

EDUKASI PENGENALAN INVESTASI PADA GENERASI Z SMK MUTIARA BANGSA TIGA

Hendra Wiyanto¹, Yonathan Reinhard², Ivenny Cecilia³ dan Anthoni⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: hendraw@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

Consumerism behavior that has become a habit of society results in a tendency to reduce cultural development. There are still many people who do not realize the importance of having a view of financial management in personal life because of the assumption that personal financial planning in the form of investment is only owned by high-income people. The purpose of carrying out community service for students at SMK Mutiara Bangsa Tiga is to participate in making these students aware through financial counseling, so that generation X and millennials understands and recognize financial literacy and the level of investment that can be made. Exploring investment interests, students' motivation for personal financial investment planning. And pay attention to the social environment of the students to better understand the investment itself. The implementation method is carried out in four stages including the preparation of materials, making proposals, implementation and reporting processes. The results achieved are that students understand the investment chosen based on personal character in choosing investments that are suitable for moderate, high risk, or low risk.

Keywords: investment, gen Z

ABSTRAK

Tingkah laku konsumerisme yang telah menjadi kebiasaan masyarakat mengakibatkan kecenderungan berkurangnya pengembangan budaya. Masih terdapat banyak manusia yang tidak menyadari akan pentingnya memiliki pandangan tentang manajemen keuangan dalam kehidupan pribadi karena anggapan bahwa perencanaan keuangan pribadi berupa investasi hanya dimiliki orang-orang berpenghasilan tinggi. Tujuan dilaksanakannya pengabdian masyarakat pada siswa siswi SMK Mutiara Bangsa Tiga adalah ikut berpartisipasi menyadarkan siswa siswi tersebut melalui penyuluhan keuangan, agar generasi Z dan generasi milenial memahami dan mengenali literasi keuangan dan tingkat investasi yang dapat dilakukan. Menggali minat investasi, motivasi dari siswa siswi terhadap perencanaan investasi keuangan pribadi. Serta memperhatikan lingkungan sosial siswa siswi untuk lebih memahami tentang investasi itu sendiri. Metode pelaksanaan dilakukan dalam empat tahapan meliputi penyusunan materi, pembuatan proposal, pelaksanaan dan proses pelaporan. Hasil yang dicapai bahwa siswa siswi memahami investasi yang dipilih berdasarkan karakter pribadi dalam memilih investasi yang cocok dengan kepribadian yang moderat, high risk, atau low risk.

Kata kunci: investasi, generasi Z

1. PENDAHULUAN

Dalam keseharian, masyarakat akan mendapatkan penghasilan untuk mencukupi kebutuhan hidup melalui bekerja. Namun selain itu, tambahan pendapatan dapat diperoleh melalui investasi. Dari jaman dulu hingga saat ini, tiap individu memiliki tujuan hidup yang ingin diraih. Meski bentuk tujuan berbeda satu sama lain, namun pada dasarnya, individu ingin hidup bahagia. Bahagia pada konteks ini didefinisikan ketika individu berhasil mencapai apa yang diinginkan. Indikasi keberhasilan individu diukur dari berbagai hal seperti harta yang telah dikumpulkan, jenjang karir yang berhasil dicapai, tingkat pendidikan yang dilalui dan kontribusi terhadap kehidupan lain, terutama bidang keuangan, individu dapat diartikan sukses mencapai kebahagiaannya ketika telah dicapainya *financial freedom*, yang berarti uang bukan lagi menjadi tujuan hidup. Segala kegiatan maupun keputusan hidup bukan lagi hanya ditujukan untuk uang, tetapi uang dilihat menjadi sarana pencapaian tujuan yang bermakna. Uang bukan lagi mengontrol hidup individu, melainkan individu yang memegang kendali atas uang. Sikap dari konsumerisme yang telah membuat orang kurang berinvestasi dalam budaya.

Literasi keuangan merupakan kunci yang harus diperhatikan saat kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan investasi yang baik diragukan dan literasi keuangan dapat memberikan keputusan keuangan yang lebih baik (Ates et al., 2016). Istilah literasi keuangan memberikan gambaran mengenai kemampuan seseorang memecahkan kendala keuangan secara tepat dan sukses. Secara umum literasi keuangan mengupas tentang penghasilan seseorang, sumber penghasilan, dan penggunaan penghasilan tersebut secara efektif - efisien, memanfaatkan penghasilan dengan membuat keputusan yang menyakinkan mengenai tabungan atau tabungan sesuai situasi (Hussain & Sajjad, 2016).

