MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

ANALISIS PERANCANAAN KEUANGAN, LITERASI KEUANGAN, AKSES TEKNOLOGI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DENGAN MOTIVASI INVESTASI SEBAGAI INTERVENING PADA, MOTIVASI INVESTASI, ANALISIS KEPUTUSAN INVESTASI

Dicko Sebastian Soekardjo[1], Hwihanus[2]
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
1222400052@untag-sby.ac.id hwihanus@untag-sby.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the influence of Financial Planning, Financial Literacy, and Financial Technology Access on Investment Decisions among young adults, with Investment Motivation included as a mediating variable. The research is driven by the growing adoption of fintech services among Generation Z, who are technologically adept yet may lack sufficient knowledge or motivation to make sound investment decisions. Therefore, this study seeks to understand how financial knowledge, planning behavior, technological accessibility, and psychological motivation shape investment behavior. A quantitative approach was applied using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). Data were collected from respondents aged 18-30 years who actively use fintech platforms and have experience or interest in investment activities. Data processing involved validity and reliability testing, evaluation of the structural model, and examination of both direct and indirect relationships among the variables. The findings reveal that financial literacy plays a crucial and direct role in enhancing the quality of investment decisions. In contrast, financial planning and fintech access do not contribute directly to either investment motivation or investment decisions. Investment motivation emerges as a strong psychological driver that significantly influences investment decisions but does not function as a mediator between the independent variables and investment outcomes. These results highlight that sound investment behavior is primarily shaped by financial understanding and internal motivation rather than by technological convenience alone. Consequently, strengthening financial literacy and fostering investment motivation are essential steps in developing a more rational and financially resilient young investor generation.

Keywords: Financial Planning; Financial Literacy; Financial Technology Access; Investment Motivation; Investment Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Perencanaan Keuangan, Literasi Keuangan, dan Akses Teknologi Keuangan terhadap Keputusan Investasi generasi muda dengan memasukkan Motivasi Investasi sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan layanan fintech di kalangan Generasi Z yang semakin akrab dengan teknologi namun belum tentu memiliki kemampuan atau dorongan yang cukup untuk mengambil keputusan investasi secara bijaksana. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memahami bagaimana faktor pengetahuan, perencanaan, teknologi, serta motivasi psikologis berperan dalam membentuk perilaku investasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). Data diperoleh dari responden berusia 18–30 tahun yang merupakan pengguna

Article history
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism checker no 80
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.365
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

aktif fintech dan memiliki pengalaman atau ketertarikan dalam investasi. Pengolahan data dilakukan melalui serangkaian uji validitas, reliabilitas, evaluasi model struktural, serta pengujian hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan faktor yang berpengaruh langsung dan penting dalam meningkatkan kualitas keputusan investasi. Perencanaan keuangan dan akses fintech, sebaliknya, tidak memberikan kontribusi langsung terhadap keputusan investasi maupun motivasi. Motivasi investasi terbukti menjadi faktor psikologis yang kuat dalam mendorong keputusan investasi, namun tidak berperan sebagai mediator antara variabel bebas dan keputusan investasi. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku investasi yang baik lebih ditentukan oleh pemahaman keuangan dan dorongan internal individu dibandingkan kemudahan teknologi semata. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan dan pembentukan motivasi investasi merupakan langkah penting dalam membangun generasi investor muda yang lebih rasional dan siap menghadapi risiko
Kata Kunci: Perencanaan Keuangan; Literasi Keuangan; Akses Teknologi Keuangan; Motivasi Investasi; Keputusan Investasi

1. Pendahuluan

Selama dekade terakhir, perkembangan layanan keuangan digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, ditandai dengan meningkatnya penggunaan aplikasi fintech, platform investasi online, dan dompet digital. Kemudahan akses ini membuka peluang bagi generasi muda untuk mulai berinvestasi dengan modal relatif kecil. Namun, kemudahan teknologi tersebut tidak selalu diimbangi dengan kesiapan pengetahuan dan pemahaman keuangan yang memadai, sehingga banyak investor pemula mengambil keputusan investasi berdasarkan tren atau pengaruh lingkungan tanpa mempertimbangkan risiko secara matang (Pratama & Yuliafitri, 2024; Safitri & Rahayu, 2024).

Beberapa penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas keputusan investasi. Individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam menilai risiko, return, dan pemilihan instrumen investasi (Chairani, 2022; Aulina et al., 2024). Namun demikian, hasil penelitian lain menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi pada kelompok tertentu, sehingga menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan saja belum cukup tanpa adanya faktor pendukung lain (Ni'mah et al., 2025).

