

Pengaruh *Financial Self-Efficacy*, *Financial Literacy*, dan *Digital Financial Services* Terhadap Minat Berinvestasi Generasi Muda

Suroto^{1*}, Rahmawati², Fani Rahmawati³, Widya Hestiningtyas⁴


^{1,2,3,4} Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung, Bandar Lampung

E-mail: suroto.1993@fkip.unila.ac.id

Abstract - This study aims to analyze the effect of financial self-efficacy, financial literacy, and digital financial services on the investment interest of the youth generation. The research paradigm employs positivism with a quantitative approach through survey methods. The respondents in this study are 30 young individuals from Haduyang village, South Lampung, who filled out closed questionnaires using a five-point Likert scale. Data were analyzed using descriptive tests, correlation, and mediation with the assistance of IBM SPSS 25. The results indicate that financial literacy, financial self-efficacy, and digital financial services have a positive effect on investment interest. Furthermore, financial self-efficacy has been proven to mediate the relationship between financial literacy and investment interest, while digital financial services enhance access and facilitate the investment process for the youth. This finding emphasizes the importance of financial literacy, the empowerment of financial self-confidence, as well as the development of secure and user-friendly digital services to enhance the investment interest of the younger generation in the digital era.

Keywords: *Financial literacy, Financial self-efficacy, Digital financial services, Investment Interest.*

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *financial self-efficacy*, *financial literacy*, dan *digital financial services* terhadap minat berinvestasi generasi muda. Paradigma penelitian menggunakan positivisme dengan pendekatan kuantitatif melalui metode survei. Responden penelitian ini adalah 30 generasi muda di desa Haduyang, Lampung Selatan, yang mengisi kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima poin. Data dianalisis menggunakan uji deskriptif, korelasi, dan mediasi dengan bantuan IBM SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *digital financial services* berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi. Selain itu, *financial self-efficacy* terbukti memediasi hubungan antara literasi keuangan dan minat berinvestasi, sedangkan layanan keuangan digital memperkuat akses dan memfasilitasi proses investasi generasi muda. Temuan ini menegaskan pentingnya literasi keuangan, pemberdayaan keyakinan diri finansial, serta pengembangan layanan digital yang aman

 © 2025. JIPS; published by Jurusan IPS, FKIP Unila.. This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 License.

The article is published with Open Access at <http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/jips>

dan mudah digunakan untuk meningkatkan minat investasi generasi muda di era digital.

Kata Kunci: *Financial literacy, Financial self-efficacy, Digital financial services, Minat Berinvestasi.*

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan digitalisasi keuangan, investasi menjadi salah satu instrumen penting untuk membangun kesejahteraan individu dan masyarakat luas. Secara global, akses ke produk keuangan digital dan inovasi layanan fintech telah memperluas peluang investasi, terutama bagi generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Namun demikian, masih ada tantangan besar terkait rendahnya literasi keuangan dan kepercayaan diri finansial (*financial self-efficacy*) yang menghambat minat dan partisipasi investasi di kalangan generasi muda. Di Indonesia, misalnya, survei literasi keuangan dan inklusi OJK menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan nasional belum merata dan penggunaan layanan keuangan digital tumbuh tetapi belum optimal (Bank Indonesia, 2025).

Urgensi penelitian ini sangat tinggi karena minat berinvestasi merupakan variabel kunci yang memediasi partisipasi nyata dalam pasar keuangan. Jika generasi muda memiliki minat yang rendah, maka potensi mereka untuk mengalokasikan dana ke instrumen investasi akan terbatas, yang akan berdampak pada rendahnya akumulasi modal finansial, ketidakmampuan menghadapi risiko inflasi, dan kurangnya kesiapan masa pensiun atau kebutuhan keuangan di masa depan. Dalam konteks Indonesia yang mengalami bonus demografi, generasi muda

merupakan aset strategis untuk meningkatkan minat investasi mereka akan mendukung inklusi keuangan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas sistem keuangan (Fadika & Indra, 2024).

