

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi Milenial merujuk pada kelompok individu yang lahir antara tahun 1980 dan 2000, yang secara khas tumbuh dan berkembang dalam lingkungan digital yang dinamis dan terhubung secara global (BPS, 2018; Martin & Tulgan, 2006; Tapscott, 1998). Generasi Milenial mendemonstrasikan pendekatan yang unik dalam pengelolaan keuangan, yang dipengaruhi oleh lingkungan digital kontemporer dan akses mereka terhadap teknologi finansial yang canggih (J. Chen, 2022). Ada berbagai pilihan dalam meraih tujuan keuangan pada generasi milenial, yakni dalam mengelola keuangan dengan minat investasi (Hooker, 2017; Karanam & Shenbagavalli; 2019) dan minat berutang (Business Insider, 2023; CNBC, 2023; dan Prakash, 2023).

Berdasarkan data dari KSEI (2024), menyatakan bahwa generasi milenial merupakan generasi yang mendominasi Bursa Efek Indonesia periode Januari hingga Desember 2023 yang terlihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Demografi Investor Individu Berdasarkan Kelompok Usia
Periode Januari – Desember 2023

| Usia | Bulan (Persen) | | | | | | | | | | | |
|---------|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2023 | | | | | | | | | | | |
| | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Agu | Sep | Okt | Nov | Des |
| ≤ 30 | 58,55 | 58,39 | 58,18 | 58 | 57,81 | 57,57 | 57,26 | 57,04 | 56,89 | 56,73 | 55,65 | 56,43 |
| 31 - 40 | 22,56 | 22,63 | 22,75 | 22,85 | 22,94 | 23,05 | 23,18 | 23,27 | 23,34 | 23,42 | 23,51 | 23,58 |
| 41 - 50 | 10,89 | 10,95 | 11 | 11,05 | 11,11 | 11,19 | 11,29 | 11,36 | 11,41 | 11,6 | 11,52 | 11,55 |
| 51 - 60 | 5,23 | 5,25 | 5,27 | 5,29 | 5,31 | 5,35 | 5,41 | 5,44 | 5,47 | 5,49 | 5,51 | 5,53 |
| > 60 | 2,77 | 2,79 | 2,8 | 2,81 | 2,82 | 2,84 | 2,87 | 2,88 | 2,89 | 2,9 | 2,91 | 2,91 |

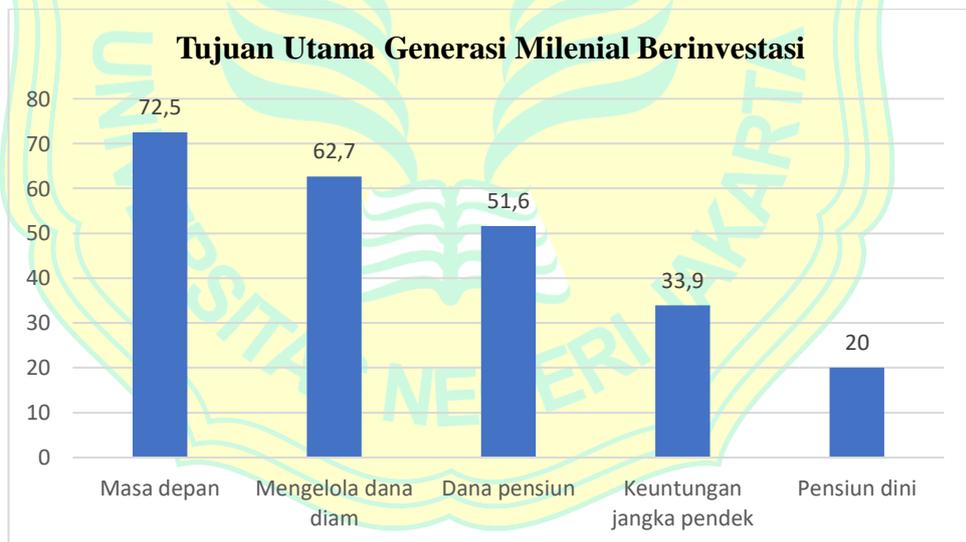
Sumber: KSEI (Diolah, 2024)

Pada kelompok usia dibawah 30 tahun, persentase rata-rata mencapai 57,37 persen dan kelompok usia 31 tahun – 40 tahun memiliki

persentase rata-rata mencapai 23,09 persen. Kelompok usia tersebut merupakan generasi milenial.

Adapun menurut riset yang dilakukan oleh McKinsey (2021) dalam laporan *McKinsey on Investing*, menyatakan bahwa generasi milenial banyak melakukan aktivitas investasi. Dalam laporan tersebut mencatat bahwa milenial merupakan generasi terbesar dalam angkatan kerja dan generasi yang mulai mengumpulkan kekayaan dengan berinvestasi yang bijak serta lebih cenderung menggunakan saluran digital/*digital channels* untuk berinvestasi pada ekuitas swasta dan modal ventura daripada generasi sebelumnya.

Survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) Bersama Zigi.id dan Sisi+ (Databoks, 2022a), menunjukkan bahwa sebagian besar generasi muda Indonesia berinvestasi dengan tujuan jangka panjang, yaitu untuk mengamankan masa depan finansial mereka.



Gambar 1. 1 Tujuan Utama Generasi Milenial Berinvestasi

Sumber: Databoks (Diolah, 2022)

Perilaku investor saham tercermin dalam keinginan atau niat individu untuk berinvestasi pada instrumen saham. (Rahadjeng & Fiandari, 2020). Intensi investor terhadap saham dapat terlihat dari perkiraan return yang mereka perhitungkan menggunakan beragam informasi. Intensi ini merupakan keinginan atau niat investor dalam bertindak hal tertentu,

dikarenakan adanya berbagai pengetahuan yang mendorong kecenderungan mereka dalam berinvestasi (Sashikala & Chitramani, 2018).