Selain literasi keuangan, akses teknologi keuangan atau fintech dinilai mampu meningkatkan inklusi keuangan dan mendorong minat investasi melalui kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, serta fleksibilitas investasi. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa fintech dapat meningkatkan ketertarikan individu terhadap investasi, khususnya generasi muda yang akrab dengan teknologi digital (Huda & Susanti, 2025). Namun, sebagian besar penelitian masih mengkaji pengaruh variabel tersebut secara parsial dan belum banyak yang mengintegrasikan perencanaan keuangan, literasi keuangan, dan akses fintech secara simultan dengan motivasi investasi sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat keterbatasan literatur yang mengkaji secara komprehensif hubungan antara perencanaan keuangan, literasi keuangan, dan akses fintech terhadap keputusan investasi dengan mempertimbangkan peran motivasi investasi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih holistik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi generasi muda di Indonesia (Lestari & Wardhani, 2025).

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

2. Tinjauan Pustaka

Grand Theory.

Theory of Planned Behavior (TPB) dikembangkan oleh Ajzen (1991) yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (intention), di mana niat tersebut dibentuk oleh sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), dan *perceived behavioral control*. Dalam konteks keputusan investasi, *perceived behavioral control* dapat diperkuat melalui perencanaan keuangan dan literasi keuangan, sedangkan pengaruh lingkungan sosial dan *influencer* termasuk dalam norma subjektif yang mendorong motivasi investasi hingga terbentuk perilaku investasi aktual (Ajzen, 1991).

Middle Theory.

a) Behavioral Finance Theory

Teori keuangan perilaku menjelaskan bahwa keputusan investasi tidak selalu dilakukan secara rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti emosi, persepsi risiko, dan bias kognitif. Motivasi individu menjadi salah satu faktor penting yang membentuk perilaku investasi dan keputusan akhir investor (Shefrin & Thaler, 1988; Shefrin, 2000).

b) Teori Literasi Keuangan

Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan, mengelola sumber daya keuangan, serta mengenali risiko dan peluang investasi. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung memiliki kemampuan pengambilan keputusan keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab (Schuchardt et al., 2009). Temuan empiris di Indonesia juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap motivasi dan keputusan investasi (Chairani, 2022).

c) *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan (perceived usefulness) dan kemudahan penggunaan (perceived ease of use). Dalam penelitian ini, akses fintech sebagai teknologi keuangan dipahami dapat meningkatkan motivasi investasi melalui kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna (Davis, 1989; Pratama & Yuliafitri, 2024).

Applied Theory.

a) Personal Financial Planning Theory

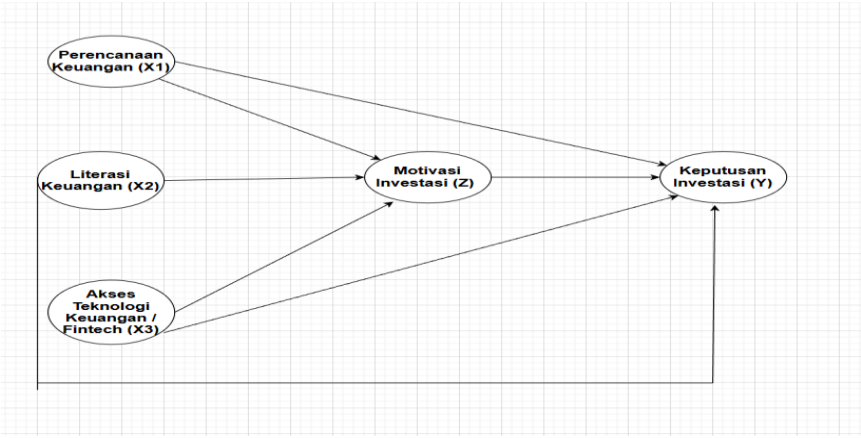
Perencanaan keuangan pribadi merupakan proses sistematis dalam mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, dan risiko guna mencapai tujuan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang. Perencanaan keuangan yang baik dapat meningkatkan kesiapan individu dalam berinvestasi serta membentuk motivasi yang lebih kuat dalam pengambilan keputusan investasi (Gitman & Joehnk, 2014).

b) Investment Decision Theory

Teori keputusan investasi menjelaskan bahwa keputusan investasi dipengaruhi oleh tujuan keuangan individu, tingkat pengetahuan terhadap risiko dan return, kesiapan keuangan, serta akses informasi yang tersedia. Kombinasi antara literasi keuangan, perencanaan keuangan, akses teknologi, dan motivasi investasi berperan dalam membentuk keputusan investasi yang optimal (Bodie, Kane, & Marcus, 2018).