Minat adalah kecenderungan pada individu untuk tertarik dalam suatu abjek atau menyukai suatu objek, yang cara untuk memperoleh apa yang menjadi minat individu yaitu dengan mengajukan pertanyaan tertulis atau pertanyaan tidak tertulis (Malik, 2017). Adapun dalam pendapat Iskandar Wasid dan Dadang Sunendar (2011), minat merupakan kombinasi dari keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Disinilah minat menjadi faktor yang dikategorikan cukup penting yang mempengaruhi pilihan nasabah menabung. Ada tiga batasan minat, yaitu pertama, sikap yang dapat selektif mengikat perhatian seseorang pada objek tertentu.

Generasi Y diketahui sebagai generasi milenial atau milenial. Banyak generasi Y memanfaatkan komunikasi instan seperti email, SMS, pesan instan, dan lain-lain. Ini karena generasi Y merupakan generasi yang tumbuh di era *booming* internet (Lyons, 2004). Selanjutnya, Lyons (2004) menguraikan ciri generasi Y yaitu: ciri-ciri tiap individu adalah beda-beda tergantung dia besar, tingkatan ekonomi dan sosial, pola komunikasi mereka sangat terbuka dibandingkan generasi sebelumnya, pengguna media sosial yang fanatic dan kehidupan mereka sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, lebih terbuka terhadap pandangan politik dan ekonomi, sehingga terkesan sangat tanggap pada perubahan lingkungan sekitar dan lebih memperhatikan kekayaan.

Generasi Z adalah generasi termuda yang akan memasuki dunia kerja. Generasi ini biasa dinamakan generasi internet atau regenerasi. Generasi Z lebih bersosialisasi melalui dunia maya. Generasi Z memiliki kemiripan dengan generasi Y, namun generasi Z dapat menerapkan semua kegiatan dalam satu masa (*multitasking*) seperti sambil membuka media sosial menggunakan ponsel, dengan PC melakukan *browsing*, dan menggunakan *headset* saat mendengarkan musik. Adapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sedari kecil, generasi ini sudah melek teknologi dan mengenal *gadget* canggih yang secara tidak langsung memengaruhi kepribadian. Majalah Forbes melakukan survey terhadap Generasi Z di Amerika Utara dan Selatan, di Afrika, di Eropa, di Asia, dan Timur Tengah. 49 ribu anak diminta mengisi survey tersebut (Dill, 2015). Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa generasi Z merupakan generasi global pertama yang nyata (Elmore, 2014).

Putri & Rahyuda (2017) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan dan Faktor Sosiodemografi terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu”, adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan pada perilaku keputusan investasi individu.

Arif (2015) dengan penelitian yang berjudul Literasi Keuangan dan Faktor Lain yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Individu: Bukti dari Ekonomi Berkembang (Pakistan). Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan dari investor masih di bawah rata-rata. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap jumlah keputusan investasi pada tingkat signifikansi 10%.

Aminatuzzahra (2014) melakukan penelitian dengan judul Persepsi Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Sosial Demografi Perilaku Keuangan Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Individu (Studi Kasus Magister Universitas Diponegoro, Mahasiswa Manajemen). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi dengan nilai signifikansi 0,003; sikap

keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi dengan nilai signifikansi 0,001; sosial demografi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi dengan nilai signifikansi 0,019; tidak ada perbedaan pengambilan keputusan investasi berdasarkan status kepegawaian dengan nilai signifikansi 0,411 lebih besar dari 5%.

Fedorova et al. (2015) melakukan penelitian berjudul Dampak Literasi Keuangan Penduduk Federasi Rusia pada Perilaku di Pasar Keuangan: Evaluasi Empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa warga negara Rusia memiliki tingkat keuangan yang cukup rendah literasi. Hanya 39% responden yang melek finansial menurut tingkat literasi keuangan dasar, 29% responden melek finansial, pada tingkat mahir, dan hanya 13% yang memahami spesifikasi pasar saham Rusia. Kedua, tingkat literasi keuangan responden mempengaruhi tingkat partisipasi mereka di pasar keuangan. Semakin terdidik secara finansial orang lebih aktif di pasar saham, berinvestasi dalam tabungan pensiun, dan memiliki lebih sedikit pinjaman bermasalah di bank.

