

Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis
VOL 4, No. 2, Month 2025, pp. 64 - 74
p-ISSN: 2809-1655 (media cetak)
e-ISSN: 2809-1981 (media online)
Link Publikasi: https://ejurnal.provisi.ac.id/index.php/JIMEB/issue/view/145
DOI: https://doi.org/10.51903/bst98056

Analysis of the Impact of Financial Literacy on Millennial Investment Behavior in the Digital Era

Arham Bin Irham Nas*[1], Udin Iksanudin[2], Iin Priany Poetri[3]
[1,2,3] Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga,
Jl. Laksda Adiucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55291
E-mail*: abb.irhannns@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received : April 2025
Revised : April 2025
Accepted : May 2025
Published : May 2025

ABSTRACT

The rise of digital technology has influenced Indonesian millennials' financial behavior, especially in digital investment. However, wider access to financial products is not matched with adequate understanding, often leading to impulsive decisions. This highlights the gap between financial inclusion and financial literacy, making it crucial to study how literacy affects investment behavior in the digital era. This research examines how millennial financial literacy impacts investment behavior and how the digital environment moderates this effect. A quantitative method was used with data from 200 millennials engaged in digital investment, collected through an online questionnaire. Data were analyzed using multiple linear regression and moderated regression analysis (MRA). Results show that financial literacy significantly and positively influences investment behavior ($p < 0.001$). Moreover, the digital era strengthens this effect—active use of fintech and online communities amplifies the impact of financial literacy on rational investment choices. Financial literacy, investment behavior, and digital factors are interlinked. The study's findings are valuable for developing digital-based financial education and designing investment platforms that both guide and align with millennial traits.

Keywords: *Financial Literacy, Investment Behavior, Millennials, Digital Era, Fintech.*

This journal is an open-access publication. All articles are freely and permanently accessible to everyone. Copyright © 2025 by the Author(s). This article is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan besar dalam perilaku keuangan milenial Indonesia, termasuk meningkatnya investasi digital. Namun, kemudahan akses tidak selalu diimbangi pemahaman yang memadai, sehingga berisiko memicu keputusan spekulatif. Terdapat kesenjangan antara inklusi dan literasi keuangan, yang menimbulkan urgensi memahami pengaruh literasi terhadap perilaku investasi di era digital. Penelitian ini menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi milenial serta peran era digital sebagai moderator. Metode kuantitatif digunakan melalui survei online terhadap 200 milenial yang berinvestasi di platform digital. Analisis dilakukan dengan regresi linier berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investasi ($p < 0{,}001$), dan era digital memperkuat hubungan ini. Penggunaan aplikasi fintech dan komunitas daring meningkatkan dampak literasi terhadap keputusan investasi yang lebih rasional. Temuan ini memberikan kontribusi dengan mengintegrasikan literasi keuangan, perilaku investasi, dan faktor digital

Received April 2025; Revised April 2025; Accepted May 2025; Published May 2025

p-ISSN: 2809-1655 e-ISSN: 2809-1981

sebagai satu kesatuan, serta menjadi dasar untuk strategi edukasi finansial dan desain platform investasi yang lebih adaptif bagi milenial.
Kata Kunci: Literasi Keuangan, Perilaku Investasi, Milenial, Era Digital, Fintech.

1. PENDAHULUAN

Di era digital yang berkembang pesat, perilaku finansial masyarakat mengalami pergeseran signifikan, terutama di kalangan generasi milenial. Generasi ini memiliki karakteristik yang unik karena lahir dan tumbuh bersamaan dengan kemajuan teknologi informasi. Milenial cenderung lebih terbuka terhadap inovasi digital, termasuk dalam mengelola keuangan dan melakukan investasi (Hidayat et al., 2025). Fenomena ini terlihat dari meningkatnya partisipasi milenial dalam berbagai bentuk investasi digital, seperti reksa dana online, saham berbasis aplikasi, hingga mata uang kripto (Sriasih et al., 2025). Namun, di balik tren ini, masih terdapat kekhawatiran mengenai tingkat literasi keuangan generasi milenial. Banyak dari mereka yang mulai berinvestasi bukan karena pemahaman yang matang, tetapi karena dorongan sosial atau tren sesaat (Ojo et al., 2024). Rendahnya pemahaman keuangan berisiko menjerumuskan mereka pada keputusan investasi yang salah atau spekulatif, terutama di tengah derasnya informasi dan promosi investasi digital yang belum tentu valid (Gustiarum & Kusumawardhani, 2023).

Fakta di lapangan menunjukkan adanya paradoks antara akses terhadap produk keuangan dengan kemampuan mengelolanya secara bijak. Berdasarkan data dari (Otoritas Jasa Keuangan, 2025), indeks inklusi keuangan Indonesia tahun 2022 mencapai 85,10%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat telah memiliki akses terhadap layanan keuangan formal. Namun, pada saat yang sama, indeks literasi keuangan hanya berada di angka 49,68%, artinya sebagian besar masyarakat belum memahami secara baik produk dan layanan keuangan yang mereka akses [5]. Sementara itu, generasi milenial kini mendominasi aktivitas investasi ritel di Indonesia, seiring dengan meningkatnya literasi keuangan dan akses teknologi digital (Grace Agusthine Ibadhi & Leo Alexander Tambunan, 2022). Fenomena ini mengindikasikan adanya gap antara pemahaman dan tindakan keuangan, khususnya dalam aktivitas investasi. Studi internasional juga menunjukkan kecenderungan serupa bahwa tingkat literasi keuangan masih menjadi tantangan utama dalam perilaku investasi generasi muda (Long & Tue, 2024). Di sinilah urgensi penelitian ini muncul untuk menggali sejauh mana literasi keuangan dapat memengaruhi perilaku investasi milenial dalam era yang serba digital ini.

