

**BEHAVIOR OVER INTELLIGENCE:
ANALISIS MINDSET MORGAN HOUSEL DALAM
MEMBENTUK INVESTMENT THINKING PADA GENERASI Z**

Rifki Hunafa

Habibburahman

UIN Antasari Banjarmasin

rifkihunafa16@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the role of behavioral factors compared to intelligence in shaping the investment thinking of Generation Z from the perspective of Morgan Housel. Using a descriptive quantitative approach, data were collected through a survey distributed via Google Forms to 50 respondents. The results indicate that although respondents perceive themselves as making rational investment decisions, behavioral factors such as emotions, social influence, and trend following tendencies remain dominant. This finding reveals a gap between perceived rationality and actual behavior supporting the view that successful investing is more influenced by behavior than intelligence. Therefore developing sustainable investment thinking in Generation Z requires strengthening emotional control, awareness of biases, and a long term orientation.

Keywords: *Generation Z, behavior, intelligence, investment, mindset, bias.*

Pendahuluan

Generasi Z merupakan sekelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1996 hingga 2012, tumbuh dan berkembang di tengah pesatnya kemajuan teknologi digital. Mereka terbiasa mengakses dan mengonsumsi informasi melalui berbagai platform digital dalam kehidupan sehari-hari, termasuk informasi yang berkaitan dengan investasi. Kondisi ini memberikan berbagai kemudahan, seperti akses terhadap informasi yang luas, ketersediaan materi edukasi yang melimpah, efisiensi transaksi, serta kemampuan untuk melakukan analisis pasar secara *real time*. Kehadiran berbagai aplikasi investasi berbasis *smartphone* juga turut menghilangkan hambatan akses yang sebelumnya menjadikan aktivitas investasi cenderung eksklusif bagi kalangan tertentu. Fenomena meningkatnya partisipasi investor muda dalam beberapa tahun terakhir semakin menunjukkan bahwa Generasi Z mulai aktif memasuki dunia investasi.

Namun demikian, kemudahan akses teknologi tidak hanya membawa dampak positif, tetapi juga memunculkan tantangan yang semakin kompleks. Kelimpahan informasi yang tidak terfilter serta kecepatan arus transaksi justru meningkatkan kerentanan psikologis, seperti fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dan perilaku *herding*, yaitu kecenderungan mengikuti tren tanpa didasarkan pada pemahaman yang memadai. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun akses terhadap investasi semakin terbuka, kualitas pengambilan keputusan Generasi Z belum tentu mengalami peningkatan yang sebanding. Di tengah derasnya arus informasi dan dominasi algoritma digital, kemampuan analitis sering kali dikalahkan oleh respons emosional dalam menghadapi fluktuasi pasar.

Dalam konteks tersebut, pemikiran Morgan Housel dalam *The Psychology of Money* menjadi sangat relevan sebagai landasan konseptual. Housel (2020) menegaskan bahwa keberhasilan finansial lebih banyak ditentukan oleh perilaku dibandingkan dengan tingkat kecerdasan atau kemampuan teknis semata. Perspektif ini menantang paradigma tradisional yang memandang investasi sebagai aktivitas yang sepenuhnya berbasis analisis rasional dan prediksi pasar. Sebaliknya, investasi dipahami sebagai suatu *soft skill* yang menuntut kesabaran, konsistensi, serta kemampuan pengendalian diri dalam jangka panjang.

Bagi Generasi Z yang terbiasa hidup dalam budaya serba instan, pergeseran dari orientasi “keuntungan cepat” menuju pola pikir investasi yang berkelanjutan menjadi tantangan yang signifikan. Meskipun berbagai penelitian mengenai literasi keuangan digital telah banyak dilakukan, kajian yang secara spesifik mengaitkan perilaku investasi dengan kerangka *investment thinking* berbasis pendekatan psikologis masih relatif terbatas. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kemajuan akses teknologi dengan kedewasaan pola pikir investasi yang dimiliki oleh generasi muda.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara lebih mendalam bagaimana pola pikir (*mindset*) dan perilaku investasi Generasi Z terbentuk, serta mengidentifikasi faktor-faktor psikologis yang memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi. Penelitian ini juga berupaya menilai sejauh mana pola pikir investasi yang dimiliki mampu mendorong perilaku yang

