

Apakah Modal Minimum dan Media Sosial Berperan dalam Keputusan Investasi Generasi Z Kota Tangerang

Khorida AR¹, Eni Suharti², Sulhendri Sulhendri³

¹Faculty of Economic and Business, Muhammadiyah University of Tangerang, Indonesia, coridaambarrina@gmail.com

²Faculty of Economic and Business, Muhammadiyah University of Tangerang, Indonesia, suharti_eni@yahoo.co.id

³Faculty of Economic and Business, Muhammadiyah University of Jakarta, Indonesia, sulhendri@umj.ac.id

Corresponding Author: coridaambarrina@gmail.com¹

Abstract: *The trend of investment in the capital market by generation Z is starting to be crowded, Although Generation Z is typically characterized as individuals ranging from 13 to 28 years old, where with that age economic ability is not yet established. However, with the minimum paid-up capital and the massive social media in providing information, it is suspected to be the cause of the increase in investment interest in generation Z. This study aims to find out whether the minimum capital and social media are able to influence the decision to invest in generation Z in the city of Tangerang. data is processed using Smart PLS 3. The result of this study is that partially the minimum capital and social media have a positive and significant effect on the decision to invest in generation Z in the city of Tangerang. With the existence of a minimum capital helps generation Z to be able to participate in investing in the capital market in accordance with their financial abilities supported by the role of social media in educating generation Z about capital market investment, the desire to invest increases among generation Z, where it is known that generation Z is an active social media user.*

Keywords: *Minimum Capital, Social Media, Investment Decisions*

Abstrak: Trend investasi di pasar modal oleh generasi Z mulai ramai, padahal diketahui bahwa generasi Z adalah generasi yang pada tahun ini paling tua berumur 28 tahun dan paling muda berumur 13 tahun, dimana dengan umur tersebut kemampuan ekonomi belum mapan. Namun dengan adanya modal minimal yang disetor dan massif nya media sosial menjadi dalam memberikan informasi di duga menjadi penyebab meningkatnya minat investasi pada generasi Z. Sasaran dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah modal minimum dan media sosial mampu mempengaruhi Keputusan berinvestasi generasi Z di kota Tangerang. Penelitian menggunakan data primer berupa questionare dengan sample sebanyak 97 responden yang didapatkan dari hasil pengambilan sample menggunakan rumus lameshow dan data diolah menggunakan Smart PLS 3. Hasil riset menyatakan bahwa modal minimum memiliki efek positif terhadap keputusan berinvestasi dan Media sosial memiliki dampak yang signifikan positif terhadap Keputusan berinvestasi generasi Z di kota Tangerang. Dengan adanya modal

yang minimum membantu generasi Z untuk dapat ikut serta didalam menempatkan dananya sesuai dengan kemampuan financial yang dimiliki didukung dengan peran media sosial dalam mengedukasi generasi Z tentang investasi pasar modal menyebabkan keinginan berinvestasi meningkat di kalangan generasi Z, dimana diketahui bahwa generasi Z adalah pengguna media sosial yang aktif.

Kata Kunci: Modal Minimum, Media Sosial, Keputusan Investasi

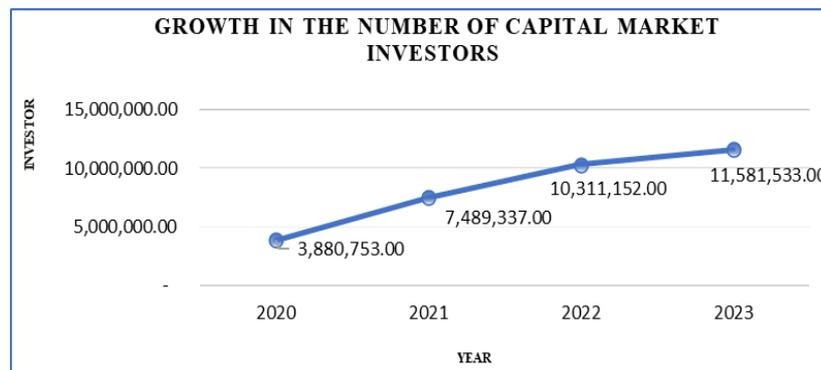
PENDAHULUAN

Kegiatan investasi kini sudah menjadi hal yang lumrah di masyarakat. Faktanya, individu berinvestasi untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi, saat ini banyak sekali jenis-jenis investasi, termasuk investasi pasar modal yang sangat *trend* dan merupakan bentuk investasi yang sangat digemari saat ini (Fadilah et al., 2022), tren berinvestasi di pasar modal sejak tahun 2020 hingga 2023 selalu meningkat tiap tahunnya. seperti tertulis pada tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah Pertumbuhan Investor Pasar Modal

