

**MERANCANG GENERASI INVESTOR PEMULA: ANALISIS *GENVEST*
SEBAGAI INOVASI EDUKASI INVESTASI DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN LITERASI DAN KESIAPAN
BERINVESTASI *GEN Z* INDONESIA**

Nur Rihadatul Aisyah¹, Rara Wulandari², Pasya Azzahra Febriana³

¹Fakultas Hukum, Universitas Hasanuddin. E-mail:

nurrihadatulaisyah@gmail.com

²Fakultas Hukum, Universitas Hasanuddin. E-mail:

rarawulandari79@gmail.com

³Fakultas Hukum, Universitas Hasanuddin. E-mail: payferza@gmail.com

Abstract

The rapid growth of financial technology has significantly increased Generation Z's participation in digital investment in Indonesia. However, this growth is not accompanied by adequate financial literacy, creating a gap between access and understanding. This study aims to analyze the investment literacy gap among Gen Z, evaluate the effectiveness of existing educational approaches, and propose GENVEST (Gen Z Visual Education for Smart Investment) as an innovative solution. This research uses a qualitative-descriptive method with a library research approach, analyzing secondary data from official reports and recent academic studies (2021–2026). The findings indicate that Gen Z investors tend to exhibit impulsive behaviors such as fear of missing out (FOMO), overconfidence, and herding, largely influenced by social media and limited risk comprehension. In response, GENVEST is designed as a game-based learning platform integrating micro-learning, gamification, interactive visualization, and market simulation. This model enhances learning engagement, improves risk awareness, and supports rational investment decision-making. Therefore, GENVEST has strong potential as an adaptive and effective financial education model for improving Gen Z's investment literacy in Indonesia.

Keywords: *financial literacy, Gen Z, digital investment, gamification, GENVEST*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi finansial dalam lima tahun terakhir telah mendorong pertumbuhan signifikan partisipasi generasi Z (Gen Z) dalam investasi digital. Kemudahan pembuatan akun melalui aplikasi, intensitas konten finansial di media sosial, dan penetrasi platform fintech membuat Gen Z menjadi kelompok

investor ritel dengan peningkatan paling pesat. Namun, partisipasi yang tinggi ini belum mencerminkan literasi keuangan dan investasi yang memadai. Laporan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) OJK tahun 2022 mencatat indeks literasi keuangan nasional hanya mencapai 49,68%, berbanding jauh dengan tingkat inklusi keuangan sebesar 85,10%, menunjukkan adanya ketimpangan antara akses dan pemahaman keuangan digital yang dialami masyarakat, termasuk Gen Z.

Literatur ilmiah selama lima tahun terakhir menunjukkan konsistensi temuan tentang rendahnya literasi investasi di kalangan Gen Z dan kecenderungan perilaku investasi yang dipengaruhi oleh faktor digital. Sebagian studi menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi risiko, media sosial, serta paparan fintech secara signifikan memengaruhi niat dan keputusan investasi Gen Z. Misalnya, Utami dan Nugraha (2023) menemukan bahwa perilaku investasi Gen Z dipengaruhi oleh kombinasi literasi keuangan, persepsi risiko, media sosial, dan teknologi digital. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa bias perilaku seperti *fear of missing out* (FOMO), *overconfidence*, dan *herding behavior* semakin menonjol akibat kemudahan akses informasi di media sosial.

Selain faktor perilaku, tinjauan pustaka juga menegaskan hubungan kuat antara literasi keuangan digital dan keputusan investasi Gen Z. Studi tentang literasi keuangan digital menemukan bahwa meskipun Gen Z memiliki keterampilan digital yang tinggi, pemahaman tentang manajemen risiko dan perencanaan keuangan jangka panjang masih kurang memadai, yang memicu gaya hidup konsumtif dan keputusan investasi impulsif. Temuan ini diperkuat oleh studi yang menunjukkan bahwa literasi dan pengetahuan investasi, selain faktor sosial, berdampak signifikan terhadap intensi Gen Z untuk berinvestasi saham dan produk keuangan lainnya.

Kesenjangan antara preferensi belajar Gen Z dan model edukasi investasi yang tersedia juga tercermin dalam studi pembelajaran digital. Penelitian Marchelia dan Devi (2021) menunjukkan bahwa Gen Z belajar paling efektif melalui pendekatan visual, interaktif, dan gamifikasi, sementara Anjani (2024) menegaskan bahwa integrasi *micro-learning*, gamifikasi, dan simulasi pasar dalam satu model pembelajaran masih sangat minim. Kondisi ini memperjelas bahwa model edukasi saat ini belum sepenuhnya adaptif terhadap karakteristik kognitif generasi digital.

