

RESEARCH ARTICLE

Submission:
15 Maret 2026

Accepted:
30 April 2026

Published:
28 Mei 2026

Author:
Dwi Nugroho*
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Univesitas Lampung.

Kesenjangan Ekosistem Investasi dan Rendahnya Minat Investasi Syariah: Kajian atas Paparan Investasi Umum

¹Dwi Nugroho

Abstract: The rise in young people's participation in the financial markets has not been accompanied by a corresponding increase in their participation in sharia-compliant investments. This study focuses on examining the determinants of interest in sharia investment, such as investment knowledge, investment interest, perceptions of investment, future investment preferences, and demographic characteristics. The study employs a quantitative approach and utilises primary data from a survey conducted amongst young people in Lampung. The data were analysed using ordinal logistic regression in Stata. This study found that investment experience, participation in investment seminars or workshops, and exposure to investment influencers on social media have a significant negative influence on interest in Islamic investment. Meanwhile, perceptions of investment and future investment preferences do not significantly influence interest in Islamic investment. These results indicate that exposure to the investment ecosystem does not automatically encourage young investors to choose Islamic financial products. This study contributes to the literature by introducing the concept of investment ecosystem exposure. This concept emphasises that the effectiveness of knowledge, education and digital information depends on the ecosystem in which they are obtained. These findings suggest that strengthening participation in Islamic investment requires not only improving Islamic financial literacy, but also developing a more supportive Islamic investment ecosystem through targeted education, credible Islamic investment influencers, and more extensive promotion of Islamic financial products.

Keywords: Sharia investment interest; investment knowledge; investment perception; future investment preference; young investors

Abstrak: Meningkatnya partisipasi anak muda dalam pasar keuangan belum diiringi oleh meningkatnya partisipasi mereka dalam investasi syariah. Penelitian ini focus untuk mengkaji faktor-faktor penentu minat investasi syariah seperti pengetahuan investasi, minat investasi, persepsi terhadap investasi, preferensi investasi di masa depan, serta karakteristik demografis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan data primer dari survei yang dilakukan terhadap anak muda di Lampung. Data dianalisis dengan menggunakan regresi logistik ordinal Stata. Penelitian ini menemukan bahwa pengalaman berinvestasi, partisipasi dalam seminar atau lokakarya investasi, serta paparan terhadap influencer investasi di media sosial memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat berinvestasi syariah. Sementara itu, persepsi terhadap investasi dan preferensi investasi di masa depan tidak secara signifikan memengaruhi minat berinvestasi syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa paparan terhadap ekosistem investasi tidak secara otomatis mendorong investor muda memilih produk keuangan syariah. Penelitian ini berkontribusi pada literatur dengan memperkenalkan konsep paparan ekosistem investasi. Konsep ini menekankan pada efektivitas pengetahuan, pendidikan, dan informasi digital bergantung pada orientasi ekosistem dimana hal-hal tersebut diperoleh. Temuan ini menyiratkan bahwa memperkuat partisipasi investasi syariah tidak hanya memerlukan peningkatan literasi keuangan syariah, tetapi juga pengembangan ekosistem investasi syariah yang lebih mendukung melalui pendidikan yang terarah, influencer investasi syariah yang kredibel, serta promosi produk keuangan syariah yang lebih masif.

Kata kunci: Minat investasi syariah; pengetahuan investasi; persepsi investasi; preferensi investasi di masa depan; investor muda

*Email corresponding author: dwi.nugroho@feb.unila.ac.id

To cite this article: Dwi Nugroho. (2026). Kesenjangan Ekosistem Investasi dan Rendahnya Minat Investasi Syariah: Kajian atas Paparan Investasi Umum. *Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 5 (1).

1. Introduction

Lampung menjadi satu provinsi yang memiliki potensi tumbuhnya ekosistem investasi dan pengembangan pasar modal syariah. Provinsi dengan mayoritas penduduk muslim dan kesadaran investasi dari anak-anak muda yang semakin meningkat menjadi peluang yang besar untuk meningkatkan keterlibatan anak muda dalam iklim investasi. Fenomena tersebut juga didukung oleh semakin masifnya program yang dibuat oleh pemerintah dan stakeholder seperti semakin berkembangnya platform investasi digital, galeri investasi di kampus-kampus, serta semakin meluasnya informasi yang disebar melalui media sosial (Wardhana et al., 2023). Perkembangan ini tentu menjadi modal baik dan membuka akses yang lebih luas terhadap keterlibatan banyak pihak untuk berinvestasi. Studi-studi sebelumnya telah banyak mengungkapkan bahwa investasi syariah sangat berkaitan dengan literasi keuangan, literasi keuangan syariah, religiusitas, fasilitas teknologi, dan influencer media sosial (Basrowi et al., 2020; Laili Fadhila Banuwa et al., 2025; Muhammad Rais et al., 2023; Saputri et al., 2023; Yuni K et al., 2024). Sementara itu, kualitas informasi yang didapatkan juga mempengaruhi keterlibatan anak muda dalam investasi syariah (Saputri et al., 2023). Temuan-temuan tersebut memberikan kesimpulan bahwa pengetahuan keuangan dan informasi yang luas menjadi penentu partisipasi dalam investasi syariah.