Beberapa variabel dianggap sangat berpengaruh dalam membentuk minat berinvestasi generasi muda: *financial literacy* (kemampuan dan pengetahuan tentang produk, risiko, dan mekanisme finansial), *financial self-efficacy* (keyakinan individu bahwa dirinya mampu mengelola keuangan dan membuat keputusan investasi yang tepat), dan *digital financial services* (akses serta penggunaan layanan keuangan berbasis digital seperti aplikasi investasi, fintech, mobile banking, platform digital). Keterkaitan antar variabel ini penting: literasi keuangan dapat meningkatkan keyakinan seseorang (*self-efficacy*), sementara layanan keuangan digital dapat memperluas akses dan menurunkan hambatan biaya atau jarak, sehingga mendukung realisasi minat investasi. Hubungan antar variabel ini sering dibingkai dalam teori perilaku keuangan (*behavioral finance*), teori efikasi diri (*self-efficacy theory*), dan teori adopsi teknologi (*technology acceptance / diffusion of innovation*).

Dalam teori *self-efficacy* Bandura, keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri untuk menghasilkan hasil tertentu (dalam hal ini hasil finansial melalui investasi) sangat memengaruhi keputusan, usaha, dan persistensi terhadap tindakan. Sementara teori literasi keuangan menekankan bahwa pengetahuan dan pemahaman yang memadai akan konsep, risiko, dan instrumen keuangan sangat penting agar seseorang merasa mampu memutuskan investasi yang sesuai. Teori adopsi teknologi mendorong bahwa penggunaan teknologi finansial (*digital financial services*) akan diterima jika dianggap berguna, mudah digunakan, dan memberikan manfaat, yang pada gilirannya memfasilitasi perilaku investasi. Kombinasi teori-teori ini membentuk kerangka konseptual penelitian, di mana *financial literacy* dan *financial self-efficacy* mempengaruhi minat investasi, serta *digital financial services* sebagai variabel yang bisa memperkuat atau memfasilitasi hubungan tersebut.

Penelitian sebelumnya di Indonesia dan konteks generasi muda secara khusus sudah menunjukkan bahwa *financial literacy* secara konsisten berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi. Misalnya, studi di Universitas Muhammadiyah Riau menunjukkan *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa (Utari et al., 2022). Studi lain di Satya Wacana Salatiga menunjukkan bahwa faktor demografis dan literasi keuangan bersama-sama

memengaruhi minat investasi mahasiswa (Febrynanda & Martono, 2023). Studi tentang *financial self-efficacy* juga menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi di kalangan generasi muda (Mujiani, 2024). Beberapa penelitian juga mengangkat variabel digital seperti *fintech usage* atau *digital financial services* sebagai faktor pengaruh dalam minat atau keputusan investasi, misalnya studi di Jakarta (*Fintech usage*) yang menemukan bahwa literasi keuangan dan penggunaan *fintech* signifikan mempengaruhi minat investasi dengan mediasi oleh *self-efficacy* (Frimaya et al., 2025).

Meskipun demikian, terdapat gap penelitian yang menarik untuk diisi. Pertama, sebagian besar studi terdahulu hanya memfokuskan pada *financial literacy* dan variabel psikologis seperti motivasi atau pengetahuan investasi, sementara peran *digital financial services* sebagai variabel independen atau moderator masih kurang eksploratif dalam konteks generasi muda di Indonesia, terutama di wilayah non-Kota besar atau di pulau luar Jawa. Kedua, kombinasi ketiga variabel *financial self-efficacy*, *financial literacy*, dan *digital financial services* dalam satu model terhadap minat berinvestasi masih jarang. Ketiga, studi-studi sebelumnya sering bersifat *cross-sectional* tanpa memperhatikan perbedaan generasi (misalnya Gen Z vs Millennial) atau pengaruh risiko/persepsi teknologi digital sebagai variabel pengendali. Keempat, aspek kebaruan dalam cara mengukur *digital financial services* (apakah hanya akses, penggunaan, kepercayaan, keamanan, kemudahan) sering belum diklarifikasi secara rinci.

Kebaruan penelitian ini terletak pada model yang mengkombinasikan *financial self-efficacy*, *financial literacy*, dan *digital financial services* secara bersama-sama, untuk melihat pengaruh langsung dan mungkin mediasi atau moderasi antara variabel-variabel tersebut pada minat berinvestasi generasi muda. Penelitian ini juga berniat memperluas cakupan geografis, serta menggunakan indikator *digital financial services* secara komprehensif (akses, penggunaan, persepsi keamanan & kemudahan) untuk menangkap kondisi kontemporer dalam era digital finansial. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoretis dan praktis: menyempurnakan kerangka teori perilaku keuangan dan teknologi, serta memberikan rekomendasi kebijakan bagi institusi keuangan, regulator, dan pendidik dalam meningkatkan minat investasi generasi muda melalui literasi, pemberdayaan diri, dan pengembangan layanan digital.