lebih rasional, konsisten, dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang (*growth*). Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademis, tetapi juga menjadi dasar dalam membangun pola pikir investasi yang lebih matang dan berkelanjutan bagi Generasi Z di era digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis perilaku investasi pada Generasi Z. Rancangan penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan keterkaitan antara faktor perilaku dan kecerdasan dalam membentuk *investment thinking*.

Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada Generasi Z dengan rentang usia 15–28 tahun. Objek penelitian adalah perilaku dan pola pikir individu dalam pengambilan keputusan investasi, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh emosi, kecenderungan mengikuti tren, serta penggunaan analisis dalam berinvestasi.

Bahan dan alat utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun dalam bentuk Google Form sebagai instrumen pengumpulan data. Kuesioner terdiri dari pertanyaan tertutup dengan skala Likert dan pilihan ganda untuk mengukur persepsi dan perilaku responden. Penelitian ini dilaksanakan secara daring tanpa batasan lokasi geografis tertentu, sehingga responden dapat berasal dari berbagai wilayah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu responden yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 50 orang.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel utama, yaitu variabel perilaku (*behavior*) dan kecerdasan (*intelligence*) dalam konteks pengambilan keputusan investasi. Variabel perilaku diukur melalui indikator seperti pengaruh emosi, kecenderungan mengikuti tren (*Fear of Missing Out*), serta pengaruh media sosial. Sementara itu, variabel

kecerdasan diukur melalui kemampuan analisis dan pertimbangan rasional dalam menentukan keputusan investasi.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menyajikan data dalam bentuk persentase dan diagram untuk mengidentifikasi pola kecenderungan responden. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan dengan mengacu pada konsep *Behavior Over Intelligence* dalam perspektif Morgan Housel guna memahami dominasi faktor perilaku dalam pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z.

Hasil Dan Pembahasan

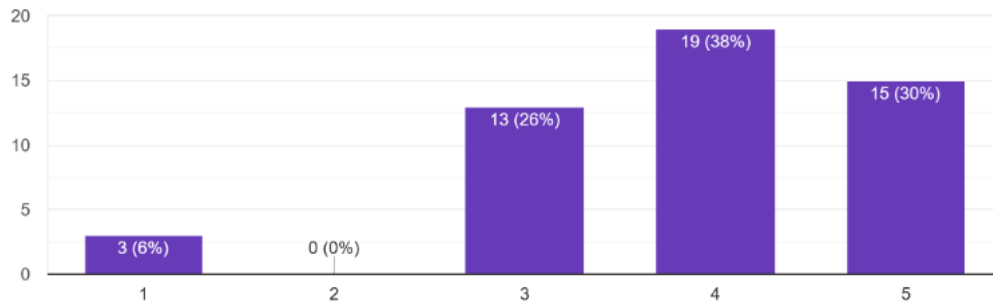
Karakteristik Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 17–20 tahun (80%), yang merepresentasikan Generasi Z pada fase awal pembentukan kemandirian finansial. Selain itu, sekitar 50% responden telah memiliki pengalaman investasi, sementara sisanya belum.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pola pikir investasi pada Generasi Z tidak hanya dibentuk oleh pengalaman langsung, tetapi juga oleh eksposur informasi digital. Bahkan tanpa pengalaman investasi, individu telah membangun persepsi awal yang berpotensi bias karena terbentuk dari lingkungan sosial dan arus informasi yang tidak selalu terverifikasi.