Tabel 1. 2 Pilihan Investasi Generasi Milenial

| Instrumen Investasi | Pilihan Investasi |
|----------------------------|--------------------------|
| Saham | 80,88% |
| Reksadana | 16,18% |
| Obligasi | 1,47% |
| Lainnya | 1,47% |

Sumber : TICMI (2022)

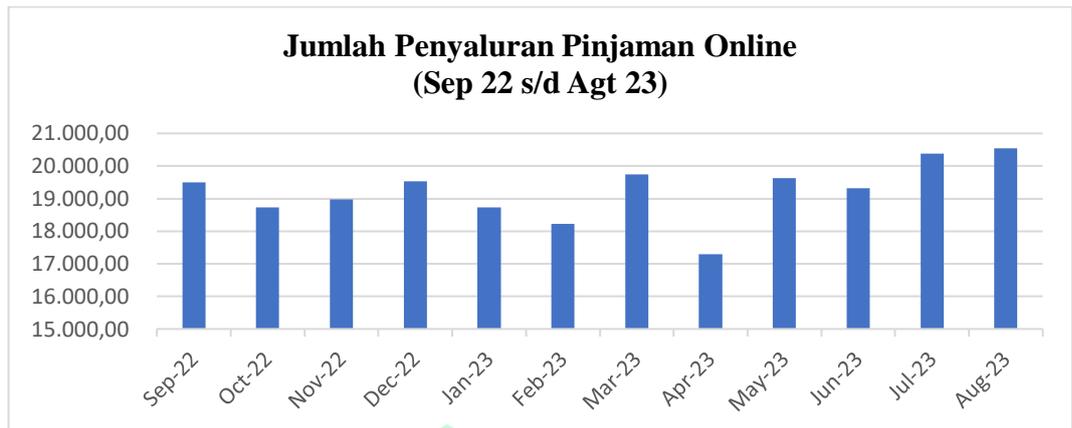
Generasi milenial memiliki minat terhadap produk investasi di pasar modal telah meningkat secara signifikan beberapa tahun terakhir. Generasi ini, yang dikenal dengan kemampuannya dalam mengakses informasi dan teknologi, semakin sadar akan pentingnya investasi untuk mencapai kebebasan finansial di masa depan. Berdasarkan data terkini, preferensi investasi generasi milenial menunjukkan dominasi yang jelas terhadap saham, yang mencapai 80,88%. Saham dipandang sebagai instrumen investasi yang menawarkan potensi keuntungan tinggi, meskipun juga membawa risiko yang setara. Selain saham, reksadana juga menjadi pilihan yang cukup diminati oleh generasi ini, dengan persentase sebesar 16,18%. Reksadana menawarkan diversifikasi portofolio yang lebih baik dan manajemen profesional, sehingga cocok bagi investor yang menginginkan risiko yang lebih terkendali. Di sisi lain, obligasi hanya menarik perhatian 1,47% dari milenial, mungkin karena dianggap menawarkan imbal hasil yang lebih rendah dibandingkan saham dan reksadana. Kategori lainnya juga mencakup 1,47%, yang mungkin terdiri dari investasi alternatif atau instrumen keuangan yang kurang dikenal.

Tren ini menggambarkan perubahan signifikan dalam cara generasi milenial mengelola keuangan mereka dan menunjukkan potensi besar untuk pertumbuhan pasar modal di masa depan. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai preferensi dan perilaku investasi generasi ini sangat penting bagi pengembangan strategi pemasaran dan edukasi investasi yang lebih efektif.

Selain Perilaku minat berinvestasi, perilaku minat berutang juga menjadi sangat penting dan menjadi satu ciri generasi milenial yang memiliki daya beli yang kuat (Rudhiwantoro, 2018; Widjaja & Pertiwi, 2021). Di Indonesia kaum milenial tingkat ekonomi menengah ke bawah sampai tingkat ekonomi ke atas sering terlilit utang, dikarenakan gaya borjuis mereka yang menghabiskan uang untuk memenuhi gaya hidup mereka (Supriyatna, 2019; Widjaja & Pertiwi, 2021). Adapun penghasilan generasi milenial cukup untuk memenuhi kebutuhan sebulan dan bisa disisihkan untuk investasi, namun kaum milenial memilih untuk tidak dapat berinvestasi karena masih adanya cicilan atau utang yang diperlukan untuk keperluan gaya hidup (CNBC Indonesia, 2019; Rahayu, 2019). Selain itu, Generasi milenial juga hidup di masa yang ditandai dengan inflasi yang meningkat pesat dan kesengsaraan finansial, sehingga utang pinjaman mahasiswa yang meningkat juga menjangkiti banyak anggota generasi ini (McKinsey, 2023).

Dalam survei yang dilakukan oleh Jakpat Survey Report (2023) dalam *Indonesia Customer Habit*, bahwa terdapat perbedaan di antara berbagai generasi dari kebutuhan cicilan dan pinjaman, yakni pada generasi X sebesar 12,87% responden yang terkadang membutuhkan pinjaman dan 4,46% responden tidak dapat membayar cicilan, sedangkan generasi Milenial memiliki 13,07% responden yang membutuhkan pinjaman dan 4,5% responden yang tidak membayar pinjaman. Persentase yang disajikan lebih dominan dibandingkan dengan generasi X dan terlihat pada generasi Milenial yang aktif dalam melakukan aktivitas pinjaman.

