

## Pemahaman Investasi pada Generasi Milenial di Indonesia

Yulius Edward Hamonangan, Heri Priyo Wisuda✉

Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

[yuliuschs@gmail.com](mailto:yuliuschs@gmail.com), [heripriyo@gmail.com](mailto:heripriyo@gmail.com)✉

**Abstrak**, menurut data sensus Badan Pusat Statistik (BPS), saat ini jumlah penduduk Indonesia menempati urutan ke empat di dunia dengan jumlah penduduk mencapai 270.203.917 jiwa dengan penduduk Milenial rentang umur 20-42 tahun mencapai 69.699.972 jiwa atau setara 25,80 % dari total penduduk Indonesia. Saat ini, tren investasi sedang marak terjadi di Indonesia. Generasi Milenial dan Generasi Z dengan rentang umur 20-42 tahun ikut berpartisipasi investasi di pasar modal mencapai 81,73% dengan nilai aset mencapai 141,57 triliun. Bonus demografi yang cukup besar dan produktif seharusnya selaras dengan peningkatan investasi di pasar modal baik secara kuantitas investor dan nilai aset. Saat ini, tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia menduduki tingkat terendah di ASEAN sebanyak 37% dari total penduduk Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman khususnya pada Generasi Milenial dalam berinvestasi. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah survey dengan menggunakan kuisioner. Informasi yang ingin didapatkan salah satunya yaitu mengetahui pemahaman mengenai investasi, instrumen investasi yang sudah digunakan, proporsi penghasilan yang dialokasikan untuk investasi dan lain-lain. Responden dalam penelitian ini berjumlah 149 orang dari berbagai wilayah di Indonesia. Hasil dari responden yang didapat yaitu 87% Milenial sudah mengenal instrumen investasi. Instrumen yang digunakan saham 41%, reksadana 31%, obligasi 13%, sukuk 11% dan sisanya instrumen lain seperti *crypto* dan lain-lain, serta persentasi proporsi penghasilan yang dialokasikan untuk investasi <5 % sebanyak 45%, 5-10% sebanyak 36%, 10-15% sebanyak 5% dan >15% sebanyak 14%. Harapannya agar Generasi Milenial semakin banyak yang melakukan investasi karena baik untuk pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Kata kunci: investasi, investasi milenial, generasi

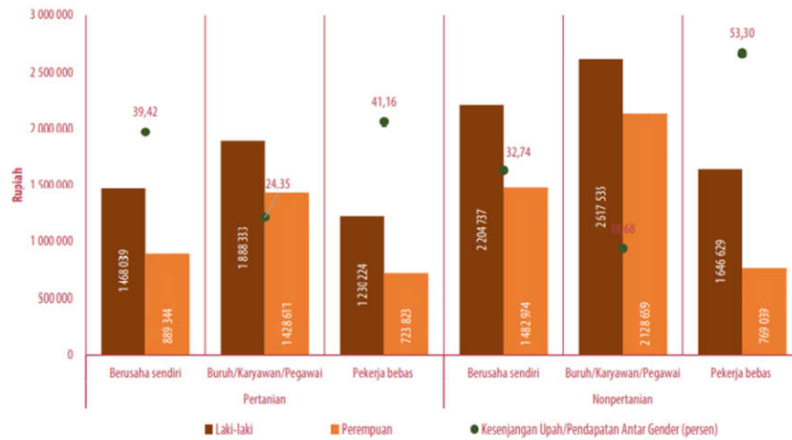
### Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi saat ini sedang berkembang dan salah satu faktor yang mendorongnya yaitu investasi. Investasi merupakan kegiatan menanam modal dalam jangka waktu yang cukup lama dengan harapan dapat memperoleh keuntungan di masa depan. Selain itu, investasi sendiri merupakan langkah awal untuk membangun ekonomi bangsa. Adapun beberapa manfaat investasi yang berdampak untuk kehidupan masa yang akan datang di antaranya yaitu membangun kehidupan masa depan, memiliki penghasilan tetap, memperkecil risiko terjerat hutang dan membangun kebahagiaan hidup keluarga.

Terdapat beberapa jenis jenis investasi yang populer di Indonesia yaitu saham, reksadana, emas, obligasi dan lain-lain. Investasi pun dikelompokkan berdasarkan tingkat risikonya masing-masing. Mulai dari paling rendah yaitu deposito dan obligasi serta yang tinggi yaitu saham. Jangka waktu tiap jenis investasi pun beragam mulai dari satu bulan hingga beberapa tahun. Memilih investasi pun harus disesuaikan dengan karakter seorang investor. Apabila investor menginginkan investasi yang memiliki keuntungan dan risiko rendah, maka jenis investasi yang disarankan yaitu deposito, sukuk dan obligasi. Namun sebaliknya, jika investor menginginkan keuntungan dan risiko yang tinggi, maka disarankan yaitu saham dan reksadana saham. Semakin tinggi keuntungan investasi, maka semakin tinggi pula risiko yang diperoleh begitu juga sebaliknya.

