

PENGARUH PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PALTFORM DIGITAL DALAM KEPUTUSAN BERINVESTASI SAHAM ONLINE

Fadali Rahman¹, Muhammad Herman Djaja², Dain Lestari³, Sitti Aisyah Legenda⁴, Syindina Anansyah Fitriani⁵

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Madura ¹⁻⁵

Email: fadali.rahman@unira.ac.id¹, hermandj@unira.ac.id², trasakpamekasan20@gmail.com³, sitiaisyahlegenda007@gmail.com⁴, syindinaanansyah@gmail.com⁵

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 11 Bulan : November Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<i>This study discusses the dynamics of risk perception in investment decision-making by the millennial generation, particularly in the context of digital investments. In general, risk perception plays a significant role in increasing investors' awareness of potential losses, especially for those with a good understanding of risk and financial literacy. However, the findings indicate inconsistencies when investment decisions are made through digital platforms. Overconfidence in technology, the influence of social media, app gamification, and expectations of quick profits lead some millennials to overlook real risks. Risk perception is also influenced by factors such as personal experience, educational and economic background, as well as information disseminated through social media algorithms. The phenomenon of herding behavior further reinforces impulsive decision-making without thorough risk analysis. Therefore, an integrative approach is needed that includes digital literacy, risk understanding, and financial ethics. The roles of regulators, educational institutions, and digital platforms become important in shaping a safe and sustainable investment ecosystem. This study emphasizes the importance of critical and inclusive education to shape a young generation of investors who are not only technologically literate but also wise, rational, and responsible in facing the ever-evolving complexities of the digital economy.</i>

Keyword: Risk Perception, Millennial Generation, Digital Investment

Abstrak

Penelitian ini membahas dinamika persepsi risiko dalam pengambilan keputusan investasi oleh generasi milenial, khususnya dalam konteks investasi digital. Secara umum, persepsi risiko berperan signifikan dalam meningkatkan kewaspadaan investor terhadap potensi kerugian, terutama bagi mereka yang memiliki pemahaman risiko dan literasi keuangan yang baik. Namun, temuan menunjukkan adanya ketidakkonsistenan ketika keputusan investasi dilakukan melalui platform digital. Kepercayaan berlebih terhadap teknologi, pengaruh media sosial, gamifikasi aplikasi, dan ekspektasi keuntungan cepat menyebabkan sebagian milenial mengabaikan risiko nyata. Persepsi risiko juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman pribadi, latar belakang pendidikan dan ekonomi, serta informasi yang tersebar melalui algoritma media sosial. Fenomena herding behavior turut memperkuat pengambilan keputusan impulsif tanpa analisis risiko yang mendalam. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan integratif yang mencakup literasi digital, pemahaman risiko, serta etika keuangan. Peran regulator, lembaga pendidikan, dan platform digital menjadi penting dalam membentuk ekosistem investasi yang aman dan berkelanjutan. Penelitian ini menekankan pentingnya edukasi kritis dan inklusif untuk membentuk generasi investor muda yang tidak hanya melek teknologi, tetapi juga bijak, rasional, dan bertanggung jawab dalam menghadapi kompleksitas ekonomi digital yang terus berkembang.

Kata Kunci: *Persepsi Risiko, Generasi Milenial, Investasi Digital*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini membawa perubahan di semua bidang kehidupan, termasuk dunia investasi. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru dalam industri keuangan, khususnya dengan munculnya investasi digital. Saat ini ada banyak tahapan investasi berbasis digital yang dapat dengan mudah diakses oleh semua lapisan masyarakat (Suwastika, 2023:127).

Teknologi terus berkembang, membuat hidup lebih sederhana bagi individu dan menghasilkan manfaat bagi investor. Memanfaatkan aset yang dapat diakses di website, menemukan data tentang investasi online menjadi sangat sederhana. Penerapan strategi pemeriksaan khusus dan krusial sangat berguna dalam membuat pilihan usaha seperti membeli, melepas, mengatur, atau menanam saham (Sinarwat, 2022:1-10).

Perkembangan aplikasi investasi pada umumnya mudah ditemukan, dan promosi untuk aplikasi ini sangat dominan di media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Era ini memanfaatkan media sosial, pertemuan online, aplikasi yang menawarkan informasi terkini dan analisis untuk pengambilan keputusan investasi. Dengan memanfaatkan berbagai platform dan aplikasi yang menawarkan akses mudah ke instrumen investasi seperti reksa dana, saham dan obligasi.

Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah investor di pasar modal Indonesia. Data dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat jumlah investor saham di pasar modal Indonesia menembus 4 juta. Berdasarkan data KSEI pada akhir semester I tahun 2022, jumlah Single Investor Identification (SID) telah mencapai 4.002.289, dengan 99,79% merupakan investor individu lokal. Melihat perkembangannya, sejak tahun 2021 jumlah investor saham menunjukkan peningkatan 15,96% dari 3.451.513 di akhir tahun 2021 menjadi 4.002.289 pada akhir Juni 2022. Tren peningkatan tersebut telah terlihat sejak tahun 2020 ketika investor masih berjumlah 1.695.268. hal ini, menunjukkan peningkatan sebesar 15,96% dalam waktu enam bulan (Redaksi KSEI, 2022).

Peningkatan jumlah investor ini didorong oleh generasi muda, terutama Generasi Z, yang mendominasi pasar modal Indonesia. Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 dan berakhir pada tahun 2012, dimana fase ini menunjukkan kemajuan sosioekonomi yang lebih stabil dan perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat (Kamil and Laksmi, 2023:15) Karakteristik ini sejalan dengan minat untuk berkontribusi lebih jauh pada investasi digital.

Data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) menunjukkan bahwa pada akhir semester I tahun 2022, investor saham didominasi oleh investor berusia di bawah 40 tahun, yaitu generasi Z dan milenial sebesar 81,64% dengan nilai aset yang mencapai Rp144,07 triliun. Sebanyak 60,45% investor berprofesi sebagai karyawan swasta, pegawai negeri, guru dan pelajar, dengan nilai aset mencapai Rp358,53 triliun.

Data KSEI yang menunjukkan bahwa mayoritas investor adalah generasi muda (Generasi Z dan Milenial), dan permasalahan ini perlu diatasi dengan meningkatkan literasi keuangan mereka (Indriastuti, 2023). Hal ini penting mengingat investor muda biasanya memiliki toleransi risiko yang lebih tinggi namun pengalaman berinvestasi yang masih terbatas. Tren ini menunjukkan perkembangan pasar modal Indonesia yang positif, memungkinkan investor muda mengambil keputusan investasi yang lebih matang dalam memahami dan mengelola risiko.

Persepsi risiko merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan investasi seseorang. Dalam konteks tradisional, individu dengan persepsi risiko tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam memilih instrumen investasi dan lebih waspada terhadap potensi kerugian. Namun, dalam ekosistem digital yang didominasi oleh kemudahan akses, promosi agresif, dan tampilan antarmuka yang menarik, persepsi risiko generasi milenial mengalami pergeseran. Banyak dari mereka menunjukkan kecenderungan untuk mengabaikan risiko yang melekat pada investasi digital, bahkan ketika terlibat dalam instrumen berisiko tinggi seperti cryptocurrency atau platform peer-to-peer lending yang belum sepenuhnya diatur.

Hal ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai bagaimana persepsi risiko terbentuk dalam konteks investasi digital dan sejauh mana faktor-faktor seperti literasi keuangan, literasi digital, pengalaman pribadi, serta pengaruh kepercayaan membentuk pola pikir dan perilaku investasi generasi milenial. Oleh karena itu, kajian ini penting untuk memahami dinamika persepsi risiko dan kepercayaan milenial dalam era digital dan bagaimana strategi edukatif serta regulatif dapat dirancang untuk membentuk investor yang bijak, cermat, dan bertanggung jawab. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengkaji pengaruh persepsi risiko dan kepercayaan terhadap keputusan investasi online pada platform digital, khususnya dalam konteks penggunaan investasi digital.

A. Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan bagian penting dari pemrosesan informasi konsumen. Ini didefinisikan sebagai cara konsumen melihat ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang mungkin mereka terima jika mereka membeli barang atau jasa tertentu. Harga suatu produk atau jasa merupakan penentu permintaan pasar. Harga adalah faktor yang sangat penting yang dipertimbangkan konsumen saat membeli produk atau layanan. Ketika konsumen puas dengan harga yang ditawarkan, mereka seringkali membeli produk yang sama berulang kali. Teori ekonomi berpendapat bahwa harga barang atau jasa di pasar yang sangat kompetitif, tinggi rendahnya harga ditentukan oleh penawaran dan permintaan pasar (Hidayat, dan Rayuwanto, 2022)