Penelitian ini berada dalam lingkup keuangan perilaku (*behavioral finance*), dengan fokus pada hubungan antara literasi keuangan dan perilaku investasi individu. Secara khusus, objek penelitian ini adalah generasi milenial di Indonesia yang aktif menggunakan platform digital dalam aktivitas keuangan dan investasinya (Yanida et al., 2024). Di tengah transformasi teknologi finansial (*fintech*), banyak aplikasi yang mempermudah akses berinvestasi, tetapi pada saat yang sama menuntut pemahaman yang lebih tinggi agar tidak terjebak dalam keputusan yang emosional atau spekulatif (Kumar & Chaurasia, 2024). Oleh karena itu, area penelitian ini sangat relevan dalam mengkaji perilaku keuangan generasi digital dan penting bagi pembuat kebijakan maupun penyedia layanan keuangan untuk memahami dinamika yang terjadi.

Penelitian mengenai literasi keuangan dan perilaku investasi milenial telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, khususnya dalam konteks digitalisasi ekonomi. Literasi keuangan diartikan sebagai pengetahuan dan keterampilan dalam memahami dan mengelola keuangan secara efektif. (OECD, 2024) menyatakan bahwa di tengah kompleksitas produk keuangan digital, literasi keuangan menjadi penentu utama stabilitas ekonomi individu. (Jiang, 2023) mendukung pandangan tersebut dalam studinya di Asia Timur, menemukan bahwa tingginya tingkat literasi keuangan berkorelasi positif dengan perilaku menabung dan berinvestasi secara strategis. Di sisi lain, perilaku investasi digital milenial mengalami transformasi yang signifikan karena pengaruh media sosial, aplikasi investasi, dan komunitas daring. (Kuerzinger & Stangor, 2024) menunjukkan bahwa investor muda cenderung mengambil keputusan investasi berdasarkan informasi dari media sosial, meskipun sering kali tanpa analisis risiko yang memadai. (Friederich et al., 2024) menyoroti bahwa fenomena FOMO (Fear of Missing Out) dan impulsivitas menjadi karakteristik umum perilaku investasi milenial. Selain itu, milenial sebagai generasi digital-native sangat responsif terhadap inovasi teknologi finansial. Menurut (Delnoij et al., 2023), meskipun milenial mudah mengakses layanan keuangan berbasis aplikasi, pemahaman mereka terhadap risiko masih terbatas. Hal ini diperkuat oleh temuan (Dambanemuya & Wachs, 2023), yang menunjukkan bahwa keputusan keuangan milenial sering kali dipengaruhi oleh opini komunitas daripada literasi objektif.

p-ISSN: 2803-1507 e-ISSN: 2803-1531

Secara teoritis, penelitian ini mengacu pada beberapa pendekatan utama. Pertama, Behavioral Finance Theory, yang menyatakan bahwa individu tidak selalu bertindak rasional dalam pengambilan keputusan keuangan. Menurut (Mohanty & Patnaik, 2023), investor milenial cenderung menunjukkan bias perilaku seperti overconfidence dan confirmation bias dalam aktivitas investasi digital, terutama ketika informasi diperoleh secara cepat melalui aplikasi dan media sosial. Kedua, Social Learning Theory dari Bandura menjelaskan bahwa individu membentuk perilaku melalui observasi terhadap lingkungan sosialnya. Dalam konteks digital, (Peer et al., 2025) menemukan bahwa keputusan investasi milenial sangat dipengaruhi oleh komunitas daring dan figur publik/influencer yang mereka ikuti. Ketiga, Technology Acceptance Model (TAM) berperan dalam menjelaskan motivasi penggunaan aplikasi investasi. (Long et al., 2023) mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan dan kemanfaatan dari aplikasi investasi digital mendorong adopsi teknologi oleh milenial, meskipun tidak selalu diiringi dengan pemahaman keuangan yang baik. Ketiga teori ini memberikan kerangka pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana literasi keuangan, aspek sosial, dan kemajuan teknologi memengaruhi perilaku investasi generasi milenial.

Meskipun literatur tentang literasi keuangan dan perilaku investasi telah banyak diteliti, masih terdapat kekosongan dalam kajian yang secara khusus menghubungkan keduanya dalam konteks generasi milenial di era digital (Olajide et al., 2024). Sebagian besar studi sebelumnya bersifat umum dan belum mengintegrasikan dimensi digital sebagai elemen pembeda. Padahal, karakteristik digitalisasi, seperti kemudahan akses terhadap platform investasi, penyebaran informasi melalui media sosial, serta pengaruh komunitas daring, memiliki pengaruh besar terhadap cara milenial mengambil keputusan keuangan (Olajide et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengisi gap tersebut dengan fokus pada bagaimana literasi keuangan memengaruhi perilaku investasi milenial secara spesifik dalam ekosistem digital yang sedang berkembang saat ini.