Generasi Milenial saat ini dikenal dengan generasi yang dekat dengan perkembangan teknologi, mudah bergaul, dan sering menggunakan sosial media. Generasi milenial pun punya gaya hidup yang cukup mewah seperti berkunjung ke tempat wisata, makan di restoran mewah, membeli smartphone

terbaru dan masih banyak lagi. Tanpa disadari, hal tersebut membuat Generasi Milenial ini terjebak dalam kondisi keuangan yang sulit akibat pengeluaran yang lebih besar dibandingkan dengan pemasukan. Dilansir dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Bada Pusat Statistika mengenai rata-rata upah Generasi Milenial dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Rata-rata Upah/Penghasilan Generasi Milenial yang Bekerja dalam Sebulan

Jika dilihat dari Gambar 1. tersebut, maka dapat dilihat rata-rata upah/penghasilan Generasi Milenial yang bekerja dalam sebulan (rupiah) dan kesenjangan upah (persen) menurut jenis kelamin dan status pekerjaan utama. Sektor yang dikategorikan yaitu pertanian dan non pertanian. Lebarnya kesenjangan upah antar gender dikarenakan latar belakang pekerja bebas itu sendiri. Pekerja bebas merupakan seseorang yang bekerja pada orang lain/majikan/institusi yang tidak tetap, baik sistem pembayaran harian maupun borongan. Pekerjaan yang tidak tetap tersebut rentan adanya ketidaksetaraan gender karena kurangnya perlindungan tenaga kerja.

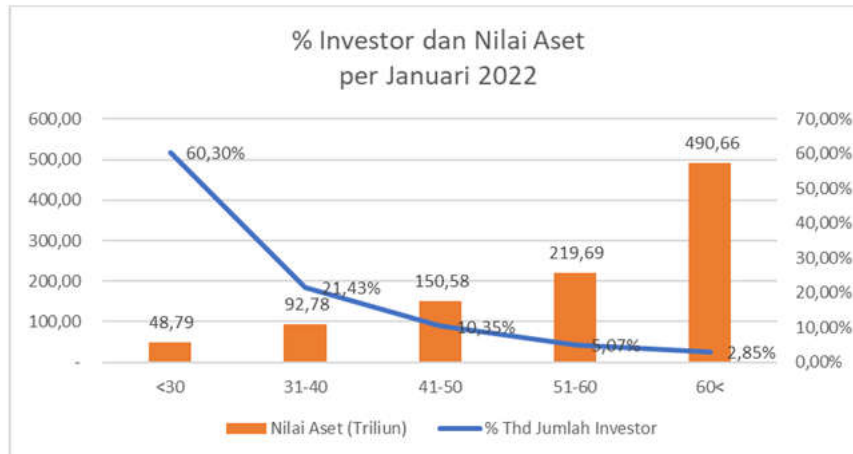
Saat ini penduduk Indonesia menempati urutan ke empat di dunia dengan jumlah penduduk mencapai 270.203.917 jiwa sesuai data sensus Badan Pusat Statistik tahun 2020 dengan penduduk Milenial rentang umur 20-42 tahun mencapai 69.699.972 jiwa atau setara 25,80 % dari total penduduk Indonesia. Generasi Millennial termasuk generasi yang cukup istimewa dengan usia puncak produktif dan mengalami perubahan teknologi menuju era digitalisasi, maka berkontribusi perkembangan dan arah pembangunan nasional termasuk berkontribusi dalam investasi pasar modal.



Gambar 2. Piramida Penduduk Indonesia 2020

Menilik dari artikel di berita online Kontan pada 21 Februari 2022 dengan judul “OJK: Milenial Sumbang 80% Jumlah Investor di Pasar Modal Indonesia” dan dari data Generasi Milenial dengan

rentang usia sampai dengan 40 tahun menyumbang 81,73% dengan aset total 141,57 Triliun atau 14,17% dari seluruh aset yang beredar di pasar modal. Dari data dan grafik di bawah, Generasi Milenial mendominasi investor di pasar modal tetapi secara nilai aset masih sangat kecil. Dengan investor pasar modal mencapai 7,48 juta diperkirakan investor Milenial mencapai 6,11 juta investor jumlah besaran yang masih kecil dari total penduduk Milenial Indonesia yang mencapai 69,7 juta.



Gambar 3. Grafik Komposisi Investor berdasarkan Usia dan jumlah aset

## Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2008, p. 59). Penelitian survei merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu. Dalam penelitian ini, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuisioner *online*. Kuisioner yang digunakan yaitu Google Form. Google Form adalah sebuah layanan yang memudahkan penggunaanya dalam membuat survei, formulir berbasis *online* berisi pertanyaan, kuisioner yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Penelitian ini dilakukan di DKI Jakarta dan Kalimantan Selatan secara *online*. Penelitian dimulai dari 14 Maret 2022 hingga 3 April 2022.

Umumnya, pengertian survei dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Dengan demikian penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun & Effendi, 1989). Populasi pada penelitian ini yaitu Generasi Milenial di Indonesia. Populasi merupakan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Sedangkan sampel pada penelitian ini merupakan Generasi Milenial yang sudah melakukan investasi atau belum memulai investasi. Pada umumnya yang merupakan unit analisa dalam penelitian survei adalah individu. Penelitian survei dapat digunakan untuk maksud deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu (Singarimbun, 2002, p. 3). Indikator yang digunakan adalah elemen keberhasilan program yang terdiri dari konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, timing, dan tren.