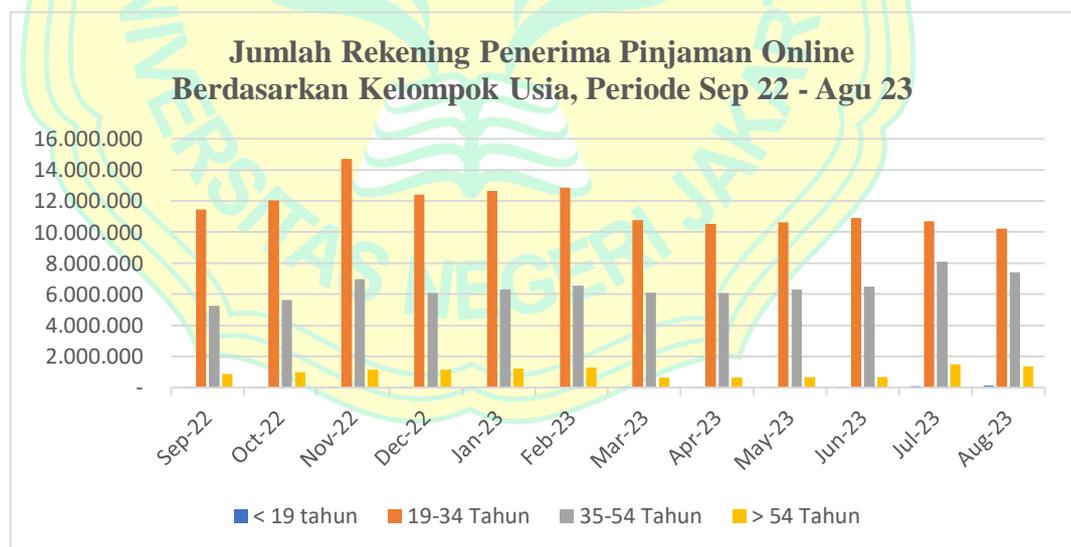
Laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa nilai total pinjaman yang disalurkan melalui platform fintech peer-to-peer lending di Indonesia mencapai angka yang signifikan, yaitu Rp20,53 triliun pada bulan Agustus 2023, seperti yang terlihat pada Gambar 1.2 berikut:



Gambar 1. 2 Persentase Jumlah Penyaluran Pinjaman Online berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan

Sumber: OJK (Diolah, 2023)

Adapun dalam grafik mengalami kenaikan dari bulan April sampai Agustus 2023, yang berarti peminat pinjaman *online* banyak digunakan. Seperti yang tersaji pada Gambar 1.3 yang menunjukkan jumlah rekening penerima pinjaman *online* berdasarkan kelompok usia, sebagai berikut (OJK, 2023):

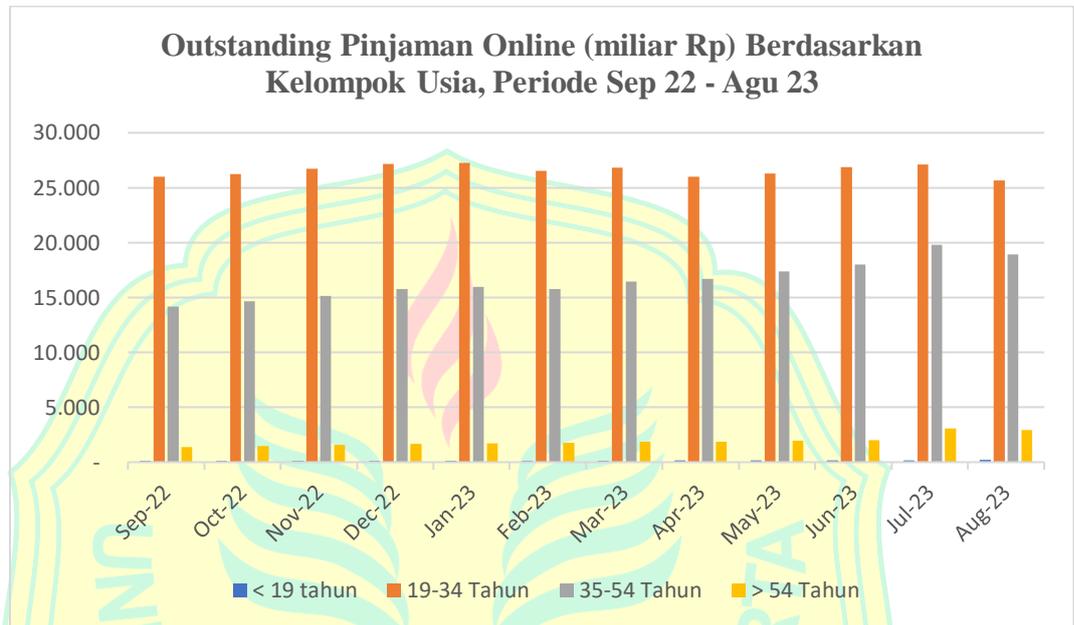


Gambar 1. 3 Jumlah Rekening Penerima Pinjaman Online Berdasarkan Kelompok Usia

Sumber: OJK (Diolah, 2023)

Berdasarkan Jumlah Rekening Penerima Pinjaman *Online* dari kelompok usia penerima pinjaman menunjukkan bahwa, usia 19-34 tahun

merupakan angka yang sangat dominan dibanding dengan kelompok umur lainnya periode September 2022 sampai Agustus 2023. Selain itu, generasi milenial juga mendominasi dari jumlah *outstanding* Pinjaman Online (miliar Rp) berdasarkan kelompok usia yang terlihat pada Gambar 1.4, sebagai berikut (OJK, 2023):