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada generasi milenial Indonesia yang aktif dalam kegiatan investasi melalui platform digital. Penelitian ini tidak mencakup generasi lain, seperti generasi Z atau generasi X, untuk menjaga konsistensi karakteristik demografis dan perilaku keuangan. Jenis investasi yang dianalisis meliputi investasi digital seperti saham, reksa dana online, serta aset kripto yang tersedia dalam aplikasi fintech (Srivastav et al., 2024). Fokus penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat literasi keuangan serta menilai bagaimana hal tersebut memengaruhi perilaku pengambilan keputusan investasi digital di kalangan milenial.

Penelitian ini dirancang untuk menjawab pertanyaan utama: “Apakah literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku investasi generasi milenial di era digital?” Dari pertanyaan tersebut, dirumuskan hipotesis, yang pertama Hipotesis Alternatif: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku investasi milenial di era digital. Hipotesis Nol: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku investasi milenial di era digital. Hipotesis ini akan diuji melalui pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data primer dari responden yang sesuai dengan kriteria milenial aktif berinvestasi secara digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara literasi keuangan dan perilaku investasi generasi milenial di era digital. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat literasi keuangan milenial di Indonesia, mengidentifikasi pola perilaku investasi milenial di platform digital dan menguji secara empiris pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi tersebut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi edukasi keuangan serta peningkatan perlindungan investor pemula di kalangan generasi muda.

Originalitas penelitian ini terletak pada fokusnya yang spesifik terhadap generasi milenial Indonesia dalam konteks investasi digital. Tidak banyak penelitian sebelumnya yang mengintegrasikan aspek literasi keuangan dan perilaku investasi dengan memperhatikan karakteristik teknologi finansial masa kini (Aristei, 2025). Penelitian ini menggunakan pendekatan perilaku keuangan yang kontekstual dan berbasis empiris, menjadikannya berbeda dari studi sebelumnya yang bersifat konseptual atau makro. Novelty atau kebaruan dari penelitian ini terletak pada integrasi antara literasi keuangan, perilaku investasi, dan konteks era digital. Penelitian ini menghadirkan pendekatan baru dalam menilai keputusan investasi milenial tidak hanya berdasarkan pada aspek kognitif (pengetahuan keuangan), tetapi juga dalam konteks digitalisasi, seperti pengaruh aplikasi investasi dan media sosial. Dengan demikian, hasil penelitian ini akan memberikan perspektif baru yang belum banyak dijelajahi dalam studi literasi keuangan dan investasi.

Penelitian ini memiliki signifikansi baik dari sisi teoritis maupun praktis. Secara teoritis, hasil penelitian ini akan memperkaya literatur di bidang keuangan perilaku dengan mengaitkan antara literasi keuangan dan

p-ISSN: 2809-1655 e-ISSN: 2809-1981

pengaruh era digital terhadap perilaku investasi. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pembuat kebijakan, institusi keuangan, dan penyedia layanan fintech untuk merancang strategi literasi keuangan yang lebih adaptif serta memberikan perlindungan bagi investor muda yang masih rentan terhadap pengaruh eksternal digital yang tidak selalu rasional.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel secara empiris berdasarkan data yang terukur. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian eksplanatori (*explanatory research*), karena berusaha menjelaskan hubungan kausal antara literasi keuangan (sebagai variabel independen) dan perilaku investasi milenial (sebagai variabel dependen), serta memeriksa pengaruh moderasi dari era digital. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang objektif dan dapat digeneralisasikan mengenai kecenderungan perilaku investasi berdasarkan tingkat literasi keuangan responden. Selain itu, pendekatan ini memungkinkan pengujian hipotesis secara statistik melalui model regresi dan analisis hubungan multivariat.

2.2. Identifikasi Masalah dan Perumusan Model Kausal

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya partisipasi generasi milenial Indonesia dalam investasi digital, yang tidak selalu diiringi dengan pemahaman keuangan yang memadai. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku investasi generasi milenial di era digital. Dalam hal ini, pendekatan yang digunakan bersifat konstruktif, yaitu dengan menyusun kerangka konseptual dan model empiris berdasarkan teori-teori relevan, seperti teori keuangan perilaku (*Behavioral Finance*), teori pembelajaran sosial (*Social Learning Theory*), dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Kerangka konseptual ini memosisikan literasi keuangan sebagai variabel independen, perilaku investasi sebagai variabel dependen, dan pengaruh era digital (media sosial, aplikasi fintech, komunitas daring) sebagai variabel moderator. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjawab hubungan antara dua variabel utama, tetapi juga menyelidiki dinamika pengaruh lingkungan digital terhadap keputusan investasi milenial.