Dalam memahami risiko, setiap orang cenderung melihat beberapa situasi yang mengandung ketidakpastian tentang hasil atau konsekuensinya sebagai berisiko. Situasi-situasi tersebut dipersepsikan memiliki kemungkinan konsekuensi yang dianggap buruk oleh individu. Meskipun demikian, persepsi risiko merupakan hal yang sangat personal bagi setiap orang. Penilaian seseorang terhadap suatu risiko dapat didasarkan pada intuisi dan pandangan subjektif mereka, sehingga dua orang yang menghadapi risiko yang sama dapat memberikan penilaian yang berbeda. Pemahaman akan sifat personal dan intuitif dari persepsi risiko ini penting dalam berbagai konteks, seperti pengambilan keputusan dan pengelolaan risiko yang efektif (Taufik et.al, 2021)

Menurut Muawiyah et al (2023). indikator persepsi risiko adalah sebagai berikut: a) Risiko produk, risiko yang terkait dengan kualitas, keamanan, dan kehandalan produk atau layanan. b) Risiko transaksi, risiko transaksi adalah ketidakpastian yang akan berakibat merugikan konsumen dalam proses transaksi. c) Risiko psikologi, risiko psikologi adalah ketakutan atau kekhawatiran-kekhawatiran yang mungkin dialami oleh pelanggan selama proses pembelian atau setelah pembelian produk atau layanan.

B. Kepercayaan

Menurut Omeregei et al. (2019) kepercayaan pelanggan tercermin dari keinginan mereka agar produsen menjadi lebih sensitif terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan. Kepercayaan ini didasarkan pada harapan positif mengenai kualitas produk atau jasa yang akan diberikan oleh produsen di masa depan. Pelanggan yang percaya akan memiliki ekspektasi yang baik terhadap kemampuan produsen untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kualitas yang memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan melibatkan keyakinan

mereka pada produsen untuk dapat memberikan yang terbaik di masa mendatang (Triandewo, 2020).

Sementara itu, menurut [17] definisi kepercayaan merupakan keyakinan pelanggan terhadap kekuatan dan reliabilitas dari suatu merek. Pelanggan yang mempercayai suatu merek memiliki keyakinan bahwa merek tersebut mampu memenuhi janji dan memberikan kinerja yang baik secara konsisten. Mereka meyakini bahwa merek tersebut dapat diandalkan dan efektif dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi mereka. Kepercayaan ini muncul dari pengalaman positif pelanggan dengan merek tersebut atau reputasi yang baik yang telah dibangun oleh merek. Dengan demikian, kepercayaan pelanggan terhadap suatu merek mencerminkan persepsi mereka akan keunggulan dan kehandalan merek tersebut Gefen dalam (Kasinem,2020) mengemukakan bahwa indikator kepercayaan terdiri dari 3 komponen, diantaranya: a) Integritas (Integrity) b) Kebaikan (Benevolence) c) Kompetensi (Competence)

Indikator-indikator yang digunakan untuk menilai kepercayaan adalah sebagai berikut (Ihsan dan sisregar, 2029): a) Reputasi Reputasi merupakan penilaian umum atau pendapat publik terhadap suatu entitas, baik itu perusahaan, merek, maupun individu. b) Keamanan bertransaksi Keamanan bertransaksi merujuk pada tingkat keamanan yang dirasakan konsumen saat melakukan transaksi, baik itu pembayaran, pengiriman, maupun perlindungan data pribadi. c) Keandalan sistem Keandalan sistem mengacu pada kemampuan suatu sistem, baik itu teknologi, operasional, maupun layanan, untuk beroperasi secara konsisten dan dapat diandalkan. Konsumen akan lebih percaya pada entitas yang memiliki sistem yang stabil, handal, dan mampu memberikan pengalaman yang baik secara terus-menerus.

C. Proses Pengambilan Keputusan

Dalam bentuk pembelian barang, konsumen sering ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembeliannya. Umumnya ada lima peranan yang dapat dilakukan seseorang. Pemahaman mengenai masing-masing peranan ini sangat berguna dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, Kotler dalam Teguh (2000:54). Pada dasarnya pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian diawali oleh adanya kesadaran pemenuhan kebutuhan atau keinginan konsumen itu sendiri. Atas kesadaran pemenuhan kebutuhan atau keinginan itu, maka konsumen mulai mencari informasi tentang produk yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Dan informasi yang didapat selanjutnya konsumen akan melakukan seleksi produk untuk memilih (Djaja dan Marisa, 2018).

