

**PEMAHAMAN INVESTASI DI PASAR MODAL PADA GENERASI Z:
TANTANGAN DAN STRATEGI UNTUK PERBAIKAN**

1. Mohamad Iqbal Mubarak

2. Muchamad Karier Susastra

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

iqbalmubarak658@gmail.com

Abstract

The low level of understanding of investment in the capital market among Gen Z poses a serious challenge in preparing a financially aware generation. This phenomenon is exacerbated by some of them seeking to get rich quickly through investments without adequately understanding the mechanisms and risks of the capital market. The purpose of this paper is to analyze the factors that can influence investment understanding among Gen Z and to formulate effective strategies to prevent them from falling into illegal investments. The approach used is a literature review and critical analysis of existing educational programs. The discussion results indicate that strategies based on digitalization, the use of social media, and synchronized integration can be strategies to improve investment understanding among Gen Z. This article provides recommendations for educators and policymakers in designing targeted literacy programs.

Keywords: *investment understanding, capital markets, generation Z, financial literacy, education strategy*

Pendahuluan

Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan individu dalam memengaruhi sikap serta perilaku untuk meningkatkan kualitas dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan demi mencapai kesejahteraan. Di Indonesia, tingkat literasi keuangan masih menjadi perhatian serius dari berbagai pihak misalnya Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Menurut OJK dan Badan Pusat Statistik (BPS) pada Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) per Mei 2025 menunjukkan bahwa tingkat literasi pasar modal di Indonesia baru mencapai 17,78 persen, sementara indeks inklusi pasar modal berada di angka 1,34 persen (*Sosialisasi Aplikasi IDX Mobile*, n.d.). Angka tersebut masih tergolong rendah dibandingkan dengan indeks literasi dan inklusi keuangan nasional yang masing-masing mencapai 65,4 persen dan 75,02 persen, sehingga

perlu ruang yang luas untuk memperkuat pemahaman dan akses masyarakat terhadap pasar modal.

Pasar modal memiliki peran strategis dalam perekonomian suatu negara sebagai sumber pendanaan bagi perusahaan dan investasi bagi masyarakat. Investasi di pasar modal menawarkan imbal hasil yang lebih besar dibandingkan instrumen konvensional. Namun perlu di garis bawahi bahwa imbal hasil yang tinggi belum tentu tidak ada risikonya. Risiko di pasar modal perlu dipahami baik-baik agar mendapat imbal hasil yang maksimal. Dengan literasi keuangan, khususnya pemahaman tentang pasar modal menjadi kompetensi penting yang harus dimiliki masyarakat, terutama bagi generasi muda yang akan menjadi penggerak ekonomi di masa depan (Pratama & Artini, 2025). Pada data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per akhir Juni 2025 menunjukkan bahwa lebih dari 58 persen investor pasar modal nasional adalah Gen Z dan milenial (*Gen Z Palembang Diajak Tak Cuma Pintar Main Gadget, Tapi Juga Cerdas Investasi Saham*, n.d.). Dominasi ini mencerminkan antusiasnya generasi muda terhadap investasi di pasar modal dengan didukungnya kemudahan akses platform digital seperti Ajaib, Stockbit, dan aplikasi IDX Mobile dari Bursa Efek Indonesia. Namun, tingginya partisipasi tersebut tidak serta-merta diiringi pemahaman investasi yang memadai tentang risiko dan mekanisme pasar modal.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) marak terjadi di kalangan Gen Z, dimana mereka cenderung tergiur dengan iming-iming keuntungan instan dari investasi tanpa disadari pemahaman yang cukup. Menurut (Taria, 2025a) bahwa literasi keuangan dan perspektif risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan Gen Z dalam berinvestasi. Sayangnya, tidak sedikit dari mereka terjatuh investasi ilegal akibat literasi yang masih dangkal. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pemahaman investasi tidak hanya sebatas tahu cara membuka akun atau membeli saham, tetapi juga pada analisis risikonya, diversifikasi, dan mekanisme pasar.