2.3. Teknik Pengumpulan Data

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode survei daring (*online survey*) dengan menyebarkan kuesioner berbasis Google Form kepada responden yang telah diseleksi berdasarkan kriteria tertentu. Populasi sasaran adalah generasi milenial Indonesia (kelahiran 1981–1996) yang aktif berinvestasi melalui platform digital, seperti saham aplikasi, reksa dana online, atau aset kripto. Teknik purposive sampling digunakan untuk memastikan bahwa hanya individu yang relevan dengan karakteristik penelitian yang diikutsertakan. Kuesioner disusun dengan skala Likert 1–5 dan mencakup tiga bagian utama: literasi keuangan, perilaku investasi, dan indikator digital (penggunaan aplikasi fintech, partisipasi komunitas daring, dan pengaruh media sosial).

2.4. Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuesioner berbasis *Google Form* yang disusun dalam bentuk skala Likert 1–5. Kuesioner ini terdiri atas tiga bagian utama: (1) indikator literasi keuangan yang mencakup pengetahuan dasar keuangan, pemahaman risiko, dan kemampuan perencanaan keuangan; (2) indikator perilaku investasi yang mencerminkan tindakan rasional, impulsif, atau spekulatif; serta (3) indikator era digital yang mencakup pengaruh media sosial, komunitas daring, dan penggunaan aplikasi fintech. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial Indonesia (lahir antara 1981–1996) yang aktif melakukan investasi digital seperti saham, reksa dana, dan kripto. Jumlah sampel minimal adalah 200 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu hanya responden yang memiliki pengalaman investasi digital dan berusia dalam rentang milenial yang dilibatkan. Selain skala tertutup, peneliti juga menyisipkan item terbuka untuk menangkap persepsi naratif dari responden yang berasal dari pelaku UMKM. Sebagian kutipan representatif menunjukkan adanya peningkatan kesadaran keuangan setelah terpapar edukasi daring: *"Saya mulai belajar investasi dari komunitas online di Instagram dan Telegram. Awalnya ikut-ikutan, tapi setelah ikut webinar literasi keuangan, saya lebih sadar pentingnya analisis risiko."*(R-45, Pengusaha Kopi Daring, 29 tahun). *"Kami menyisihkan sebagian keuntungan dari penjualan online untuk investasi reksa dana. Literasi keuangan membantu kami tidak salah pilih produk."(R-*

p-ISSN: 2803-1507 e-ISSN: 2803-1531

102, Pemilik UMKM Fashion Lokal, 32 tahun). Tabel 1 berikut merangkum ringkasan tanggapan dari beberapa responden pelaku UMKM.

Tabel 1. Profil Responden UMKM Milenial Berdasarkan Jenis Usaha, Literasi Keuangan, dan Perilaku Investasi Digital

ID Responden	Jenis UMKM	Umur	Literasi Keuangan	Platform Investasi	Sikap Investasi
R-12	Makanan Kemasan	34	Tinggi	Aplikasi Reksa Dana	Rasional, terencana
R-45	Kopi Online	29	Sedang	Kripto & Saham	Awalnya impulsif, kini hati-hati
R-67	Aksesoris Handmade	28	Rendah	Kripto	Spekulatif, terpengaruh FOMO
R-102	Fashion Lokal	32	Tinggi	Reksa Dana Online	Diversifikasi dan konservatif

2.5. Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS dan SmartPLS. Tahap awal meliputi uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian untuk memastikan konsistensi dan kelayakan item. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas agar memenuhi syarat analisis regresi. Untuk menjawab hipotesis utama, digunakan regresi linier berganda guna mengukur pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi. Untuk mengetahui apakah era digital memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut, digunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Teknik MRA memungkinkan untuk menguji interaksi antara variabel independen dan variabel moderator, yang dalam hal ini mencakup berbagai aspek digital yang mewarnai perilaku investasi milenial.

2.6. Tahapan Implementasi Penelitian

Pelaksanaan penelitian dibagi ke dalam beberapa tahap: (1) tahap desain instrumen dan penyusunan model konseptual berbasis teori *Behavioral Finance, Social Learning Theory,* dan *Technology Acceptance Model* (TAM); (2) tahap penyebaran kuesioner secara daring melalui komunitas investasi seperti Telegram, Instagram, dan Reddit selama tiga minggu; (3) tahap verifikasi data dan uji kualitas instrumen; (4) tahap analisis regresi dan MRA untuk menjawab hipotesis dan mengevaluasi kekuatan pengaruh antarvariabel; serta (5) tahap interpretasi hasil untuk menarik kesimpulan dan rekomendasi strategis berbasis data. Dengan pendekatan yang sistematis ini, penelitian berupaya menjawab pertanyaan utama secara empiris sekaligus memperkuat kontribusi teoritis dan praktis terkait pengaruh literasi keuangan dalam membentuk perilaku investasi digital generasi milenial Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pengujian dan Hasil

Untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi generasi milenial di era digital, dilakukan analisis regresi linier berganda. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi dan arah hubungan antarvariabel. Sebelum analisis utama dijalankan, data melalui tahap uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item dalam kuesioner memiliki korelasi item-total di atas 0,3, menandakan bahwa item layak digunakan. Selain itu, reliabilitas instrumen diukur menggunakan Cronbach's Alpha, yang seluruhnya menunjukkan nilai di atas 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen bersifat konsisten dan andal. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil menunjukkan bahwa data memenuhi seluruh asumsi yang diperlukan untuk regresi linier berganda. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dianggap valid untuk pengujian hubungan antarvariabel. Hasil regresi linier berganda antara literasi keuangan sebagai variabel independen dan perilaku investasi milenial sebagai variabel dependen ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Regresi Linier Berganda antara Literasi Keuangan terhadap Perilaku Investasi