No.	Tahun	Jumlah Investor
1	2020	3.880.753,00
2	2021	7.489.337,00
3	2022	10.311.152,00
4	2023	11.581.533,00

Sumber: (KSEI, August, 2023)



Sumber: Hasil Olah Data

Figure 1. Jumlah Pertumbuhan Investor Pasar Modal

Di mana terjadi peningkatan sebesar 92,98 % di tahun 2021 dibandingkan tahun 2020, dan meningkat 37,67 % dibandingkan tahun 2021, dan pada tahun 2023 meningkat 12,32 % dari tahun 2022. Pertumbuhan investor di Indonesia mencerminkan peningkatan aktivitas investasi yang signifikan. Peningkatan ini berkorelasi langsung dengan peningkatan jumlah keputusan investasi yang diambil. Dengan demikian, semakin banyak investor yang berpartisipasi, maka semakin besar pula volume keputusan investasi yang dihasilkan (Yusmini et al., 2023). Namun, jumlah investor dari generasi Z masih sedikit diandingkan dengan total populasi Indonesia yang mencapai 270 juta jiwa, hal ini di kemukakan oleh Jeffrey Hendrik salah satu Direktur pengembangan BEI dalam acara Talkshow Literasi Keuangan Indonesia Terdepan - LIKE IT yang diselenggarakan di Pontianak pada tanggal 29 Agustus 2023. Data yang dikeluarkan oleh PT.KSEI sampai dengan Agustus 2023, demografi usia investor dipasar modal, jumlah investor berusia kurang dari 30 tahun sebesar 57,04%, umur 31-40 tahun sebesar 23,27%, umur 41-50 tahun sebesar 11,36%, umur 51-60 tahun sebesar 5,44% dan usia lebih dari 60 tahun sebesar 2,88%. Prosentase usia kurang dari 30 tahun menempati peringkat paling tinggi, Namun, Peningkatan jumlah investor muda dapat dikaitkan dengan kondisi 'Fear of

Missing Out' (FOMO), yang merupakan rasa takut untuk melewatkan peluang tertentu. PT Bursa Efek Indonesia (BEI) mengajak para investor untuk bijak dalam berinvestasi. Pasalnya, *tren fear of missing out* (FOMO) khususnya di kalangan investor pemula atau anak muda, masih sering ditemui.

Tabel 2. Observasi Awal

No	Questionare	YES	NO
1	Pernahkah anda berinvestasi di pasar modal ?	5 16.7%	25 83.3%
2	Apakah berinvestasi di pasar modal merupakan pilihan yang tepat saat ini?	9 30.0%	21 70.0%
3	Apakah anda sudah pernah melihat / mengikuti tutorial tentang pasar modal di media sosial ?	11 36.7%	19 63.3%
4	Apakah media sosial memberikan informasi yang akurat seputar investasi?	15 50.0%	15 50.0%
5	Jika modal minimal yang ditetapkan cukup tinggi, apakah anda akan berinvestasi di pasar modal ?	7 23.3%	23 76.7%
6	Selain di pasar modal, apakah anda tertarik dengan investasi lain seperti (emas, deposito, valas, dll) ?	27 90.0%	3 10.0%
7	Jika rata rata perusahaan sekuritas menetapkan modal sebesar Rp. 100.000, minimum apakah anda akan tertarik untuk melakukan investasi ?	13 43.3%	17 56.7%
8	Misalnya, harga rata rata saham saat ini adalah Rp2.000,-/Lbr, dengan minimal pembelian 1 Lot (100 lembar), maka 1 Lot saham sejumlah Rp2.000.000,- apakah anda akan berinvestasi dipasar modal?	11 36.7%	19 63.3%

Sumber: Hasil olah data penulis

Dari hasil observasi tersebut, ternyata mayoritas generasi Z di Kota Tangerang belum terlibat atau belum berpengetahuan tentang investasi di Bursa Efek. Sekitar 83,3% dari mereka belum pernah berinvestasi di pasar modal, dan sekitar 70% menganggap bahwa investasi di pasar modal bukan pilihan yang tepat bagi mereka. Selain itu, mayoritas generasi Z juga belum pernah mendapatkan pendidikan formal maupun informal tentang investasi pasar modal, baik melalui seminar offline (83,3%), edukasi online (73,3%), maupun tutorial dari media sosial (63,3%). Ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam pengetahuan dan keterlibatan generasi Z dalam investasi pasar modal, yang mungkin disebabkan oleh kurangnya akses informasi dan edukasi yang memadai.

Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam menyediakan informasi tentang investasi, namun hanya 50% responden yang percaya bahwa informasi yang diberikan akurat. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial yang dijadikan sumber informasi, masih terdapat keraguan tentang keakuratan informasi yang disediakan. Dengan adanya media sosial didukung oleh tanggapan masyarakat yang menganggap bahwa media sosial merupakan sumber informasi yang terpercaya dalam mencari informasi mengenai suatu produk keuangan. (Gunanti & Mahyuni, 2022). Dampak dari perkembangan dan kemajuan teknologi membuat investasi kini dapat dilakukan oleh semua kalangan dan bertambahnya jumlah investor di pasar keuangan tidak lepas dari adanya media sosial ini, karena banyak *influencer* yang menarik niat berinvestasi melalui konten yang dibuatnya (Yusmini et al., 2023).

Selain itu, karna generasi Z yang aktif menggunakan media sosial maka, pada tahun 2019 BEI telah berkolaborasi dengan *influencer* terpilih untuk mengedukasi masyarakat melalui konten media sosial karena menyadari pengaruh besar konten media sosial (BEI, 2020). Program tersebut dinamakan Investor *Incubator*. Menurut (Wicaksono & Wafiroh, 2022) studi ini berhasil menemukan fakta bahwa media sosial memiliki dampak yang signifikan dengan arah yang positif terhadap keputusan investasi. Investor yang telah memahami konsep saham melalui media sosial lebih memiliki kemampuan untuk membuat pilihan yang lebih baik dan lebih terinformasi dalam berinvestasi. Tetapi berbeda dengan yang dikemukakan oleh (Permata, 2021) dimana media sosial tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keinginan generasi milenial di Jawa Barat untuk berinvestasi. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial bukan merupakan satu satunya sumber informasi dalam penentuan investasi.

Hasil pra observasi yang dilakukan di kota Tangerang mayoritas generasi Z, sekitar 76,7% tidak memiliki ketertarikan menamamkan dananya di pasar modal jika modal minimal yang ditetapkan tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya ambang batas modal yang tinggi dapat menjadi hambatan bagi generasi Z untuk memulai investasi di pasar modal. Sekitar 90% dari generasi Z menunjukkan minat untuk berinvestasi di bidang lain. Ini menunjukkan bahwa mereka masih memiliki minat untuk berinvestasi, namun mungkin lebih memilih alternatif investasi yang dianggap lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Modal minimal Rp. 100.000,-, masih dianggap terlalu besar oleh sebagian generasi Z di Kota Tangerang, hal ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan untuk memperhatikan ketersediaan modal yang lebih rendah agar lebih banyak orang dapat berpartisipasi dalam investasi. Dan persentase 63,3% menganggap bahwa 1 Lot saham sejumlah Rp. 2.000.000,- masih terlalu mahal. Hal ini menunjukkan perlunya penyediaan opsi investasi dengan nilai nominal yang lebih rendah agar lebih banyak individu dapat terlibat dalam pasar modal. Menurut (Latifah, 2019) Modal minimum investasi merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi keputusan investasi secara signifikan. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat korelasi negatif antara modal minimum investasi dan keputusan investasi, sehingga semakin tinggi modal minimum yang diperlukan, maka keputusan investasi cenderung menurun. Jika dikaitkan dengan *theory of planned behaviour*, variabel modal investasi minimum dipengaruhi oleh faktor persepsi kontrol perilaku. Dengan berkurangnya modal investasi, hal ini akan menjadi faktor pendukung generasi muda untuk menginvestasikan dana pada instrumen tersebut.