Sementara itu perhatian terhadap lingkungan di mana pengetahuan tentang investasi diperoleh relatif terbatas. Investor muda tidak lagi bergantung pada lembaga pendidikan formal, preferensi mereka tentang investasi justru terbangun dari pengalaman melakukan investasi secara langsung, workshop, komunitas, platform investasi digital, dan influencer media sosial. Pengaruh yang dimunculkan dari beberapa aspek tersebut secara kolektif membangun ekosistem investasi yang semakin memengaruhi cara bagaimana anak muda memandang peluang investasi dan memilih produk keuangan yang semakin beragam. Studi ini berargumentasi bahwa informasi-informasi yang tersebar luas tentang investasi yang dapat membangun ekosistem tidak bersifat netral. Sebagian besar informasi tentang investasi di ruang publik berorientasi pada penguatan ekosistem investasi konvensional, seperti saham, reksa dana, kripto, dan perdagangan jangka pendek. Kejomplangan tersebut membuat investor muda semakin dekat dengan instrumen investasi konvensional daripada memilih alternatif investasi di sektor keuangan syariah. Paparan terhadap informasi investasi konvensional secara tidak langsung dapat melemahkan kecenderungan investor muda untuk berinvestasi di sektor keuangan syariah. Hal ini menekankan bahwa paparan investasi dari berbagai aspek tidak serta merta memperkuat preferensi terhadap investasi syariah. Penelitian ini secara komprehensif menguji pengetahuan,

pengalaman, partisipasi dalam seminar, minat, dan preferensi masa depan memiliki pengaruh terhadap ketertarikan terhadap investasi syariah. Studi ini secara lebih jauh akan menguji asumsi yang lazim bahwa paparan informasi yang luas terhadap investasi memperkuat preferensi terhadap investasi syariah. Studi ini dapat memperluas pembahasan literasi keuangan menuju paparan ekosistem investasi di Lampung, khususnya pengembangan investasi syariah dengan menargetkan keterlibatan anak-anak muda sebagai pelaku investasi.

2. Literature Review

Pengetahuan dan Pembelajaran Investasi

Literasi keuangan menjadi factor utama yang mempengaruhi perilaku investasi seseorang karena dapat meningkatkan kemampuan individu dalam memahami, mengevaluasi, dan mengambil Keputusan keuangan secara rasional (Lusardi & Mitchell, 2014; van Rooij et al., 2011). Individu yang memiliki kecakapan keuangan lebih memiliki kecenderungan untuk berpartisipasi dalam aktivitas pasar keuangan dan memiliki niat investasi yang lebih besar dibandingkan dengan individu-individu yang tidak memiliki pengetahuan (Fernandes et al., 2014). Pengetahuan tentang keuangan memiliki pengaruh terhadap tingkat partisipasi dalam investasi, kemampuan mendiversifikasi ke dalam portofolio, dan mampu membuat perencanaan keuangan dalam jangka panjang (Kaiser & Menkhoff, 2017).

Dalam konteks keuangan syariah, literasi keuangan syariah menjadi faktor penentu yang meningkatkan niat berinvestasi karena pemahaman-pemahaman tentang prinsip keuangan syariah mendorong untuk mengonsumsi produk yang sesuai dengan syariah (M Iqbal Affandi & Farida Rahmawati, 2023). Investor yang memiliki pemahaman tentang syariah memandang bahwa produk-produk syariah lebih dapat dipercaya dan memiliki keselarasan dengan nilai-nilai kepribadian dan kepercayaan mereka (Rahim et al., 2016; Roemanasari et al., 2022). Sementara itu, digitalisasi layanan keuangan yang semakin tumbuh dengan pesat mengubah cara investor muda belajar tentang investasi, yang mulanya banyak diakses melalui lembaga pendidikan akhirnya sumber informasi tersebut dapat diakses dari banyak sumber (Rijanto & Utami, 2024). Sumber informasi tersebut berasal dari pengalaman pribadi, seminar, komunitas keuangan, platform investasi, dan para influencer. Saluran informasi tersebut menciptakan lingkungan investasi yang dapat membangun persepsi dan preferensi investasi anak muda di luar pengetahuan kognitif.

Investment Interest and Digital Social Influence

Minat berinvestasi menggambarkan kesediaan dan kecenderungan untuk terlibat dalam kegiatan investasi. Berdasarkan teori Perilaku

Terencana (Ajzen, 1991), niat ditentukan oleh sikap, norma subjektif, dan kendali atas perilaku yang semuanya memengaruhi kesiapan seseorang melakukan sesuatu hal. Dalam proses investasi, setiap individu yang menempatkan investasi sebagai sebuah manfaat dan menerima dukungan dari lingkungan cenderung memiliki minat investasi yang tinggi. Manfaat dan pengaruh sosial secara positif membawa dampak pada minat berinvestasi karena faktor-faktor tersebut memperkuat kepercayaan individu dalam mengambil sebuah keputusan investasi (Setyorini & Indriasari, 2020).