2. METODE

Penelitian ini mengikuti paradigma positivisme, karena mengkaji sebab dan akibat dengan pendekatan kuantitatif dan memanfaatkan metode survei (Rahi, 2017). Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis dan menguji hipotesis dengan mengkorelasikan pengaruh antar variabel. Survei dilakukan pada generasi muda di desa Haduyang, Lampung Selatan. Jumlah populasi sampel dalam penelitian ini adalah 30 orang.

Survei dilakukan dalam bentuk kuesioner tertutup, untuk diisi langsung oleh responden dengan menandai jawaban dalam bentuk skala penilaian. Skala *likert* mengikuti Sugiyono (2021), dengan lima opsi jawaban digunakan untuk mengelompokkan respons alternatif (1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju). Setelah pengumpulan data, dilakukan uji statistik deskriptif berupa rata-rata, standar deviasi, frekuensi, dan persentase data. Korelasi antar variabel dan analisis mediasi dilakukan. Teknik analisis statistik meliputi uji deskriptif, korelasi, dan mediasi dengan menggunakan IBM SPSS 25. Kemudian analisis data dilanjutkan dengan menggunakan analisis jalur untuk memperjelas mediasi antar variabel yang telah diidentifikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data dari 30 responden generasi muda di desa Haduyang, Lampung Selatan, diperoleh temuan bahwa variabel *financial literacy*, *financial self-efficacy*, *digital financial services*, dan minat berinvestasi memiliki skor rata-rata yang relatif tinggi dibandingkan titik tengah skala Likert. Hal ini mengindikasikan bahwa generasi muda di lokasi penelitian telah memiliki tingkat literasi keuangan dan kepercayaan diri finansial yang cukup baik, serta sudah mulai akrab dengan layanan keuangan digital. Namun demikian, masih terdapat variasi jawaban yang cukup signifikan, yang tercermin dari standar deviasi, sehingga menunjukkan adanya perbedaan karakteristik antarresponden.

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa *financial literacy* berhubungan positif dan signifikan dengan minat berinvestasi ($r \approx 0,45$; $p < 0,05$). Artinya, semakin tinggi pemahaman individu mengenai konsep keuangan, produk investasi, dan risiko, semakin besar minat mereka untuk berinvestasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Paramitha dan Gorda (2023) yang menegaskan bahwa literasi keuangan meningkatkan pemahaman risiko dan manfaat investasi sehingga memotivasi generasi muda untuk berinvestasi. Lebih

lanjut, *financial self-efficacy* menunjukkan korelasi lebih kuat dengan minat investasi ($r \approx 0,55$; $p < 0,01$), yang berarti bahwa keyakinan diri seseorang dalam mengelola keuangan menjadi pendorong penting dalam menumbuhkan minat investasi. Hasil ini mendukung studi Ramadhani dan Yurniwati (2020) yang menemukan bahwa *financial self-efficacy* berperan besar dalam keputusan investasi mahasiswa.

Analisis mediasi melalui *path analysis* juga menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* memediasi hubungan antara *financial literacy* dan minat berinvestasi. Dengan kata lain, literasi keuangan berkontribusi tidak hanya secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan kepercayaan diri finansial individu dalam mengelola dana dan mengambil keputusan investasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ramadhanti (2022) yang menemukan bahwa *self-efficacy* memediasi hubungan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan Generasi Z di Pekanbaru. Hal ini memperkuat argumentasi bahwa literasi keuangan yang baik membangun kepercayaan diri finansial, yang kemudian mendorong minat berinvestasi.

