BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini berlangsung sangat cepat dan membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan termasuk sektor keuangan. Saat ini, muncul berbagai layanan keuangan digital termasuk investasi yang semakin mudah diakses oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut, tren investasi di kalangan generasi muda Indonesia menunjukkan tren peningkatan. Berdasarkan hasil survei GoodStats (2025) menunjukkan bahwa mayoritas investor baru didominasi oleh kelompok usia di bawah 30 tahun dengan presentase 54,42%. Kelompok usia ini didominasi oleh Generasi Z yang tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi digital.

Investasi merupakan suatu aktivitas penanaman modal yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan (Sudrajat, 2024). Salah satu jenis investasi yang akan diminati oleh masyarakat di Indonesia adalah investasi emas.



Gambar 1.1

Produk Investasi yang Akan Diminati di Indonesia Tahun 2026

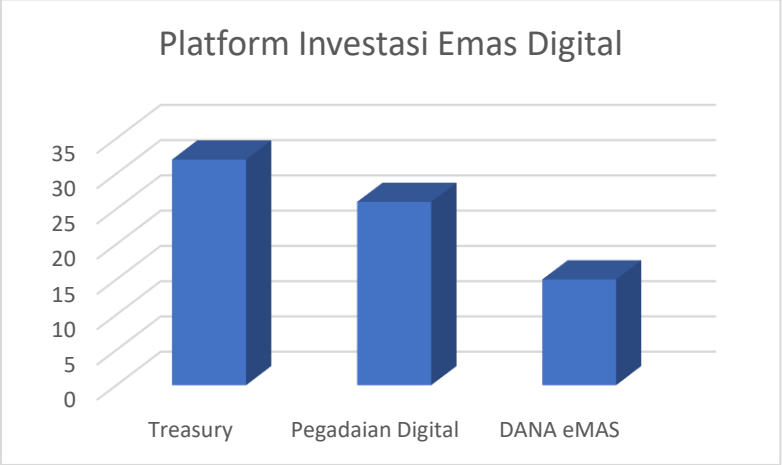
Sumber: (GoodStats, 2025)

Data GoodStats (2025) menunjukkan bahwa emas menempati urutan kedua sebagai produk investasi yang akan diminati di Indonesia pada tahun 2025 dengan persentase mencapai 66%, hanya sedikit di bawah investasi perhiasan yang berada di posisi pertama. Survei Populix (2026) juga menunjukkan bahwa emas menjadi aset yang paling dipercaya ditengah ketidakpastian pasar dengan presentase mencapai 80%. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap investasi emas semakin meningkat seiring kesadaran akan pentingnya menjaga nilai aset dari inflasi dan ketidakpastian ekonomi. Emas sangat cocok sebagai pelindung nilai kekayaan karena nilai emas cenderung stabil dan dianggap *(zero inflation effect)* tidak memiliki efek inflasi (Tanuwidjaja dalam Athi'ulhaq, 2023).

Investasi emas telah berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Dengan kemudahan teknologi saat ini, investasi emas tidak lagi harus dilakukan secara langsung di toko emas, tetapi dapat dilakukan secara digital melalui aplikasi. Investasi emas digital menjadi salah satu alternatif bagi Generasi Z karena dapat dilakukan dengan mudah hanya melalui satu genggaman ponsel tanpa perlu datang langsung ke toko emas.

Salah satu platform yang menyediakan investasi emas digital adalah aplikasi DANA. Sebagai salah satu platform keuangan digital terbesar di Indonesia, DANA telah menyediakan fitur investasi emas digital yang bernama eMAS. Dengan adanya layanan eMAS ini, masyarakat bisa membeli, menabung, maupun memantau harga kapan saja dan di mana saja. Selain itu, investasi emas digital di aplikasi DANA juga pembeliannya sangat fleksibel dapat disesuaikan dengan kapasitas dan keinginan. Perubahan ini membuat layanan investasi emas menjadi lebih praktis, efisien, dan sesuai dengan gaya hidup Generasi Z yang serba digital.