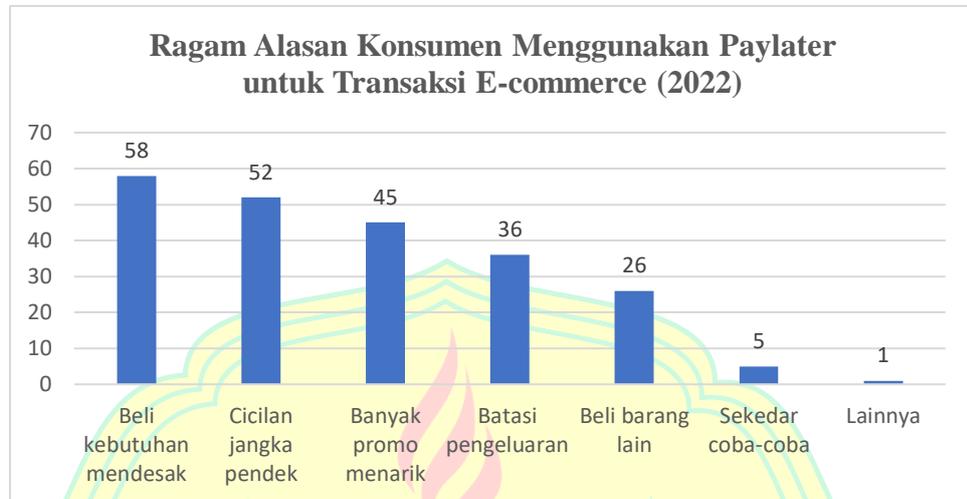
Gambar 1. 4 Jumlah Outstanding Pinjaman Online (miliar Rp) berdasarkan kelompok usia periode September 2022 sampai Agustus 2023

Sumber: OJK (Diolah 2023)

Nilai peminjaman periode Agustus 2023 yang dilakukan secara *online* tersebut mencapai 10.232.801 rekening dari 19.123.369 rekening penerima pinjaman aktif. Dalam grafik *outstanding* pinjaman yang tercatat dalam laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada periode Agustus 2023, terdapat rentan usia 19-23 tahun merupakan usia paling banyak melakukan pinjaman *online*, sebanyak 25,680 miliar dari jumlah keseluruhan berdasarkan kelompok usia sebesar 47,739 miliar. Kelompok usia 19-28 tahun dan 28-34 tahun tercatat menjadi kalangan yang dominan berutang (IDX Channel, 2021). Kelompok tersebut termasuk dalam kategori generasi milenial.

Berikut yang menjadi alasan pinjaman online tetap diminati berdasarkan survei dari Katadata Insight Center (KIC) dan Kredivo,

menunjukkan penggunaan *paylater* dalam bertransaksi di *e-commerce* sudah menjadi tren di kalangan konsumen, seperti yang terlihat pada Gambar 1.5 berikut:



Gambar 1. 5 Persentase Ragam Alasan Konsumen Menggunakan Paylater untuk Transaksi E-commerce pada tahun 2022

Sumber: Databoks (Diolah, 2022)

Berdasarkan survey tersebut, responden terbanyak sebesar 58% menggunakan *paylater* karena alasan untuk membeli kebutuhan mendesak. Banyak milenial yang terlilit utang dikarenakan tidak dapat membayar kebutuhan lain, sehingga harus berutang apabila ada kebutuhan yang mendesak (CNBC Indonesia, 2023; Finance Detik, 2023).

Dari berbagai fenomena yang terjadi dalam minat investasi dan minat berutang pada generasi milenial, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya, sebagai berikut: *Financial Literacy* (D.A.T, 2020; Hamka et al., 2020; Obeng-Manu, 2022; Sadiq & Khan, 2018; Waheeda et al., 2020; Wisudanto & Mubarok, 2016), *Risk Perception* (Ademola et al., 2019; An & Dharmendra H, 2022; Aren & Zengin, 2016; Baghani & Sedaghat, 2016; Bairagi & Chakraborty, 2018; J. Jain et al., 2023; Sindhu & Kumar, 2014; Tandio, 2016; Tyas et al., 2019; Wachinger et al., 2013), *Materialism* (Kanten et al., 2018; Lerner et al., 2015; Sashikala & Chitramani, 2018; Widayati et al., 2021), *Emotion* (Breaban & Noussair, 2018; Duxbury, 2015a; Kartini & Nugraha, 2015; Riaz & Iqbal, 2015; Yip

& Schweitzer, 2016) dan *Religiosity* (Asutay et al., 2023; Chircop et al., 2020; Jones et al., 2023; Mumtaz et al., 2022; Niveditasri & Sanmitha, 2020).

Studi yang dilakukan oleh Sashikala & Chitramani (2018), bahwa Minat seseorang dalam berinvestasi, yang terlihat dari perilaku investor saham, tercermin melalui keinginan atau niat individu untuk berinvestasi pada instrumen saham. Investor atau individu yang berinvestasi cenderung berperilaku rasional dalam aktivitasnya di pasar saham, dengan menganalisis berbagai harga saham di pasar. Semua informasi yang diperlukan menjadi efisien bagi pelaku pasar dalam memfasilitasi minat investasinya (Downey, 2023).