Pritazahara & Sriwido (2014) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Perencanaan Investasi dengan Pengendalian Diri sebagai Variabel Moderasi. Temuan penelitian ini adalah bahwa ada signifikan pengaruh antara literasi keuangan, pengalaman keuangan, dan pengendalian diri terhadap perilaku investasi karyawan yang belum menikah.

Lutfi (2010) dalam penelitiannya yang berjudul *The Relationship Between Demographic Factors and Investment Decision* Di Surabaya menyatakan bahwa karakteristik demografi investor berkorelasi positif dengan perilaku investor dan jenis investasi yang dipilih. Selanjutnya, perilaku risiko investor memiliki korelasi positif dengan jenis investasi.

Jain & Mandot (2012) melakukan penelitian yang berjudul Dampak Faktor Demografis Terhadap Keputusan Investasi Investor Di Rajasthan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara status, jenis kelamin, usia, pendidikan, dan posisi investor dengan tingkat risiko yang diambil dari investasi, sedangkan kota tempat tinggal dan pengetahuan keuangan memiliki korelasi positif.

Loke (2017) dalam jurnal berjudul *The Influence Of Socio-Demographic And Financial Knowledge Factors On Financial Management Practices Of Dieting* mengatakan bahwa etnis, pendapatan, jenis kelamin, keteraturan pendapatan, pendidikan, usia, dan keuangan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan individu.

Mathanika et al. (2017) dalam jurnal yang berjudul *Demographic Factor And Individual Investment Decision Making* menyatakan bahwa berdasarkan analisis regresi ditemukan bahwa jenis kelamin dan tingkat pendidikan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan investasi sedangkan berdasarkan analisis korelasi Pearson, ditemukan bahwa faktor demografi (seperti usia, status perkawinan, dan bulanan pendapatan) memiliki hubungan yang signifikan dengan keputusan investasi.

Kemudian Ikeobi & Arinze (2016) dalam jurnal *The Influence of Faktor Demografis pada Tujuan Investasi Investor Ritel di Pasar Modal Nigeria* menyatakan bahwa pendapatan investasi dan pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap semua tujuan investasi. Status pekerjaan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap semua investasi tujuan kecuali tujuan diversifikasi. Sedangkan faktor demografi seperti jenis kelamin, usia, status perkawinan, dan pasar modal pengalaman tidak secara signifikan mempengaruhi tujuan investasi investor ritel di pasar modal Nigeria.

Andrew & Linawati (2014) melakukan penelitian yang berjudul Hubungan antara Faktor Demografi dan Pengetahuan Keuangan dengan Perilaku Keuangan Pegawai Swasta di Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor demografi yang terdiri dari jenis kelamin, tingkat pendapatan, dan pengetahuan keuangan seseorang memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku keuangan pegawai swasta di Surabaya, sedangkan faktor demografi pada tingkat

pendidikan tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku keuangan. karyawan swasta di Surabaya.

Pengelompokkan generasi dalam dunia kerja akan muncul mengikuti perkembangan manajemen sumber daya manusia. Perbedaan generasi diteliti pertama kali oleh Mannheim (1952). Menurut Mannheim, generasi adalah konstruksi sosial dimana ada sekelompok orang yang memiliki usia dan pengalaman sejarah yang sama. Individu yang merupakan bagian dari satu generasi adalah mereka yang memiliki tahun lahir yang sama dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan sejarah yang sama. Definisi ini dikembangkan secara khusus oleh Ryder (1965) yang mengatakan bahwa generasi adalah kumpulan sekelompok individu yang mengalami peristiwa yang sama dalam periode waktu yang sama.

Teori perbedaan generasi dipopulerkan oleh Neil Howe dan William Strauss pada tahun 1991. Howe dan Strauss membagi generasi berdasarkan kesamaan waktu lahir dan kesamaan peristiwa sejarah. Peneliti lain juga membagi generasi dengan label yang berbeda tetapi secara umum memiliki arti yang sama. Selanjutnya menurut peneliti Kupperschmidt (2000), generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun lahir, umur, lokasi, dan peristiwa dalam kehidupan kelompok individu yang memiliki pengaruh signifikan pada fase pertumbuhan mereka.