HIPOTESA

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359



Variabel	Notasi	Indikator
Perencanaan Keuangan (X1)	X1.1	Menentukan tujuan keuangan jangka pendek dan panjang
	X1.2	Menyusun anggaran keuangan pribadi secara rutin
	X1.3	Melakukan pencatatan pemasukan dan pengeluaran
	X1.4	Memiliki dana darurat atau perlindungan risiko
	X1.5	Melakukan evaluasi dan penyesuaian rencana keuangan
Literasi Keuangan (X2)	X2.1	Pemahaman konsep dasar keuangan (bunga, inflasi)
	X2.2	Pengetahuan tentang produk investasi (saham, reksadana, dll.)
	X2.3	Kemampuan membaca informasi keuangan pribadi
	X2.4	Kesadaran terhadap risiko keuangan
	X2.5	Kemampuan mengambil keputusan keuangan yang tepat
Akses Teknologi Keuangan / Fintech (X3)	X3.1	Kemudahan akses aplikasi keuangan dan investasi
	X3.2	Pemanfaatan aplikasi investasi online (e.g., e-wallet, trading apps)
	X3.3	Keamanan dan kepercayaan terhadap platform fintech
	X3.4	Kemudahan transaksi dan pengelolaan portofolio digital
	X3.5	Frekuensi penggunaan alat digital untuk edukasi investasi
Motivasi Investasi (Z) *(Variabel Mediasi)*	Z1.1	Keinginan memperoleh manfaat jangka panjang
	Z1.2	Keinginan meningkatkan pendapatan pasif
	Z1.3	Pengaruh lingkungan/teman/seleb/influencer
	Z1.4	Kebutuhan aktualisasi dan kemandirian finansial
	Z1.5	Persepsi terhadap peluang investasi masa depan
Keputusan Investasi (Y)	Y1.1	Keputusan untuk mulai berinvestasi sejak dini.
	Y1.2	Pemilihan instrumen investasi yang tepat
	Y1.3	Konsistensi dalam melakukan investasi berkala
	Y1.4	Pertimbangan risiko dan return sebelum berinvestasi

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

	Y1.5	Diversifikasi portofolio investasi

H1: Perencanaan Keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y) .....
H2: Literasi Keuangan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y) .....
H3: Akses Teknologi Keuangan / Fintech (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y) .....
H4: Perencanaan Keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Investasi (Z) .....
H5: Literasi Keuangan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Investasi (Z) .....
H6: Akses Teknologi Keuangan / Fintech (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Investasi (Z) .....
H7: Motivasi Investasi (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y) .....

3. Metodologi Penelitian

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Jenisnya adalah explanatory research. Pendekatan semacam itu dipilih supaya bisa menguji pengaruh dari variabel Perencanaan Keuangan yang disebut X1. Ada juga Literasi Keuangan sebagai X2. Lalu Akses Teknologi Keuangan atau Fintech sebagai X3. Semua itu memengaruhi Keputusan Investasi yang disebut Y. Motivasi Investasi sebagai Z berperan sebagai variabel mediasi. Pengujiannya dilakukan secara statistik.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung secara online. Kuesioner disebarkan kepada responden yang termasuk Generasi muda surabaya. Mereka sudah mengenal atau menggunakan aplikasi fintech. Mereka juga punya minat untuk berinvestasi. Waktu untuk mengumpulkan data direncanakan selama dua sampai empat minggu.

Populasi dan Sampel Penelitian

A. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi muda surabaya. Mereka punya minat atau pengalaman dalam kegiatan investasi. Mereka juga mengakses fintech dalam kehidupan sehari-hari.

B. Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria:

1. Berusia 18–30 tahun (Gen Z)
2. Mengetahui atau pernah melakukan investasi
3. Menggunakan atau memiliki akses pada platform fintech

Pada penelitian ini diperoleh total responden sebanyak enam puluh

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form kepada responden Generasi muda surabaya. Selain itu, Data sekunder diambil dari buku, artikel ilmiah, publikasi pemerintah, serta jurnal nasional dan internasional yang relevan.

Teknik Pengumpulan Data

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Teknik	Bentuk
Kuesioner Online	Google Form menggunakan skala Likert 1–5 (1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju)
Studi Pustaka	Literatur ilmiah dan data pendukung resmi

Definisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Kode	Nama Variabel
Independen	X1	Perencanaan Keuangan
Independen	X2	Literasi Keuangan
Independen	X3	Akses Teknologi Keuangan / Fintech
Mediasi	Z	Motivasi Investasi
Dependen	Y	Keputusan Investasi

Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian ini meliputi beberapa tahapan:

1) Uji Instrumen Penelitian
- Uji Validitas Konvergen (Outer Loading ≥ 0,70)
- Uji Validitas Diskriminan (AVE ≥ 0,50)
- Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha ≥ 0,70 dan Composite Reliability ≥ 0,70)

2)Analisis Model
- Uji Model Pengukuran (Outer Model)
- Uji Model Struktural (Inner Model) meliputi:
    a) R-square (R^2)
    b) Effect Size (f^2)
    c) Predictive Relevance (Q^2)