Melalui penelitian Kahneman & Amos (1979) menyoroti adanya keterbatasan dalam model keuangan tradisional dalam memprediksi dan menjelaskan perilaku investor secara akurat. Mereka mengidentifikasi sejumlah faktor psikologis dan kognitif yang seringkali mengarah pada keputusan investasi yang menyimpang dari rasionalitas ekonomi. Peran emosi dalam pengambilan keputusan investasi menyoroti adanya celah antara model pasar yang efisien dan realitas pasar yang kompleks. Perilaku investor yang didorong oleh emosi seringkali menghasilkan keputusan investasi yang tidak optimal dan menyimpang dari penilaian objektif terhadap risiko dan *return* (Hossain & Siddiqua, 2022). Salah satu bidang ilmu yang dapat dimanfaatkan oleh investor untuk membuat keputusan yang tepat adalah keuangan perilaku (*behavioral finance*) (Budhiraja et al., 2018; Famarzi & Raju, 2020). Keuangan perilaku bertujuan untuk menjelaskan bagaimana faktor psikologis, sosial, dan kognitif memengaruhi perilaku investor dan dinamika pasar. Pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor ini memungkinkan kita untuk merumuskan intervensi yang dapat meningkatkan rasionalitas dalam pengambilan keputusan keuangan (Pompian, 2012:27).

Sebuah studi dilakukan oleh Farooq dan Sajid (2015) berdasarkan konsep mengenai investor bertindak rasional dalam meningkatkan utilitas

mereka, mereka cepat memproses semua informasi yang tersedia. Persepsi investor mengenai pengembalian dan risiko investasi akan berubah seiring dengan hipotesis dan perkembangan pasar. Studi yang dilakukan Bikas dan Saponaité (2018), menunjukkan bahwa investor sering kali terlibat dalam pola perilaku irasional yang berulang dan menyimpang dari prinsip-prinsip rasional. Penyimpangan ini meningkatkan risiko di pasar saham, yang pada gilirannya menyebabkan volatilitas atau perubahan statistik harga saham dalam periode tertentu.

Adapun dalam penelitian Lusardi (2019a), literasi keuangan merupakan suatu konstruksi yang terdiri dari pengetahuan, sikap, dan keterampilan finansial yang memungkinkan individu membuat keputusan keuangan yang rasional dan efektif, sehingga dapat mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2021), literasi keuangan merupakan indikator dari tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya pengetahuan keuangan dalam mengelola kehidupan finansial sehari-hari. Adanya literasi keuangan yang memadai akan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengambil keputusan keuangan yang rasional, sehingga dapat mencapai kesejahteraan finansial yang berkelanjutan, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh berbagai peneliti (Al-Hakim et al., 2023; Obeng-Manu, 2022; Shintawati & Budidarma, 2023; Shohiha et al., 2022) dalam penelitian mengungkapkan bahwa Literasi, khususnya literasi keuangan, memiliki korelasi positif dengan kecenderungan seseorang untuk berinvestasi. Semakin tinggi tingkat literasi seseorang, semakin besar kemungkinan ia akan membuat keputusan investasi yang rasional.

Dalam hal ketika seseorang berminat untuk berinvestasi, diperlukan penilaian berbagai risiko yang ada, salah satunya adalah *risk perception* (Ademola et al., 2019; An & Dharmendra H, 2022; Aren & Zengin, 2016; Baghani & Sedaghat, 2016; Bairagi & Chakraborty, 2018; J. Jain et al., 2023; Sindhu & Kumar, 2014; Tandio, 2016; Tyas et al., 2019; Wachinger et al., 2013). *Risk perception* merupakan evaluasi subjektif seseorang

terhadap kemungkinan terjadinya suatu peristiwa merugikan, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis individu dan konteks situasi. (Wachinger et al., 2013). Persepsi risiko adalah proses mental yang melibatkan evaluasi terhadap ketidakpastian dan potensi kerugian yang terkait dengan suatu tindakan atau peristiwa. Proses ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengetahuan, pengalaman, dan emosi individu (Sindhu & Kumar, 2014). Persepsi risiko atau *risk perception* memegang peranan penting dalam perilaku manusia, terutama dalam pengambilan keputusan di bawah ketidakpastian. Seseorang cenderung menganggap suatu situasi berisiko jika mengalami kerugian akibat keputusan yang buruk, dan kerugian tersebut berdampak pada kondisi keuangannya (Bairagi & Chakraborty, 2018). Perbedaan dalam persepsi risiko dan pemahaman terhadap konsekuensi suatu tindakan dapat menjelaskan mengapa individu yang sama-sama dihadapkan pada pilihan yang serupa, namun membuat keputusan yang berbeda.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tandio (2016) dan Tyas et al., (2019) menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berdampak terhadap minat seseorang dalam berinvestasi. Hal tersebut dikarenakan jawaban dari responden menunjukkan bahwa investor di kalangan mahasiswa mengabaikan faktor risiko yang menjadi pertimbangan penting untuk berinvestasi saham di pasar modal (Tandio, 2016). Adapun dalam penelitian yang dilakukan oleh Wachinger et al., (2013); Sindhu & Kumar (2014); Ainia & Lutfi (2019), membuktikan bahwa salah satu faktor yang membuat seseorang minat berinvestasi yaitu persepsi risiko. Hal tersebut dikarenakan adanya prinsip semakin tinggi risikonya, maka semakin tinggi dalam pengembaliannya (return) dan pada saat yang sama investor tersebut akan memahami bahwa portfolio yang terdiversifikasi akan mengurangi risikonya (Sindhu & Kumar, 2014).