Pengalaman investasi memungkinkan seorang investor dapat mengumpulkan pengetahuan praktis, mengurangi ketidakpastian, dan memiliki kepercayaan dalam mengambil keputusan keuangan. Investor dengan keterampilan berinvestasi dapat memudahkannya dalam melakukan evaluasi terhadap peluang dan mengelola resiko potensial dalam investasi dengan lebih baik (Barber & Odean, 2001). Dalam hal ini, ruang pendidikan investasi dalam seminar, lokakarya, galeri investasi diharapkan mampu memperkuat kemampuan keuangan, meningkatkan kepercayaan diri dalam investasi, dan mendorong partisipasi publik dalam pasar keuangan (Kaiser & Menkhoff, 2017). Selain itu, kehadiran influencer keuangan membawa pengaruh positif pada investor muda melalui konten digital yang diproduksi (Hasanah et al., 2025). Investasi sangat erat hubungannya dengan pengalaman, pendidikan keuangan, dan informasi digital yang dikonsumsi yang pada gilirannya dapat meningkatkan literasi keuangan dan menjadi dasar pengambilan keputusan investasi (AISuwaidi & Mertzanis, 2024).

Investment Perception, Future Investment Preference, and Sharia Investment Interest

Persepsi investasi memberi gambaran kognitif terhadap instrument investasi berdasarkan pada manfaat, risiko, kredibilitas dan keselarasan dengan nilai-nilai pribadi. Dalam investasi syariah, persepsi investasi melampaui kinerja keuangan dengan menekankan terhadap kepatuhan syariah, nilai dan etika, transparansi, dan keadilan. Persepsi tersebut memengaruhi kepercayaan investor terhadap produk keuangan syariah. Pengetahuan seseorang tentang produk secara signifikan dapat meningkatkan kualitas dan nilai yang dirasakan dan sekaligus mengurangi jumlah risiko yang berpengaruh terhadap niat investor untuk berinvestasi pada produk keuangan syariah (Hati et al., 2021). Tingkat pengenalan merek, kepercayaan terhadap lembaga, dan nilai yang dapat dirasakan dapat juga memengaruhi niat untuk berinvestasi pada pelanggan Muslim terhadap lembaga keuangan syariah (Hati et al., 2022).

Preferensi investasi masa depan menjadi cerminan aktivitas investasi jangka panjang yang dapat memberikan prioritas pada produk keuangan tertentu. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh pengalaman, nilai, dan

ekspektasi investasi di masa depan. Paparan platform investasi digital, komunitas keuangan, dan media sosial dapat membentuk orientasi investasi jangka panjang di luar Keputusan investasi sesaat. Konsep seperti ini lebih dari sekadar niat untuk berinvestasi karena orientasi masa depan mencerminkan kamauan yang berkelanjutan dalam menentukan sebuah produk keuangan melalui pembelajaran yang berkelanjutan, pengalaman, dan penggalan dan pemrosesan informasi yang didapatkan (Aulia et al., 2024; Che Hassan et al., 2023). Dalam investasi syariah, nilai yang dirasakan, kepercayaan, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah memperkuat keinginan investor untuk berinvestasi pada keuangan syariah (Hati et al., 2021).

3. Method

Penelitian kuantitatif ini menggunakan pendekatan explanatory dengan tujuan menjelaskan hubungan kausal antarvariabel dalam model penelitian. Data yang terkumpulkan dianalisis dengan menggunakan metode *ordinal logistic Regression* dengan menggunakan Software Stata. Regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap terhadap dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah anak muda yang tinggal di Provinsi Lampung yang memiliki pengetahuan atau memiliki minat dalam berinvestasi di sektor keuangan syariah. Populasi ini mencakup individu-individu yang memiliki pengetahuan tentang investasi, investasi syariah, dan mampu menggunakan platform digital. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan metode purposif sampling. Metode ini memilih responden berdasarkan kriteria tertentu, seperti berusia minimal 17 tahun, mengetahui atau pernah menggunakan layanan fintech syariah, dan memiliki pemahaman dasar keuangan syariah. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan kebutuhan analisis. Menurut Hair Jr et al., (2010) jumlah minimum sampel dalam penelitian kuantitatif adalah sebanyak 5-10 kali dari jumlah indikator. Penelitian ini memiliki 10 indikator, sehingga jumlah minimum sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Penelitian ini telah mengumpulkan 130 data responden sehingga hasil analisis lebih representatif dan memenuhi kebutuhan dalam pengujian data. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form kepada calon responden. Kuesioner tersebut disusun dengan menggunakan skala likert lima point, dimana 1 berarti sangat setuju dan 5 berarti sangat tidak setuju. Penelitian ini juga menggunakan studi kepustakaan dengan mengumpulkan berbagai literatur, jurnal ilmiah, buku, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

4. Result

Descriptive statistics

Sebanyak 130 responden telah berpartisipasi dalam penelitian ini dan memberikan gambaran komprehensif mengenai tingkat pengetahuan, minat, persepsi, dan persepsi masa depan. Data pada table 1 di bawah minat untuk berinvestasi pada keuangan syariah memiliki nilai rata-rata 6,223 dari skala 1-10, yang menunjukkan bahwa minat anak muda untuk berinvestasi di sektor syariah cukup besar. Know_1 yang menjelaskan tentang pengetahuan tentang investasi memiliki nilai rata-rata 1,338, yang berarti rata-rata anak muda memiliki pengetahuan investasi. Know_2 mengulas tentang pengalaman investasi yang dianalisis dalam skala 1-5, Dimana rata-rata anak muda di Lampung memiliki pengalaman berinvestasi baik secara konvensional maupun tradisional. Sementara itu know_3 menjelaskan keikutsertaan anak muda dalam kegiatan seminar, workshop, maupun diskusi tentang investasi, Dimana hasilnya rata-rata anak muda pernah mengikuti diskusi tentang investasi yang ditunjukkan dengan nilai mean 1,677.