Istilah millennial pertama kali dicetuskan oleh William Strauss dan Neil (2000) pada buku mereka *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Mereka menciptakan istilah ini pada tahun 1987 ketika anak-anak yang lahir pada tahun 1982 memasuki pra-sekolah. Saat itu media mulai menyebut mereka sebagai kelompok yang terhubung dengan millennium baru ketika mereka lulus dari sekolah menengah pada tahun 2000. Selain generasi sebelum millennium generasi, ada generasi setelah generasi milenial yang disebut Generasi Z yang lahir antara tahun 2001 dan 2010. Generasi Z adalah transisi dari Generasi Y atau milenial di saat teknologi berkembang pesat. Pola pikir Generasi Z cenderung instan.

Kecerdasan keuangan dimulai dari perencanaan keuangan yang harus dilakukan oleh semua orang dengan berbagai tingkat pendapatan. Pentingnya kecerdasan finansial menyarankan suatu bidang ilmu baru, yaitu perilaku keuangan, atau yang dikenal dengan istilah keuangan pribadi perilaku manajemen. Perilaku pengelolaan keuangan pribadi merupakan bidang ilmu yang relative baru dibandingkan dengan bidang ilmu lainnya. Hal ini berkaitan langsung dengan perilaku konsumsi masyarakat. Ricciardi (2000) menyatakan bahwa perilaku pengelolaan keuangan adalah sebagai ilmu yang terus menerus berintegrasi, terutama bagi kaum muda yang sedang merencanakan karir untuk masa depan mereka.

Berangkat dari kondisi analisis situasi saat ini di masa pandemic covid 19, kondisi yang masih belum berakhir, namun diperkirakan sudah mendekati berakhir, di mana pertemuan tatap muka perlahan mulai dilakukan sehingga siswa siswi pun secara bergantian masuk sekolah dan melaksanakan belajar mengajar di sekolah. Tim PKM masih memilih untuk melaksanakan PKM bersama mahasiswa melalui zoom.

Dalam permasalahan mitra terungkap, SMK Mutiara Bangsa Tiga merupakan sekolah kejuruan yang mengemukakan ketertarikannya untuk bekerja sama dengan Tim Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNTAR untuk memberikan penyuluhan dan pengetahuan terkait keuangan yang difokuskan pada pengenalan investasi generasi Z. Kepala sekolah juga tertarik Ketika diuraikan sekilas tentang topik ini dan berharap tim PKM dan mahasiswa dapat melaksanakannya untuk siswa siswi kelas 10 dan 11 SMK Mutiara Bangsa Tiga.

Sehubungan dengan hal tersebut, program dan *experienced sharing* dalam bentuk penyuluhan pengetahuan investasi yang perlu dipahami oleh semua kalangan masyarakat khususnya kaum muda generasi Z agar dapat mempersiapkan diri dan memperluas wawasan mereka di bidang investasi.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Kegiatan dalam pengabdian masyarakat dibagi dalam 4 tahap yaitu tahap penyusunan materi, tahap pembuatan proposal, tahap pelaksanaan, dan tahap untuk proses pelaporan.

Tahap penyusunan materi dilakukan dengan diawali diskusi bersama dan menanyakan kepada pihak sekolah yaitu kepala sekolah SMK Mutiara Bangsa Tiga. Menanyakan tentang apakah sudah ada PKM terkait yang pernah diadakan di SMK terkait dengan investasi Gen Z. Hasil diskusi dengan kepala sekolah, bahwa memang belum pernah ada tim PKM yang melaksanakan PKM terkait dengan investasi Gen Z. Maka tim PKM melakukan penyusunan materi dan pencarian literatur yang cocok untuk dijadikan proposal awal PKM.

Kedua, adalah tahap pembuatan proposal awal, meski dengan berbagai kekurangan yang masih ada, dibuatlah proposal awal yang menguraikan poin-poin penting yang harus dijalankan dan diuraikan dalam proposal awal. Termasuk di antaranya pencarian mahasiswa yang memilih untuk ikut serta sebagai bagian tim PKM. Penjelasan tentang peranan dan kemungkinan mahasiswa untuk menyampaikan *sharing* dalam pelaksanaan yang termasuk dalam kegiatan “Mahasiswa Mengajar”.

Tahap ketiga, pelaksanaan PKM yang dilakukan pada hari Kamis, 11 November 2021. Kepala sekolah memberikan waktu yang cocok untuk pelaksanaan secara *online* melalui zoom, yaitu pilihan di hari Selasa atau Kamis setelah siswa siswi SMK selesai Ujian Tengah Semester. Diawali dengan pemberian pengetahuan atau edukasi tentang Kenali Investasi Gen Z kemudian melakukan diskusi dan *sharing* serta memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menyampaikan pendapat dan *experience sharing* mahasiswa terhadap investasi yang pernah dilakukan.