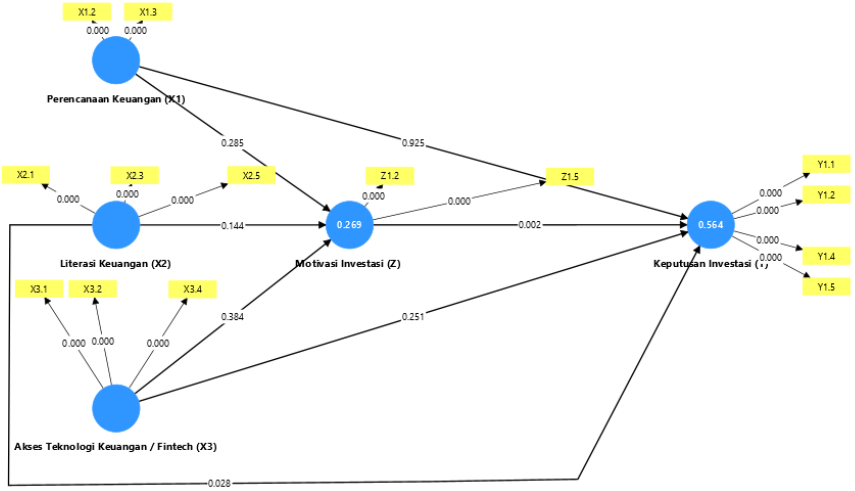
3) Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping melalui aplikasi SmartPLS, menggunakan batas signifikansi sebagai berikut:

Kriteria	Ketentuan
Signifikan	p-value ≤ 0,05 dan t-statistic ≥ 1,96
Keputusan	H0 ditolak bila memenuhi kriteria signifikan

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

4. Hasil dan Pembahasan



Pengujian Langsung

Kode Hipotesis	Hubungan Variabel	Original Sample (O)	T-Statistic	P-Value	Keterangan
H1	Akses Teknologi Keuangan/Fintech X3 → keputusan Investasi Y	0.154	1.147	0.251	Tidak Signifikan
H2	Akses Teknologi Keuangan/Fintech X3 → Motivasi Investasi Z	0.152	0.870	0.384	Tidak Signifikan
H3	Literasi Keuangan X2 → keputusan Investasi Y	0.345	2.201	0.028	Signifikan
H4	Literasi Keuangan X2 → Motivasi Investasi Z	0.266	1.461	0.144	Tidak Signifikan
H5	Motivasi Investasi Z → keputusan Investasi Y	0.433	3.137	0.002	Signifikan
H6	Perencanaan Keuanngan X1 → keputusan Investasi Y	-0.013	0.094	0.925	Tidak Signifikan
H7	Perencanaan Keuanngan X1 → Motivasi Investasi Z	0.206	1.069	0.285	Tidak Signifikan

Pembahasan Hasil

H1: Akses Teknologi Keuangan / Fintech (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y)

X3 berpengaruh positif namun tidak signifikan (0,154; p = 0,251). Meskipun penggunaan aplikasi

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

fintech memberikan kemudahan akses investasi, hal tersebut belum cukup untuk membuat seseorang benar-benar mengambil keputusan investasi. Banyak pengguna hanya mengakses fitur tanpa melakukan tindakan investasi nyata.

H2: Akses Teknologi Keuangan / Fintech (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Investasi (Z)

X3 berpengaruh positif namun tidak signifikan (0,152; p = 0,384). Artinya, penggunaan aplikasi fintech, kemudahan akses, maupun fitur digital belum secara langsung mampu meningkatkan motivasi investasi individu. Banyak pengguna hanya mengakses aplikasi tanpa benar-benar terdorong untuk memulai investasi.

H3: Literasi Keuangan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y)

X2 memberikan pengaruh positif dan signifikan (0,345; p = 0,028). Ini berarti semakin tinggi pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan, risiko, return, serta instrumen investasi, maka semakin baik keputusan investasi yang diambil. Literasi keuangan terbukti sebagai faktor penting dalam menentukan perilaku investasi.

H4: Literasi Keuangan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Investasi (Z)

Hasil menunjukkan bahwa X2 → Z tidak signifikan (0,266; p = 0,144). Walaupun arahnya positif, pengetahuan finansial tidak secara otomatis meningkatkan motivasi untuk berinvestasi. Hal tersebut mungkin disebabkan oleh faktor lain seperti pengalaman, lingkungan sosial, atau tingkat kepercayaan diri dalam investasi.

H5: Motivasi Investasi (Z) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y)

Hubungan Z → Y signifikan (0,433; p = 0,002). Motivasi terbukti menjadi faktor psikologis yang sangat berpengaruh dalam mendorong seseorang untuk benar-benar melakukan keputusan investasi. Dorongan internal seperti keinginan memperoleh pendapatan pasif, pengaruh teman/influencer, dan tujuan finansial jangka panjang berperan penting dalam perilaku investasi.