Table 1 juga mengulas tentang minat anak muda untuk berinvestasi, yang dijelaskan dalam variable interest_1 (minat dari dalam diri sendiri untuk berinvestasi) dan interest_2 (mendapatkan pengaruh dari influencer). Interest_1 memperlihatkan bahwa anak muda Lampung memiliki minat untuk berinvestasi sedangkan nilai interest_2 menggambarkan bahwa mereka sangat terpengaruh oleh influencer dalam menentukan pilihan investasi. Percept_1 menganalisis jumlah risiko yang dapat diterima dalam proses investasi dan percept_2 mengulas tentang keyakinan tentang investasi saham sebagai cara efektif untuk mencapai kebebasan finansial. Data analisis memperlihatkan bahwa mereka dapat menerima risiko yang tinggi dan meyakini bahwa investasi merupakan cara untuk meraih kebebasan finansial. Sedangkan, variable futpref_1 dan futpref_2 menjelaskan tentang keyakinan tentang investasi masa depan di Lampung dan keinginan untuk membagi informasi kepada public. Hasilnya menjelaskan bahwa rata-rata anak muda Lampung memiliki optimisme tentang investasi Lampung di masa depan dan memiliki keinginan untuk menyebarkan pengetahuan kepada keluarga, teman, dan kolega.

Table 1. Descriptive Statistic and Correlations for all Variable

	coun t	mean	sd	min	max
ShariaInvest	130	6.223	2.810	1.000	10.000
Know_1	130	1.338	0.475	1.000	2.000
Know_2	130	3.146	1.382	1.000	5.000
Know_3	130	1.677	0.469	1.000	2.000
Interest_1	130	1.862	0.347	1.000	2.000

Interest_2	130	1.285	0.453	1.000	2.000
Percept_1	130	1.762	0.428	1.000	2.000
Percept_2	130	1.931	0.255	1.000	2.000
Futpref_1	130	1.931	0.255	1.000	2.000
Futpref_2	130	2.315	0.924	1.000	3.000
gender	130	1.623	0.486	1.000	2.000
edu	130	2.808	0.779	1.000	4.000
income	127	3.142	1.326	1.000	5.000
working	130	3.015	1.341	1.000	5.000
<i>N</i>	130				

Specification of Error

Uji spesifikasi kesalahan dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan sudah tepat atau terdapat kesalahan spesifikasi. Uji ini memeriksa adanya hubungan non-linear dalam model dengan memasukkan nilai prediksi ($\hat{y}$) dan kuadrannya ($\hat{y}^2$) ke dalam regresi. Berikut ini adalah tabel hasil uji spesifikasi kesalahan yang diperoleh.

Table 2. Error specification test

	Coef.	Std. Err.	Z	P> z	95% Conf.	Interval
ShariaInvest						
$\hat{y}$	.6270518	.3854579	1.63	0.104	-.1284319	1.382535
$\hat{y}^2$	-.1400101	.1281532	-1.09	0.275	-.3911858	.1111655

Hasil uji memperlihatkan bahwa nilai probabilitas $\hat{y}^2$ memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05, sehingga tidak terdapat bukti secara statistik adanya kesalahan spesifikasi. Hasil tersebut menunjukkan model yang dibangun memiliki bentuk fungsional yang tepat dan variabel-variabel independen yang dapat menjelaskan variasi minat terhadap investasi di sektor keuangan syariah. Model ordinal logit yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi spesifikasi model dan layak untuk digunakan dalam menginterpretasikan pengaruh variabel pengetahuan, ketertarikan, persepsi dan preferensi investasi di masa depan, serta variabel kontrol terhadap minat investasi syariah.

Collinearity Test

Hasil pengujian multikolinearitas menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan bahwa sebagian besar variabel dalam model memiliki nilai VIF yang rendah, di bawah ambang batas umum sebesar 10, bahkan semua variabel di bawah 2. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel independen dalam model relatif rendah dan tidak menimbulkan masalah multikolinearitas yang serius. Nilai toleransi yang mendekati 1 juga

menunjukkan bahwa sebagian besar variabel mampu menjelaskan varians secara independen tanpa tumpang tindih. Dengan demikian, model regresi lebih stabil dan hasil estimasi koefisien dapat diinterpretasikan secara andal.