Tahap keempat, proses pelaporan, namun sebelum proses pelaporan didahului oleh monev dari LPPM terkait kegiatan pelaksanaan PKM. Sebelum pelaksanaan PKM, tim PKM membuat draft luaran wajib dari kegiatan yaitu mengikut sertakan artikel PKM ke prosiding Serina.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena yang terjadi yaitu literasi keuangan yang rendah serta perilaku keuangan yang terjadi pada generasi milenial dan bagaimana menggunakan pendapatan yang diperoleh, tingginya tingkat konsumsi yang menyebabkan pembelian kebutuhan mereka tidak rasional, hal ini juga dibuktikan dengan fenomena yang akhir-akhir ini terlihat di depan mata adalah tumbuhnya sifat konsumtif dari konsumen terhadap konsumen barang-barang.

Dalam diskusi dan tanya jawab yang berlangsung timbul beberapa pertanyaan yang diajukan antara lain: Berbicara tentang investasi berarti masih berkaitan dengan uang, yang menjadi pertanyaan bagaimana dengan mereka yang tidak memiliki banyak uang atau pas-pas-an masih relevan kah untuk investasi. Kemudian investasi apa yang baik? Untuk investasi saham dan obligasi memerlukan berapa besaran dana untuk memulai investasi tersebut. Di jaman covid bila ingin melakukan investasi sebaiknya memulai dari mana? Untuk memulai investasi, benar-benar *start* awalnya bagaimana? Ketika ingin investasi pada suatu perusahaan yang saham sudah *go public*, bagaimana mengetahui saham perusahaan tersebut bagus atau tidak?

Melihat dari respon siswa dan pertanyaan yang diajukan, terlihat antusiasme siswa untuk mengetahui lebih jauh tentang kemungkinan investasi meski dana yang dimiliki tidak banyak. Cara yang dapat dilakukan untuk berinvestasi di masa covid dimana sudah banyak aplikasi yang ditawarkan untuk berinvestasi. Siswa siswi paham untuk menyisihkan uang jajan untuk berinvestasi melalui aplikasi yang dipilih dengan pertimbangan yang baik, mengenal karakter pribadi untuk memulai investasi yang moderat, penuh resiko, atau rendah resiko.

Pemahaman atas edukasi yang diberikan tentang investasi dapat diterima dengan baik oleh siswa siswi SMK Mutiara Bangsa Tiga dan memperoleh apresiasi dari Kepala Sekolah dan guru. Tujuan yang ingin dicapai tim PKM yaitu pemberian edukasi dan memberikan penyuluhan

tentang investasi bagi generasi Z dan generasi milenial tercapai pula. Menyadarkan siswa untuk menyisihkan uang jajan untuk belajar menabung melalui investasi tercapai. Semua ini terlihat dari pertanyaan yang diajukan secara antusias dan keingin-tahuan yang besar.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran yang dapat ditarik dari kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain, dapat menjawab kebutuhan dari mitra dengan pelaksanaan edukasi investasi generasi Z yang dihadiri peserta siswa sejumlah 40 orang. Mitra sekolah masih berharap agar penyuluhan seperti ini dapat dilakukan secara tatap muka, mengingat kerjasama yang dilakukan telah berulang kali secara online. Kepala sekolah dengan senang hati akan berkolaborasi dan siap berdiskusi untuk topik lain yang dibutuhkan oleh siswa siswi untuk melengkapi kegiatan sekolah. Modul ppt yang diberikan sederhana namun dapat dijadikan bacaan dan panduan untuk mengingat kembali edukasi tentang literasi keuangan terutama generasi Y dan generasi Z. kepada siswa-siswi SMK Mutiara Bangsa Tiga. Tim PKM Untar dan Mahasiswa yang lain dapat menghubungi SMK Mutiara Bangsa Tiga dan diskusi *sharing* topik lain karena kepala sekolah sangat bersahabat dan *welcome* atas kehadiran tim PKM Untar. Perlu menyiapkan lebih banyak cara untuk memancing siswa agar memberikan pertanyaan atau diskusi lebih lanjut.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Acknowledgement ini ditujukan kepada LPPM Untar dan Kepala Sekolah SMK Mutiara Bangsa Tiga atas kesediaan dan memberikan kesempatan kepada tim untuk melaksanakan penyuluhan. Terima kasih juga diberikan kepada mahasiswa mahasiswi yang terlibat dalam pelaksanaan PKM dari awal hingga akhir.