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini penulis memilih metode penelitian kuantitatif berbentuk survei, peneliti menggunakan metode survei dikarenakan peneliti menggunakan pernyataan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai persepsi risiko dan kepercayaan (trust) terhadap keputusan investasi secara online.

Analisis yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif, jenis penelitian ini menggambarkan sebuah proses atau hubungan antara persepsi risiko dan kepercayaan (trust) terhadap keputusan investasi secara online. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, adalah teknik nonprobability sampling dengan jenis purposive sampling. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pengguna platform dengan sampel yang berjumlah 100 orang diambil dengan menggunakan rumus slovin.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum, persepsi resiko memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial. Dalam beberapa jurnal, persepsi resiko menunjukkan peran penting dalam membentuk kewaspadaan investor terhadap potensi kerugian. Investor yang memiliki pemahaman risiko yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam memilih instrumen investasi dan cenderung tidak terjebak dalam tawaran investasi ilegal atau spekulatif. Namun demikian, dimana persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fintech atau investasi digital. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian generasi milenial yang terbiasa dengan teknologi cenderung mengabaikan risiko ketika kemudahan akses dan promosi digital menjadi dominan dalam pengambilan keputusan. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan bahwa risiko dalam konteks digital dipersepsi secara berbeda oleh generasi milenial. Ketika investasi dikaitkan dengan teknologi seperti aplikasi digital atau e-wallet, persepsi risiko bisa menjadi kabur karena kepercayaan berlebih terhadap sistem teknologi itu sendiri.

Keputusan investasi tidak berdiri sendiri. Hasil penelitian menunjukkan adanya interaksi kuat antara persepsi risiko dengan variabel-variabel lain, seperti pengetahuan investasi, literasi keuangan, dan kemajuan teknologi. Sebagai contoh, menunjukkan bahwa persepsi risiko yang tinggi bisa diminimalisasi apabila individu memiliki literasi digital dan pemahaman investasi yang baik. Literasi ini berperan sebagai moderator yang memungkinkan individu menilai risiko secara lebih objektif dan terukur. Sementara itu,

literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan persepsi risiko menjadi tidak akurat, sehingga investor terlalu percaya diri atau bahkan takut berlebihan. Dalam kondisi ini, pengambilan keputusan menjadi tidak optimal dan rawan kesalahan.

Era ekonomi digital memunculkan model investasi baru yang berbasis teknologi, seperti reksadana digital, cryptocurrency, dan fintech peer-to-peer lending. Generasi milenial sebagai digital native lebih cepat teradaptasi terhadap model investasi ini, namun disisi lain mereka juga lebih rentan terhadap jebakan investasi digital, seperti skema Ponzi dan aplikasi tidak resmi. Fenomena ini menunjukkan bahwa persepsi risiko harus diletakkan dalam kerangka literasi digital dan keuangan yang kuat. Tanpa itu, investasi digital justru menjadi area yang berbahaya bagi investor muda.

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah lanskap investasi, menciptakan paradigma baru dalam pengambilan keputusan keuangan, khususnya bagi generasi milenial. Meski persepsi risiko tetap menjadi faktor penting, preferensi terhadap kecepatan, kenyamanan, dan tampilan modern dari platform investasi digital seringkali menutupi penilaian kritis terhadap potensi kerugian. Fenomena ini diperkuat oleh pengaruh media sosial dan endorsement dari influencer yang mempromosikan investasi digital secara masif, namun minim edukasi risiko. Dalam konteks ini, persepsi risiko tidak hanya dipengaruhi oleh pemahaman rasional, tetapi juga oleh tekanan sosial dan ekspektasi keuntungan cepat.

Selain itu, munculnya gamification dalam aplikasi investasi juga turut mempengaruhi persepsi risiko. Banyak platform menggunakan desain antarmuka yang menyerupai permainan, yang secara tidak langsung dapat menurunkan kewaspadaan pengguna terhadap risiko nyata. Akibatnya, keputusan investasi menjadi lebih impulsif dan kurang analitis. Hal ini menggarisbawahi pentingnya penguatan pendidikan keuangan yang tidak hanya fokus pada konsep dasar, tetapi juga pada dinamika digital yang membentuk persepsi generasi milenial. Oleh karena itu, pendekatan integratif yang mencakup literasi keuangan, pemahaman risiko, dan etika digital sangat diperlukan untuk menciptakan investor muda yang tidak hanya cerdas secara teknologi, tetapi juga bijak dalam mengambil keputusan finansial.