Urgensi peningkatan pemahaman investasi pada Gen Z tidak dapat ditunda dikarenakan beberapa alasan. Di antaranya; 1) Bonus Demografi. Di Indonesia sendiri mereka akan menikmati bonus demografi pada 2030-2040 melalui generasi muda yang produktif dan melek finansial. 2) Perkembangan Teknologi Finansial (*fintech*) dan kemudahan akses investasi melalui aplikasi digital. Dengan Gen Z

memiliki akses tersebut perlu berhati-hati juga agar tidak terjebak, khususnya bagi investor pemula yang minim pemahaman (Taria, 2025b). 3) Pasar Modal. Dengan banyaknya investor (jangka panjang bukan spekulasi jangka pendek) di pasar modal dapat membuat perekonomian suatu negara menjadi berputar dan inflasi di negara bisa stabil. Jika Gen Z tidak dibekali pemahaman yang baik, mereka akan mengalami kerugian finansial dan ketidakpercayaan terhadap pasar modal. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif agar dapat meningkatkan pemahaman investasi pada Gen Z melalui penyesuaian karakteristik mereka sebagai *digital native*. Pendekatan konvensional seperti seminar tatap muka dan penyuluhan terbatas tidaklah lagi cukup. Melalui artikel ini, menawarkan gagasan bahwa strategi berbasis digitalisasi, pemanfaatan media sosial, dan integrasi kurikulum pendidikan formal dapat menjadi solusi efektif dalam meningkatkan pemahaman investasi pada Gen Z. Ketiga pendekatan ini dipilih karena selaras dengan gaya belajar dan keseharian Gen Z yang melekat dengan internet dan media sosial.

Tinjauan Pustaka

Menurut (Fadila et al., 2025) literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam pengambilan keputusan keuangan yang sehat. Pemahaman investasi merupakan salah satu komponen literasi yang spesifik pada pengetahuan tentang instrumen investasi, mekanisme pasar, risiko dan imbal hasil. Dalam penelitian (Mandagie et al., n.d.) bahwa rendahnya literasi keuangan, pengalaman investasi dan toleransi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi.

Digital native adalah sebuah istilah yang merujuk kepada generasi yang sedari lahir sudah terbiasa hidup dan dikelilingi teknologi sebagai bantuan aktivitas kehidupan sehari-hari (Juliane et al., 2017). Gen Z merupakan generasi yang pertama yang terpapar *digital native*. Gen Z juga memiliki preferensi pembelajaran visual, interaktif, dan berbasis teknologi. Pada penelitian (Nadia, Putri & Hadiyanto, 2025) bahwa media sosial, khususnya Instagram, efektif sekali digunakan sebagai sarana edukasi keuangan jika kontennya dirancang dengan baik dengan mengedepankan aspek kredibilitas dan kegunaan. Selain itu, mereka juga

menyarankan agar edukasi finansial digital diperluas pada platform lain yang juga populer di kalangan Gen Z, seperti TikTok dan YouTube.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan efektivitas pendekatan tertentu dalam meningkatkan literasi investasi. (Deviyanti & Oktavia, n.d.) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi pada pengguna aplikasi Ajaib, dengan model penelitian pada 68 persen varians keputusan investasi. Sementara itu, penelitian (Taria, 2025a) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan toleransi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan investasi saham Gen Z di aplikasi Stockbit. (Deviyanti & Oktavia, n.d.) menemukan bahwa literasi keuangan dan persepsi risiko dapat menjadi kunci dalam memahami korelasi antara FOMO dan keputusan investasi.