REFERENSI

- Arif, Kashif. (2015). Financial Literacy and Other Factors Influencing Individuals' Investment Decision: Evidence from A Developing Economy (Pakistan). *Journal of Poverty, Investment and Development*, Vol. 12.
- Ateş, Sinem; Coşkun, Ali; Şahin, M. Abdullah & Demircan, M. Levent. (2016). Impact of Financial Literacy on The Behavioral Biases of Individual Stock Investors: Evidence from Borsa Istanbul. *Business and Economics Research Journal*, Vol. 7, No. 3, Pp. 1- 19.
- Badan Pusat Statistik (2020). Berita Resmi Statistik No. 07/01/Th.XXIV, 21 Januari 2020.
- Dill, K. (2015). 7 Things Employers Should Know About the Gen Z Workforce, *Forbes Magazin*, 11.6. Retrieved March 16, 2016.
- Elmore, T. (2014). How Generation Z Differs from Generation Y. Retrieved July 01, 2015, from <http://growingleaders.com/blog/generation-z-differs-generation-y/>.
- Fedorova, Elena Anatol'evna; Nekhaenko, Viktoriya Vikrovna & Dovzhenko, Sergei Eugen'evich. (2015). Impact of Financial Literacy of The Population of The Russian Federation on Behavior On Financial Market: Empirical Evaluation. *Russian Economic Development*, Vol. 26, No. 4, Pp. 394-402.
- Howe, N. Dan Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Books.
- Hussain, Dr. Irshad & Sajjad, Prof. Dr. Shahida. (2016). Significance of Financial Literacy and Its Implications: A Discussion. *Journal of Business Strategies*, Vol.10, No.2, Pp 141– 154.
- Ikeobi & Arinze. (2016). The Influence of Demographic Factors on The Investment Objectives of Retail Investors in The Nigerian Capital Market. *European Journal of Business and Management*, Vol. 8, No.11.
- Iskandarwassid dan H. Dadang Senuendar. (2011). *Strategi dan Model Pembelajaran*. Jakarta: PT Indeks.

- Jain & Mandot. (2012). Impact of Demographic Factors on Investment Decision of Investors in Rajasthan. *Journal of Arts, Science & Commerce*, Vol.3, Issue 2(3).
- Jenkins, Ryan (2017). Four Reasons Generation Z will be the Most Different Generation. <https://blog.ryan-jenkins.com/2017/01/26/4-reasons-generation-z-will-be-the-most-different-generation>
- Kupperschmidt, B.R. (2000), "Multigenerational employees: strategies for effective management", *The Health Care Manager*, Vol. 19 No. 1, pp. 65-76.
- Lutfi. (2010). The Relationship Between Demographic Factors and Investment Decision in Surabaya. *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*, Vol. 13, No. 3, Pages 213 – 224 63.
- Lyons, S. (2004). An exploration of generational values in life and at work. ProQuest Dissertations and Theses, 441-441.
- MagnifyMoney.com Feb 22, 2021, Nearly 60% of Young Investors Are Collaborating Thanks to Technology, Often Turning to Social Media for Advice <https://www.prnewswire.com/news-releases/nearly-60-of-young-investors-are-collaborating-thanks-to-technology-often-turning-to-social-media-for-advice-301232694.html>
- Malik, D. A. (2017). Analisa Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi UISI. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. *Essays on the Sociology of Knowledge*, 24(19), 276-322-24.
- Parmariza dan Juniarti. (2017). Pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kebermanfaatan dan Gaya Hidup yang Dianut terhadap Perilaku Penggunaan Kartu Kredit. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol 3 No. 01 Maret 2017.
- Pritazahara, Ritma & Sriwidodo, Untung. (2015). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Perencanaan Investasi Dengan Self Control Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol. 28, No. 1: 28 – 37
- Putri & rahyuda (2017). Pengaruh Tingkat Financial Literacy Dan Faktor Sociodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(9), 3407–3434.
- Ricciardi, V. & Simon, H. K. (2000). What is Behavioral Finance?. *Business, Education and Technology Journal* Fall 2000.
- Ryder, N. B. (1965). The Cohort as a Concept in the study of Social Change. *American Sociological Review*, 30 (6), 843-861.

(halaman kosong)