METHOD

Metode kuantitatif digunakan dalam riset ini dengan pendekatan kausalitas yaitu bagaimana hubungan sebab-akibat antara variabel independen (modal minimum dan media sosial) dan variabel dependen (keputusan berinvestasi) pada generasi Z di Kota Tangerang pada tahun 2024 di analisis, dengan menggunakan analisis statistik untuk mengukur dan menguji hipotesis. Pengkriteriaan sample menggunakan tehnik purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut: Berdomisili di Kota Tangerang, termasuk dalam kategori generasi Z, dalam penelitian ini rentang usia 18 – 26 tahun dan pengguna media sosial. Penentuan jumlah responden atau sample menggunakan rumus lameshow dikarenakan jumlah populasi tidak dapat diketahui dengan pasti dengan maksimal Estimasi 50 persen dan Tingkat kesalahan 10 persen, dari hasil perhitungan lameshow didapat sample sebanyak 97 responden.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2} \dots\dots\dots(1)$$

Berikut adalah hasil perhitungan besarnya sample:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$
$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$
$$n = 96,04 = 97$$

Variabel measuremen, penyebaran angket di gunakan untuk memperoleh data,yang dirancang berdasarkan indikator-indikator yang relevan untuk setiap variabel. Indikator untuk variabel keputusan investasi meliputi: tingkat pengembalian, risiko, dan waktu. Sementara itu, indikator untuk variabel modal minimum terdiri dari: penentuan dana awal yang diperlukan dalam investasi, modal minimal investasi yang terjangkau, ketentuan minimum untuk pembelian saham, dan kebebasan menentukan modal. Adapun indikator untuk variabel media sosial meliputi: jangka waktu penggunaan media sosial, pemakaian media sosial, dan efektivitas penggunaan media sosial. Variabel-variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert dan dianalisis dengan perangkat lunak SmartPLS 3 untuk memperoleh hasil yang akurat.

RESULTS AND DISCUSSION

Theory of Planned Behavior

Dalam teori ini menegaskan bahwa pertimbangan investasi individu dipengaruhi oleh motivasi internal untuk mengambil tindakan dan berusaha. Ketika seseorang memiliki minat yang kuat untuk berinvestasi, mereka cenderung akan melakukan pencarian informasi dan pengetahuan yang lebih mendalam tentang investasi (Nada & Syaiful, 2022). Dalam konteks keputusan investasi, teori ini menunjukkan bahwa faktor-faktor psikologis ini saling berinteraksi dan mempengaruhi keputusan individu untuk melakukan investasi. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang sikap, norma dan kendali diri individu dapat membantu para investor dan penasihat keuangan dalam merancang strategi investasi yang efektif.

Theory Behavioral Finance

Menurut (Yuningsih, 2020:24), teori perilaku keuangan adalah salah satu ilmu keuangan yang mengajarkan mengenai faktor-faktor psikologis, sosial, dan emosional mempengaruhi proses pengambilan keputusan investasi oleh individu dan lembaga, sehingga memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang perilaku investor. *Behavioral finance* menyatakan bahwa psikologi individu menjadi landasan bagi tindakan keuangan, dengan mempertimbangkan pengaruh sikap rasional dan irasional dalam proses pengambilan keputusan (Mahadevi & Asandimitra, 2021). *Behavioral Finance* memiliki beberapa teori yang relevan, termasuk *Teori Prospek*, *Teori Penyesalan*, *Teori Pengaruh Keputusan*, *Teori Akuntansi Mental*, serta *Teori Perilaku Terencana*, yang kesemuanya membantu menjelaskan perilaku keuangan individu.

Pasar Modal

Pasar modal merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dalam hal perdagangan efek (surat berharga) yang melibatkan perusahaan publik dan lembaga khusus yang terkait dengan efek. Pasar modal berfungsi sebagai platform pertemuan antara investor dan emiten, di mana sekuritas ditawarkan dan diperdagangkan. Pasar modal merupakan bagian dari pasar keuangan yang terdiri dari pasar perdana (primary market), pasar sekunder (secondary market), dan pasar ketiga (third market), yang masing-masing memiliki karakteristik transaksi yang berbeda. Instrumen keuangan yang umum di transaksikan di bursa efek antara lain: saham, obligasi, reksa dana, dan derivatif (Purnamasari, 2025).

Keputusan Investasi

Keputusan investasi merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pemilik dana untuk mengalokasikan dananya pada instrumen keuangan tertentu, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti risiko, return, dan tujuan investasi, guna mencapai hasil yang optimal (Fitri & Leny, 2022). Investor dalam memutuskan untuk berinvestasi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: keamanan investasi, risk investment, tingkat return investasi, nilai waktu uang dan investment liquidity. Adapun indikator keputusan investasi adalah tingkat pengembalian, resiko dan waktu.