Menteri Keuangan RI, yakni Bu Sri Mulyani Indrawati mengusulkan bahwa pengintegrasian edukasi dan literasi pasar modal ke dalam kurikulum pendidikan dimulai dari jenjang sekolah dasar hingga perguruan tinggi (Yulian Saputra, n.d.). OJK menyambut baik usulan ini dan telah memiliki materi edukasi keuangan yang siap dikembangkan menjadi kurikulum formal. Direktur Utama Bursa Efek Indonesia (BEI), Iman Rachman, menegaskan bahwa masyarakat Indonesia harus beralih dari *saving society* menjadi *investing society* sejak usia muda. Hal ini sejalan dengan gagasan bahwa integrasi kurikulum merupakan strategi jangka panjang yang sistematis.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang bersifat empiris, artikel ini merupakan gagasan konseptual yang menawarkan sintesis dari berbagai pendekatan yang telah terbukti efektif. Penelitian yang mengintegrasikan ketiga pendekatan (digitalisasi, media sosial, dan kurikulum) secara simultan masih terbatas, sehingga artikel ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut. Dengan memadukan teori literasi keuangan, karakteristik Gen Z, dan evaluasi kritis terhadap program edukasi yang ada dengan merumuskan strategi holistik yang dapat diimplementasikan oleh berbagai pemangku kepentingan. Pada bagian selanjutnya dari artikel ini akan menguraikan secara spesifik permasalahan utama yang dihadapi dalam upaya peningkatan pemahaman investasi Gen Z, kemudian memaparkan hasil pembahasan berupa strategi digitalisasi, pemanfaatan media sosial, dan integrasi kurikulum secara lebih rinci, serta diakhiri dengan simpulan dan rekomendasi.

Permasalahan

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan utama terkait pemahaman investasi di pasar modal pada Generasi Z:

1. Rendahnya Literasi Keuangan Dasar

Meskipun jumlah investor Gen Z di Indonesia mendominasi pasar modal, literasi keuangan mereka masih tergolong rendah. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK menunjukkan indeks literasi keuangan generasi muda masih di bawah rata-rata nasional (*Gen Z Palembang Diajak Tak Cuma Pintar Main Gadget, Tapi Juga Cerdas Investasi Saham*, n.d.). Banyak dari mereka yang mampu mengakses aplikasi investasi, tetapi tidak memahami konsep fundamental seperti diversifikasi, analisis risiko, dan mekanisme pasar.

2. Fenomena FOMO dan Keputusan Investasi

Maraknya fenomena Fear of Missing Out (FOMO) di media sosial mendorong Gen Z untuk berinvestasi secara instan tanpa pemahaman yang memadai. Goeyana & Marlina (2024) menemukan bahwa rendahnya literasi keuangan dapat memperkuat dampak negatif FOMO terhadap keputusan investasi (Deviyanti & Oktavia, n.d.). Akibatnya, banyak investor muda yang terjebak dalam spekulasi jangka pendek dan rentan terhadap kerugian.

3. Kerentanan terhadap Investasi Ilegal

Data BEI menunjukkan bahwa tidak sedikit dari kalangan investor muda yang terjatuh investasi ilegal akibat literasi yang masih dangkal (*Gen Z Palembang Diajak Tak Cuma Pintar Main Gadget, Tapi Juga Cerdas Investasi Saham*, n.d.). Mereka mudah tergiur iming-iming keuntungan instan tanpa mampu membedakan produk legal dan ilegal, serta hak dan kewajibannya sebagai investor.

4. Ketidaksesuaian Metode Edukasi Yang Ada

Program edukasi yang ada saat ini masih banyak yang bersifat konvensional, seperti seminar tatap muka atau penyuluhan terbatas. Padahal, Generasi Z sebagai *digital native* memiliki preferensi pembelajaran yang berbeda, seperti visual, interaktif, dan berbasis teknologi (Nadia, Putri & Hadiyanto, 2025). Metode yang tidak sesuai ini menyebabkan pesan edukasi tidak terserap secara optimal.

5. Belum Terintegrasinya Literasi Investasi dalam Kurikulum Formal

Meskipun OJK dan BEI telah aktif melakukan edukasi, tetapi hal tersebut masih bersifat parsial dan belum menjadi bagian sistematis dari pendidikan formal. Padahal, Menteri Keuangan telah mengusulkan integrasi edukasi pasar modal ke dalam kurikulum sejak jenjang SD (Yulian Saputra, n.d.).