Selain itu, Materialisme juga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap minat seseorang dalam berinvestasi (Kanten et al., 2018). Materialisme didefinisikan sebagai nilai pribadi yang mencerminkan

keyakinan individu tentang pentingnya harta dalam kehidupan mereka (Likitapiwat et al., 2015). Hal tersebut dicirikan sebagai seperangkat nilai dan tujuan yang ditekankan individu seperti kekayaan, status, citra dan properti (Hui & Tsang, 2017). Materialitas merupakan salah satu sifat kepribadian yang kompleks, diharapkan dapat mempengaruhi pilihan, preferensi, keputusan dan perilaku individu dalam berbagai situasi (Górnik-Durose & Pilch, 2016).

Riset yang dilakukan oleh Donnelly et al. (2013), menegaskan tentang individu materialistis sangat mengedepankan kekayaan, harta benda dan status, mereka lebih rentan kehilangan uang dan membuat keputusan yang salah tentang pengelolaan uang. Namun, disarankan bahwa individu yang materialistis mungkin memiliki kecenderungan positif untuk mengkonsumsi pada tingkat yang tinggi dan juga mereka cenderung kurang berhemat dan melakukan kontrak utang (Kasser, 2016). Kepribadian materialistis mempunyai dampak terhadap sikap dan perilaku individu terkait masalah keuangan (Kanten et al., 2018). Individu yang materialistis cenderung lebih mementingkan kepemilikan barang material (Maria, 2023). Penelitian serupa oleh Arthur et al., (2019); Vergheese & Chin (2022); Waqas & Siddiqui (2021) yang meneliti bahwa terdapat adanya pengaruh seseorang materialisme untuk berinvestasi.

Faktor berikutnya adalah *religiosity* atau religiusitas. Dalam sejarahnya, literatur keuangan telah mempelajari dampak norma-norma spiritual dan agama terhadap perilaku pengambilan keputusan. Namun, teori pasar modal tradisional menekankan bahwa faktor-faktor fundamental seperti harga saham, profitabilitas, dan volatilitas lebih berpengaruh dalam keputusan keuangan (Baker & Ricciardi, 2014:138). Selain itu, keuangan perilaku berpendapat bahwa psikologi dan emosi manusia mempengaruhi pilihan dalam investasi (Baker & Ricciardi, 2014:138). Religiusitas merupakan pendorong kepercayaan pribadi yang paling penting (Altman, 2012). Ekonom maupun sosiolog sepakat bahwa religiusitas meningkatkan kepercayaan diantara individu (Arrunada, 2010). Menurut Paciotti et al.,

(2011), menemukan bahwa semakin individu beragama maka akan menunjukkan kepercayaan tinggi dibandingkan dengan orang sekuler (nonreligious). Berdasarkan hasil penelitian dari Kim et al., (2021), menyatakan bahwa umat beragama lebih cenderung memiliki andil dalam pasar saham daripada seseorang yang tidak beragama. Berbagai penelitian mengatakan bahwa semakin baik religiositas maka akan semakin baik minat seseorang dalam menabung dan berinvestasi (Asutay et al., 2023; Chircop et al., 2020; Mumtaz et al., 2022).

Selain faktor yang mempengaruhi dalam berinvestasi, generasi milenial memiliki cara lain dalam mengelola keuangannya yakni dalam minat seseorang untuk berutang (Business Insider, 2023; CNBC, 2023; Prakash, 2023). Dalam hal ini, tingkat pengendalian diri individu, yang didefinisikan sebagai pengekangan yang dilakukan atas dorongan, keinginan, atau emosi seseorang, telah muncul sebagai salah satu sifat psikologis dan sikap yang dapat memengaruhi perilaku keuangan (Ajzen, 1991). Sikap individu terhadap utang, norma sosial yang berlaku, serta persepsi atas kemampuan diri dalam mengelola utang merupakan faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi keputusan seseorang untuk berutang (Yusbardini & Andnani, 2023). Berdasarkan fenomena yang telah dibahas sebelumnya, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi, yaitu: *Risk Perception* (Alquraan et al., 2016; Baghani & Sedaghat, 2016; Barros & Botelho, 2012; Flores & Vieira, 2014; Sindhu & Kumar, 2014; Tandio, 2016; Tyas et al., 2019), *Financial Literacy* (Agustine, 2023; Doosti & Karampour, 2017; Kristanto, 2021), *Materialism* (Doosti & Karampour, 2017; Potrich et al., 2016), *Religiosity* (Chena et al., 2023; Nurhidayat et al., 2023) dan *Emotion* (Rendall et al., 2021; Widjaja & Pertiwi, 2021).

Literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan dan menerapkannya untuk membuat keputusan finansial yang rasional serta mengelola sumber daya keuangan secara efektif (F. Khan et al., 2022; Sakanko et al., 2023).

Defisiensi dalam literasi keuangan dapat menjadi faktor yang berkontribusi pada praktik-praktik berutang yang tidak sehat (Potrich et al., 2016). Kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan yang memadai memungkinkan mereka untuk mengevaluasi risiko dan konsekuensi dari keputusan untuk berutang. Penelitian empiris telah secara konsisten menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk sikap individu terhadap utang (Agustine, 2023; Doosti & Karampour, 2017; Kristanto, 2021). Peningkatan *financial literacy* pada generasi muda sangat penting untuk membekali mereka dengan keterampilan yang diperlukan dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif, termasuk kemampuan untuk mengendalikan dorongan untuk berutang demi memenuhi keinginan instan (Huston, 2010).