Modal Minimum

Modal minimum merupakan dana yang awalnya disetorkan untuk membuka rekening untuk berpartisipasi di pasar modal. Modal minimum adalah suatu hal yang menjadi pertimbangan atau kebijakan bagi calon penanam modal dalam berinvestasinya di bursa efek, hal ini berkaitan dengan berapa besar kemampuan investor didalam menanamkan modal untuk mulai berinvestasi (Mardiyana, 2019). Modal minimum biasanya dijadikan acuan bagi investor pemula dalam berinvestasi.

Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten informasi, memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi antara individu dan masyarakat luas. Dalam konteks teknologi modern, media sosial mencakup berbagai platform inovatif seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual, yang memungkinkan pengguna untuk terlibat, berbagi, dan menghasilkan konten dengan cepat dan mudah. Contoh platform media sosial yang populer antara lain WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Telegram, dan TikTok. Menurut (Isticharoh & Kardoyo, 2020) indikator dalam mengukur efektifitas media sosial ada 3 yaitu: Jangka waktu penggunaan media sosial, pemakaian media sosial dan Efektivitas penggunaan media sosial.

Conceptual Framework

Dari teori dan latar belakang diatas maka kerangka konseptual yang dapat di sajikan seperti dalam gambar dibawah ini:

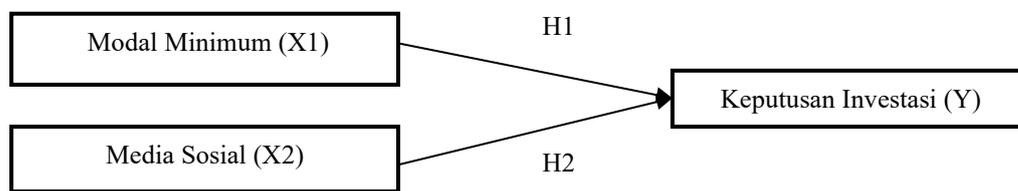


Figure 2. Conceptual Framework

Kerangka konseptual diatas menjelaskan hipotesis penelitian seperti berikut:

1) Pengaruh Modal Minimum terhadap Keputusan Investasi

Salah satu pertimbangan investor untuk memulai investasinya adalah melihat seberapa besar modal yang harus mereka setorkan, Semakin rendahnya modal yang dibutuhkan untuk investasi dapat meningkatkan minat investor untuk berinvestasi, karena penurunan modal minimal yang diperlukan dapat mengurangi hambatan bagi individu untuk memasuki pasar modal dan membuat keputusan investasi. Fitriyani & Simanjuntak, (2022) mengatakan bahwa modal minimal investasi memiliki efek terhadap pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Tidak berbeda studi yang dilakukan oleh (Larasati & Deny Yudiantoro, 2022) menyatakan bahwa modal minimal dapat mempengaruhi minat investasi secara signifikan.

2) Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi

Media sosial merupakan sarana komunikasi yang berperan dalam interaksi sosial, yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan dari para penggunanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa edukasi dan pengetahuan tentang saham yang diperoleh melalui media sosial dapat meningkatkan kemampuan investor dalam membuat keputusan investasi yang lebih baik dan lebih informatif. Penelitian yang dilakukan (Wicaksono & Wafiroh, 2022) mengatakan bahwa media sosial secara signifikan mampu mempengaruhi keputusan investasi secara positif. Hal yang sama juga di kemukakan oleh (Yusmini et al., 2023) bahwa keputusan investasi dipengaruhi secara positif oleh media sosial.

HASIL

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Modal Minimum

Pernyataan	MM.1	MM.2	MM.3	MM.4	MM.5	MM.6	MM.7	MM.8	MM.9	MM.10	MM.11	MM.12
MEAN	4.12	4.17	4.05	4.02	4.20	4.24	4.06	3.91	4.12	4.10	4.13	4.07
MED	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
MIN	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2
MAX	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

STD.DEV	0.816	0.893	0.829	0.919	0.755	0.770	0.784	0.886	0.803	0.780	0.808	0.815
---------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Olah data Smart PLS

Dari tabel diatas didapatkan nilai rata rata terendah adalah pada pernyataan MM.8 yaitu sebesar 3.91 yang menyatakan bahwa responden “menganggap pentingnya memiliki kewenangan untuk menentukan besarnya modal investasi sesuai dengan tujuan dan kebutuhan keuangan” sedangkan untuk nilai rata rata tertinggi pada pernyataan MM.6 yaitu sebesar 4.24 yang menyatakan bahwa “saya yakin bahwa dengan modal minimal yang terjangkau, saya dapat memulai perjalanan investasi saya tanpa merasa terbebani secara finansial”.