Rencana Pemecahan Masalah

Strategi	Target Masalah	Pendekatan
Digitalisasi Edukasi Investasi	Rendahnya literasi dasar dan ketidaksesuaian metode	Platform interaktif, modul digital, dan gamifikasi
Pemanfaatan Media Sosial	Fenomena FOMO dan rentan terkena ilegal	Konten edukatif, kolaborasi influencer, dan kampanye viral
Integrasi Kurikulum Formal	Belum sistematisnya edukasi dan kebutuhan jangka panjang	Kurikulum SD-SMA, mata kuliah, dan praktik simulasi

Ketiga strategi ini dirancang untuk saling memperkuat melalui digitalisasi dengan menyediakan akses dan interaktivitas, media sosial dalam menjangkau keseharian Gen Z, sementara integrasi kurikulum memastikan keberlanjutan dan sistematika pembelajaran.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Digitalisasi Edukasi Investasi

Konsep dan Rasionalitas

Digitalisasi edukasi investasi merupakan upaya mengemas materi pembelajaran mengenai pasar modal dalam format digital yang interaktif, fleksibel, dan mudah diakses. Pendekatan ini relevan dengan karakteristik Gen Z sebagai *digital native* yang tumbuh berdampingan dengan teknologi (Nadia, Putri & Hadiyanto, 2025). Penelitian (Deviyanti & Oktavia, n.d.) menunjukkan bahwa keterampilan digital dan literasi keuangan digital berperan penting dalam pengambilan keputusan finansial yang otonom.

1. Bentuk Implementasi

Beberapa bentuk implementasi yang dapat dilakukan

a. Platform Pembelajaran Interaktif

Dengan mengembangkan *Learning Management System* (LMS) khusus di pasar modal, seperti yang dimiliki OJK, misalnya materi berjenjang dari tingkat dasar hingga lanjut.

b. Aplikasi Simulasi Investasi

Menyediakan aplikasi dengan fitur *virtual trading* seperti IDX Mobile yang memungkinkan pengguna berlatih investasi dengan uang virtual (saldo buatan) sebelum terjun ke pasar riil (*Sosialisasi Aplikasi IDX Mobile*, n.d.)

c. Konten Micro (Micro-Learning)

Membuat modul-modul pendek misalnya 3-5 menit yang fokus pada satu topik spesifik agar memudahkan mereka dalam belajar.

d. Gamifikasi

Mengintegrasikan elemen game seperti poin, level, dan *reward* untuk meningkatkan motivasi belajar agar mereka yang belajar tidak merasa bosan dengan aktivitas yang seperti itu saja. (Noviandy et al., 2024) membuktikan bahwa modul interaktif berbasis gamifikasi lebih efektif daripada metode ceramah dalam meningkatkan pemahaman risiko investasi.

2. Keunggulan Strategi Digitalisasi

Keunggulan	Penjelasan
Aksesibilitas	Dapat diakses kapan saja dan di mana saja
Personalisasi	Materi dapat disesuaikan dengan tingkat pemahaman pengguna
Interaktivitas	Simulasi dan praktik langsung untuk meningkatkan pemahaman
Efisiensi Biaya	Menjangkau lebih banyak audiens dengan biaya lebih rendah

3. Tantangan dan Solusi

Tantangan utama digitalisasi adalah kesenjangan akses teknologi dan potensi misi informasi. Solusi atas tantangannya adalah memastikan platform dapat diakses dengan bandwidth rendah (koneksi internet lambat) serta melibatkan otoritas resmi (OJK/BEI) dalam penyusunan materi untuk menjamin akurasi informasi.

Strategi Pemanfaatan Media Sosial

1. Konsep dan Rasionalitas

Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam keseharian Gen Z. Platform digital, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga sumber informasi, termasuk informasi keuangan. (Nadia, Putri & Hadiyanto, 2025) membuktikan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas konten Instagram dan tingkat literasi keuangan Gen Z.