Table 3. Collinearity Test

Variables	VIF	SQRT VIF	Tolerance	R-Squared
Know_1	1.22	1.10	0.8209	0.1791
Know_2	1.26	1.12	0.7905	0.2095
Know_3	1.21	1.10	0.8274	0.1726
Interest_1	1.22	1.11	0.8180	0.1820
Interest_2	1.14	1.07	0.8809	0.1191
Percept_1	1.25	1.12	0.8012	0.1988
Percept_2	1.13	1.06	0.8877	0.1123
Futpref_1	1.15	1.07	0.8685	0.1315
Futpref_2	1.06	1.03	0.9438	0.0562
gender	1.14	1.07	0.8770	0.1230
edu	1.17	1.08	0.8541	0.1459
income	1.13	1.06	0.8821	0.1179
working	1.19	1.09	0.8384	0.1616

Direct Regression on Sharia Investment

Hasil uji pada tabel 4 menyajikan hasil estimasi regresi logistik ordinal mengenai pengaruh investment knowledge, investment interest, investment perception, future investment preference, serta variabel kontrol terhadap minat investasi syariah. Hasil estimasi menunjukkan bahwa nilai Pseudo R-squared mengalami peningkatan secara bertahap dari 0,0123 pada model 1 menjadi 0,0509 pada model 5. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel-variabel yang digunakan memiliki kontribusi dalam menjelaskan variasi tingkat ketertarikan terhadap investasi syariah. Setiap penambahan variabel independen mampu meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi minat investasi syariah, meskipun daya penjelasannya masih relatif rendah.

Know_1 yang merepresentasikan pengalaman investasi memperlihatkan koefisien negatif dan signifikan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa responden yang memiliki pengalaman dalam investasi cenderung memiliki kecenderungan yang lebih rendah untuk berinvestasi di sektor syariah. Temuan ini berbeda dengan pandangan umum yang menyatakan bahwa pengalaman investasi dapat meningkatkan minat untuk berinvestasi di sektor syariah. Hasil uji tersebut mengonfirmasi bahwa pengalaman investasi secara umum sebagian besar kemungkinan berasal dari pengalaman investasi konvensional, sehingga dapat memengaruhi ekosistem investasi secara umum, namun tidak secara

otomatis mendorong untuk berinvestasi di sektor syariah. Sementara itu Know_2 (pengetahuan investasi) tidak memiliki pengaruh signifikan pada seluruh model. Pengetahuan investasi secara umum belum cukup kuat mendorong untuk terlibat dalam investasi syariah. Know_3 (ikut serta dalam seminar atau workshop) memiliki pengaruh dan signifikan -0,691 ($p < 0,10$). Temuan ini memperlihatkan bahwa seminar yang diikuti banyak mengulas tentang investasi konvensional, sehingga tidak mampu memengaruhi niat mereka untuk berinvestasi ke sektor syariah.

Ketertarikan investasi yang dalam hal ini diukur melalui Interest_1 yang mengukur tingkat ketertarikan atau motivasi seseorang untuk berinvestasi memiliki koefisien positif dan signifikan pada model 2, 3, dan 4, namun setelah ditambah variabel kontrol dalam uji statistik interest_1 menjadi tidak signifikan. Hasil ini memperlihatkan bahwa pengaruh ketertarikan terhadap investasi dipengaruhi oleh karakteristik demografi sehingga hasilnya kurang kuat pada saat faktor-faktor tersebut dikendalikan. Sementara itu, indikator interest_2 memperlihatkan hasil yang konsisten baik pada saat ditambahkan dengan variabel kontrol maupun tidak. Pada model 5, nilai koefisien sebesar -0,919 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa semakin besar paparan atau pengaruh influencer investasi di media sosial semakin besar keputusan investasi tidak menyasar investasi syariah. Temuan ini memperlihatkan bahwa terdapat indikasi bahwa informasi yang ada di media sosial atau pun yang dibawa oleh influencer membahas tentang proses dan mekanisme investasi konvensional, seperti saham, trading, maupun kripto. Paparan informasi tersebut tidak mampu mendorong seorang investor untuk beralih atau berinvestasi ke produk investasi syariah.

Hasil penelitian ini juga mengonfirmasi bahwa investment perception yang diukur melalui indikator percept_1 (besarnya risiko yang dapat diambil) dan percept_2 (keyakinan bahwa investasi saham adalah cara efektif untuk mendapatkan kebebasan finansial) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi ke produk syariah. Temuan ini mengevaluasi bahwa persepsi terhadap investasi secara umum belum dapat mendorong seseorang memilih produk syariah. Dalam konteks ini, diperlukan faktor pendukung lain seperti pemahaman tentang prinsip syariah, tingkat religiusitas, dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah, dan literasi investasi syariah yang cukup baik. Hasil serupa ditemukan pada variabel future investment preference, dimana dua indikator futpref_1 dan futpref_2 tidak memperlihatkan pengaruh yang signifikan. Hasil ini memperlihatkan bahwa orientasi responden di masa depan tidak cukup kuat memengaruhi preferensi investasi yang mengarah pada instrumen investasi syariah.

Dari variabel kontrol yang diuji, hanya gender yang memperlihatkan pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien 0,662 ($p < 0,10$). Hasil tersebut mengonfirmasi bahwa laki-laki memiliki kecenderungan untuk

memiliki minat investasi syariah dibandingkan dengan perempuan. Sementara itu, variabel pendidikan dan status pekerjaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi syariah. Temuan ini menunjukkan karakteristik sosial ekonomi belum menjadi faktor utama dalam menentukan minat berinvestasi pada instrumen syariah.