Tabel 4. Hasil Uji statistik Deskriptif Variabel Media Sosial

Pernyataan	MS.1	MS.2	MS.3	MS.4	MS.5	MS.6	MS.7	MS.8	MS.9
MEAN	4.46	3.78	3.67	3.61	3.94	3.76	4.07	3.89	4.03
MEDIAN	5	4	4	4	4	4	4	4	4
MIN	2	2	1	1	2	1	2	1	2
MAX	5	5	5	5	5	5	5	5	5
STD.DEV	0.747	0.976	1.023	1.011	0.871	0.892	0.777	0.929	0.818

Sumber: Olah data Smart PLS

Dari hasil statistic deskriptif untuk variabel media sosial didapatkan nilai rata rata terendah ada pada pernyataan MS.4 yaitu sebesar 3.61 yang menyatakan bahwa “ Saya aktif berinteraksi dengan pengguna lain di media sosial untuk bertukar pendapat tentang investasi di pasar modal” dan nilai rata rata tertinggi ada pada pernyataan MS.1 yaitu sebesar 4.46 dengan pernyataan “ Saya menggunakan media sosial setiap hari”.

Tabel 5. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Investasi

Pernyataan	KI.1	KI.2	KI.3	KI.4	KI.5	KI.6	KI.7	KI.8	KI.9
MEAN	3.95	4.13	4.28	4.23	4.24	4.36	4.20	4.04	4.25
MEDIAN	4	4	4	4	4	4	4	4	4
MIN	1	2	2	1	2	1	2	1	1
MAX	5	5	5	5	5	5	5	5	5
STD.DEV	0.866	0.795	0.714	0.806	0.797	0.762	0.820	0.798	0.760

Sumber: Olah data Smart PLS

Pada tabel hasil uji statistic deskriptif Keputusan investasi, pernyataan KI.1 memiliki nilai rata rata terendah yaitu sebesar 3.95 dengan bunyi pernyataan “ Saya cenderung memilih investasi yang menawarkan tingkat pengembalian yang tinggi”.dan nilai rata rata tertinggi ada pada pernyataan KI.6 dengan nilai 4.36 dengan pernyataan” Risiko adalah faktor utama yang saya pertimbangkan saat membuat keputusan investasi”.

Uji Validity dan reliability didapatkan bahwa semua variabel dinyatakan valid terlihat pada tabel 5. dimana seluruh butir pernyataan memiliki nilai diatas 0.7, dan dinyatakan reliabel dimana seluruh butir pernyataan memiliki nilai diatas 0.5.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Loading Faktor	Cut Value Loading Factor	AVE	Cut Value AVE	Validitas Convergen
Modal Minimal (X1)	MM.11	0.734	0.7	0.579	0.5	Valid
	MM.3	0.766	0.7		0.5	Valid
	MM.4	0.789	0.7		0.5	Valid
	MM.6	0.781	0.7		0.5	Valid
	MM.7	0.732	0.7		0.5	Valid
Media Sosial (X2)	MS.2	0.726	0.7	0.632	0.5	Valid
	MS.3	0.782	0.7		0.5	Valid
	MS.4	0.720	0.7		0.5	Valid
	MS.5	0.834	0.7		0.5	Valid

Keputusan Investasi (Y)	MS.6	0.838	0.7	0.627	0.5	Valid
	MS.7	0.736	0.7		0.5	Valid
	MS.8	0.866	0.7		0.5	Valid
	MS.9	0.841	0.7		0.5	Valid
	KI.3	0.774	0.7		0.5	Valid
	KI.4	0.724	0.7		0.5	Valid
	KI.5	0.805	0.7		0.5	Valid
	KI.6	0.825	0.7		0.5	Valid
	KI.7	0.795	0.7		0.5	Valid
KI.8	0.817	0.7	0.5	Valid		
KI.9	0.797	0.7	0.5	Valid		

Sumber: Olah data Smart PLS

Uji signifikansi bootstrapping didapatkan nilai t statistik untuk variabel modal minimal sebesar 4,153 > t tabel sebesar 1,96 dan memiliki p value kurang dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa variabel modal minimum memiliki pengaruh terhadap keputusan berinvestasi dengan arah positif, dari hasil uji juga dapat dilihat bahwa besarnya pengaruh modal minimum adalah sebesar 0,484 . Untuk variabel Media Sosial memiliki pengaruh sebesar 0.405 dengan arah positif dan memiliki nilai t statistik sebesar 3.779 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,96 dengan P value 0.000 kurang dari 0.05 berarti bahwa variabel media sosial mampu mempengaruhi keputusan investasi secara positif dan signifikan.