2. Bentuk Implementasi

a. Konten Edukatif Kreatif

Menyajikan materi investasi dalam format yang menarik dan mudah dicerna, seperti infografis, video pendek, animasi, dan *reels*. Penelitian (Nadia, Putri & Hadiyanto, 2025) menunjukkan bahwa aspek kredibilitas dan kegunaan konten menjadi faktor dominan dalam efektivitas edukasi. Hal ini mengindikasikan bahwa Gen Z lebih suka video pendek daripada video yang berdurasi panjang.

b. Kolaborasi dengan Influencer/Content Creator

Menggandeng kreator konten yang dipercaya Gen Z untuk menyebarkan pesan literasi investasi. BEI mendorong mahasiswa menjadi "influencer literasi keuangan" di lingkungannya (*Gen Z Palembang Diajak Tak Cuma Pintar Main Gadget, Tapi Juga Cerdas Investasi Saham*, n.d.)

c. Kampanye Viral

Menginisiasi *challenge* atau tagar tertentu yang mendorong partisipasi aktif Gen Z dalam mempelajari dan membagikan konten edukasi investasi.

d. Live Streaming dan Q&A Session

Sesi interaktif dengan pakar pasar modal, regulator, atau investor berpengalaman yang dapat ditonton dan ditanyai secara langsung.

3. Efektivitas Berdasarkan Penelitian

(Anastasya Fauzianti & Retnosari, 2022) menemukan bahwa social media mampu memberikan pengaruh pada minat untuk melakukan investasi. Penelitian (Cholid, n.d.) bahwa kualitas informasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi dipasar modal.

4. Sinergi dengan Strategi Digitalisasi

Konten edukasi yang dikembangkan dalam platform digital dapat dipromosikan dan didistribusikan melalui media sosial. Sebaliknya, media sosial dapat mengarahkan pengguna ke platform pembelajaran yang lebih mendalam. Keduanya saling melengkapi dalam ekosistem edukasi digital.

Strategi Integrasi Kurikulum

1. Konsep dan Rasionalitas

Integrasi kurikulum berarti memasukkan materi literasi investasi dan pasar modal ke dalam sistem pendidikan formal, mulai dari jenjang dasar hingga perguruan tinggi. Menteri Keuangan Sri Mulyani mengusulkan agar edukasi pasar modal diajarkan bukan hanya di tingkat mahasiswa melainkan juga di tingkat sekolah dasar (Yulian Saputra, n.d.). Usulan ini disambut baik oleh OJK yang telah memiliki materi edukasi yang nantinya bisa dikembangkan menjadi kurikulum formal.

2. Bentuk Implementasi

Jenjang	Bentuk Integrasi	Contoh Materi
SD/MI	Pengenalan konsep dasar (terintegrasi matematika/PPKn)	Menabung, kebutuhan vs keinginan, pengenalan investasi sederhana
SMP/MTs	Mata pelajaran tersendiri atau proyek	Perencanaan keuangan, pengenalan pasar modal
SMA/SMK	Mata pelajaran pilihan atau ekstrakurikuler	Analisis investasi dasar, simulasi perdagangan saham
Perguruan Tinggi	Mata kuliah wajib/minat, Galeri Investasi	Teori portofolio, analisis fundamental dan teknikal, praktik investasi

3. Dukungan Infrastruktur

BEI dan perusahaan sekuritas telah membangun Galeri Investasi di berbagai kampus sebagai pusat informasi, edukasi, dan simulasi investasi yang dapat diakses mahasiswa (*SINARMAS SEKURITAS RESMIKAN NEW GALERI INVESTASI DI FEM IPB*, 2025). Keberadaan galeri ini menjadi infrastruktur pendukung yang memperkuat implementasi kurikulum di tingkat perguruan tinggi.