Dengan mempertimbangkan fenomena tersebut, muncul kebutuhan untuk mengembangkan model edukasi investasi yang lebih relevan bagi Gen Z, yakni GENVEST (*Gen Z Visual Education for Smart Investment*). GENVEST merupakan inovasi edukasi investasi digital berbasis game yang menggabungkan *micro-learning*, *gamifikasi*, *visualisasi interaktif*, dan simulasi pasar dalam satu platform terpadu untuk meningkatkan pemahaman risiko dan kualitas keputusan investasi. Model ini dirancang untuk menciptakan pengalaman belajar yang lebih aplikatif dan menyenangkan dibandingkan pendekatan edukasi tradisional, serta sejalan dengan *game-based learning* yang terbukti efektif dalam meningkatkan literasi keuangan Gen Z.

Pendekatan GENVEST didukung oleh *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menekankan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan, serta mendukung arahan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021–2025 dalam menguatkan literasi berbasis teknologi. Dengan demikian, inovasi ini tidak hanya menjawab gap edukasi saat ini tetapi juga berkontribusi menguatkan literasi investasi generasi muda Indonesia secara holistik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesenjangan literasi investasi Gen Z, mengevaluasi relevansi pendekatan pembelajaran digital, serta merancang model konseptual GENVEST sebagai inovasi edukasi investasi yang adaptif dan kontekstual bagi Gen Z Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian yang berfokus pada pemahaman fenomena literasi investasi Gen Z, analisis temuan empiris terkini, serta penyusunan model konseptual GENVEST. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan resmi seperti OJK, BI, SNLIK, dan publikasi ilmiah dalam kurun 2021–2026.

Analisis data dilakukan melalui *content analysis* dan *thematic comparison* untuk mengidentifikasi tema-tema inti seperti literasi keuangan, bias perilaku, peran media sosial, dan efektivitas pembelajaran digital. Proses analisis meliputi identifikasi data relevan, reduksi data, pengodean tematik, dan sintesis berdasarkan teori utama seperti *Prospect Theory*, *Behavioral Finance Theory*, *Constructivist*

Learning, micro-learning framework, serta *Technology Acceptance Model (TAM)*. Pendekatan ini memungkinkan penelitian membangun argumentasi teoretis yang konsisten dan menyusun rancangan model GENVEST secara konseptual. Keterbatasan penelitian terletak pada ketergantungan penuh terhadap data sekunder, sehingga efektivitas GENVEST belum diuji melalui eksperimen atau data primer. Namun, penelitian kualitatif berbasis literatur tetap memberikan dasar konseptual yang kuat untuk pengembangan inovasi edukasi investasi digital bagi Gen Z.

Pembahasan

Generasi Z (Gen Z) kini menjadi segmen paling dominan dalam ekosistem investasi digital di Indonesia. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024) menunjukkan bahwa 55,07% investor ritel berusia 18–25 tahun, menandakan pertumbuhan partisipasi yang sangat cepat. Namun, partisipasi yang tinggi ini tidak seimbang dengan pemahaman finansial. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK, 2024) mencatat indeks literasi keuangan Gen Z sebesar 70,19%, lebih tinggi dari rata-rata nasional 65,43%, tetapi pemahaman terhadap instrumen berisiko tetap terbatas. Kondisi ini menyebabkan perilaku impulsif, FOMO (*fear of missing out*), *overconfidence*, dan *herding behavior*, yang berdampak pada kerugian finansial. OJK (2024) melaporkan bahwa 62% investor Gen Z pernah mengalami kerugian akibat keputusan investasi yang terburu-buru atau mengikuti tren pasar tanpa analisis memadai.

Riset Bank Indonesia(2023) memperkuat temuan ini, menunjukkan bahwa 58% Gen Z kesulitan membaca grafik pasar dan memahami laporan keuangan, sementara 65% lebih tertarik belajar melalui media interaktif dibanding seminar atau artikel konvensional. Data ini menggarisbawahi kesenjangan antara akses mudah ke platform investasi dan kemampuan literasi finansial, sekaligus menegaskan keterbatasan metode edukasi tradisional yang bersifat satu arah dan tidak sesuai karakteristik belajar Gen Z, yang cenderung memiliki rentang perhatian pendek (Marchelia & Devi, 2021; Anjani, 2024).