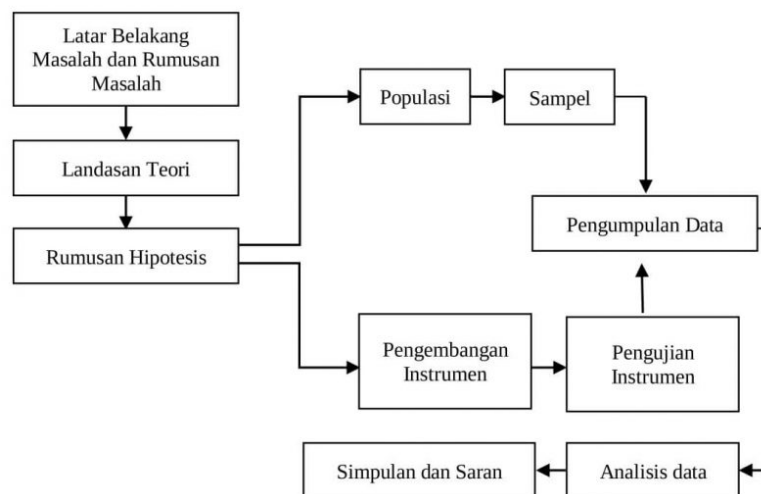
Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2008, p. 68). Pendekatan kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti

lebih mementingkan aspek keleluasaan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi.

Menurut (Kerlinger, 1979) variabel (*variable*) merupakan suatu konsep/konstruk (*concept/construct*). Yang dimaksud konsep/konstruk adalah kata benda (*noun*) yang menunjuk sesuatu benda atau dibendakan, misalkan orang, jenis kelamin, agresi, kemampuan verbal, lapisan sosial, kecerdasan dan keselarasan. Menurut (Kerlinger, 1973) pula yang disebut variabel itu adalah sesuatu yang beragam (*varies*). Jelasnya, jika sesuatu itu bisa diklarifikasikan menjadi dua atau lebih kategori, maka disebut sebagai variabel. (Babbie, 1973) variabel harus memiliki karakteristik. Jika semua unsur dalam populasi (subjek yang diteliti) memiliki karakteristik yang sama (seragam), karakteristik-karakteristik tersebut “konstanta”, bukan bagian dari variabel. Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti tingkat pemahaman Generasi Milenial di Indonesia akan investasi. Tingkat pemahaman investasi dalam hal ini merupakan karakteristik Generasi Milenial yang diamati. Mulai dari belum mengenal akan investasi, sudah mengenal namun belum melakukan hingga sudah mengenal dan sudah melakukan.

Menurut WHO definisi indikator merupakan variabel yang bisa membantu kita dalam kegiatan pengukuran berbagai macam perubahan yang terjadi baik secara langsung ataupun tidak langsung (James, 2022). Terdapat beberapa macam ukuran penelitian kuantitatif dalam penentuan indikator diantaranya yaitu jumlah, rasio, proporsi (%) dan *rate*. Dalam contoh penelitian ini, indikator yang digunakan yaitu jumlah Generasi Milenial jenis kelamin pria yang mengikuti survei ini, proporsi alokasi penghasilan yang digunakan untuk investasi dan lain-lain.

Proses penelitian merupakan langkah-langkah sistematis dan logis yang dilaksanakan dalam melakukan metode penelitian survei. Langkah-langkah penelitian kuantitatif survei adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Proses Penelitian Survei

Setiap pelaksanaan penelitian tidak terlepas dari objek dan subjek penelitian. Melalui objek penelitian tersebut akan diperoleh variabel- variabel yang menjadi permasalahan sekaligus merupakan sumber data yang akan diteliti. Objek yang ditetapkan untuk diteliti adalah populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Milenial dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Generasi Milenial dengan rentang umur 20-42 tahun yang berada di Indonesia.
- b. Generasi Milenial baik yang belum maupun sudah mengenal terkait literasi keuangan seperti investasi.
- c. Generasi Milenial yang mau membagikan informasi terkait pemahaman mengenal investasi.

Definisi sampel menurut (Sugiyono, 2008, p. 62) adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi yang telah disebutkan di atas. Sampel terdiri dari 149 orang yang termasuk dalam kriteria populasi. Sampel didapat melalui total responden yang telah mengisi kuisioner *online* yang disebar melalui berbagai media salah satunya *Whatsapp* dan *Instagram*. Teknik pengambilan sampel kuantitatif ini menggunakan Pengambilan Sampel Acak Sederhana (*Simple Random Sampling*) yang berarti pengambilan sampel

acak sederhana yang memberikan kesempatan bagi setiap anggota populasi untuk menjadi bagian dari penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan melalui 2 tahap sebagai berikut:

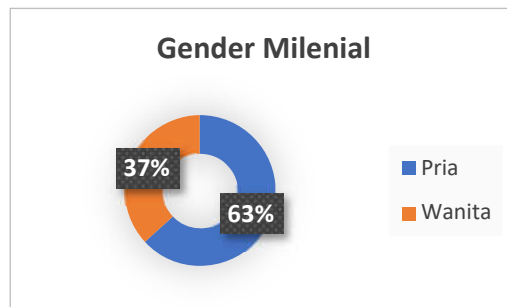
- a. Tahap pertama, survey dilakukan terbuka untuk Generasi Milenial di seluruh Indonesia dengan rentang umur 20-42 tahun.
- b. Tahap kedua, dilakukan pemilihan survey untuk wilayah tertentu yang belum ada responden. Tujuannya agar setiap wilayah terdapat responden sebagai bentuk perwakilan Generasi Milenial.