Penting untuk disadari bahwa persepsi risiko generasi milenial juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan eksposur terhadap informasi digital. Misalnya, mereka yang pernah mengalami kerugian akibat investasi digital cenderung memiliki persepsi risiko yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang hanya mengetahui potensi

keuntungan melalui narasi media. Selain itu, algoritma media sosial yang memperkuat konten-konten positif tentang investasi digital juga turut membentuk bias optimisme, yang bisa menurunkan kewaspadaan terhadap risiko yang sebenarnya. Oleh karena itu, edukasi tidak hanya harus bersifat teknis, tetapi juga kritis, yaitu mendorong generasi milenial untuk memilah informasi, memahami konsekuensi finansial, dan menghindari euforia sesaat dalam berinvestasi.

Di samping itu, peran regulator dan lembaga keuangan juga sangat penting dalam membentuk persepsi risiko yang sehat di kalangan milenial. Sosialisasi mengenai keamanan investasi, legalitas platform, serta penjelasan risiko yang transparan perlu ditingkatkan, terutama melalui saluran digital yang familiar bagi generasi ini. Kampanye literasi berbasis media sosial, webinar interaktif, dan kolaborasi dengan tokoh digital berpengaruh dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kesadaran akan risiko. Ketika informasi yang akurat dan edukatif tersedia secara luas, generasi milenial akan lebih siap dalam mengevaluasi tawaran investasi dengan lebih rasional. Dengan demikian, tercipta ekosistem investasi digital yang lebih aman, transparan, dan berkelanjutan.

Lebih lanjut, aspek psikologis juga memegang peranan penting dalam membentuk persepsi risiko generasi milenial. Kepercayaan diri yang tinggi dalam menggunakan teknologi seringkali memunculkan ilusi kontrol, yaitu keyakinan bahwa mereka mampu mengendalikan hasil investasi hanya karena merasa mahir dalam menggunakan aplikasi digital. Padahal, kemampuan teknologi tidak secara otomatis berbanding lurus dengan kecakapan dalam manajemen risiko keuangan. Ilusi ini diperparah dengan budaya instan yang mendominasi generasi milenial, di mana hasil cepat dan mudah sering menjadi prioritas utama dibandingkan proses analisis yang matang. Akibatnya, mereka cenderung mengambil keputusan investasi berdasarkan intuisi atau rekomendasi viral, bukan pada perhitungan risiko yang cermat.

Tidak hanya itu, faktor demografis seperti tingkat pendidikan, pendapatan, dan latar belakang sosial-ekonomi turut membentuk persepsi risiko dalam konteks investasi digital. Milenial yang berasal dari latar belakang ekonomi menengah ke atas cenderung memiliki akses yang lebih luas terhadap informasi keuangan dan teknologi, serta lebih terbuka dalam mengeksplorasi instrumen investasi baru. Sementara itu, milenial dari kalangan ekonomi bawah, meskipun terbantu oleh inklusi digital, seringkali tidak memiliki cukup bekal literasi keuangan yang memadai sehingga lebih rentan terhadap misinformasi dan penipuan investasi. Perbedaan ini menunjukkan bahwa edukasi risiko

tidak bisa dilakukan secara seragam, tetapi perlu mempertimbangkan konteks sosial dan kebutuhan spesifik masing-masing segmen.

Akhirnya, penting untuk menekankan bahwa pembangunan ekosistem investasi yang sehat di era digital membutuhkan sinergi dari berbagai pihak: individu sebagai investor, institusi pendidikan, penyedia platform digital, hingga pemerintah sebagai regulator. Hanya dengan pendekatan kolaboratif inilah persepsi risiko yang sehat dan rasional dapat ditanamkan secara luas dalam benak generasi milenial. Ini bukan hanya soal menghindari kerugian finansial, tetapi jugamembangun generasi investor yang tangguh, cerdas, dan bertanggung jawab dalam menghadapi tantangan ekonomi digital yang terus berkembang.