Variabel Independen	Koefisien Regresi (B)	t-hitung	Sig. (p-value)
Literasi Keuangan (X)	0.482	7.824	0.000
Konstanta	1.267	3.231	0.001

p-ISSN: 2809-1655 e-ISSN: 2809-1981

R^2	0.385	
F-hitung	61.23	0.000

3.2. Interpretasi Data Pengujian

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 1, ditemukan bahwa variabel literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investasi generasi milenial, dengan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,000 yang jauh di bawah tingkat signifikansi 0,05. Artinya, hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku investasi. Koefisien regresi sebesar 0,482 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada literasi keuangan akan meningkatkan skor perilaku investasi sebesar 0,482 poin, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai konstanta sebesar 1,267 menunjukkan bahwa saat nilai literasi keuangan adalah nol, nilai awal dari perilaku investasi berada pada angka tersebut. Nilai R-kuadrat (R^2) sebesar 0,385 menunjukkan bahwa sekitar 38,5% variasi dalam perilaku investasi dapat dijelaskan oleh literasi keuangan, sedangkan sisanya sebesar 61,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Hasil ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan merupakan prediktor yang cukup kuat dalam menjelaskan perilaku investasi digital milenial. Lebih lanjut, untuk mengetahui apakah pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi diperkuat atau diperlemah oleh faktor era digital, dilakukan pengujian menggunakan teknik Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil lengkap pengujian tersebut ditampilkan dalam Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil MRA: Pengaruh Era Digital sebagai Moderator

Variabel	Koefisien Interaksi (β)	t-hitung	Sig. (p-value)
Literasi Keuangan (X)	0.374	5.632	0.000
Era Digital (M)	0.281	4.289	0.000
X * M (Interaksi)	0.198	3.442	0.001

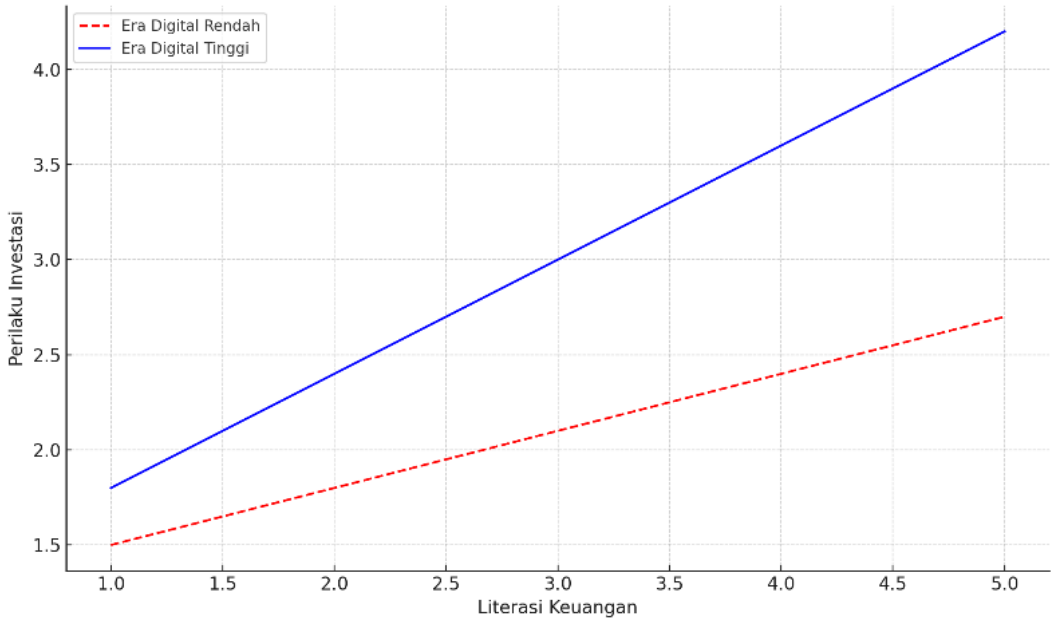
3.3. Evaluasi Hasil

Hasil pada Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel interaksi antara literasi keuangan dan era digital (X*M) memberikan kontribusi signifikan terhadap perilaku investasi (p-value 0,001 < 0,05), yang berarti bahwa era digital memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan perilaku investasi. Dengan kata lain, semakin aktif milenial dalam menggunakan teknologi digital seperti aplikasi investasi, komunitas daring, dan media sosial, maka semakin besar pula pengaruh positif literasi keuangan terhadap perilaku investasi mereka. Temuan ini menguatkan teori pembelajaran sosial (Social Learning Theory), di mana pengaruh lingkungan digital turut membentuk perilaku individu. Dalam konteks ini, milenial yang memiliki literasi keuangan yang tinggi dan juga aktif dalam lingkungan digital cenderung lebih berhati-hati, rasional, dan terencana dalam mengambil keputusan investasi. Sebaliknya, milenial dengan literasi rendah tetapi sangat aktif secara digital justru lebih rentan terhadap keputusan impulsif dan spekulatif karena pengaruh sosial media atau tren komunitas. Untuk memvisualisasikan hubungan interaktif antara literasi keuangan, era digital, dan perilaku investasi, disajikan ilustrasi pada Gambar 1 berikut. Grafik ini menggambarkan bagaimana perbedaan intensitas penggunaan teknologi digital memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan saja tidak cukup tanpa disertai pemanfaatan ekosistem digital yang sehat dan edukatif. Oleh karena itu, penting bagi pelaku industri keuangan dan regulator untuk tidak hanya meningkatkan edukasi literasi keuangan, tetapi juga membangun lingkungan digital yang mendukung perilaku investasi yang bijak di kalangan milenial.