## Hasil dan pembahasan

### Pemahaman Generasi Milenial terhadap Literasi Keuangan

Hasil penelitian akan ditunjukkan kepada responden yang akan membahas mengenai tingkat literasi. Usia responden yang dapat mengisi survey ini yaitu antara 20-42 tahun. Total responden sebanyak 149 orang yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia serta terdiri dari beraneka ragam latar belakang. Adapun hasil yang didapat dari survey tingkat literasi keuangan pada Generasi Milenial dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Jenis Kelamin, Menurut (Tanusdjaja, 2018) dalam penelitiannya menunjukkan faktor jenis kelamin tidak mampu mempengaruhi keputusan berinvestasi namun baik laki-laki atau perempuan dalam memilih keputusan investasi itu berdasarkan atas pengalaman yang ada pada masing-masing orang, akan tetapi perempuan bisa lebih akurat dan berhati-hati dalam mengambil keputusan dibandingkan laki-laki. Berikut persentase gender responden dapat dilihat pada gambar berikut:



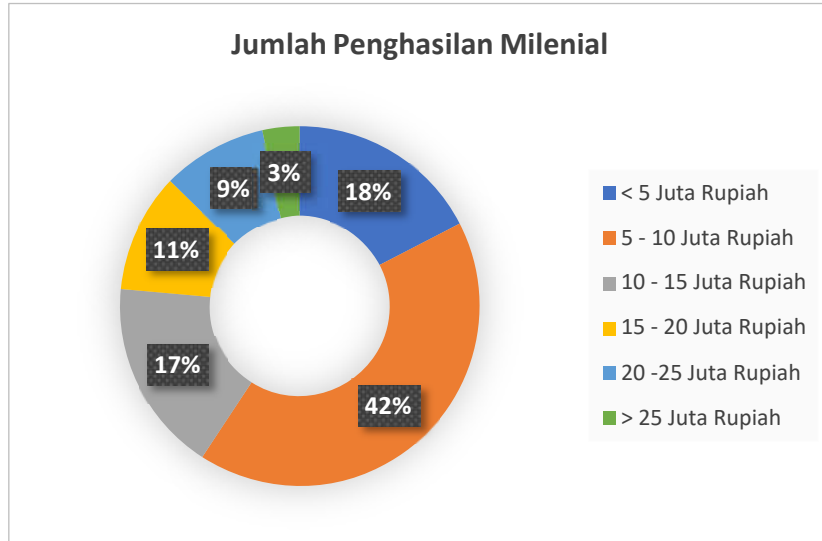
Gambar 5. Gender Responden Milenial

- 2) Tempat Tinggal, Survey dilakukan berdasarkan Generasi Milenial yang berdomisili seluruh Indonesia. Responden tercatat mulai dari Aceh hingga Nusa Tenggara Timur. Tiga Kota dengan responden terbanyak ada pada DKI Jakarta, Jawa Barat dan Kalimantan Selatan masing-masing dengan perolehan persentasi 28%, 26% dan 14%. Responden terkecil terdapat pada beberapa provinsi salah satunya Kalimantan Timur, Sumatera Barat, Bali dan beberapa provinsi lain. Adapun persebaran responden Milenial dapat dilihat pada gambar berikut:



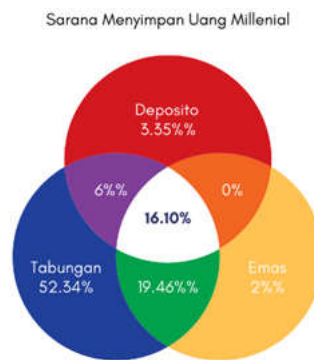
Gambar 6. Persebaran Provinsi Domisili Responden Milenial

- 3) Penghasilan Perbulan, Pada Gambar 7. diperoleh penghasilan responden setiap bulannya. Penghasilan dikelompokkan menjadi 6 kategori yaitu < 5 Juta Rupiah, 5-10 Juta Rupiah, 10-15 Juta Rupiah, 15-20 Juta Rupiah, 20-25 Juta Rupiah dan > 25 Juta Rupiah. Data yang paling banyak didapat berdasarkan penghasilan ada pada rentang 5-10 Juta Rupiah sebanyak 62 orang, lalu disusul dengan penghasilan < 5 Juta Rupiah dan 10-15 Juta Rupiah masing-masing sebanyak 26 responden. Adapun penghasilan responden Milenial dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 7. Jumlah Penghasilan Milenial

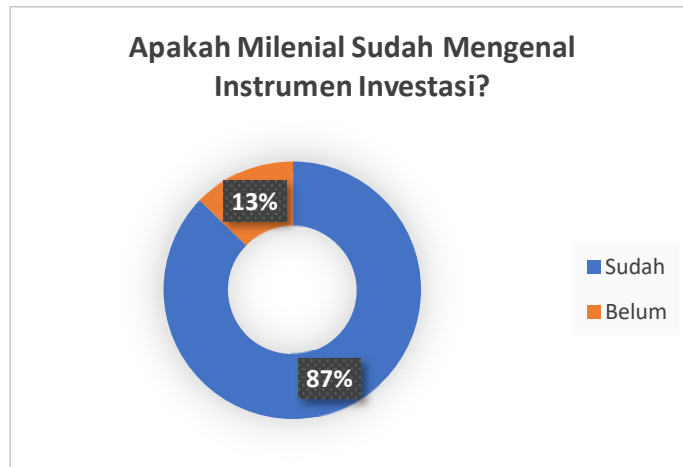
- 4) Sarana Menyimpan Uang, Berdasarkan Gambar 8. diperoleh bahwa saat ini Generasi Milenial rata-rata menyimpan uang pada tabungan, deposito bank dan emas. Dari ketiga produk tersebut, paling banyak responden menyimpan uangnya pada jenis tabungan. Responden pun ada yang menyimpan uang pada lebih dari satu jenis seperti tabungan dan deposito, tabungan dan emas hingga tabungan, deposito dan emas. Adapun sarana menyimpan uang responden Milenial dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 8. Sarana Menyimpan Uang Milenial