4. Keunggulan Strategi Integrasi Investasi

Keunggulan	Penjelasan
Sistematis	Materi disusun berjenjang sesuai perkembangan kognitif
Menyeluruh	Menjangkau seluruh peserta didik, bukan hanya yang berminat
Berkelanjutan	Pembelajaran berlangsung dalam jangka panjang
Terstandar	Kurikulum nasional menjamin kualitas dan keseragaman materi

5. Tantangan dan Solusi

Tantangan utama adalah koordinasi lintas kementerian (Kemendikbudristek, Kemenkeu, OJK), serta kesiapan guru dan fasilitas. Solusinya adalah pelatihan guru secara masif, pengembangan modul standar, dan pemanfaatan teknologi untuk daerah dengan keterbatasan fasilitas.

Sinergi Ketiga Strategi

Ketiga strategi di atas tidak berdiri sendiri, melainkan saling memperkuat:

Aspek	Digitalisasi	Media Sosial	Integrasi Kurikulum
Fungsi Utama	Menyediakan akses dan materi interaktif	Menjangkau keseharian Gen Z	Memastikan pembelajaran sistematis
Target Audiens	Individu yang proaktif mencari informasi	Seluruh pengguna media sosial	Seluruh peserta didik formal
Cakupan Waktu	Kapan saja	Real-time, sesuai tren	Terjadwal, jangka panjang
Pihak Pelaksana	OJK, BEI, fintech, edukator	Influencer, kreator, komunitas	Kemendikbudristek, sekolah, dosen
Indikator Keberhasilan	Jumlah pengguna, tingkat penyelesaian modul	Engagement, jangkauan, pemahaman	Nilai akademik, partisipasi investasi

Contoh sinergi:

- e. Materi dari platform digitalisasi dapat dibagikan melalui media sosial dengan kemasan menarik
- f. Konten viral di media sosial dapat dijadikan studi kasus dalam pembelajaran formal
- g. Kurikulum dapat mengarahkan siswa untuk mengeksplorasi platform digital dan media sosial sebagai sumber belajar mandiri

Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. **Rendahnya pemahaman investasi di pasar modal pada Generasi Z** merupakan tantangan serius yang perlu segera diatasi. Hal ini diperparah oleh fenomena FOMO, maraknya investasi ilegal, dan ketidaksesuaian metode edukasi yang ada dengan karakteristik Gen Z sebagai *digital native*.
2. **Faktor-faktor yang memengaruhi pemahaman investasi Gen Z** meliputi literasi keuangan dasar, persepsi risiko, pengaruh media sosial, dan akses terhadap teknologi. Penelitian empiris membuktikan bahwa literasi keuangan dan pemahaman risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi yang rasional.
3. **Strategi peningkatan pemahaman investasi** yang efektif harus mempertimbangkan karakteristik Gen Z dan memanfaatkan teknologi yang akrab dengan keseharian mereka. Artikel ini merumuskan tiga strategi utama yang saling melengkapi:

Strategi	Inti Gagasan	Manfaat Utama
Digitalisasi Edukasi Investasi	Platform interaktif, modul digital, gamifikasi	Akses fleksibel, pembelajaran mandiri, simulasi praktis
Pemanfaatan Media Sosial	Konten edukatif kreatif, kolaborasi influencer, kampanye viral	Menjangkau keseharian Gen Z, penyampaian menarik, potensi viral
Integrasi Kurikulum	Memasukkan literasi investasi dalam	Sistematis, menyeluruh, berkelanjutan, terstandar

	pendidikan formal dari SD-PT	
--	---------------------------------	--

4. **Ketiga strategi tersebut bersifat sinergis dan saling memperkuat.** Digitalisasi menyediakan konten dan platform, media sosial mendistribusikan dan mempopulerkan, sementara integrasi kurikulum memastikan pembelajaran yang sistematis dan berkelanjutan.
5. **Implikasi dari penerapan strategi ini** adalah terciptanya generasi muda yang tidak hanya antusias berinvestasi, tetapi juga memiliki pemahaman yang memadai tentang mekanisme, risiko, dan etika investasi di pasar modal.

