR ORISINALITAS ESAI
UNIVERSITAS PEKALONGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

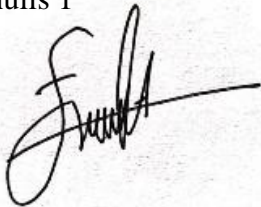
Nama : Aura Rezila Putri
Sekolah/ perguruan tinggi : Universitas Pekalongan
Alamat rumah : Kertijayan Gg 1
Alamat e-mail : aurarezilaputri@gmail.com
Nomer telepon : 085701674654

Dengan ini menyatakan bahwa naskah dengan judul “Faktor yang Mempengaruhi Investasi Gen Z Pada Platform Reksa Dana” adalah benar-benar asli merupakan hasil karya saya (bukan jiplakan) dan belum pernah dan atau tidak sedang diikuti sertakan dalam lomba lain serta dipublikasikan kecuali dalam lomba esai yang diselenggarakan oleh KSPM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pekalongan.

Apabila di kemudian hari terbukti sebaliknya maka saya bersedia mendapat sanksi dan didiskualifikasi dari kompetisi tersebut. Demikian pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun.

Pekalongan, 3 Maret 2025

Penulis 1



(Fatma Nafilatur Rohmah)

Penulis 2



(Annisa Tiara Sani)

Ketua