Dominasi FOMO dan Tekanan Sosial dalam Keputusan Investasi

Seberapa sering Anda tertarik berinvestasi karena melihat tren di media sosial atau lingkungan sekitar?
50 jawaban



Gambar 1. Tingkat Kecenderungan *Fear of Missing Out* (FOMO) pada Generasi Z dalam Investasi

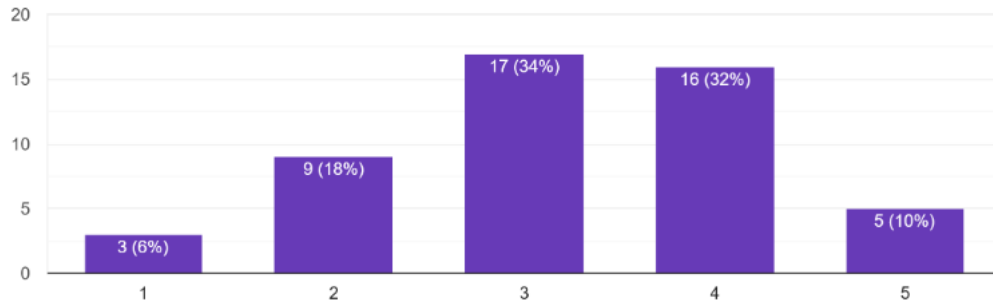
Sumber: Data primer, diolah (2026)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekitar 68% responden berada pada kategori tinggi (skala 4–5) dalam kecenderungan mengalami *Fear of Missing Out* (FOMO). Hal ini menegaskan bahwa dorongan untuk tidak tertinggal menjadi salah satu faktor utama dalam pengambilan keputusan investasi.

Lebih jauh, FOMO tidak hanya mencerminkan ketertarikan terhadap peluang, tetapi juga menunjukkan adanya tekanan sosial dan kebutuhan akan validasi kolektif. Dalam kondisi ini, keputusan investasi bergeser dari proses rasional menjadi respons terhadap dinamika kelompok. Implikasinya, individu berpotensi mengambil keputusan yang tidak sepenuhnya berbasis analisis, melainkan didorong oleh keinginan untuk “tidak ketinggalan”. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat meningkatkan risiko keputusan yang tidak optimal, seperti mengikuti tren tanpa pemahaman yang memadai. Temuan ini memperkuat pandangan Morgan Housel bahwa dalam praktiknya, keberhasilan finansial lebih sering ditentukan oleh bagaimana individu mengelola perilakunya dibandingkan seberapa cerdas analisis yang dimiliki.

Media Sosial sebagai *Framing* dalam investasi

Seberapa besar pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi Anda?
50 jawaban



Gambar 2. Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada Generasi Z

Sumber: Data primer, diolah (2026)

Mayoritas responden berada pada skala 3–4 dalam hal pengaruh media sosial, yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk cara pandang terhadap investasi.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai *framing mechanism* yang menyederhanakan realitas investasi menjadi narasi yang menarik, cepat, dan sering kali bias terhadap keberhasilan. Hal ini menciptakan ilusi kemudahan dan potensi keuntungan yang tinggi tanpa menampilkan risiko secara proporsional. Akibatnya, keputusan investasi cenderung dipengaruhi oleh persepsi yang telah “dibingkai”, bukan oleh analisis yang objektif. Dalam konteks ini, tantangan utama bukan pada kurangnya informasi, tetapi pada kemampuan individu dalam memfilter dan menginterpretasikan informasi secara kritis.

Paradoks Rasionalitas



Gambar 3. Persepsi Penggunaan Analisis dalam Pengambilan Keputusan Investasi Generasi Z

Sumber: Data primer, diolah (2026)

Sebanyak 60% responden menyatakan bahwa mereka menggunakan analisis pribadi dalam pengambilan keputusan investasi. Namun, data yang sama menunjukkan bahwa mereka tetap dipengaruhi oleh emosi, tren, dan media sosial.

Temuan ini mengungkap adanya paradoks rasionalitas, yaitu kondisi di mana individu merasa bertindak rasional, tetapi secara tidak sadar dipengaruhi oleh bias perilaku. Dalam hal ini, kecerdasan tidak gagal karena kurangnya kemampuan, melainkan karena kalah oleh pengaruh psikologis yang tidak disadari. Dengan kata lain, rasionalitas dalam investasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan berpikir logis, tetapi juga oleh kemampuan untuk mengenali dan mengendalikan bias internal. Tanpa kesadaran tersebut, analisis justru berpotensi menjadi alat untuk membenarkan keputusan yang sudah dipengaruhi oleh emosi.

