

RINGKASAN

Investasi di pasar modal pada era digital dewasa ini menunjukkan tren peningkatan yang cukup signifikan. Fenomena ini tercermin dari semakin banyaknya individu yang mulai tertarik untuk mengalokasikan sebagian dananya dalam instrumen pasar modal, terutama melalui pemanfaatan teknologi digital yang menawarkan kemudahan akses dan kecepatan transaksi. Meskipun demikian, jika dibandingkan dengan negara lain di kawasan Asia, jumlah investor pasar modal di Indonesia secara persentase terhadap total populasi masih tergolong rendah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa terdapat ruang yang cukup luas untuk meningkatkan literasi, inklusi, dan partisipasi masyarakat dalam aktivitas investasi formal. Salah satu karakteristik yang menarik dari perkembangan pasar modal Indonesia adalah dominasi investor ritel yang berasal dari kalangan generasi muda, khususnya generasi Z dan generasi milenial. Kedua kelompok generasi ini memiliki ciri khas yaitu tingkat penerimaan teknologi yang tinggi, preferensi terhadap inovasi digital, serta pola perilaku yang cenderung praktis dan serba cepat. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi digital pada segmen demografis ini menjadi relevan dan penting untuk dikaji secara mendalam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness* (persepsi terhadap kegunaan), *perceived ease of use* (persepsi terhadap kemudahan penggunaan), literasi keuangan, *financial experience* (pengalaman keuangan), serta persepsi keamanan terhadap keputusan investasi digital di pasar modal Indonesia. Secara lebih spesifik, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan mengenai variabel mana yang paling signifikan dalam memengaruhi intensi dan perilaku individu dalam melakukan investasi melalui platform digital. Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang tergabung dalam komunitas investor saham Purwokerto, yakni suatu kelompok yang secara aktif melakukan aktivitas diskusi, edukasi, dan transaksi saham. Sampel penelitian berjumlah 180 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria utama yaitu keanggotaan aktif dalam grup serta pengalaman minimal satu kali melakukan transaksi investasi digital. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner tertutup yang dirancang berdasarkan indikator variabel yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan metode regresi linear berganda untuk menguji hipotesis mengenai hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan (1) variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi digital. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi individu terhadap manfaat penggunaan platform digital dalam mempermudah pengelolaan investasi, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk memanfaatkan layanan tersebut. Manfaat yang dirasakan meliputi efisiensi waktu, akses informasi yang lebih luas, dan potensi memperoleh keuntungan yang optimal. (2) variabel *perceived ease of use* juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan. Platform investasi digital yang mudah digunakan, tidak rumit, serta memiliki antarmuka yang intuitif menjadi faktor penting yang mendorong partisipasi investor pemula maupun

investor berpengalaman. Faktor ini menegaskan bahwa aspek kemudahan operasional merupakan salah satu determinan kunci dalam adopsi teknologi investasi. (3) literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman mengenai konsep keuangan penting dalam jangka panjang, dalam praktiknya banyak individu yang memutuskan untuk mulai berinvestasi tanpa tingkat literasi yang memadai, kemungkinan karena pengaruh rekomendasi teman, komunitas, ataupun promosi platform digital. (4) *financial experience* juga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi digital. Artinya, pengalaman individu dalam mengelola keuangan atau berinvestasi sebelumnya tidak secara langsung menentukan keputusan penggunaan platform digital untuk investasi. Hal ini dapat disebabkan oleh persepsi bahwa investasi digital lebih sederhana atau lebih mudah diakses dibandingkan bentuk investasi konvensional. (5) persepsi keamanan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi digital. Investor cenderung merasa lebih percaya diri untuk melakukan investasi apabila meyakini bahwa platform yang digunakan memiliki sistem keamanan yang andal, termasuk perlindungan data pribadi dan jaminan integritas transaksi.

Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan ekosistem investasi digital di Indonesia sebaiknya memprioritaskan peningkatan fitur keamanan, penyederhanaan proses penggunaan aplikasi, serta penguatan komunikasi manfaat produk kepada calon investor. Temuan ini juga menekankan bahwa edukasi literasi keuangan tetap diperlukan dalam jangka panjang meskipun belum menjadi faktor dominan, agar investor dapat mengambil keputusan investasi yang lebih rasional dan sesuai profil risiko. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran, penguatan kebijakan regulasi perlindungan investor, serta peningkatan literasi investasi digital, sehingga partisipasi masyarakat dalam pasar modal Indonesia dapat tumbuh lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kata kunci: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Literasi Keuangan, Pengalaman Keuangan, Persepsi Keamanan, Keputusan Investasi Digital, Pasar Modal.*

SUMMARY

Investment in the capital market in the current digital era has demonstrated a notably significant upward trend. This phenomenon is reflected in the increasing number of individuals who are becoming interested in allocating a portion of their funds to capital market instruments, particularly through the utilization of digital technology that offers ease of access and transactional speed. Nevertheless, when compared to other countries in the Asian region, the proportion of capital market investors in Indonesia relative to the total population remains relatively low. This condition indicates that there is substantial room to improve financial literacy, inclusion, and public participation in formal investment activities. One of the most noteworthy characteristics of the development of Indonesia's capital market is the predominance of retail investors originating from younger generations, specifically Generation Z and Millennials. These two demographic groups are characterized by a high level of technological acceptance, a preference for digital innovation, and behavioral patterns that tend to emphasize practicality and immediacy. Therefore, understanding the factors that influence digital investment decisions within this demographic segment is relevant and essential to examine comprehensively.

This research aims to analyze the influence of perceived usefulness, perceived ease of use, financial literacy, financial experience, and security perception on digital investment decisions in the Indonesian capital market. More specifically, this study seeks to answer the question of which variables are the most significant in affecting individuals' intentions and behaviors in making investments through digital platforms. The population of this study consisted of individuals who are members of the Purwokerto stock investor community, which is a group actively engaged in discussions, educational activities, and stock transactions. The research sample comprised 180 respondents selected using a purposive sampling technique, with primary criteria including active group membership and experience of conducting at least one digital investment transaction. Data collection was carried out by distributing structured questionnaires designed based on variable indicators that had been tested for validity and reliability. The collected data were subsequently analyzed using multiple linear regression analysis to examine the hypotheses regarding the relationships among the variables.

The research findings indicate several important results: (1) The perceived usefulness variable has a positive and significant influence on digital investment decisions. This indicates that the higher an individual's perception of the benefits of using digital platforms to facilitate investment management, the higher their tendency to utilize such services. The perceived benefits include time efficiency, broader access to information, and the potential to achieve optimal returns. (2) The perceived ease of use variable was also found to have a positive and significant effect. Digital investment platforms that are easy to use, straightforward, and feature intuitive interfaces constitute an important factor that encourages participation by both novice and experienced investors. This finding underscores that operational simplicity is one of the key determinants in the adoption of investment technology. (3) Financial literacy does not have a significant influence on digital investment decisions. This finding suggests that although understanding

financial concepts is important in the long term, in practice, many individuals decide to start investing without an adequate level of literacy, possibly due to recommendations from peers, community influence, or the promotion of digital platforms. (4) Financial experience likewise does not have a significant influence on digital investment decisions. This means that individuals' previous experience in managing finances or investing does not directly determine their decision to use digital platforms for investment purposes. This may be due to the perception that digital investing is simpler or more accessible compared to conventional forms of investment. (5) Security perception was found to have a positive and significant influence on digital investment decisions. Investors tend to feel more confident engaging in investment activities when they believe that the platforms they use are equipped with reliable security systems, including personal data protection and transaction integrity assurances.

The practical implications of this study indicate that the development of Indonesia's digital investment ecosystem should prioritize enhancing security features, simplifying application usage processes, and strengthening communication regarding product benefits to prospective investors. These findings also emphasize that financial literacy education remains necessary over the long term, even though it is not yet a dominant factor, to enable investors to make more rational investment decisions that are aligned with their risk profiles. Accordingly, this research is expected to contribute to the development of marketing strategies, the reinforcement of regulatory policies for investor protection, and the advancement of digital investment literacy, so that public participation in Indonesia's capital market can grow in a more inclusive and sustainable manner.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Financial Literacy, Financial Experience, Security Perception, Digital Investment Decision, Capital Market.*