Tabel 7. Hasil uji signifikansi Bootstrapping

Konstruk	Original Sampel	Sampel Mean (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistic (O/STDEV)	P Values
Modal Minimal Terhadap Keputusan Investasi	0.484	0.500	0.116	4.153	0.000
Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi	0.405	0.395	0.107	3.779	0.000

Sumber: Olah Data Smart PLS

Hasil uji godness of fit memiliki nilai R square sebesar 0.655, atau sebesar 65.5 persen, berarti bahwa modal minimal dan media masa memiliki pengaruh sebesar 65.5 persen dan sebesar 34.5 persen di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Keputusan Investasi (Y)	R- Square	R-square adjusted
	0.655	0.648

Sumber: Olah data Smart PLS

Pembahasan

1) Pengaruh Modal Minimal terhadap Keputusan berinvestasi

Analisis Bootstrapping mengungkapkan bahwa modal minimum memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi generasi Z di Kota Tangerang, yang menunjukkan bahwa semakin terjangkau modal awal, semakin besar kemungkinan generasi Z untuk berinvestasi. Hasil ini didasarkan pada beberapa indikasi yaitu generasi Z cenderung memiliki akses terbatas ke modal besar karena mereka umumnya berada dalam tahap awal karir atau masih mengejar pendidikan, sehingga modal minimal yang rendah membuat investasi menjadi lebih terjangkau dan menarik bagi mereka. Kedua, generasi ini juga dikenal lebih berani mencoba hal-hal baru dan lebih terbuka terhadap teknologi, termasuk platform investasi digital yang sering kali menawarkan investasi dengan modal minimal yang rendah. Selain itu, rendahnya hambatan finansial memungkinkan mereka untuk belajar dan bereksperimen dengan investasi tanpa risiko besar, yang sesuai dengan gaya hidup mereka yang dinamis dan cenderung mencari peluang dengan biaya awal yang rendah. Riset yang dilakukan oleh Sari et

al. (2021) mengemukakan bahwa modal minimum memiliki dampak yang positif terhadap minat berinvestasi generasi Z.

2) Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan berinvestasi

Analisis data mengungkapkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, artinya bahwa semakin sering generasi Z menggunakan media sosial, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan investasi. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang terkait dengan perilaku generasi Z dan fungsi media sosial dalam memfasilitasi informasi investasi yaitu: 1) Generasi Z dikenal sebagai *digital natives* yang sangat terhubung dengan media sosial, sehingga platform ini menjadi sumber utama informasi dan edukasi mereka, termasuk tentang peluang investasi. Media sosial sering digunakan oleh *influencer*, komunitas investasi, dan *platform* edukasi keuangan untuk berbagi tips, pengalaman, dan informasi tentang investasi, yang secara langsung mempengaruhi pandangan dan keputusan generasi Z; 2) Interaksi dan diskusi di media sosial dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam membuat keputusan investasi karena mereka bisa melihat contoh nyata dan mendapatkan dukungan dari komunitas online.3). Media sosial menawarkan akses cepat dan mudah ke berbagai jenis informasi investasi, meningkatkan keterlibatan generasi Z dalam investasi dengan membangun kepercayaan dan motivasi mereka. Hasil penelitian ini sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Rais et al., (2023) yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil uji statistic deskriptif menyatakan bahwa responden setuju pentingnya memiliki kewenangan untuk menentukan besarnya modal investasi sesuai dengan tujuan dan kebutuhan keuangan serta responden yakin bahwa dengan modal minimal yang terjangkau, responden dapat memulai perjalanan investasi tanpa merasa terbebani secara finansial sementara pada variabel media sosial, responden masih belum sepenuhnya menggunakan media sosial sebagai media untuk berbagi pengalaman dan pandangan tentang investasi pasar modal dengan pengguna media sosial lainnya, walaupun responden memiliki kebiasaan menggunakan media sosial yang intensif. Kedua faktor ini membuat investasi lebih mudah diakses, relevan, dan menarik bagi generasi Z, yang memiliki karakteristik dinamis, adaptif terhadap teknologi, dan tertarik mencoba peluang baru dengan risiko awal yang rendah.