Hasil uji pada penelitian ini menggarisbawahi temuan penting bahwa paparan terhadap ekosistem investasi secara umum, baik melalui pengalaman, aktivitas seminar, maupun pengaruh dari pihak lain di media sosial tidak secara otomatis meningkatkan minat seseorang untuk berinvestasi di sektor keuangan syariah. Temuan ini bahkan mengonfirmasi bahwa terdapat hubungan yang negatif antara variabel dependent dengan minat investasi syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa terdapat kesenjangan antara literasi investasi secara umum dan syariah. Hal ini berarti peningkatan investor muda dan semakin luas akses terhadap informasi tentang investasi tidak secara otomatis meningkatkan minat anak muda untuk berinvestasi dalam produk-produk syariah. Penguatan ekosistem investasi syariah melalui program-program yang spesifik dan menarik, peningkatan kualitas edukasi tentang investasi syariah, dan keterlibatan influencer dalam mempromosikan produk investasi syariah sangat diperlukan.

Table 4. Direct Regression

VARIABLES	SharialInvest	SharialInvest	SharialInvest	SharialInvest	SharialInvest
Know_1	-0.657*	-0.727*	-0.801**	-0.809**	-0.829**
	(0.366)	(0.374)	(0.377)	(0.382)	(0.396)
Know_2	-0.125	-0.183	-0.193	-0.187	-0.204
	(0.118)	(0.124)	(0.122)	(0.125)	(0.133)
Know_3	-0.212	-0.379	-0.486	-0.489	-0.691*
	(0.326)	(0.346)	(0.361)	(0.367)	(0.413)
Interest_1		0.794*	0.721*	0.837*	0.848
		(0.443)	(0.432)	(0.501)	(0.516)
Interest_2		-0.754**	-0.860**	-0.840**	-0.919**
		(0.356)	(0.356)	(0.363)	(0.362)
Percept_1			0.487	0.540	0.482
			(0.351)	(0.362)	(0.387)
Percept_2			1.402	1.340	1.237
			(0.862)	(0.875)	(0.953)
Futpref_1				-0.283	-0.175
				(0.601)	(0.630)
Futpref_2				-0.124	-0.130
				(0.164)	(0.173)
gender					0.662*
					(0.380)
edu					0.048
					(0.211)
income					-0.164
					(0.128)
working					-0.033
					(0.134)
Observations	130	130	130	130	127

Log pseudolikelihood	-278.2	-274.4	-271.4	-271	-261.6
Pseudo R-squared	0.0123	0.0261	0.0367	0.0380	0.0509
Robust standard errors in parentheses *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.10					

5. Discussion

Hasil penelitian ini memperlihatkan pengalaman investasi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat investasi syariah. Hasil ini bertentangan dengan pandangan umum dalam literatur keuangan yang menyatakan bahwa pengalaman investasi merupakan sumber pembelajaran yang dapat bermanfaat untuk mengevaluasi, memahami, dan meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan investasi. Pengalaman investasi tidak hanya dapat meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga membentuk pola perilaku (*behavioral anchoring*) dan *path dependency*. Pengalaman tersebut mendorong investor untuk bertahan pada instrumen yang telah memberikan pengalaman positif daripada mencoba alternatif investasi baru (Barber & Odean, 2013). Temuan ini diperkuat oleh penelitian Hati et al., (2021) yang menunjukkan bahwa dalam konteks investasi syariah pengalaman investasi belum tentu meningkatkan ketertarikan terhadap instrumen syariah. Hal ini karena ketertarikan terhadap investasi syariah dipengaruhi oleh product knowledge, perceived value, perceived risk, dan trust. Temuan ini mengonfirmasi bahwa orientasi pengalaman investasi lebih penting dibandingkan sekadar lamanya pengalaman (Na et al., 2023).

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman dan partisipasi dalam seminar investasi justru berpengaruh negatif terhadap minat investasi syariah. Pengalaman investasi seharusnya meningkatkan kemampuan investor dalam mengevaluasi risiko, memahami karakteristik produk keuangan, dan memperkuat kualitas dalam pengambilan keputusan investasi. (Barber & Odean, 2013). Namun demikian, penelitian ini memperlihatkan hal yang berbeda, dimana pengalaman investasi berpengaruh negatif yang mengindikasikan bahwa pengalaman investasi bergantung pada konteks tempat pengalaman tersebut diperoleh. Dalam perspektif experience-based learning menjelaskan bahwa pengalaman masa lalu justru membentuk keyakinan dan menjadi preferensi investor untuk bertahan pada instrumen yang dikenal dibanding berinvestasi pada instrumen baru (Malmendier et al., 2020).