H6: Perencanaan Keuangan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y)

Hasil menunjukkan bahwa X1 berpengaruh negatif sangat kecil (–0,013) dan tidak signifikan (p = 0,925). Hal ini berarti bahwa perencanaan keuangan tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap keputusan investasi. Meskipun seseorang memiliki pencatatan keuangan atau tujuan keuangan, hal tersebut tidak cukup kuat untuk mendorong mereka mengambil keputusan investasi secara langsung.

H7: Perencanaan Keuangan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Investasi (Z)

Hasil menunjukkan bahwa X1 → Z bersifat positif namun tidak signifikan (0,206; p = 0,285). Ini berarti perencanaan keuangan belum mampu memunculkan motivasi investasi secara kuat. Responden kemungkinan sudah mengatur keuangan pribadi, tetapi belum mengaitkannya dengan minat atau rencana untuk berinvestasi.

Pengujian Tidak Langsung

Jalur Mediasi	Original Sample	T-Statistic	P-Value	Hasil
Perencanaan Keuangan X1 →Perencanaan Keuangan Z → Keputusan Investasi Y	0.089	1.056	0.291	Tidak Signifikan

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Akses Teknologi Keuangan / Fintech X3 →Motivasi Investasi Z → Keputusan Investasi Y	0.066	0.758	0.448	Tidak Signifikan
Literasi Keuangan X2 → Motivasi Investasi Z → Keputusan Investasi Y	0.115	1.305	0.192	Tidak Signifikan

Pembahasan Hasil

Pengaruh Perencanaan Keuangan (X1) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Hasil menunjukkan bahwa:
P-value = 0.925 (> 0.05)
T-statistic = 0.094 (< 1.96)
Status: Tidak Signifikan

Hasil ini menunjukkan bahwa Perencanaan Keuangan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y). Artinya, meskipun seseorang memiliki anggaran keuangan, tujuan finansial, atau pencatatan keuangan yang baik, hal tersebut tidak secara otomatis mendorong mereka untuk mengambil keputusan investasi. Dengan kata lain, aktivitas perencanaan keuangan saja belum cukup kuat untuk membuat seseorang merasa perlu berinvestasi. Banyak responden sudah mengatur keuangan secara dasar, tetapi belum sampai pada tahap menjadikan investasi sebagai bagian dari rencana jangka panjang mereka.

Pengaruh Literasi Keuangan (X2) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Hasil menunjukkan bahwa:
P-value = 0.028 (< 0.05)
T-statistic = 2.201 (> 1.96)
Status: Signifikan

Hasil ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Ketika seseorang memahami konsep dasar keuangan, risiko–return, instrumen investasi, dan cara kerja pasar, kemampuan mereka dalam mengambil keputusan investasi meningkat. Dengan kata lain, pengetahuan finansial merupakan faktor kunci yang mendorong perilaku investasi yang lebih rasional. Responden dengan pemahaman keuangan yang lebih baik terbukti lebih siap dan lebih berani mengambil keputusan investasi.

Pengaruh Akses Teknologi Keuangan / Fintech (X3) terhadap Motivasi Investasi (Z)

Hasil menunjukkan bahwa:
P-value = 0.384 (> 0.05)
T-statistic = 0.870 (< 1.96)
Status: Tidak Signifikan

Hasil ini menunjukkan bahwa Akses Fintech tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi investasi. Walaupun aplikasi fintech memberikan kemudahan transaksi, fitur edukasi, maupun notifikasi pasar, hal tersebut belum cukup membuat responden menjadi lebih termotivasi untuk berinvestasi. Dengan kata lain, frekuensi atau kemudahan penggunaan aplikasi investasi tidak secara otomatis menumbuhkan niat berinvestasi. Banyak responden menggunakan aplikasi hanya untuk melihat informasi, bukan untuk mengambil langkah nyata berinvestasi. Akses teknologi saja tidak mampu membangun dorongan internal untuk memulai investasi.

Pengaruh Motivasi Investasi (Z) terhadap Keputusan Investasi (Y)

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Hasil menunjukkan bahwa:
P-value = 0.002 (< 0.05)
T-statistic = 3.137 (> 1.96)
Status: Signifikan

Hasil ini menunjukkan bahwa Motivasi Investasi memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap keputusan investasi. Responden yang memiliki motivasi seperti keinginan memperoleh pendapatan pasif, keinginan mencapai kemandirian finansial, atau dipengaruhi oleh lingkungan sosial cenderung lebih berani dan lebih cepat mengambil keputusan investasi. Dengan kata lain, motivasi menjadi faktor psikologis inti yang benar-benar menggerakkan seseorang dari sekadar tahu menjadi bertindak. Tanpa motivasi yang kuat, pengetahuan dan teknologi tidak akan berubah menjadi keputusan investasi nyata.