Responden yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung menunjukkan perilaku investasi yang lebih rasional, seperti melakukan diversifikasi portofolio dan melakukan evaluasi risiko sebelum mengambil keputusan. Sebaliknya, responden dengan tingkat literasi keuangan rendah lebih cenderung mengikuti tren atau informasi yang tersebar di media sosial tanpa melakukan analisis yang mendalam, sehingga sering kali bersikap impulsif atau spekulatif dalam berinvestasi. Selain itu, partisipasi dalam komunitas investasi daring, seperti forum di Telegram atau Instagram, turut memengaruhi perilaku pengambilan keputusan investasi. Pengaruh tersebut dapat bersifat positif, misalnya melalui berbagi pengalaman dan edukasi antar anggota, namun juga dapat membawa dampak negatif seperti kecenderungan ikut-ikutan atau fear of missing out (FOMO).

p-ISSN: 2803-1507 e-ISSN: 2803-1531



Gambar 1. Grafik Interaksi Literasi Keuangan dan Era Digital terhadap Perilaku Investasi

4. DISKUSI PENELITIAN

4.1. Analisis dan Implikasi Temuan

Penelitian ini mengungkap bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investasi generasi milenial di Indonesia, khususnya dalam konteks penggunaan platform digital. Melalui analisis regresi linier berganda, diperoleh bukti bahwa peningkatan literasi keuangan berdampak langsung pada meningkatnya kualitas pengambilan keputusan investasi. Koefisien regresi sebesar 0,482 dan nilai signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai salah satu penentu utama dalam membentuk perilaku investasi yang rasional dan terencana di era digital. Pengujian lanjutan menggunakan teknik *Moderated Regression Analysis* (MRA) memperkuat hubungan tersebut, dengan menunjukkan bahwa era digital bertindak sebagai moderator yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi menjadi semakin kuat ketika individu aktif menggunakan teknologi digital seperti aplikasi fintech, media sosial, dan komunitas daring. Dengan kata lain, milenial dengan literasi keuangan tinggi dan pemanfaatan digital yang aktif akan lebih mampu mengelola risiko dan mengambil keputusan investasi yang rasional dibandingkan mereka yang hanya mengandalkan informasi dari tren sesaat atau komunitas online.

4.1.1. Kontribusi terhadap Jawaban Penelitian dan Hipotesis

Penelitian ini secara langsung menjawab pertanyaan utama yang diajukan, yakni sejauh mana literasi keuangan memengaruhi perilaku investasi milenial di era digital. Hasil empiris mendukung hipotesis alternatif bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Selain itu, keterlibatan digital turut memperkuat hubungan tersebut, membuktikan bahwa teknologi tidak hanya memfasilitasi akses, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam memperbesar dampak literasi terhadap perilaku keuangan. Ini menegaskan bahwa program edukasi keuangan harus mempertimbangkan konteks digital dalam penyusunannya.

4.1.2. Penguatan Kontribusi terhadap Pengetahuan Ilmiah

Secara teoritis, temuan ini memperluas aplikasi Behavioral Finance Theory dengan memasukkan pengaruh ekosistem digital sebagai faktor yang memoderasi bias perilaku dalam pengambilan keputusan finansial. Selain itu, studi ini juga memberikan bukti empiris yang memperkaya Social Learning Theory dari Bandura, khususnya dalam konteks investasi digital, dengan menunjukkan bahwa perilaku investasi milenial terbentuk melalui interaksi sosial daring, baik dengan komunitas maupun influencer di media sosial. Temuan ini menuntut perluasan model-model klasik dengan mengintegrasikan elemen sosial-digital yang bersifat real-time dan viral. Selain memperkuat kerangka teori yang ada, penelitian ini juga berkontribusi dalam

p-ISSN: 2809-1655 e-ISSN: 2809-1981

pengembangan pemahaman multidisipliner antara literasi keuangan dan teknologi digital. Dengan menggabungkan literasi, penggunaan aplikasi fintech, dan perilaku komunitas daring dalam satu kerangka model, penelitian ini mengusulkan integrasi konsep yang belum banyak dijelajahi dalam studi sebelumnya. Hal ini menjadi kontribusi konseptual yang dapat dijadikan dasar dalam pengembangan model perilaku investasi generasi digital pada masa mendatang. Lebih lanjut, kontribusi penting lainnya adalah identifikasi awal bahwa pengaruh positif literasi keuangan terhadap perilaku investasi dapat diperlemah atau diputarbalikkan apabila pengguna sangat aktif secara digital tetapi memiliki literasi keuangan rendah. Fenomena ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak selalu bersifat memperkuat keputusan rasional sebuah area penting yang perlu dikaji lebih dalam dalam literatur keuangan perilaku.