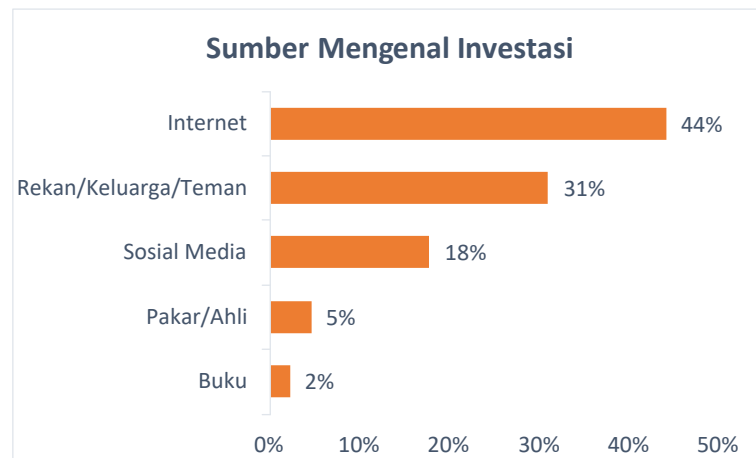
- 5) Pemahaman Mengenai Instrumen Investasi, Berdasarkan poin 4 mengenai Sarana Menyimpan Uang, maka responden diminta informasi terkait pemahaman mengenai investasi. Jika dilihat pada Gambar 9. dapat dilihat bahwa lebih dari 80% respon Milenial sudah mengenal instrumen investasi seperti saham, obligasi, reksadana dan lain-lain. Saham menurut IDX merupakan tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Sedangkan obligasi adalah surat utang jangka panjang yang diterbitkan oleh suatu lembaga dengan nilai nominal (nilai pari/par value) dan waktu jatuh tempo tertentu. Reksadana menurut OJK adalah wadah untuk menghimpun dana masyarakat yang dikelola oleh badan hukum yang bernama

Manajer Investasi (MI). Adapun pemahaman mengenai investasi responden Milenial dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 9. Apakah Milenial Sudah Mengenal Instrumen Investasi

- 6) Sumber Informasi Investasi, Berdasarkan poin 5, jika responden sudah mengenal instrumen investasi, lalu dari manakah sumber memperoleh informasi tersebut. Sumber terbanyak yang didapatkan yaitu responden memperoleh informasi melalui internet dengan persentase sebesar 44%. Selanjutnya informasi dari rekan, keluarga dan teman memperoleh 31% lalu diikuti dengan sosial media sebesar 18%. Adapun sumber informasi investasi responden Milenial dapat dilihat pada gambar berikut:



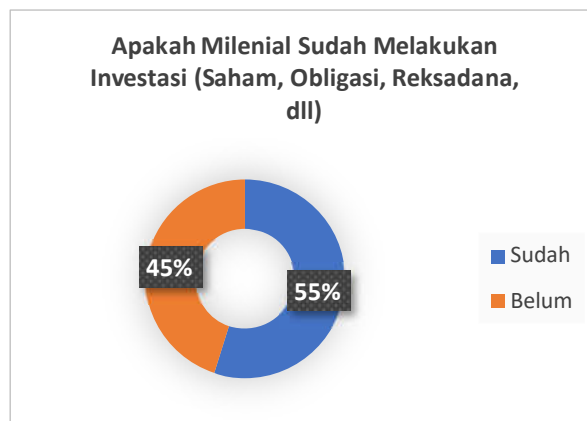
Gambar 10. Sumber Mengenai Investasi

- 7) Sudah atau Belum Melakukan Investasi, Jika seseorang memahami mengenai investasi bukan berarti sudah melakukannya. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 11. Dari 55% data yang didapat, Milenial yang paham tentang investasi dan sudah melakukannya. Hal ini berarti bahwa adanya faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menentukan keputusan berinvestasi. Menurut (Rahadi & Stevanus, 2020) dalam penelitiannya mengenai posisi investasi (*positioning investment*) adalah suatu cara untuk mengelompokkan atau mengklasifikasikan suatu hal agar lebih mudah dipahami dalam mengambil keputusan saat berinvestasi. Dalam hal ini, posisi investasi dikelompokkan berdasarkan dua kriteria yaitu risiko dan penghasilan.

Tabel 1. Posisi Investasi

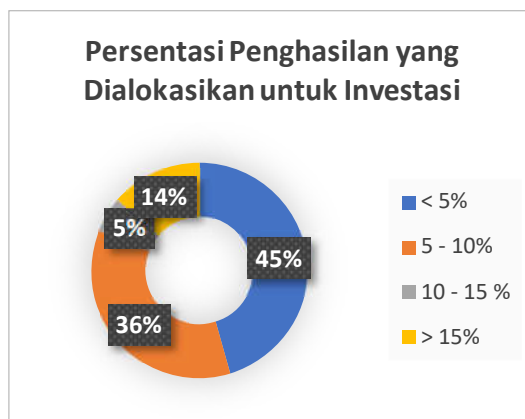
<i>High Return</i>	<i>High Risk</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saham</li> <li>- <i>Cryptocurrency/Blockchain</i></li> <li>- Reksadana Saham</li> </ul>	<i>Low Return</i>
	<i>Low Risk</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Properti</li> <li>- Emas</li> </ul>	