Pengaruh Akses Fintech (X3) terhadap Keputusan Investasi (Y)

Hasil menunjukkan bahwa:
P-value = 0.251 (> 0.05)
T-statistic = 1.147 (< 1.96)
Status: Tidak Signifikan

Hasil ini menunjukkan bahwa Akses Fintech tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan investasi. Artinya, meskipun aplikasi fintech menawarkan kemudahan transaksi, keamanan, tampilan menarik, dan akses informasi yang cepat, hal tersebut tidak serta-merta membuat seseorang langsung berinvestasi. Banyak pengguna hanya memanfaatkan fitur informasi, tetapi tidak melanjutkannya ke tindakan investasi. Hal ini mempertegas bahwa teknologi hanyalah alat bantu; keputusan investasi tetap dipengaruhi oleh motivasi dan literasi keuangan, bukan sekadar akses.

IMPLEMENTASI DAN IMPLIKASI

Implementasi

Implementasi dari hasil penelitian ini dapat dilihat dari bagaimana temuan empiris mengenai perencanaan keuangan, literasi keuangan, akses fintech, motivasi investasi, dan keputusan investasi diterapkan dalam kehidupan nyata. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa literasi keuangan dan motivasi investasi merupakan faktor yang paling berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, maka implementasi temuan ini dapat diarahkan pada tiga konteks utama: pengguna, penyedia layanan fintech, dan institusi pendidikan.

Pertama, dari sisi pengguna atau investor muda, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan memiliki kontribusi langsung terhadap kualitas keputusan investasi. Implementasinya dapat diwujudkan melalui pemanfaatan materi edukasi keuangan, baik dari aplikasi fintech maupun sumber lain seperti webinar, buku, dan kursus online. Pengguna dapat mengoptimalkan fitur-fitur edukatif yang disediakan aplikasi, seperti informasi risiko, penjelasan instrumen investasi, grafik performa aset, atau simulasi investasi. Dengan demikian, fintech tidak hanya menjadi alat transaksi, tetapi juga sarana pembelajaran berkelanjutan yang meningkatkan kemampuan pengguna dalam menganalisis risiko dan membuat keputusan investasi yang lebih rasional.

Kedua, bagi penyedia layanan fintech, implementasi dapat dilakukan dengan memperkuat fitur-fitur yang mampu meningkatkan motivasi pengguna untuk berinvestasi. Mengingat bahwa motivasi investasi terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, penyedia layanan dapat mengembangkan fitur seperti rekomendasi instrumen berdasarkan profil risiko, pengingat investasi berkala, target investasi otomatis, gamifikasi edukasi, dan dashboard pencapaian tujuan finansial. Selain itu, tampilan aplikasi harus dirancang untuk mendorong pengguna tidak hanya mengamati pasar, tetapi benar-benar

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

mengambil tindakan investasi. Implementasi ini akan memperkuat engagement pengguna dan mendorong terciptanya kebiasaan investasi yang lebih konsisten.

Ketiga, dalam konteks institusi pendidikan, hasil penelitian ini dapat diimplementasikan melalui penguatan kurikulum literasi keuangan dan pelatihan berbasis praktik investasi digital. Perguruan tinggi dapat menyediakan program pelatihan investasi menggunakan aplikasi fintech, simulasi pasar, atau kelas literasi keuangan untuk mahasiswa. Dengan meningkatnya pemahaman mahasiswa tentang risiko dan manfaat investasi, mereka dapat membentuk pola keputusan investasi yang lebih baik sejak usia muda. Implementasi seperti ini juga mendukung tujuan pendidikan dalam membangun generasi yang lebih siap dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

Secara keseluruhan, implementasi hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi dan motivasi merupakan dua pilar penting yang harus diperkuat melalui edukasi, pengembangan fitur aplikasi, dan peningkatan kesadaran pengguna agar keputusan investasi dapat dilakukan dengan lebih matang dan bertanggung jawab.

Implikasi

Implikasi penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi teori, praktik industri fintech, dan kebijakan publik terkait perkembangan investasi digital pada generasi muda. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa literasi keuangan dan motivasi investasi adalah variabel dominan yang mempengaruhi keputusan investasi, beberapa implikasi utama dapat dijelaskan sebagai berikut.

Secara teoretis, temuan ini menguatkan konsep dalam Theory of Planned Behavior (TPB) dan Behavioral Finance, yang menekankan bahwa keputusan finansial tidak hanya dipengaruhi oleh informasi dan akses teknologi, tetapi juga oleh motivasi internal dan perceived control individu. Ketidaksignifikanan perencanaan keuangan dan akses fintech terhadap keputusan investasi menegaskan bahwa faktor psikologis dan pengetahuan memiliki posisi yang lebih dominan dibandingkan variabel instrumental. Temuan ini juga memperkuat teori literasi keuangan yang menyatakan bahwa pemahaman keuangan merupakan dasar utama dalam pembentukan perilaku keuangan yang rasional.