Daftar Pustaka

- Anastasya Fauzianti & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar: The Effect of Initial Investment Capital, Investment Knowledge, Social Media Influencers on Investment Interest of Tidar University Accounting Students. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 26–35. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2323>
- Cholid, I. (n.d.). *Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Informasi dan Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Berinvestasi Pasar Modal Mahasiswa di Sumatera Selatan*.
- Deviyanti, A. D., & Oktavia, V. (n.d.). *The Role of Stock Returns, Financial Literacy, and Risk Perception in Shaping Investment Decisions through Ajaib Application Users*.
- Fadila, N., Azizah, S. N., & Ayu, N. (2025). INTEGRASI LITERASI KEUANGAN DALAM PEMBELAJARAN EKONOMI: STRATEGI DAN DAMPAKNYA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN FINANSIAL. *Open Access*, 9(2).
- Gen Z Palembang Diajak Tak Cuma Pintar Main Gadget, tapi Juga Cerdas Investasi Saham*. (n.d.). Retrieved <https://sumsel.suara.com/amp/read/2025/07/22/221352/gen-z-palembang-diajak-tak-cuma-pintar-main-gadget-tapi-juga-cerdas-investasi-saham>
- Juliane, C., Arman, A. A., Sastramihardja, H. S., & Supriana, I. (2017). *DIGITAL TEACHING LEARNING FOR DIGITAL NATIVE*; 3(2).
- Mandagie, Y. R. O., Febrianti, M., & Fujianti, L. (n.d.). *ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGALAMAN INVESTASI DAN TOLERANSI*

RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Pancasila).

Nadia, Putri & Hadiyanto. (2025). *Hubungan Antara Konten Feed Instagram @lps_idic dengan Literasi Keuangan Gen Z terkait Program Penjaminan Simpanan.* <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/165663>

Noviandy, A. S., Rahmatiani, L., & Repelita, T. (2024). Implementasi Media Pembelajaran Berbasis Gamifikasi Untuk Memperkuat Profil Pelajar Pancasila Dalam Mata Pelajaran PPKn. *De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 4(10), 331–336. <https://doi.org/10.56393/decive.v4i10.2465>

Pratama, I. W. R., & Artini, L. G. S. (2025). Decoding investment behavior: The impact of financial literacy, risk tolerance, and financial satisfaction on generation z's investment decisions. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 12(3). <https://doi.org/10.21744/irjmis.v12n3.2507>

SINARMAS SEKURITAS RESMIKAN NEW GALERI INVESTASI DI FEM IPB. (2025, September 9). <https://bcasekuritas.co.id/latest-news/news/sinarmas-sekuritas-resmikan-new-galeri-investasi-di-fem-ipb>

Sosialisasi Aplikasi IDX Mobile: KSPM FEBI UIN Datokarama Dorong Siswa Eksplorasi Investasi Cerdas di Era Digital – UIN Datokarama Palu. (n.d.). Retrieved March 15, 2026, from <https://uindatokarama.ac.id/sosialisasi-aplikasi-idx-mobile-kspm-febi-uin-datokarama-dorong-siswa-eksplorasi-investasi-cerdas-di-era-digital/>

Taria, P. A. (2025a). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN TOLERANSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM PADA APLIKASI STOCKBIT (STUDI KASUS GENERASI Z DI DKI JAKARTA).*

Taria, P. A. (2025b). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN TOLERANSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM PADA APLIKASI STOCKBIT (STUDI KASUS GENERASI Z DI DKI JAKARTA).*

Yulian Saputra. (n.d.). *Sambut Baik Usulan Sri Mulyani, OJK Ingin Anak SD Diajarkan Pasar Modal.* Retrieved <https://infobanknews.com/sambut-baik-usulan-sri-mulyani-ojk-ingin-anak-sd-diajarkan-pasar-modal/amp/>