Dalam prinsip investasi secara umum, semakin tinggi risiko suatu investasi maka semakin tinggi pula penghasilannya. Menurut (Pratiwi, Wahyudi, & Siswantini, 2020) keputusan berinvestasi sangat dipengaruhi oleh literasi keuangan dan pengetahuan investasi yang dimiliki oleh seseorang dan keputusan berinvestasi tidak bergantung pada faktor demografi akan tetapi kemampuan seseorang yang dapat melihat dan memaksimalkan peluang yang ada dengan baik maka keuntungan yang akan didapatkan akan menjadi lebih maksimal. Adapun sumber sudah atau belum melakukan investasi responden Milenial dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 11. Apakah Milenial Sudah Melakukan Investasi

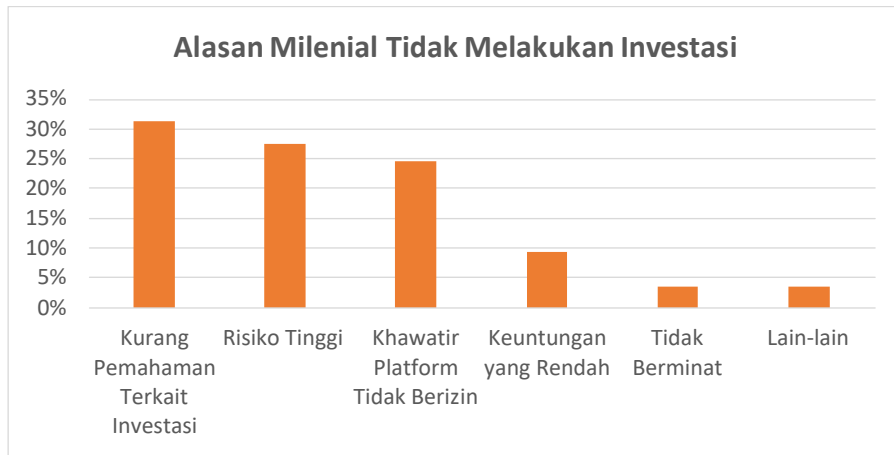
- 8) Persentase Penghasilan untuk Investasi, Mengutip dari laman bareksa.com, secara umum mengatur alokasi penghasilan yang baik adalah sebagai berikut: 50% untuk pengeluaran rutin bulanan, 30% untuk pembayaran hutang, 10% untuk investasi dan tabungan dan 10% untuk biaya proteksi. Adapun persentase penghasilan untuk investasi responden Milenial dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 12. Persentasi Penghasilan yang Dialokasikan untuk Investasi

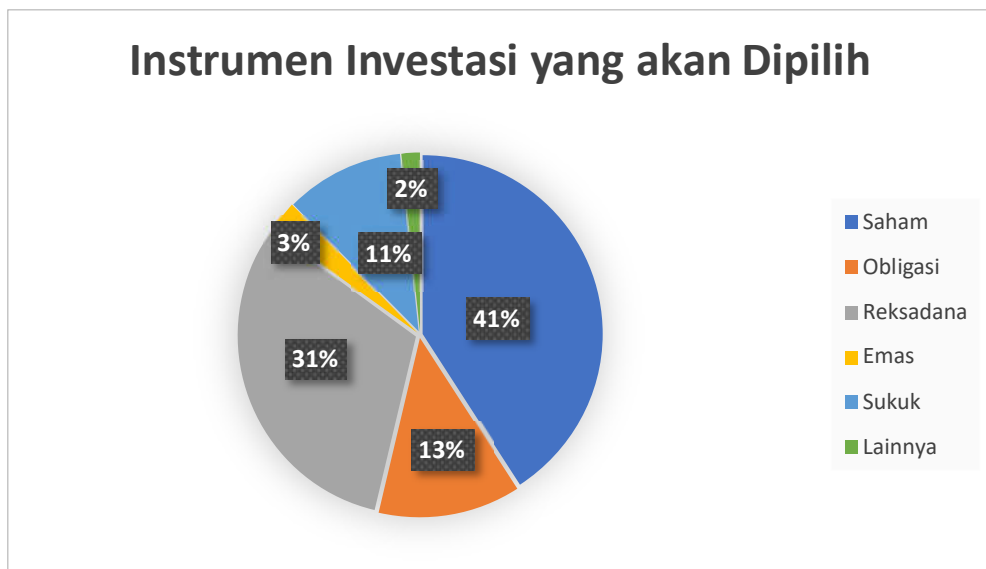


- 9) Alasan Tidak Melakukan Investasi, Responden yang tidak melakukan investasi pun memiliki alasan tersendiri. Jika dilihat dari Gambar 13. Alasan dengan persentase tertinggi yaitu kurang pemahaman terkait investasi diikuti dengan alasan karena risiko tinggi lalu khawatir *platform* investasi tidak berizin atau diawasi. Adapun persentase alasan tidak melakukan investasi responden Milenial dapat dilihat pada gambar berikut:



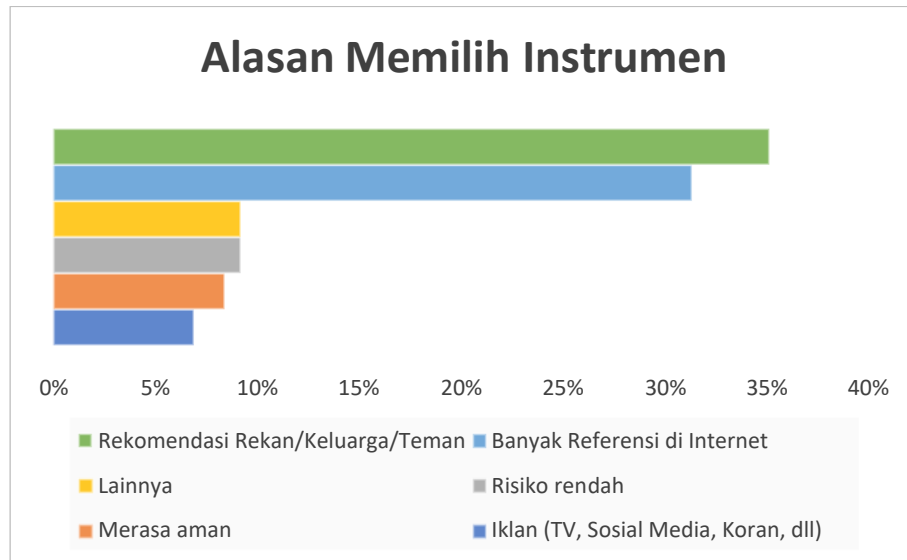
Gambar 13. Alasan Milenial Tidak Melakukan Investasi

- 10) Pilihan Instrumen Investasi, Menunjuk pada poin 9 jika responden kedepannya diberi pilihan untuk melakukan investasi, instrumen investasi apa yang akan dipilih? Jika melihat pada Gambar 14. instrumen investasi yang paling banyak akan dipilih yaitu saham, reksadana dan obligasi. Adapun persentase pilihan instrumen investasi responden Milenial dapat dilihat pada gambar berikut:



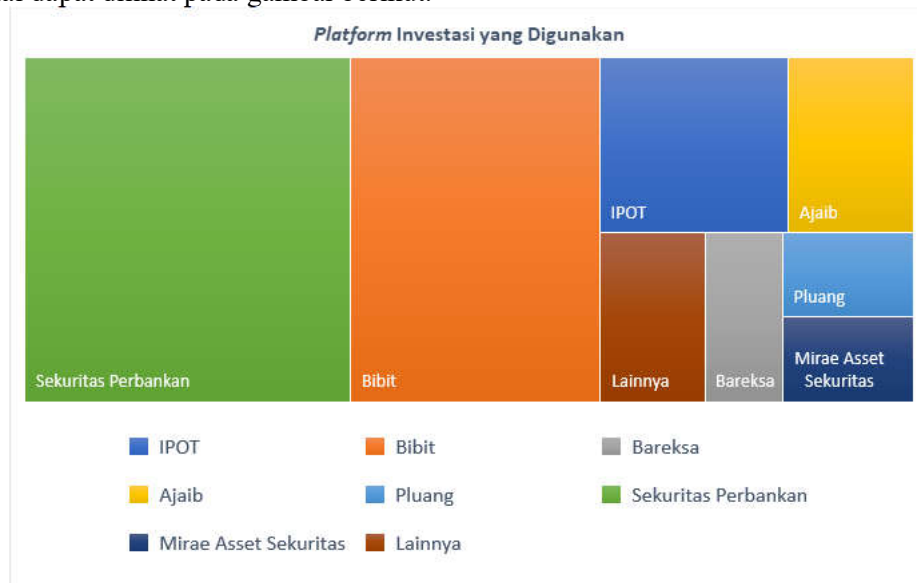
Gambar 14. Instrumen Investasi yang akan Dipilih

- 11) Alasan Memilih Instrumen Tersebut, Berdasarkan poin 10. alasan responden memilih investasi tersebut. Alasan terbanyak yaitu responden memilih karena rekomendasi rekan/keluarga/teman lalu diikuti dengan banyaknya referensi mengenai investasi di internet. Adapun alasan memilih instrumen investasi tersebut responden Milenial dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 15. Alasan Memilih Instrumen

12) *Platform* Investasi yang Digunakan, Investasi dapat dilakukan menggunakan berbagai *platform* yang tersedia. Berbeda jenis instrumen maka berbeda pula *platform* yang digunakan. Pada Gambar 16. dapat dilihat bahwa paling banyak *platform* yang digunakan responden yaitu Sekuritas Perbankan, Bibit, IPOT dan lain-lain. Adapun *platform* investasi yang digunakan responden Milenial dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 16. Platform Investasi yang Digunakan

Penelitian ini merupakan hasil pemikiran awal dari penulis tentang pemahaman investasi pada Generasi Milenial di Indonesia. Adapun penelitian yang serupa yaitu Minat Investasi Mahasiswa Milenial untuk berinvestasi di Pasar Modal. Dalam penelitian tersebut, faktor dari pengetahuan dasar yang dimiliki mahasiswa milenial berpengaruh pada investasi saham (Divhana, Wardany, & Listya, 2021, p. 3). Dengan adanya pengetahuan investasi bisa membuat mahasiswa milenial dalam memilih keputusan dalam berinvestasi. Selain pengetahuan, yang mempengaruhi minat mahasiswa milenial adalah motivasi. Motivasi sangat dibutuhkan karena bisa menjadi sasaran dalam memilih keputusan berinvestasi. Kemudian ada faktor lain yang mempengaruhi berinvestasi di pasar modal yaitu resiko. Investasi saham adalah investasi yang mempunyai resiko yang terbilang tinggi. Resiko berdasarkan analisis investor dan bukan hanya sekedar anggapan pribadi. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu studi literature, data yang ada bersumber dari jurnal, *website* dan sumber-sumber lainnya yang dapat mendukung dalam penelitian

Dalam penelitian yang penulis lakukan, dapat diketahui bersama faktor yang mempengaruhi Generasi Milenial dalam mengenal investasi adalah internet, rekan/keluarga/teman, sosial media dan lain-lain. Total 55% dari 149 responden yang peneliti lakukan sudah melakukan investasi. Instrumen yang digunakan pun tidak hanya saham, melainkan ada pula obligasi, reksadana, sukuk dan lainnya. Sisanya belum melakukan investasi dikarenakan kurang pemahaman tentang investasi, risiko tinggi, khawatir *platform* tidak berizin, keuntungan yang rendah, tidak berminat dan lain-lain. *Platform* yang digunakan pun beragam mulai dari sekuritas perbankan, Bibit, IPOT, Ajaib dan lainnya.