Secara praktis, implikasi penelitian menuntut penyedia layanan fintech untuk tidak hanya berfokus pada aspek teknis seperti kemudahan akses dan visualisasi aplikasi, tetapi lebih jauh menyediakan fitur yang mampu meningkatkan motivasi dan edukasi pengguna. Konten edukatif seperti tips investasi, analisis risiko sederhana, dan fitur pemantauan tujuan finansial akan memberikan dampak lebih signifikan dalam membentuk perilaku investasi. Di sisi lain, penyedia layanan harus menyadari bahwa akses teknologi saja tidak mampu mendorong investasi jika tidak diimbangi dengan upaya memperkuat motivasi pengguna.

Dalam konteks kebijakan, lembaga regulator seperti OJK dan Bank Indonesia dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk memperkuat program literasi keuangan digital berbasis aplikasi. Program yang diarahkan untuk meningkatkan motivasi dan kemampuan analisis risiko menjadi sangat penting, mengingat generasi muda semakin aktif menggunakan platform fintech untuk mengelola keuangan. Regulator dapat mendorong penyedia layanan fintech untuk mengimplementasikan fitur edukasi wajib yang inklusif, mudah dipahami, dan adaptif terhadap kebutuhan pengguna pemula.

Implikasi ini secara keseluruhan menegaskan bahwa perkembangan teknologi keuangan harus berjalan seiring dengan peningkatan kualitas literasi dan motivasi finansial pengguna. Tanpa kedua aspek ini, kemudahan teknologi tidak akan mampu menghasilkan keputusan investasi yang sehat, rasional, dan berkelanjutan. Dengan memperhatikan implikasi tersebut, generasi muda dapat menjadi kelompok investor digital yang lebih cerdas dan siap menghadapi risiko investasi di era keuangan modern.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

5.Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SEM-PLS dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa poin penting mengenai pengaruh Perencanaan Keuangan (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Akses Teknologi Keuangan / Fintech (X3) terhadap Keputusan Investasi (Y) dengan Motivasi Investasi (Z) sebagai variabel mediasi pada generasi muda pengguna fintech di Surabaya.

1. Perencanaan Keuangan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y) maupun Motivasi Investasi (Z).

Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas perencanaan keuangan seperti pencatatan keuangan, penyusunan anggaran, atau tujuan keuangan belum menjadi dasar utama bagi Gen Z dalam melakukan investasi. Perencanaan keuangan belum cukup kuat untuk mendorong motivasi maupun tindakan investasi.

2. Literasi Keuangan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y).

Pengetahuan mengenai konsep keuangan, risiko-return, dan instrumen investasi terbukti menjadi faktor penting yang meningkatkan kemampuan responden dalam mengambil keputusan investasi yang lebih matang dan rasional.

3. Akses Teknologi Keuangan / Fintech (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Investasi (Z) maupun Keputusan Investasi (Y).

Kemudahan penggunaan aplikasi dan frekuensi penggunaan fintech tidak serta-merta membuat responden terdorong untuk berinvestasi atau meningkatkan motivasi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa akses teknologi saja tidak cukup untuk menciptakan perilaku investasi.

4. Motivasi Investasi (Z) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y).

Faktor psikologis seperti keinginan memperoleh pendapatan pasif, rasa ingin mandiri secara finansial, serta dorongan lingkungan berperan besar dalam mendorong responden untuk berinvestasi. Motivasi menjadi elemen kunci yang mengubah pengetahuan menjadi tindakan investasi nyata.

5. Motivasi Investasi tidak memediasi hubungan antara X1, X2, dan X3 terhadap Y.

Semua jalur mediasi tidak signifikan. Hal ini menegaskan bahwa keputusan investasi terutama ditentukan oleh literasi keuangan dan motivasi internal, bukan melalui jalur tidak langsung dari variabel lainnya.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keputusan investasi generasi muda sangat dipengaruhi oleh pengetahuan finansial dan motivasi pribadi, sementara akses teknologi tidak serta-merta mendorong perilaku investasi tanpa adanya pemahaman dan dorongan intrinsik dari individu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, implikasi, dan temuan empiris, saran yang dapat saya berikan adalah sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

a. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang relevan seperti risk tolerance, financial attitude, subjective norms, atau financial behavior untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku investasi.

b. Penggunaan sampel yang lebih besar dan wilayah penelitian yang lebih luas dapat meningkatkan generalisasi hasil penelitian.

c. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode longitudinal untuk melihat perubahan perilaku investasi dari waktu ke waktu.