REFERENSI

- Fadilah, M. N., Indriwan, N., Khoirunnisa, N., & Mulyantini, S. (2022). REVIEW FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN INVESTASI PADA GENERASI Z & MILLENNIAL. *MANAJEMEN*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v2i1.112>
- Fitri, H., & Leny, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Universitas Sebelas Maret (UNS) Di Pasar Modal Dimoderasi oleh Persepsi Risiko: The Effect of Financial Literacy on Sebelas Maret University (UNS) Students Investment Decisions in The Capital Market Moderating by Risk Perception. *PROSPEK*, 1(1), 194–203.
- Fitriasuri, F., & Simanjuntak, R. M. A. (2022). Pengaruh pengetahuan investasi, manfaat motivasi, dan modal minimal investasi terhadap keputusan investasi di Pasar Modal. *Owner*, 6(4), 3333–3343. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1186>
- Gunanti, A. I. I. P., & Mahyuni, L. P. (2022). Minat investasi generasi milenial di bursa efek Indonesia. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 18(3), 425–437.
- Isticharoh, I., & Kardoyo, K. (2020). Minat investasi diprediksi dari motivasi diri, pengetahuan investasi, dan teknologi media sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 892–906.

- KSEI, Agustus. (2023, August 23). Statistik Pasar Modal Indonesia. https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Agustus_2023_v2.pdf
- Larasati, R. K. & Deny Yudiantoro. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMAJUAN TEKNOLOGI INFORMASI, DAN MODAL MINIMAL TERHADAP MINAT INVESTASI PASAR MODAL: (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2020 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung). *Jurnal Investasi*, 8(2), 55–64. <https://doi.org/10.31943/investasi.v8i2.206>
- Latifah, S. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Modal Minimal Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Galeri Investasi Syari'ah UMP)* [PhD Thesis, IAIN Purwokerto]. https://eprints.uinsaizu.ac.id/5030/1/COVER%20_BAB%20I_BAB%20V_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf
- Mahadevi, S. A., & Asandimitra, N. (2021). *PENGARUH STATUS QUO, HERDING BEHAVIOUR, REPRESENTATIVENESS BIAS, MENTAL ACCOUNTING, SERTA REGRET AVERSION BIAS TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI INVESTOR MILENIAL DI KOTA SURABAYA*. 9.
- Mardiyana, A. D. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Investasi. Modal Minimal Dan Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa Yang Tergabung Dalam Galeri Investasi Syariah Uin Raden Intan Lampung)* [PhD Thesis, UIN Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/8347/1/SKRIPSI%20ASNY%20DINA.pdf>
- Nada, D. Q., & Syaiful, S. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR MODAL PADA MASA PANDEMI COVID-19. *MAKSIMUM*, 12(1), 42. <https://doi.org/10.26714/mki.12.1.2022.42-52>
- Permata, I. J. B. (2021). *ANALISIS PENGARUH EDUKASI PASAR MODAL DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI (STUDI PADA GENERASI MILENIAL USIA 18-34 TAHUN DI JAWA BARAT)*.
- Purnamasari, S. A. (2025). Mekanisme Perkembangan Pasar Modal Sebagai Salah Satu Produk Investasi di Masyarakat. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(3), 499–515.
- Rais, M., Khairi, H., & Hidayat, F. (2023). Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 342–355.
- Sari, V. M., Putri, N. K., Arofah, T., & Suparlinah, I. (2021). Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Dasar Investasi, Modal Minimal, dan Kemajuan Teknologi terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 4(1), 88.
- Wicaksono, M. P., & Wafiroh, N. L. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Edukasi Saham Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(2), 200–206.
- Yuningsih. (2020). *PERILAKU KEUANGAN DALAM BERINVESTASI (LABORATORIUM EXPERIMENT DAN FIELD EXPERIMENT)* (1st ed.). Indomedia Pustaka.
- Yusmini, N. M., Dewi, N. P. Y. T., & Rahmadewi, N. G. A. P. (2023). Analisis Pengaruh Edukasi Pasar Modal Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Pada Generasi Millenial Di Provinsi Bali (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Mahendradatta). *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 39–44.