Selain faktor internal dan eksternal yang telah dijelaskan sebelumnya, penting juga untuk memperhatikan bagaimana perubahan perilaku konsumen digital turut mempengaruhi persepsi risiko investasi generasi milenial. Dalam ekosistem digital, investor muda sering terpapar dengan informasi yang berlimpah, cepat, dan terkadang tidak terverifikasi. Kecepatan arus informasi ini dapat menciptakan efek information overload, yang membuat individu sulit membedakan antara informasi akurat dan hoaks. Dalam kondisi seperti ini, keputusan investasi sering kali dilakukan secara reaktif, bukan reflektif, sehingga risiko yang sebenarnya besar justru diremehkan. Kemudian, aspek herding behavior atau perilaku ikut-ikutan juga menjadi fenomena yang menonjol. Banyak milenial melakukan investasi hanya karena melihat orang lain terutama influencer, teman sebaya, atau komunitas online melakukannya. Dalam situasi seperti ini, keputusan tidak lagi dilandasi oleh analisis risiko yang memadai, melainkan oleh dorongan sosial untuk tidak ketinggalan tren. Perilaku ini menciptakan gelembung spekulatif dan dapat berujung pada kerugian besar ketika tren investasi berbalik arah.

Lebih lanjut, dinamika ekonomi makro seperti inflasi, ketidakstabilan pasar global, hingga perubahan regulasi turut memengaruhi cara milenial memandang risiko. Misalnya, di tengah ketidakpastian ekonomi, beberapa milenial justru memilih instrumen berisiko tinggi seperti kripto karena dianggap sebagai pelarian dari istem keuangan konvensional. Dalam kondisi ini, persepsi risiko menjadi sangat subjektif dan terkadang irasional.

Untuk menjawab tantangan ini, penguatan ekosistem edukasi finansial berbasis digital sangat diperlukan. Tidak hanya berbentuk seminar atau artikel, tetapi juga melalui pendekatan interaktif dan gamified yang disesuaikan dengan karakteristik generasi milenial. Misalnya, simulasi investasi berbasis aplikasi atau pelatihan risiko yang menggunakan teknologi VR/AR dapat meningkatkan pemahaman secara praktis dan menarik. Di

sampling itu, integrasi kurikulum literasi keuangan dalam pendidikan formal sejak usia dini akan menciptakan landasan pemahaman risiko yang lebih kokoh.

Terakhir, penting pula untuk memperkenalkan nilai-nilai etika dalam investasi digital. Edukasi tidak hanya difokuskan pada bagaimana meraih keuntungan, tetapi juga pada tanggung jawab sosial, keberlanjutan, dan kepatuhan hukum. Dengan begitu, persepsi risiko dapat dikaitkan dengan nilai-nilai yang lebih holistik, bukan hanya sekadar kerugian atau keuntungan finansial semata. Hal ini akan melahirkan generasi investor milenial yang lebih matang, berintegritas, dan siap menghadapi kompleksitas dunia investasi digital secara bijak.

D. KESIMPULAN

Persepsi risiko memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan investasi generasi milenial, khususnya dalam konteks ekonomi digital. Meskipun secara umum persepsi risiko dapat meningkatkan kehati-hatian dalam memilih instrumen investasi, pada investasi digital pengaruhnya cenderung melemah akibat kepercayaan berlebih terhadap teknologi, kenyamanan akses, dan dominasi promosi digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa persepsi risiko di kalangan milenial tidak hanya dipengaruhi oleh aspek rasional, tetapi juga oleh faktor sosial, psikologis, dan pengalaman digital mereka.

Literasi keuangan dan digital terbukti menjadi faktor moderasi yang krusial dalam membentuk persepsi risiko yang sehat. Rendahnya tingkat literasi menyebabkan keputusan investasi cenderung impulsif, mudah terpengaruh oleh tren media sosial, serta rentan terhadap informasi menyesatkan. Selain itu, faktor seperti desain gamifikasi aplikasi, ilusi kontrol, dan herding behavior semakin menurunkan kewaspadaan terhadap risiko yang nyata. Untuk itu, diperlukan upaya kolektif melalui edukasi finansial yang kontekstual, interaktif, dan adaptif terhadap dinamika digital. Pemerintah, lembaga keuangan, dan penyedia platform digital harus berperan aktif dalam membangun ekosistem investasi yang aman dan transparan. Dengan pendekatan yang integratif dan kolaboratif, generasi milenial dapat dibentuk menjadi investor digital yang cerdas, etis, dan tangguh dalam menghadapi tantangan keuangan masa depan.