Meskipun demikian, minat masyarakat terhadap investasi emas digital melalui aplikasi DANA masih tergolong rendah. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil survei mengenai platform investasi emas digital berikut.



Gambar 1.2

Platform Investasi Emas Digital

Sumber: Databoks (2025)

Berdasarkan hasil survei (Databoks, 2025) tentang platform investasi emas digital, Treasury menduduki peringkat pertama dengan persentase 32%, diikuti oleh Pegadaian Digital sebesar 26%, sedangkan DANA berada pada peringkat ketiga dengan persentase sebesar 15%. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk melakukan investasi emas digital melalui aplikasi DANA masih relatif lebih rendah dibandingkan dengan platform lainnya. Fenomena tersebut semakin menarik untuk dikaji lebih lanjut mengingat dompet digital yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z adalah DANA dengan persentase mencapai 74% (GoodStats, 2025), tetapi tingginya jumlah pengguna tersebut tidak secara otomatis diikuti oleh minat yang tinggi terhadap fitur investasi yang tersedia di dalam aplikasi.

Generasi Z dikenal sebagai *digital native*, yaitu generasi yang sejak kecil telah terbiasa menggunakan internet, media sosial, dan berbagai aplikasi digital dalam kehidupan sehari-hari. Karakteristik tersebut membuat Generasi Z lebih terbuka terhadap inovasi layanan keuangan digital, termasuk investasi berbasis aplikasi. Seiring dengan perkembangan teknologi dan kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital, Generasi Z di Kabupaten Kuningan juga mulai memiliki akses yang lebih luas terhadap berbagai layanan keuangan digital, termasuk layanan investasi yang tersedia melalui aplikasi seperti DANA.

Dalam konteks demografi, Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa usia produktif di Indonesia umumnya berada pada rentang 15 hingga 64 tahun, yaitu dianggap mampu bekerja dan menghasilkan barang maupun jasa. Generasi Z yang berada pada rentang usia 20-29 tahun termasuk dalam kategori usia produktif awal, di mana pada fase ini sebagian besar individu telah menyelesaikan pendidikan menengah atas (SMA) dan mulai masuki tahap kehidupan yang lebih mandiri. Pada tahap ini, mereka umumnya mulai melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, memasuki dunia kerja, memperoleh penghasilan sendiri, serta mulai memiliki kesadaran untuk melakukan perencanaan keuangan, termasuk berinvestasi untuk masa depan.

Berdasarkan data BPS Kabupaten Kuningan (2025) salah satu kecamatan di Kabupaten Kuningan yang memiliki jumlah penduduk generasi Z (usia 20-29 tahun) yang cukup besar adalah kecamatan Kuningan. Kecamatan Kuningan merupakan salah satu kecamatan yang memiliki jumlah penduduk Generasi Z (usia 20-29 tahun) terbanyak dibandingkan kecamatan lainnya yang ada di Kabupaten Kuningan sehingga potensi minat terhadap aktivitas keuangan digital relatif besar.

Untuk memahami lebih dalam fenomena ini, peneliti melakukan pra-survei terhadap 35 responden Generasi Z yang berusia 20-29 tahun di Kecamatan Kuningan. Pra-survei ini bertujuan untuk memberi gambaran awal terhadap minat Generasi Z dalam berinvestasi emas digital di aplikasi DANA yang disebar melalui *google form*.

Tabel 1.1

Pra-Survei Minat Investasi Emas Digital di Aplikasi DANA pada Generasi Z di Kecamatan Kuningan

No.	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah
1.	Saya mengetahui atau pernah mendengar investasi emas digital.	77,1%	27	22,9%	8

No.	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Persentase	**Jumlah**	**Persentase**	**Jumlah**
2.	Saya pernah mencari informasi mengenai investasi, khususnya investasi emas digital.	51,4%	18	48,6%	17
3.	Saya pernah mengikuti pelatihan, seminar atau konten edukasi yang membahas tentang investasi digital.	40%	14	60%	21
4.	Saya terbiasa menyisihkan sebagian pendapatan untuk berinvestasi.	45,7%	16	54,3%	19
5.	Saya tertarik untuk mencoba investasi emas digital meskipun dengan nominal kecil.	40%	14	60%	21
6.	Saya tertarik menggunakan aplikasi DANA sebagai sarana investasi emas digital.	31,4%	11	68,6%	24

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 35 responden Generasi Z menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan mengenai investasi emas digital tergolong cukup tinggi, dimana sebesar 77,1% responden menyatakan telah mengetahui atau pernah mendengar investasi emas digital, sedangkan 22,9% lainnya belum mengetahuinya.