Alokasi penghasilan yang digunakan untuk investasi dengan responden terbanyak yaitu <5% dari penghasilan. Artinya bahwa Generasi Milenial yang dijadikan sampel ini, sudah mulai tertarik pada investasi namun terdapat faktor lain sehingga membuat alokasi tersebut rendah. Jika Generasi Milenial sudah cukup pemahaman serta tertarik dengan investasi, mereka bisa mengalokasikan lebih banyak untuk investasi. Melalui investasi, perusahaan dapat meningkatkan peralatan usaha, menambah karyawan, dan melakukan ekspansi pada usahanya. Hal tersebut berdampak positif pada lapangan kerja yang akan terbuka semakin banyak. Perusahaan bisa tumbuh dengan baik sehingga mampu memberikan pajak yang lebih besar kepada pemerintah. Saat itu, target pertumbuhan ekonomi negara bisa tercapai. Pemerintah bisa membangun infrastruktur, meningkatkan kualitas pendidikan, memperluas fasilitas kesehatan dan sebagainya.

## Kesimpulan

Melalui tahapan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap Generasi Milenial tentang investasi didapati bahwa dari 149 orang sebagai sampel yang berusia 20-42 tahun 87% dari 149 sampel yaitu 130 responden sudah mengenal investasi. Beberapa sumber yang dijadikan informasi seperti internet, rekan/keluarga/teman, sosial media dan lain-lain. Berdasarkan data yang peneliti kumpulkan, baru 55% dari total 149 orang yaitu 82 orang Generasi Milenial yang sudah melakukan investasi. Instrumen investasi yang digunakan pun beragam mulai dari saham, obligasi, reksadana dan lain-lain. Responden yang belum melakukan investasi karena beberapa alasan seperti kurang pemahaman terkait investasi, risiko yang tinggi, khawatir *platform* yang mereka gunakan tidak berizin atau diawasi oleh OJK dan lain-lain. Adapun persentase penghasilan yang digunakan investasi dibawah 5% sebanyak 45% dari 149 total responden yaitu 67 orang. Jika responden yang belum melakukan investasi dan akan memulai maka instrumen yang paling banyak dipilih yaitu saham, reksadana dan obligasi. Alasan memilih instrumen tersebut mulai dari rekomendasi rekan/keluarga/teman, banyak referensi di internet dan yang paling sedikit yaitu melalui iklan (TV, Sosial Media, Koran dan lain-lain).

Dalam penelitian ini masih terbatas mengingat jumlah populasi yang diteliti tidak mewakili seluruh provinsi yang ada di Indonesia. Indonesia Bagian Timur seperti Sulawesi, Maluku dan Papua belum termasuk bagian dari populasi penelitian ini. Jumlah sampel yang diambil pun dari setiap provinsi yang sudah ada belum merata. Hanya beberapa provinsi saja yang memiliki banyak responden seperti DKI Jakarta, Jawa Barat dan Kalimantan Selatan. Sedangkan provinsi lain, jumlah responden cenderung kecil.

Saran dari peneliti jika melihat data-data yang dikumpulkan yaitu masih cukup besar Generasi Milenial yang belum paham mengenai investasi dan belum memulai investasi. Dari data menunjukkan bahwa dari berbagai media kurangnya edukasi mengenai pemahaman investasi baik risiko maupun keuntungan. Harapan peneliti agar lembaga terkait dan pemerintah untuk lebih banyak lagi mengedukasi melalui berbagai media. Semakin banyak Generasi Milenial yang melakukan investasi maka pertumbuhan ekonomi Indonesia bisa makin baik juga.

## Daftar Pustaka

- Babbie, E. R. (1973). *Survey Research Methods*. Belmont: Wadsworth Pub. Co.  
 Divhana, P., Wardany, S., & Listya, K. (2021). Minat Investasi Mahasiswa Milenial untuk Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi*.

- James, H. (2022, January 9). *Pengertian Indikator Menurut Para Ahli dan Secara Umum*. Retrieved from Zona Referensi Ilmu Pengetahuan Umum: <https://www.zonareferensi.com/pengertian-indikator/>
- Kerlinger, F. N. (1973). *Foundations of Behavioral Research*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Kerlinger, F. N. (1979). *Behavioral Research A Conceptual Approach*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pratiwi, N. G., Wahyudi, & Siswantini, T. (2020). Analisis Keputusan Investasi Pasar Modal pada Generasi Millennial.
- Rahadi, D. R., & Stevanus, Y. (2020). Persepsi dan Pengambilan Keputusan Milenial Terhadap Instrumen Investasi Masa Depan : Studi Literatur. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*.
- Singarimbun, M. (2002). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1989). Metode Penelitian Survei. *Metode Penelitian Survei*, 3.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tanusdjaja, H. (2018). Keputusan Investasi Investor Individu Berdasarkan Kompetensi, Overconfidence, dan Pendidikan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.