Penelitian ini juga mengonfirmasi bahwa ketertarikan terhadap investasi hanya memiliki pengaruh signifikan pada model awal dan kehilangan signifikansinya setelah ditambahkan dengan variable kontrol. Hasil ini memperlihatkan bahwa ketertarikan investasi seseorang secara keseluruhan masih dipengaruhi oleh karakteristik individu sehingga belum

cukup kuat menjelaskan minat terhadap investasi syariah (Ajzen, 2011). Sebaliknya, pengaruh influencer memperlihatkan pengaruh negatif dan signifikan yang memberikan gambaran bahwa konten yang dikonsumsi di media sosial berorientasi pada saham konvensional. Individu memiliki kesendenguan mengadopsi perilaku yang diamati dari figur yang memiliki kredibilitas dan memiliki pengaruh sosial. Dalam hal ini apabila influencer banyak mendiskusikan tentang investasi konvensional maka paparan tersebut akan diikuti oleh pengikutnya. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang memperlihatkan bahwa efektivitas media sosial dalam memengaruhi keputusan investasi bergantung pada kualitas informasi, kredibilitas sumber, dan tingkat literasi keuangan (Nadeem et al., 2020).

Selain itu, *variable investment perception* dan *future investment preference* juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi investasi, toleransi terhadap risiko, maupun orientasi investasi jangka panjang belum mengarahkan investor memilih instrumen syariah. Persepsi terhadap investasi masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengarah pada investasi syariah. Dalam konteks ini, keputusan memilih instrumen syariah memerlukan faktor tambahan seperti literasi keuangan syariah, pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah, tingkat religiusitas, persepsi kepatuhan syariah, serta kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah (Hati et al., 2021). Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa *Islamic financial literacy*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan investasi syariah dibandingkan persepsi investasi secara umum (Widyastuti et al., 2021).

Penelitian ini menawarkan kontribusi konseptual bahwa paparan terhadap ekosistem investasi secara umum dan informasi tidak secara otomatis meningkatkan minat terhadap investasi syariah. Hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menempatkan pengalaman investasi sebagai penentu keputusan investasi. Penelitian ini menekankan pada kualitas dan orientasi dari ekosistem investor memperoleh pengalaman lebih menentukan dibandingkan dengan tingkat pengalaman yang dimiliki. Temuan ini menjelaskan mengapa peningkatan jumlah investor muda di Indonesia, semakin masifnya seminar diorganisasikan, dan semakin luas penggunaan media sosial untuk menyebarkan informasi tidak diikuti oleh peningkatan partisipasi dalam investasi syariah. Ketidakseimbangan antara ekosistem investasi konvensional dan syariah menjadi penyebab mengapa partisipasi investor dalam produk investasi syariah masih sedikit. Temuan ini memperluas literatur *behavioral islamic finance* dengan menekankan bahwa keputusan investasi syariah tidak hanya ditentukan oleh faktor individual, tetapi juga lingkungan sosial dan ekosistem informasi. Disamping itu, perlu memperkuat literasi investasi syariah, kualitas edukasi yang berfokus pada

produk syariah, pengembangan komunitas, serta melibatkan influencer yang mampu membangun narasi investasi syariah.

6. Conclusion

Penelitian ini secara empiris mengkaji factor penentu minat investasi syariah di kalangan anak muda, dengan menekankan pada aspek pengetahuan, minat, persepsi, dan preferensi masa depan. Temuan penelitian ini menggarisbawahi bahwa paparan terhadap ekosistem investasi tidak selalu meningkatkan minat untuk berinvestasi pada instrument-instrumen syariah. Pengalaman berinvestasi, partisipasi dalam seminar atau lokakarya investasi, serta paparan informasi dari influencer di media sosial menunjukkan hubungan negatif yang signifikan dengan minat investasi syariah. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman investasi dan informasi sebagian besar dipengaruhi oleh ekosistem keuangan konvensional. Sebaliknya, persepsi investasi dan preferensi investasi memengaruhi minat investasi syariah namun tidak signifikan. Hasil tersebut menyimpulkan bahwa persepsi positif terhadap investasi dan orientasi investasi jangka panjang tidak cukup untuk memengaruhi investor untuk memilih produk keuangan yang sesuai syariah.

Temuan penelitian ini secara garis besar berkontribusi pada pengayaan literatur dengan menyoroti pentingnya paparan informasi dan ekosistem investasi. Ketika paparan investasi didominasi oleh produk keuangan konvensional, hal itu membuat minat terhadap investasi syariah akan melemah. Oleh sebab itu, perlu ada penguatan ekosistem investasi syariah melalui pendidikan, peningkatan literasi keuangan syariah, keterlibatan influencer, serta promosi yang dilakukan secara berkelanjutan. Dengan keterbatasan yang ada, penelitian ini perlu dikembangkan dengan memasukkan variabel tambahan seperti religiusitas, literasi keuangan syariah, kepatuhan syariah, kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah.