2. Saran Praktis

a. Bagi generasi muda, hasil penelitian ini mengindikasikan pentingnya meningkatkan literasi keuangan melalui buku, seminar, kursus online, dan fitur edukatif yang disediakan aplikasi fintech. Pemahaman yang baik mengenai risiko dan instrumen investasi akan meningkatkan kualitas keputusan investasi.
b. Bagi penyedia layanan fintech, disarankan untuk memperkuat fitur edukasi, rekomendasi investasi, pengingat otomatis, serta visualisasi risiko agar dapat mendorong meningkatnya motivasi dan keputusan investasi pengguna.
c. Penyedia fintech juga diharapkan merancang antarmuka aplikasi yang lebih intuitif untuk memudahkan pengguna pemula memahami informasi finansial.
3. Saran Kebijakan
a. Lembaga regulator seperti OJK dan Bank Indonesia perlu memperluas program literasi keuangan digital yang lebih praktis dan aplikatif, terutama bagi generasi muda yang aktif menggunakan fintech.
b. Pemerintah dapat bekerja sama dengan institusi pendidikan untuk menyelenggarakan program edukasi investasi berbasis digital, termasuk pelatihan mengenai cara kerja aplikasi fintech, risiko investasi, dan manajemen keuangan pribadi.
c. Regulator perlu memastikan bahwa produk fintech menyediakan transparansi informasi yang cukup agar pengguna dapat membuat keputusan finansial yang aman dan bijaksana.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Atmaja, T. B., Meiriyanti, R., & Nastiti, P. R. (2025). Dampak literasi keuangan, teknologi finansial, dan perilaku keuangan terhadap keputusan investasi pada mahasiswa PGRI Semarang. Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 9(1), 45–60. https://journal.arimbi.or.id/index.php/Maeswara/article/view/2149

Aulina, E. S., Sari, L. P., Aliyah, S., Peristiwo, H., & Hidayat, W. (2024). Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa Banten. SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 2(4), 18–36. https://doi.org/10.61132/santri.v2i4.713

Chairani, R., & Rekan (2022). Analisa pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen dan Akuntansi. https://www.researchgate.net/profile/Ridfa-Chairani-2/publication/362590943_Analisa_Pengaruh_Literasi_Keuangan_Terhadap_Keputusan_Investasi/links/62f317d588b83e7320c094b7/Analisa-Pengaruh-Literasi-Keuangan-Terhadap-Keputusan-Investasi.pdf

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Ecojoin Author(s). (2025). Pengaruh literasi keuangan dan fintech terhadap keputusan investasi dengan inklusi keuangan sebagai pemediasi. Ecojoin: Jurnal Ekonomi, 30(1), 78–93. https://www.ecojoin.org/index.php/EJE/article/view/3015/1150

Huda, M., & Susanti, S. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap keputusan berinvestasi melalui minat investasi (mediasi). Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan (JPEK), 8(1), 122–137. https://e-journal.hamzanwadi.ac.id/index.php/jpek/article/view/27289

Lestari, Y. D., & Wardhani, W. (2025). Pengaruh literasi keuangan, pengalaman investasi, dan toleransi risiko terhadap keputusan investasi. Kinerja: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 22(3), 381–385. https://doi.org/10.30872/jkin.v22i3.15458

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Nuralfiah, C., Cahyanti, A. D., Fitriana, F., & Sumeidi Kadarisman, R. (2025). Analisis pengaruh motivasi dan literasi keuangan terhadap minat investasi serta implikasinya pada pengambilan keputusan investasi generasi milenial dan Gen Z di Bandung. Jurnal Manajemen dan Organisasi, 16(3), 292–305. https://journal.ipb.ac.id/jmo/article/view/66069

Pancha Resyita, C., & Khoiriyah, R. (2025). Pengaruh digitalisasi, literasi keuangan, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi. Journal of Economics and Business Research (JUEBIR), 4(2), 115–129. https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/juebir/article/view/8152

Pratama, N. D., & Yuliafitri, I. (2024). Pengaruh kemudahan dan tingkat kepercayaan pada platform investasi online serta literasi keuangan terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah (studi kasus pada masyarakat Muslim Kota Padang). Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora, 10(1), 18–28. https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i1.2127

Ratna Ningsih, D. A., Putra, H., & Wibowo, A. (2025). Pengaruh financial literacy, financial behavior, dan financial technology terhadap keputusan investasi. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 3(1), 78–92. https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/2187

Safitri, R., & Rahayu, D. (2024). Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi pada UMKM di Kota Bandar Lampung. Jurnal Administrasi & Manajemen, 9(1), 23–36. https://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/article/view/4156/1975

Sawitri, N. P. Y. R., Sudiyani, N. S., & Prabandari, I. G. A. (2023). Peningkatan keputusan investasi saham melalui pendapatan dan literasi keuangan. Jurnal Ekonomi, 28(2), 216–233. https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1435

Junianto, Y., Kohardinata, C., & Silaswara, D. (2020). Financial Literacy Effect and Fintech in Investment Decision Making. Primanomics: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 18(3), 150–168. https://doi.org/10.31253/pe.v18i3.472