Untuk menjawab tantangan tersebut, dikembangkan prototipe *GENVEST (Gen Z Visual Education for Smart Investment)*, sebuah aplikasi edukasi interaktif yang menggabungkan *micro-learning*, gamifikasi, dan simulasi pasar. Tujuan utamanya adalah mentransformasikan materi keuangan kompleks menjadi

pengalaman belajar yang menarik dan praktis, sekaligus membangun kesadaran risiko dan pengambilan keputusan yang lebih rasional. Pendekatan ini selaras dengan prinsip literasi finansial modern, yang menekankan pengalaman belajar langsung, visualisasi data, dan keterlibatan emosional untuk meningkatkan retensi dan motivasi belajar (Utami & Nugaha, 2023; Hanifah, 2022).



Gambar 1

Halaman awal GENVEST menampilkan judul “INVEST” dengan tipografi bercahaya dan tombol “START” bergaya piksel retro, serta karakter astronot anak yang memegang bendera putih di atas bulan. Visual ini berfungsi untuk menurunkan ketegangan psikologis yang sering muncul saat menghadapi konsep investasi yang abstrak, dan mengubah persepsi belajar yang kaku menjadi sebuah petualangan. Indikator nyawa berbentuk hati di pojok layar menekankan keamanan psikologis, memberi rasa aman dalam eksperimen virtual dengan risiko finansial minimal. Studi psikologi belajar menyebutkan bahwa pengalaman aman secara emosional dapat meningkatkan keberanian pengguna untuk mencoba dan belajar dari kesalahan (Dewi & Rahman, 2021).



Gambar 2

Halaman awal GENVEST menampilkan judul “INVEST” dengan tipografi bercahaya dan tombol “START” bergaya piksel retro, serta karakter astronot anak yang memegang bendera putih di atas bulan. Visual ini berfungsi untuk menurunkan ketegangan psikologis yang sering muncul saat menghadapi konsep investasi yang abstrak, dan mengubah persepsi belajar yang kaku menjadi sebuah petualangan. Indikator nyawa berbentuk hati di pojok layar menekankan keamanan psikologis, memberi rasa aman dalam eksperimen virtual dengan risiko finansial minimal. Studi psikologi belajar menyebutkan bahwa pengalaman aman secara emosional dapat meningkatkan keberanian pengguna untuk mencoba dan belajar dari kesalahan (Dewi & Rahman, 2021).



Gambar 3



Gambar 4

Pop-up onboarding menampilkan pesan “PETUALANGAN INVESTASIMU DIMULAI!” di atas latar mesin *arcade* dan koin emas raksasa yang melayang. Desain ini membangun keterikatan emosional sejak awal, membantu Gen Z yang memiliki rentang perhatian pendek untuk tetap fokus pada eksplorasi materi. Dengan cara ini, pengguna terdorong untuk menyerap informasi secara aktif, bukan pasif, sesuai prinsip *micro-learning*

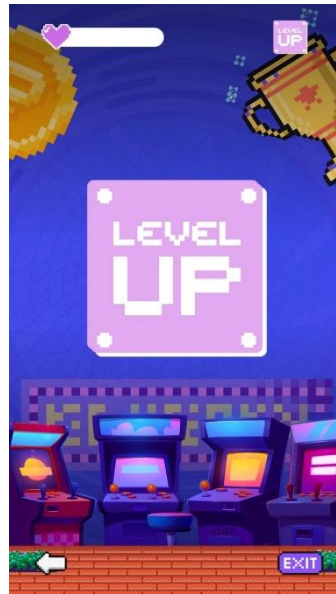
Dasahboard pasar GENVEST menampilkan grafik batang 3D yang memvisualisasikan tren fluktuasi aset, modal awal, dan portofolio berjalan. Visualisasi interaktif ini memungkinkan pengguna belajar membaca grafik dan mengelola modal secara sederhana, tanpa dibebani rumus kompleks. Simulasi sentimen pasar melalui *Pop-up News* menghadirkan kondisi pasar dinamis, seperti berita “BERITA TERKINI HARGA EMAS NAIK!!!”, yang menuntut pengguna memilih opsi jual, beli, atau simpan. Fitur ini secara langsung melatih keterampilan analisis fundamental dan pengendalian bias perilaku impulsif, sejalan dengan literatur yang menyatakan bahwa paparan berita yang dikombinasikan dengan keputusan taktis dapat menurunkan risiko FOMO dan herding (Wijaya, 2020).