Individu seseorang yang memiliki tingkat *Risk perception* dapat mempengaruhi dalam memutuskan memakai kartu kredit (Barros & Botelho, 2012; Flores & Vieira, 2014). Persepsi risiko dalam konteks penelitian ini mencakup evaluasi dan pengukuran generasi milenial terhadap risiko yang terkait dengan melakukan utang. Analisis komparatif antara generasi milenial dan generasi sebelumnya di Indonesia, khususnya dari kelas menengah, mengindikasikan adanya perbedaan signifikan dalam toleransi risiko, dengan generasi milenial cenderung lebih berani dalam menghadapi ketidakpastian (Rosdiana, 2020). Keyakinan dalam peningkatan peluang finansial jangka panjang dapat menyebabkan munculnya hasil positif pada persepsi risiko. Berbagai penelitian menyebutkan adanya pengaruh *risk perception* terhadap minat seseorang dalam berutang (Baghani & Sedaghat, 2016; Barros & Botelho, 2012; Sindhu & Kumar, 2014).

Materialisme dapat didefinisikan sebagai suatu orientasi nilai yang menempatkan kepemilikan benda materi sebagai sarana utama untuk mencapai tujuan hidup dan kepuasan pribadi (Richins & Dawson, 1992). Materialisme juga dapat didefinisikan sebagai orang yang berusaha mendapatkan harta untuk meningkatkan status sosial dan meningkatkan

kesenangan. Adapun materialisme dipandang positif ketika menjadi sumber motivasi untuk memperoleh nilai-nilai yang lebih berorientasi kolektif, namun hal itu dipandang negatif ketika motivasinya menciptakan kecemburuan dan memperoleh status (Richins & Dawson, 1992). Berbagai penelitian yang menyebutkan bahwa seseorang yang materialis akan memiliki minat untuk berutang yang tinggi (Doosti & Karampour, 2017; Potrich et al., 2016). Individu yang bersifat materialistis cenderung mendambakan barang-barang mewah dan mahal untuk memuaskan keinginan mereka, yang dapat mengakibatkan mereka mengambil utang (Denning, 2023).

Emosi menjadi relevan dengan minat seseorang untuk berutang termasuk amarah, rasa takut, rasa malu, cemburu, bangga, gugup dan lainnya (Rahman et al., 2019). Individu dapat mengekspresikan emosi positif atau negatif (Loewenstein, 2000). Emosi dapat mempengaruhi cara seseorang mengonsumsi, mengambil risiko dan membuat keputusan (Azma et al., 2019). Saat seseorang mengalami emosi, mereka memiliki kesulitan untuk berpikir secara jernih dan membuat keputusan yang rasional (Astuti et al., 2023). Berbagai penelitian yang ada menunjukkan bahwa orang yang sangat emosional akan berdampak pada keputusan dalam berutang (Rendall et al., 2021; Widjaja & Pertiwi, 2021).

Adapun faktor berikutnya yakni religiosity. *Religiosity* merujuk pada tingkat keterlibatan, keyakinan, dan praktik agama seseorang (Tentero et al., 2021). Religiositas dapat berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam berutang, tetapi dampaknya dapat bervariasi tergantung pada keyakinan dan praktik agama individu (Lajuni et al., 2018). Berbagai riset dan penelitian mengatakan bahwa terdapat pengaruh individu religius terhadap minat seseorang untuk berutang (H. Chen et al., 2016; Nurhidayat et al., 2023). Ajaran agama sering kali mengajarkan tentang pentingnya menghindari riba dan utang yang berlebihan (Mumtaz et al., 2022). Ajaran-ajaran ini bisa berdampak pada perilaku finansial individu, termasuk dalam

pengambilan keputusan untuk berutang yang cenderung memiliki tingkat utang lebih rendah dibandingkan dengan individu yang kurang religius.

Di antara berbagai variabel yang relevan dalam penelitian ini, perilaku dan sikap keuangan generasi milenial layak mendapat perhatian khusus karena perannya yang signifikan dalam membentuk dinamika keuangan kontemporer (Cwynar, 2020; Lambert et al., 2023). Lima determinan yang telah diidentifikasi dalam kajian literatur menjadi fokus utama penelitian ini untuk menjelaskan perilaku minat investasi dan utang generasi milenial, yakni: *Financial Literacy*, *Risk Perception*, *Materialism*, *Religiosity* dan *Emotion*.

Adapun alasan dalam meningkatnya investasi adalah apabila investasi yang lebih tinggi pada saham oleh generasi milenial dapat mendorong pertumbuhan pasar modal di Indonesia yang dimana meningkatkan likuiditas pasar, meningkatkan kapitalisasi pasar, dan membuka peluang investasi baru bagi pelaku pasar (Widoatmodjo & Onasie, 2021). Pertumbuhan modal pasar yang kuat dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan (Andriansyah & Sadalia, 2023). Peningkatan Partisipasi Generasi Milenial dalam Investasi saham yang lebih tinggi pada generasi milenial dapat meningkatkan partisipasi mereka dalam dunia keuangan dan investasi, yang berarti generasi milenial akan lebih terlibat dalam pengelolaan kekayaan pribadi mereka dan meningkatkan pemahaman tentang pasar modal (Sony, 2021). Hal ini dapat menciptakan kesadaran finansial yang lebih baik dan membantu generasi milenial mempersiapkan masa depan keuangan generasi milenial.