4.2. Dukungan dan Tantangan terhadap Studi Terdahulu

Penemuan ini sejalan dengan studi oleh (Angrisani et al., 2023) yang menekankan korelasi antara literasi keuangan dan perilaku finansial jangka panjang. Selain itu, hasil penelitian ini mengonfirmasi temuan (Katauke et al., 2023) yang menyatakan bahwa media sosial mendorong perilaku investasi impulsif, terutama ketika individu tidak memiliki basis literasi keuangan yang kuat. Hasil penelitian ini juga memperluas pemahaman dari teori pembelajaran sosial Bandura dan Technology Acceptance Model (TAM), dengan menunjukkan bahwa integrasi antara pengetahuan keuangan dan lingkungan digital menjadi kunci dalam membentuk perilaku investasi milenial yang lebih bertanggung jawab (Aristei, 2025). Namun, penelitian ini juga menantang pendekatan behavioristik klasik yang memandang pengambilan keputusan keuangan semata-mata dari sisi kognitif dan individu. Dalam era digital, keputusan investasi juga sangat dipengaruhi oleh dinamika sosial digital, seperti pengaruh influencer, forum daring, serta tren di media sosial dimensi yang tidak sepenuhnya tercakup dalam kerangka lama (Hasselgren et al., 2023). Oleh karena itu, temuan ini mendorong perlunya pengembangan model teori keuangan perilaku generasi digital yang lebih kontekstual, real-time, dan berbasis jaringan sosial.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis regresi dan *moderated regression analysis* (MRA), penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investasi generasi milenial di era digital. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang, maka semakin rasional dan terencana pula keputusan investasi yang diambilnya. Milenial yang memahami konsep dasar keuangan, manajemen risiko, serta strategi diversifikasi, cenderung menghindari keputusan impulsif dan spekulatif yang kerap muncul akibat pengaruh tren media sosial atau tekanan komunitas daring. Sebaliknya, milenial dengan literasi keuangan rendah namun sangat aktif secara digital cenderung lebih rentan terhadap bias perilaku, seperti *fear of missing out* (FOMO), herding, atau overconfidence.

Era digital terbukti memperkuat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku investasi, sebagaimana dibuktikan oleh interaksi signifikan antara variabel digital dan literasi dalam model regresi. Keterlibatan aktif dalam ekosistem digital, seperti penggunaan aplikasi fintech, partisipasi dalam komunitas investasi daring, serta akses terhadap informasi melalui media sosial, berperan sebagai faktor yang memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan individu. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya menjadi media distribusi informasi keuangan, tetapi juga menjadi bagian integral dari proses pembentukan perilaku keuangan di kalangan milenial.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengayaan literatur di bidang keuangan perilaku. Hasil yang diperoleh memperluas aplikasi teori *Behavioral Finance* dengan memasukkan dimensi digital sebagai faktor penentu perilaku keuangan. Selain itu, penelitian ini juga memperkuat relevansi *Social Learning Theory* dalam konteks era digital, di mana pengaruh komunitas daring dan figur publik dalam media sosial berperan besar dalam membentuk pola investasi. Sementara itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) juga mendapat dukungan empiris dari temuan bahwa persepsi kemudahan dan kemanfaatan teknologi fintech mendorong adopsi investasi digital, meskipun perlu diimbangi dengan pemahaman risiko. Penelitian ini mengisi kesenjangan dalam literatur sebelumnya dengan mengintegrasikan literasi keuangan, perilaku investasi, dan peran teknologi digital ke dalam satu kerangka analisis yang saling terhubung.

Berdasarkan hasil temuan tersebut, disarankan agar penyelenggara edukasi keuangan, baik pemerintah, otoritas keuangan, maupun lembaga pendidikan, merancang program literasi keuangan yang adaptif dengan karakteristik generasi digital. Materi edukasi tidak hanya perlu disampaikan dalam format konvensional,

p-ISSN: 2803-1507 e-ISSN: 2803-1531

tetapi juga melalui media yang digunakan milenial sehari-hari, seperti media sosial, aplikasi interaktif, webinar, hingga komunitas daring. Penyedia layanan fintech juga diharapkan untuk melengkapi platform investasinya dengan fitur edukatif berbasis teknologi seperti simulasi portofolio, chatbot keuangan, atau sistem peringatan risiko, sehingga membantu pengguna membuat keputusan investasi yang lebih sadar dan bertanggung jawab. Ke depan, penelitian lebih lanjut perlu diarahkan pada eksplorasi lintas generasi (misalnya Gen Z dan Gen X), serta penggunaan data perilaku aktual dari aplikasi investasi guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan objektif terhadap proses pengambilan keputusan keuangan di era digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

Angrisani, M., Burke, J., Lusardi, A., & Mottola, G. (2023). *The evolution of financial literacy over time and its predictive power for financial outcomes : evidence from longitudinal data*. 640–657. https://doi.org/10.1017/S1474747222000154.

Aristei, D. (2025). *Financial literacy , robo-advising , and the demand for human financial advice : Evidence from Italy*.