Emosi sebagai Faktor Penentu Konsistensi

Sebesar 52% responden berada pada kategori netral (skala 3) dalam pengaruh emosi, yang menunjukkan bahwa emosi hadir dalam tingkat moderat dalam pengambilan keputusan investasi.

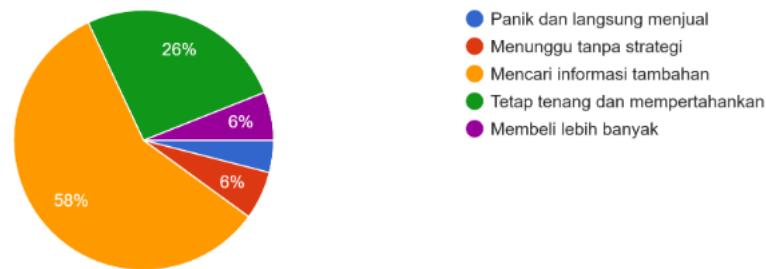
Meskipun tidak dominan secara ekstrem, keberadaan emosi dalam tingkat moderat tetap memiliki implikasi signifikan terhadap konsistensi perilaku. Dalam konteks investasi jangka panjang, keberhasilan tidak hanya ditentukan oleh keputusan awal, tetapi oleh kemampuan mempertahankan keputusan tersebut dalam berbagai kondisi pasar. Dengan demikian, stabilitas emosi menjadi faktor

kunci yang menentukan apakah individu mampu bertahan pada strategi yang telah direncanakan atau justru menyimpang akibat tekanan situasional.

Respons terhadap Ketidakpastian

Apa yang Anda lakukan ketika nilai investasi Anda menurun drastis?

50 jawaban



Gambar 4. Respons Generasi Z terhadap Kondisi Penurunan Pasar Investasi

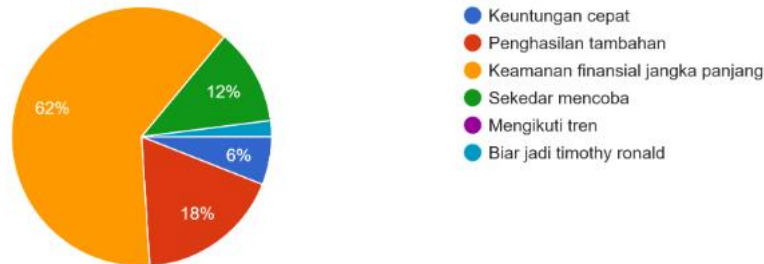
Sumber: Data primer, diolah (2026)

Sebanyak 58% responden memilih untuk mencari informasi tambahan saat pasar menurun, sementara 26% tetap tenang dan tidak mengambil tindakan terburu-buru.

Temuan ini menunjukkan adanya kecenderungan untuk bersikap tidak impulsif. Namun, di sisi lain, kebutuhan akan informasi tambahan juga mencerminkan ketergantungan terhadap validasi eksternal. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan diri dalam pengambilan keputusan masih belum sepenuhnya terbentuk. Dengan kata lain, keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh apa yang diketahui, tetapi juga oleh seberapa yakin individu terhadap pengetahuannya sendiri.

Ketidaksesuaian antara Niat dan Perilaku

Apa tujuan utama anda dalam berinvestasi?
50 jawaban



Gambar 5. Tujuan Investasi Generasi Z

Sumber: Data primer, diolah (2026)

Sebanyak 62% responden memiliki orientasi investasi jangka panjang, yang menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya pertumbuhan.

Namun, tingginya pengaruh FOMO dan media sosial menunjukkan bahwa orientasi tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam perilaku nyata. Terdapat kesenjangan antara niat (*intention*) dan tindakan (*behavior*), yang menjadi salah satu tantangan utama dalam pembentukan pola pikir investasi yang matang. Kondisi ini menunjukkan bahwa memiliki tujuan jangka panjang saja tidak cukup, jika tidak diiringi dengan disiplin perilaku dalam menjalankannya.