Selain itu, dalam penelitian ini terdapat minat berutang bagi generasi milenial. Apabila meningkatnya utang pada generasi milenial dapat menyebabkan beban keuangan yang berat pada individu dan keluarga tersebut (Blinken, 2023). Pembayaran bunga dan cicilan Utang yang tinggi dapat mempengaruhi kemampuan mereka untuk mengalokasikan dana untuk kebutuhan sehari-hari, tabungan masa depan, atau investasi produktif lainnya, yang dimana dapat mempengaruhi kesejahteraan ekonomi mereka

dan menyerang mereka untuk mencapai stabilitas keuangan (Lusardi, 2019b). Selain itu, jika generasi milenial memiliki catatan kredit yang buruk karena utang yang tinggi, hal ini dapat mempersulit mereka untuk mendapatkan akses pembiayaan di masa depan yang dimana hal ini dapat menghambat kemampuan generasi milenial untuk membeli rumah, mobil, atau memulai usaha sendiri (Blinken, 2023). Pembatasan akses pembiayaan dapat menghambat pertumbuhan ekonomi jangka panjang dan mobilitas sosial generasi milenial.

Keanekaragaman variabel, subjek, dan metode analisis yang digunakan dalam studi sebelumnya memicu minat penulis untuk melakukan penelitian yang lebih komprehensif. Berdasarkan uraian tersebut, hal yang menarik bagi penulis adalah memahami berbagai faktor yang memengaruhi perilaku dan sikap keuangan generasi milenial terkait minat generasi milenial dalam berinvestasi dan berutang, sehingga judul dalam penelitian ini **“Millennial’s Investment and Debt Behavior”**.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Investment Intention*?
2. Apakah *Risk Perception* berpengaruh terhadap *Investment Intention*?
3. Apakah *Materialism* berpengaruh terhadap *Investment Intention*?
4. Apakah *Emotion* berpengaruh terhadap *Investment Intention*?
5. Apakah *Religiosity* berpengaruh terhadap *Investment Intention*?
6. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Debt Intention*?
7. Apakah *Risk Perception* berpengaruh terhadap *Debt Intention*?
8. Apakah *Materialism* berpengaruh terhadap *Debt Intention*?
9. Apakah *Emotion* berpengaruh terhadap *Debt Intention*?
10. Apakah *Religiosity* berpengaruh terhadap *Debt Intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Investment Intention*.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *Risk Perception* terhadap *Investment Intention*.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *Materialism* terhadap *Investment Intention*.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh *Emotion* terhadap *Investment Intention*.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh *Religiosity* terhadap *Investment Intention*.
6. Menguji dan menganalisis pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Debt Intention*.
7. Menguji dan menganalisis pengaruh *Risk Perception* terhadap *Debt Intention*.
8. Menguji dan menganalisis pengaruh *Materialism* terhadap *Debt Intention*.
9. Menguji dan menganalisis pengaruh *Emotion* terhadap *Debt Intention*.
10. Menguji dan menganalisis pengaruh *Religiosity* terhadap *Debt Intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat baik secara teori maupun praktis, seperti yang telah diuraikan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara konseptual, studi ini bertujuan untuk mengungkapkan dan menganalisis apakah terdapat pengaruh *Financial Literacy*, *Risk Perception*, *Materialism*, *Emotion* dan *Religiosity* terhadap

Investment Intention dan *Debt Intention* pada Generasi Milenial. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas cakupan literatur yang sudah ada dengan memberikan wawasan yang bermanfaat bagi para peneliti di masa mendatang yang tertarik untuk menyelidiki topik yang serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh oleh beberapa pihak, termasuk:

a. Bagi Literatur

Untuk menunjukkan ada atau tidaknya pengaruh *Financial Literacy, Risk Perception, Materialism, Emotion* dan *Religiosity* terhadap *Investment Intention* dan *Debt Intention* pada Generasi Milenial. Penelitian ini juga memiliki kemungkinan untuk mengisi celah dalam hasil penelitian sebelumnya dan menjadi referensi penting bagi peneliti di masa depan yang ingin mengeksplorasi topik yang sama.

b. Bagi Investor

- 1) Dengan memahami preferensi, perilaku, dan motivasi generasi milenial dalam berinvestasi dan berutang, investor individu dapat ikut serta dalam mengembangkan produk dan layanan keuangan yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini bisa berupa produk investasi dengan risiko yang lebih terukur, platform investasi yang lebih interaktif, atau produk pinjaman dengan fleksibilitas pembayaran yang lebih tinggi. Dengan demikian, investor individu dapat menarik minat generasi milenial sebagai nasabah baru dan memperluas basis investor mereka.
- 2) Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang instrumen investasi mana yang paling diminati oleh generasi milenial, faktor-faktor apa yang mempengaruhi

minat investasi generasi milenial serta tingkat risiko dalam minat berutang.

- 3) Penelitian ini dapat menjadi sarana bagi investor individu untuk berinteraksi dengan generasi milenial, baik sebagai investor potensial maupun sebagai mitra bisnis. Dengan memahami perspektif generasi milenial, investor individu dapat membangun hubungan yang lebih kuat dan kolaboratif dengan mereka. Hal ini dapat membuka peluang untuk membentuk sinergi bisnis yang menguntungkan kedua belah pihak.

c. Bagi Perusahaan

Referensi bagi pemilik perusahaan dapat menjadi sarana untuk memperluas pengetahuan mereka dan meningkatkan pengawasan terhadap kinerja manajemen perusahaan secara lebih efektif. Hal ini bertujuan agar manajemen dapat beroperasi secara efisien dan sesuai dengan kepentingan serta kesejahteraan pemilik atau pemegang saham perusahaan. Referensi ini juga dapat digunakan sebagai panduan bagi perusahaan dalam menentukan apakah akan mengikuti tren yang diadopsi oleh perusahaan sejenis dalam proses pengambilan keputusan.