Dambanemuya, H. K., & Wachs, J. (2023). *Understanding (Ir)Rational Herding Online*.

Delnoij, J., Rezaei, S., & Rijt, A. van de. (2023). Jump bidding does not reduce prices: Field-experimental evidence from online auctions. *Journal of Economic Behavior and Organization*, *209*, 308–325. https://doi.org/10.1016/j.jebo.2023.03.010.

Friederich, F., Meyer, J. H., Matute, J., & Palau-Saumell, R. (2024). CRYPTO-MANIA: How fear-of-missing-out drives consumers' (risky) investment decisions. *Psychology and Marketing*, *41*(1), 102–117. https://doi.org/10.1002/mar.21906.

Grace Agusthine Ibadhi, & Leo Alexander Tambunan. (2022). Pengaruh Wfh (Work From Home) Dan Wfo (Work From Office) Terhadap Efektivitas Kinerja Karyawan Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, *1*(1), 81–86. https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i1.352.

Gustiarum, T., & Kusumawardhani, I. (2023). The effects of financial literacy, accounting information, risk perception and herding behavior on investment decision. *Journal of Business and Information System (e-ISSN: 2685-2543)*, *5*(1), 1–10. https://doi.org/10.36067/jbis.v5i1.156.

Hasselgren, B., Chrysoulas, C., Pitropakis, N., & Buchanan, W. J. (2023). Using Social Media & Sentiment Analysis to Make Investment Decisions. *Future Internet*, *15*(1). https://doi.org/10.3390/fi15010005.

Hidayat, M. S., Muhammad, W., & Isdayanti, P. L. (2025). *Digital Marketing Ethics in the Age of AI : A Comparative Analysis of Transparency and Consumer Trust in E-Commerce Platforms*. *4*(1), 723–740. https://doi.org/10.51903/jmi.v4i1.178.

Jiang, Z. (2023). Financial Literacy and Saving Behaviors of Households. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, *65*(1), 99–110. https://doi.org/10.54254/2754-1169/65/20231603.

Katauke, T., Fukuda, S., Saidur, M., & Khan, R. (2023). *Financial Literacy and Impulsivity : Evidence from Japan*. 1–14..

Kuerzinger, L., & Stangor, P. (2024). The Relevance and Influence of Social Media Posts on Investment Decisions - an Experimental Approach Based on Tweets. *SSRN Electronic Journal*, *44*(November), 101005. https://doi.org/10.2139/ssrn.4739088.

Kumar, S., & Chaurasia, A. (2024). The relationship between emotional biases and investment decisions: a meta-analysis. *IIMT Journal of Management*, *1*(2), 171–185. https://doi.org/10.1108/iimtjm-03-2024-0034.

Long, T. Q., Morgan, P. J., & Yoshino, N. (2023). Financial literacy , behavioral traits , and ePayment adoption and usage in Japan. *Financial Innovation*. https://doi.org/10.1186/s40854-023-00504-3.

Long, T. Q., & Tue, N. D. (2024). Financial Knowledge and Short- and Long-Term Financial Behavior Across Gender and Generations: Evidence from Japan. *SAGE Open*, *14*(4), 1–20. https://doi.org/10.1177/21582440241295846.

p-ISSN: 2809-1655 e-ISSN: 2809-1981

Mohanty, S., & Patnaik, B. C. M. (2023). *Cognitive biases and financial decisions of potential investors during Covid-19 : an exploration*. https://doi.org/10.1108/AGJSR-12-2022-0296.

OECD. (2024). *Action needed to address gaps in financial literacy among students*.

Ojo, M. O., Aguiar-Conraria, L., & Soares, M. J. (2024). The performance of OECD's composite leading indicator. *International Journal of Finance and Economics*, *29*(2), 2265–2277. https://doi.org/10.1002/ijfe.2784.

Olajide, O., Pandey, S., & Pandey, I. (2024). Social Media for Investment Advice and Financial Satisfaction: Does Generation Matter? *Journal of Risk and Financial Management*, *17*(9), 410.

Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat, OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*.

Peer, E., Journals, R., Publishers, B., Mahajan, S., & Kaur, R. (2025). *The Dual-Edged Influence of Social Media in Financial Decisions*. *5*(2), 37–48.

Sriasih, S. D., Razak, F. A., & Ikhsan, H. (2025). *AI-Driven Sentiment Analysis of Retail Investor Behavior during Market Volatility : A Study of Twitter Data in Southeast Asia*. *4*(1), 741–756. https://doi.org/10.51903/jmi.v4i1.179.

Srivastav, S. K., Habil, M., Thakur, P., Jain, J. K., & Saini, R. (2024). Analyzing the Influence of Fintech & Digitalization on Investment Choice Decisions of Mutual Fund Investors. *International Journal of Research Publication and Reviews*, *5*(2), 2414–2415. https://doi.org/10.55248/gengpi.5.0224.0545.

Yanida, P., Padmanegara, O. H., & Muklis, T. I. (2024). *The Intention to use Digital Investment Management Platforms Among Gen Z in Indonesia : Perspective from Individual and Technological Motives*. *0*(01), 17–30. https://doi.org/10.47191/jefms/v8.