Behavior Over Intelligence

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 34% responden menempatkan analisis sebagai faktor utama, sementara 30% menekankan peran emosi dan perilaku. Kedekatan angka ini menunjukkan bahwa dalam praktiknya, faktor perilaku memiliki pengaruh yang setara, bahkan cenderung lebih dominan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa dalam konteks Generasi Z, kecerdasan bukanlah faktor yang menentukan kegagalan atau keberhasilan investasi. Sebaliknya, faktor penentu utama terletak pada bagaimana individu mengelola perilaku, mengendalikan emosi, dan menghadapi tekanan sosial. Pada akhirnya, dalam dunia investasi yang kompleks dan penuh

ketidakpastian, kecerdasan dapat membantu seseorang memahami apa yang harus dilakukan, tetapi perilakulah yang menentukan apakah hal tersebut benar-benar dilakukan secara konsisten. Temuan ini sejalan dengan konsep *behavior over intelligence* yang dikemukakan oleh Morgan Housel, sekaligus menegaskan bahwa keberhasilan investasi pada Generasi Z tidak hanya membutuhkan pengetahuan, tetapi juga kedewasaan dalam mengelola diri.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perilaku memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan kecerdasan dalam membentuk keputusan investasi pada Generasi Z. Meskipun sebagian besar responden mengaku menggunakan analisis dalam pengambilan keputusan, data menunjukkan bahwa faktor seperti *Fear of Missing Out* (FOMO), pengaruh media sosial, dan emosi tetap menjadi determinan utama dalam praktiknya. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan investasi tidak sepenuhnya didasarkan pada rasionalitas, melainkan dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial.

Temuan ini mengungkap adanya paradoks rasionalitas, di mana individu merasa bertindak secara rasional, namun secara tidak sadar dipengaruhi oleh bias perilaku. Selain itu, meskipun Generasi Z menunjukkan orientasi investasi jangka panjang, terdapat ketidaksesuaian antara niat dan perilaku yang dipengaruhi oleh tekanan sosial dan dinamika informasi digital. Kondisi ini menegaskan bahwa tantangan utama dalam investasi bukan terletak pada kurangnya pengetahuan, melainkan pada ketidakmampuan dalam mengelola perilaku secara konsisten.

Dengan demikian, dalam konteks investasi modern, kecerdasan bukanlah faktor yang gagal, tetapi perilakulah yang sering kali tidak terkendali. Oleh karena itu, pembentukan investment thinking pada Generasi Z tidak cukup hanya berfokus pada peningkatan literasi keuangan, tetapi juga harus menekankan pada penguatan aspek psikologis, kesadaran terhadap bias, serta kemampuan mengelola emosi dalam menghadapi ketidakpastian.

Daftar Pustaka

Astarini, D. A. O., Murapi, I., Ardiansyah, J., & Aryawati, N. P. A. (2023). Analisis fundamental dan psikologi investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi. *REKAN: Riset Ekonomi, Akuntansi dan Perpajakan*, 4(1), 40-52. <https://doi.org/10.30812/rekan.v4i1.2814>

- Hidayah, A., & Anshar, M. (2025). Pola konsumsi informasi Generasi Z di era konvergensi media digital. *Al Yazidy: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 7(1), 40-52. <https://doi.org/10.55606/ay.v7i1.1207>
- Housel, M. (2020). *The psychology of money: Timeless lessons on wealth, greed, and happiness*. Harriman House.
- Putri, A., Ramadhan, A., & Salsabila. (2025). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi informasi di kalangan Generasi Z. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 2(2), 34-39.
- Septiani, R., Maharani, S., & Ernadya, R. (2021). Studi perilaku investor dan *myopic loss aversion*. *Jati: Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 4(1), 70-78. <https://doi.org/10.18196/jati.v4i1.9303>

Lampiran