References

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior: Organizational Behavior and Human Decision Processes. *University of Massachusetts at Amherst*, 50.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. In *Psychology and Health* (Vol. 26, Issue 9). <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- AlSuwaidi, R. A., & Mertzanis, C. (2024). Financial literacy and FinTech market growth around the world. *International Review of Financial Analysis*, 95. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.103481>
- Aulia, M., Afiff, A. Z., Hati, S. R. H., & Gayatri, G. (2024). Consumers' sustainable investing: A systematic literature review and research agenda. In *Cleaner and Responsible Consumption* (Vol. 14). <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2024.100215>
- Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment. *Quarterly Journal of Economics*, 116(1). <https://doi.org/10.1162/003355301556400>
- Barber, B. M., & Odean, T. (2013). The Behavior of Individual Investors. In *Handbook of the Economics of Finance* (Vol. 2, Issue PB). <https://doi.org/10.1016/B978-0-44-459406-8.00022-6>
- Basrowi, B., Suryanto, T., Anggraeni, E., & Nasor, M. (2020). The Effect Of Islamic Financial Literation And Financial Technology On Islamic Financial Inclusion. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*, 5(2). <https://doi.org/10.29240/alfalah.v5i2.1669>
- Che Hassan, N., Abdul-Rahman, A., Mohd Amin, S. I., & Ab Hamid, S. N. (2023). Investment Intention and Decision Making: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 15, Issue 5). <https://doi.org/10.3390/su15053949>
- Fernandes, D., Lynch, J. G., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. *Management Science*, 60(8). <https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1849>
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis. In *Multivariate data analysis* (p. 785).
- Hasanah, E. N., Koesrindartoto, D. P., Wiryono, S. K., & Angelica, A. E. (2025). Who deserves to be the finfluencer? In *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* (Vol. 11, Issue 2). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100553>
- Hati, S. R. H., Putri, N. I. S., Daryanti, S., Wibowo, S. S., Safira, A., & Setyowardhani, H. (2022). Brand familiarity vs profit-sharing rate: which has a stronger impact on Muslim customers' intention to invest in an Islamic bank? *Journal of Islamic Marketing*, 13(8). <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0247>
- Hati, S. R. H., Wibowo, S. S., & Safira, A. (2021). The antecedents of Muslim customers' intention to invest in an Islamic bank's term deposits: evidence from a Muslim majority country. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7). <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020->

0007

- Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2017). Does financial education impact financial literacy and financial behavior, and if so, when? *World Bank Economic Review*, 31(3). <https://doi.org/10.1093/wber/lhx018>
- Laili Fadhila Banuwa, Dwi Nugroho, Tazkiyah Sakinah, & Lidya Ayuni Putri. (2025). Peran Pendapatan sebagai Variabel Moderasi Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa di Provinsi Lampung. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(2). <https://doi.org/10.56910/jvm.v11i2.680>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1). <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- M Iqbal Affandi, & Farida Rahmawati. (2023). Do Determinants of Behaviors Influence the Intention to Invest in Green Sukuk? *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(4). <https://doi.org/10.20473/vol10iss20234pp403-414>
- Malmendier, U., Pouzo, D., & Vanasco, V. (2020). Investor experiences and financial market dynamics. *Journal of Financial Economics*, 136(3). <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2019.11.002>
- Muhammad Rais, Himmatul Khairi, & Faisal Hidayat. (2023). Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2). <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.7178>
- Na, N., Aisa, ma, Nuzul Ainy, R., & Syahira, Q. (2023). Financial Literacy and Knowledge on Intention in Sustainable and Responsible Investment. *Online*, 101(2).
- Nadeem, W., Juntunen, M., Shirazi, F., & Hajli, N. (2020). Consumers' value co-creation in sharing economy: The role of social support, consumers' ethical perceptions and relationship quality. *Technological Forecasting and Social Change*, 151. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119786>
- Rahim, S. H. A., Rashid, R. A., & Hamed, A. B. (2016). Islamic financial literacy and its determinants among university students: An exploratory factor analysis. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(7Special Issue).
- Rijanto, B. P., & Utami, N. (2024). Financial technology, social media influencers, and experience of cryptocurrency investment decisions: Financial literacy's role. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 23(2). <https://doi.org/10.28932/jmm.v23i2.8717>
- Roemanasari, F., Sabela, J., & Rusgianto, S. (2022). Islamic Financial Literacy and Financial Behavior on Investment Intention. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 7(2). <https://doi.org/10.20473/jiet.v7i2.40679>
- Saputri, Y. D., Anggraeni, E., & Madnasir, M. (2023). Peran Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Investasi Syariah Generasi Z Dengan Dimoderasi Media Informasi Era Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2). <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8953>
- Setyorini, N., & Indriasari, I. (2020). Does millennials have an

- investment interest? theory of planned behaviour perspective. *Diponegoro International Journal of Business*, 3(1).
<https://doi.org/10.14710/dijb.3.1.2020.28-35>
- van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, 101(2).
<https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03.006>
- Wardhana, A. kusuma, Ratnasari, R. tri, & Fauziana, H. (2023). ISLAMIC INVESTMENT IN INDONESIA BEFORE AND DURING PANDEMIC OF COVID-19: A BIBLIOMETRIC STUDY. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 8(1).
<https://doi.org/10.20473/baki.v8i1.33557>
- Widyastuti, U., Febrian, E., Sutisna, S., & Fitrijanti, T. (2021). Market discipline in the behavioral finance perspective: a case of Sharia mutual funds in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(1). <https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2020-0194>
- Yuni K, K. C., Wahyudi, M. A. T., Musfiroh, A., Ali, M. H., Hidayat, N., & Dardiri, M. (2024). The Influence of Financial Knowledge and Islamic Behavior on Students' Interest in Sharia Investment. *Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2).
<https://doi.org/10.30821/se.v10i2.21717>