Selain itu, *digital financial services* ditemukan berhubungan positif dengan minat berinvestasi ($r \approx 0,40$; $p < 0,05$). Penggunaan layanan keuangan digital, baik dalam bentuk aplikasi investasi, *mobile banking*, maupun platform *fintech*, berperan penting dalam memfasilitasi akses investasi generasi muda. Temuan ini konsisten dengan penelitian Agustriyanda dan Frimayasa (2025) yang menekankan bahwa penggunaan *fintech* berpengaruh signifikan terhadap minat investasi dengan *self-efficacy* sebagai variabel mediasi. Kehadiran layanan digital membuat proses investasi menjadi lebih mudah, aman, dan efisien, sehingga mampu memperkuat hubungan literasi keuangan dan *self-efficacy* dengan minat berinvestasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa *financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *digital financial services* saling terkait dalam membentuk minat investasi generasi muda. Literasi keuangan meningkatkan pemahaman, *self-efficacy* memperkuat keyakinan diri, dan layanan keuangan digital menyediakan sarana praktis yang memperluas akses ke instrumen investasi. Meskipun demikian, keterbatasan penelitian ini adalah ukuran sampel yang relatif kecil sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan dengan hati-hati. Ke depan, penelitian dengan cakupan lebih luas diperlukan untuk memperkuat bukti empiris mengenai hubungan ketiga variabel ini terhadap minat berinvestasi generasi muda Indonesia.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *digital financial services* memiliki pengaruh positif terhadap minat berinvestasi generasi muda di desa Haduyang, Lampung Selatan, dengan *financial self-efficacy* terbukti memediasi sebagian hubungan antara literasi keuangan dan minat berinvestasi. Hal ini menegaskan bahwa peningkatan pengetahuan keuangan tidak hanya berdampak langsung pada minat investasi, tetapi juga memperkuat keyakinan diri individu dalam mengambil keputusan finansial, sementara layanan keuangan digital memperluas akses dan memperkuat efektivitas kedua variabel tersebut. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian ini adalah perlunya strategi terintegrasi antara lembaga pendidikan, pemerintah, dan penyedia jasa keuangan untuk meningkatkan literasi keuangan generasi muda melalui kurikulum yang aplikatif, memperkuat kepercayaan diri finansial melalui pelatihan dan simulasi investasi, serta memperluas dan mengedukasi penggunaan layanan keuangan digital yang aman, mudah, dan terpercaya, sehingga minat investasi generasi muda dapat terus ditingkatkan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiguna, R. S. (2018). Kampanye 'Yuk Nabung Saham' IDX untuk Mengubah Mindset Saving Society Menjadi Investing Society. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 93–99.
- Agustriyanda, F. E., & Frimayasa, A. (2025). Pengaruh literasi keuangan, fintech usage dan financial self-efficacy terhadap minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta: Peran mediasi. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*.
- Baihaqi, M. I. F. (2016). *Pengantar psikologi kognitif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Daffa, R. R., Hartanti, R., & Vivi. (2025). The influence of Financial self-efficacy, Risk Perception, Financial literacy, and Herding on Investment Decision among Generation Z and Millennials in Jabodetabek area. *Atestasi : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 535–547. <https://doi.org/10.57178/atestasi.v8i2.1692>
- Fadika, J., & Indra, Y. A. (2024). Peran Pasar Modal dalam Meningkatkan Minat Investasi pada Generasi Muda di Era Digital. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 2(1), 1700-1712.
- Hussain, S., & Rasheed, A. (2023). Risk tolerance as mediating factor in individual financial investment decisions: a developing-country study. *Studies in Economics and Econometrics*, 47(2), 185-198.
- Mujiani, S. (2024). The Influence of Financial self-efficacy on Students' Investment Interest with Investment Knowledge as a Moderating Variable. *Jurnal Ilmiah Edunomika*. 8(1).
- Nugroho, D. H., Lindiatwatie. (2025). The Effect of Motivation, Investment Knowledge, Financial literacy on Generation Z Interest in Investing in the Capital Market. *Assets : Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1).
- Paramitha, M. A. S., & Gorda, A. A. N. O. S. (2023). The effect of financial literacy, income, risk tolerance on investment decisions with investment interest as a mediating variable. *International Journal of Economics Development Research (IJEDR)*, 5(4), 6178.
- Rahi, S. (2017). Research Design and Methods: A Systematic Review of Research Paradigms, Sampling Issues and Instruments Development. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 6(2), 1–5. <https://doi.org/10.4172/2162-6359.1000403>
- Ramadhani, P., & Yurniwati, Y. (2020). Pengaruh financial literacy dan financial self-efficacy terhadap pengambilan keputusan investasi dengan locus of control sebagai variabel moderasi. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 16(2), 201–212.
- Ramadhanti, S. C. (2022). Pengaruh financial literacy terhadap perilaku keuangan Generasi Z dengan financial self-efficacy sebagai mediasi di Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 45–56.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ulfah, R. (2022). The influence of financial literacy on investment decisions of Jakarta Global University students. *Review of Management, Accounting, and Business Studies*, 3(2), 168-176.
- Wardana, N. A., Olda, Y., & Rena, R. (2023). Analysis of The Effect of Financial literacy, Investment Knowledge, Investment Motivation and Perception of Return on Interest Accounting Student Investments. *Jurnal Sistem Informasi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(2), 261-270.