E. DAFTAR PUSTAKA

Ahzar, F. A., Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2023). Investasi digital: Faktor penentu dalam keputusan investasi. *INFOKAM: Informasi Komputer Akuntansi dan Manajemen*, 19(1), 23–33. <http://www.amikjtc.com/jurnal/index.php/infokam/article/view/1332>

- Ardani, A. K., & Sulindawati, N. L. G.E. (2021). Pengaruh perkembangan aplikasi investasi, risiko investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi pasar modal pada generasi milenial dan generasi Z Provinsi Bali di era pandemi. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 10(1), 19–27.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JRA/article/view/53745>
- Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Noval, N., & Jalil, A. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan dan risiko terhadap minat menggunakan financial technology (fintech) Gopay pada generasi milenial di kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam (JIEBI)*, 4(1), 57–66. <https://jurnal.iainpalu.ac.id/index.php/JIEBI/article/view/228>
- Eduard, M. B., Widyastuti, T., Maidani, M., & Sari, P. N. (2024). Pengaruh pengetahuan investasi, financial literacy, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi pada generasi milenial dan generasi Z di Kecamatan Bekasi Utara. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2), 924–928.
<https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri/article/view/924>
- I Wayan Kayun Suwastika Suwastika and others, *Kewirausahaan Di Era Digital Berinovasi Dan Bertumbuh Dalam Dunia Teknologi*, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2023
- Kusnandar, D. L., Sari, D. P., & Sahroni, N. (2022). Pengaruh literasi digital dan persepsi return dan risiko dalam meningkatkan minat investasi generasi Z di pasar modal pada era new normal. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 20(1), 97–104.
<https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/valid/article/view/266>
- M Indriastuti and others, 'Literasi Dan Inklusi Keuangan Pada Gen Z Guna Mendukung Agenda SDG's Di Indonesia', *KUAT: Keuangan ...*, 5.2 (2023)
- M.A. Triandewo, and Y. Yustine, Y. "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen". *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, vol. 22, no. 1, pp. 13–24. 2020. <https://doi.org/10.34208/jba.v22i1.743>
- MH Djaja (2018). *Faktoryang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Memilih Air Minum Kemasan" Hk" Di Desa Cenlecen Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan*. *Makro Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 3 (1), 89-108
- N.I. Taufik, H.A. Pradesa, and I. Agustina, "Article 's Information Pendahuluan Dalam organisasi publik , menilai risiko bersifat penting karena menunjukkan upaya organisasi dalam memperkuat tata kelola secara kelembagaan (Pradesa , Purba , et al ., 2021), dan manajemen risiko adalah elemen kunci". (n.d.).

<https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i1.353>

- N.L.P.E Pradnyawati and N.P Sinarwati, 'Analisis Keputusan Investasi Pada Generasi Millenial Di Pasar Modal Saat Pandemi Covid-19', *Jurnal Manajemen*, 8.2 (2022)
- O.K. Omoregie, J.A. Addae, S. Coffie, G.O.A. Ampong, and K.S. Ofori, "Factors influencing consumer loyalty: evidence from the Ghanaian retail banking industry". *International Journal of Bank Marketing*, vol. 37, no. 3, 798-820. 2019.
- Putri, S. A., & Pratama, I. H. (2024). Pentingnya pemahaman literasi pasar modal, harga saham dalam memilih keputusan berinvestasi pada era digital. *EKALAYA: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 2(1), 19–21. <https://doi.org/10.59966/ekalaya.v2i1.714>
- R.R. Hidayat, and R. Rayuwanto, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian". *Keizai*, vol. 3, no. 2. 2022. <https://doi.org/10.56589/keizai.v3i2.292>
- Redaksi KSEI, 'Didominasi Milenial Dan Gen Z, Jumlah Investor Saham Tembus 4 Juta', PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (2022).
- Rusdan Kamil and Laksmi, 'Generasi Z, Pustakawan, Dan Vita Activa Kepustakawanan', *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 9008.105 (2023), pp. 25–34, doi:10.55981/j.baca.2023.1119.
- U. Muawiyah, H. Alrasyid, and S.A. Anwar, "Pengaruh Kepercayaan, Kenyamanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Tiktok Shop Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang)". *Islamic Economic and Finance Journal*, vol. 4, no. 1, pp. 119 132. 2023.