Namun demikian, keinginan responden untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai investasi emas digital menunjukkan angka yang lebih rendah, yaitu

sebesar 51,4%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden telah memiliki pengetahuan awal, tidak seluruhnya memiliki ketertarikan untuk memperdalam informasi terkait investasi tersebut. Ketertarikan responden untuk mengikuti kegiatan edukasi seperti pelatihan, seminar, atau konten edukasi tergolong rendah, yaitu sebesar 40%. Kemudian sebanyak 45,7% responden yang terbiasa menyisihkan sebagian pendapatan untuk berinvestasi.

Selanjutnya keinginan untuk memulai investasi, hanya sebesar 40% responden yang menyatakan memiliki keinginan tersebut. Bahkan, ketertarikan dalam menggunakan aplikasi DANA sebagai sarana investasi emas digital menjadi yang paling rendah, yaitu sebesar 31,4%.

Secara keseluruhan, hasil pra-survei ini menunjukkan bahwa minat investasi emas digital pada Generasi Z masih tergolong rendah, terutama pada aspek tindakan dan implementasi. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi emas digital, khususnya pada penggunaan aplikasi DANA sebagai platform investasi.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat investasi adalah pendapatan. Pendapatan dalam ilmu ekonomi tidak hanya dikatakan sebagai jumlah uang yang diterima, tetapi juga dianggap sebagai kemampuan individu untuk melakukan konsumsi tanpa mengurangi kekayaan yang dimilikinya. Pendapatan berperan sebagai modal awal yang memungkinkan individu untuk melakukan investasi, termasuk investasi emas digital.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2024), rata-rata pendapatan Generasi Z hanya berkisar antara 1,9jt hingga 3jt perbulan. Meskipun pendapatan Generasi Z hanya berkisar antara 1,9jt hingga 3jt. Namun, Generasi Z saat ini telah memiliki pekerjaan tambahan. Hasil studi Remote Genius yang dilaporkan dalam (Rosa, 2024) menunjukkan bahwa sebanyak 58% pekerja Generasi Z memiliki pekerjaan sampingan. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z telah memiliki kesadaran finansial dalam mencari pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan menyisihkan sebagian dana untuk berinvestasi. Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka semakin besar kemampuan finansialnya dengan mengalokasikan dana ke berbagai instrumen investasi (Raufarasid, 2025).

Selain pendapatan, pengetahuan investasi juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi minat investasi. Sebelum melakukan investasi, sangat penting bagi seseorang untuk memiliki pengetahuan investasi terlebih dahulu agar tidak mengalami kerugian dan terhindar dari penipuan. Pengetahuan investasi merupakan pemahaman tentang dasar-dasar investasi. Pemahaman dasar tentang investasi ini meliputi jenis investasi, return dan risiko investasi yang memudahkan seseorang untuk mengambil keputusan berinvestasi (Merawati & Putra, 2015:107). Seseorang yang memiliki pengetahuan investasi cenderung memiliki minat investasi. Karena dengan memiliki pengetahuan tersebut, Generasi Z jadi memahami cara berinvestasi, menilai manfaat dan risiko, sehingga lebih yakin untuk mengambil keputusan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat investasi adalah persepsi risiko. Persepsi risiko adalah penilaian seseorang terhadap berbagai kemungkinan beserta konsekuensi atau dampak yang mungkin terjadi. Investasi emas termasuk sebagai jenis investasi yang memiliki tingkat risiko lebih rendah dibandingkan dengan investasi lain, seseorang akan tetap melakukan banyak pertimbangan untuk menghindari risiko yang akan dialami, terutama pada investasi emas yang dilakukan secara digital. Investasi emas digital memiliki risiko lain seperti risiko *platform*. Namun, fitur eMAS di DANA didukung oleh mitra resmi dan berada dibawah pengawas seperti BAPPEBTI dan ICH yang berfungsi sebagai mitigasi utama untuk mencegah risiko tersebut. Persepsi risiko ini menjadi aspek yang penting karena setiap investasi pasti mengalami *return* dan *risk*. Selain itu, pesepsi risiko juga dapat mempengaruhi minat dan keyakinan individu ketika ingin melakukan investasi, terutama bagi Generasi Z yang cenderung masih pemula dalam dunia investasi.

Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti menemukan adanya *research gap,* karena beberapa penelitian menemukan hasil yang berbeda. Pada penelitian yang dilakukan oleh Arianti et al. (2025) menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Sunani et al. (2025) yang meunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif yang signifikan terhadap minat investasi. Namun, hasil berbeda ditemukan pada

penelitian Mulyadi & Susanti (2024) yang menyatakan pendapatan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Mardiya et al. (2025) bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Kustina & Maulani (2025) menunjukkan bahwa pengetahuan investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Halim et al. (2022) dan Harahap (2023) yang menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat investasi. Hasil berbeda ditemukan pada penelitian Mardiya et al. (2025) yang menunjukkan bahwa pengetahuan investasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Muhyiddin & Ardansyah (2025) menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Investasi.

Selanjutnya, penelitian mengenai persepsi risiko juga menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Hasan & Rachmad (2024) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan siginifikan terhadap minat investasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Halim et al., (2022) dan Anwar et al., (2025) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Namun, tidak semua penelitian menunjukkan hasil yang sama. Penelitian yang dilakukan oleh Nuzumi et al. (2025) dan Johan & Azariani (2025) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif yang signifikan terhadap minat berinvestasi.

Ketidakkonsistenan ini menunjukkan perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai ketiga faktor diatas yang dapat mempengaruhi minat investasi. Penelitian ini mengkaji minat investasi emas digital di aplikasi DANA yang belum banyak diteliti sebelumnya dan memfokuskan pada generasi Z di wilayah Kecamatan Kuningan. Sehingga hasil penelitian ini memberikan kebaruan mengenai perilaku investasi di wilayah tersebut.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* diatas, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan**

Investasi dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi Emas Digital di Aplikasi DANA (Studi pada Generasi Z di Kecamatan Kuningan)".

1.2 Rumusan Masalah

1) Apakah pendapatan, pengetahuan investasi, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi emas digital di aplikasi DANA pada generasi Z?
2) Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap minat investasi emas digital di aplikasi DANA pada generasi Z?
3) Bagaimana pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi emas digital di aplikasi DANA pada generasi Z?
4) Bagaimana persepsi risiko berpengaruh terhadap minat investasi emas digital di aplikasi DANA pada generasi Z?

1.3 Tujuan

1) Untuk mengetahui pengaruh pendapatan, pengetahuan investasi, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi emas digital di Aplikasi DANA pada generasi Z.
2) Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap minat investasi emas digital di aplikasi DANA pada generasi Z.
3) Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi emas digital di aplikasi DANA pada generasi Z.
4) Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat investasi emas digital di aplikasi DANA pada generasi Z.

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan yang telah dirumuskan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori tentang minat investasi, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Investasi khususnya pada Generasi Z di Kecamatan Kuningan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Akademik

   Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian, menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh pendapatan, pengetahuan investasi dan persepsi risiko terhadap minat investasi emas digital.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi, khususnya investasi emas digital.

3. Bagi Masyarakat (Generasi Z)

   Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada Generasi Z mengenai pendapatan, pengetahuan investasi, serta persepsi risiko dalam investasi sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan investasi dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya investasi sejak dini.

4. Bagi Penyedia Layanan Investasi Digital

   Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi penyedia layanan investasi digital dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi emas digital pada Generasi Z.