Gambar 6

Gambar 7

Setiap transaksi dalam aplikasi menekankan konsep *risk and reward*. Konfirmasi ganda sebelum eksekusi pembelian mengajarkan kesadaran penuh (*mindfulness*) dalam mengambil keputusan, sementara notifikasi keberhasilan dan kegagalan portofolio memberikan *positive reinforcement* atau ruang aman untuk gagal (*safe space to fail*). Melalui mekanisme ini, GENVEST menanamkan pembelajaran berbasis pengalaman, yang terbukti efektif dalam membentuk perilaku investasi yang lebih rasional tanpa risiko finansial nyata.



Gambar 9

Pilihan instrumen melalui mesin *arcade* dan sistem reward “LEVEL UP” memanfaatkan prinsip gamifikasi untuk memicu motivasi intrinsik, meningkatkan retensi, dan menjaga keterlibatan jangka panjang. Pendekatan ini mengubah kegiatan belajar menjadi pengalaman interaktif yang menyenangkan, merespons karakteristik belajar Gen Z yang responsif terhadap visual, progres berbasis level, dan penghargaan yang nyata (Marchelia & Devi, 2021).

Secara keseluruhan, GENVEST dirancang untuk menjembatani kesenjangan literasi finansial Gen Z, menurunkan perilaku impulsif, meningkatkan pemahaman risiko, dan membangun pola pikir investasi yang lebih rasional. Integrasi *micro-learning*, gamifikasi, dan simulasi pasar tidak hanya menjadikan aplikasi menarik, tetapi juga efektif sebagai media edukasi yang sesuai dengan kebutuhan generasi digital.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa meningkatnya partisipasi Generasi Z dalam investasi digital belum diiringi dengan tingkat literasi keuangan yang memadai. Kesenjangan ini menyebabkan munculnya perilaku investasi yang tidak rasional, seperti *fear of missing out* (FOMO), *overconfidence*, dan *herding behavior*, yang berdampak pada tingginya risiko kerugian finansial.

Selain itu, metode edukasi konvensional yang masih bersifat satu arah terbukti kurang efektif karena tidak sesuai dengan karakteristik belajar Gen Z yang lebih responsif terhadap pendekatan visual, interaktif, dan berbasis pengalaman.

Sebagai solusi, GENVEST hadir sebagai inovasi edukasi investasi digital yang mengintegrasikan *micro-learning*, *gamifikasi*, *visualisasi interaktif*, dan simulasi pasar dalam satu platform terpadu. Model ini mampu mentransformasikan konsep investasi yang kompleks menjadi pengalaman belajar yang menarik, aplikatif, dan kontekstual. Dengan pendekatan tersebut, GENVEST tidak hanya meningkatkan pemahaman literasi keuangan, tetapi juga membentuk pola pikir investasi yang lebih rasional, sadar risiko, dan berorientasi jangka panjang. Dengan demikian, GENVEST berpotensi menjadi model edukasi investasi yang efektif dalam meningkatkan kesiapan berinvestasi Gen Z Indonesia.

Daftar Pustaka

- Agasi, M. R., Hermawan, A., & Purwaamijaya, B. M. (2025). Dampak Financial Influencer dan Fear of Missing Out terhadap Pengalaman Investasi Aset Kripto pada Investor Generasi Z. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 4(11), 10565–10577. <https://doi.org/10.58344/locus.v4i11.5068>.
- Generasi, I., Putu, N., Bidari, I., & Sinarwati, N. K. (2023). Peran Financial Literacy Dan Herding Dalam Keputusan Investasi Generasi Z. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v5i2.850>.
- Handayani, K., & Fuad, M. (2024). Pemberdayaan Generasi Z melalui Pelatihan Investasi Keuangan Digital dan Kompetisi Trading. *Deleted Journal*, 2(1), 12–27. <https://doi.org/10.46806/abdimas.v2i1.1306>.
- Selasi, D., Ahfas, M., & Nuriyah, N. S. (2024). Peran Aplikasi Bibit dalam Meningkatkan Literasi Investasi Syariah pada Gen Z. *Menawan*, 3(1), 61–75. <https://doi.org/10.61132/menawan.v3i1.1112>.
- 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>