

**PENGARUH FINANCIAL SOCIALIZATION DAN FINANCIAL EXPERIENCE
TERHADAP INVESTMENT INTENTION MELALUI FINANCIAL LITERACY
SEBAGAI MEDIASI PADA KARYAWAN SWASTA KOTA CIKARANG**

Rahimah Saleh

Fakultas Ekonomi, Program Studi Magister Manajemen

salehrahimah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh dari dua faktor kunci, yaitu Financial Socialization dan Financial Experience, terhadap niat untuk berinvestasi pada karyawan swasta di Kota Cikarang. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis peran Financial Literacy sebagai mediator dalam hubungan antara Financial Socialization, Financial Experience, dan Investment Intention. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada karyawan swasta di Kota Cikarang. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi dan analisis mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Financial Socialization dan Financial Experience memiliki pengaruh signifikan terhadap Investment Intention. Selain itu, Financial Literacy terbukti memediasi hubungan antara Financial Socialization, Financial Experience, dan Investment Intention. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi praktisi sumber daya manusia dan lembaga pendidikan untuk meningkatkan pemahaman finansial dan niat berinvestasi karyawan swasta di Kota Cikarang. Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan landasan teoretis yang kuat untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang literasi keuangan dan perilaku keuangan karyawan.

Kata Kunci: Financial Socialization, Financial Experience, Investment Intention, Financial Literacy, Karyawan Swasta, Kota Cikarang.

Abstract

This research aims to investigate the influence of two key factors, namely Financial Socialization and Financial Experience, on the investment intention of private sector employees in the city of Cikarang. Additionally, this study also analyzes the role of Financial Literacy as a mediator in the relationship between Financial Socialization, Financial Experience, and Investment Intention. The research methodology employs a quantitative approach with data collection through questionnaires distributed to private sector employees in Cikarang. Data analysis is conducted using regression techniques and mediation analysis. The research findings indicate that Financial Socialization and Financial Experience have a significant influence on Investment Intention. Furthermore,

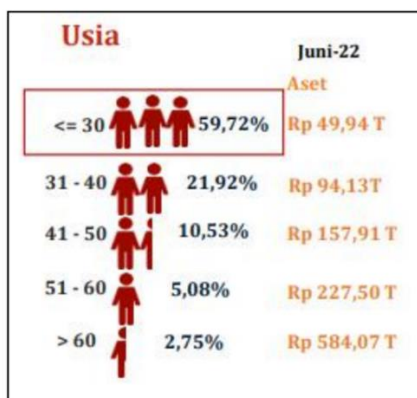
Financial Literacy has been proven to mediate the relationship between Financial Socialization, Financial Experience, and Investment Intention. These findings have important implications for human resources practitioners and educational institutions to enhance financial understanding and investment intentions among private sector employees in Cikarang. Moreover, this research also provides a strong theoretical foundation for further studies in the fields of financial literacy and financial behavior of employees.

Keywords: *Financial Socialization, Financial Experience, Investment Intention, Financial Literacy, Private Sector Employees, Cikarang City.*

INTRODUCTION

Partisipasi individu di pasar keuangan meningkat tajam belakangan ini, banyak alasan untuk melakukan investasi diantaranya yaitu pasar uang. Pasar uang menawarkan kemungkinan menghasilkan uang dan memperoleh pengembalian dari modal yang diinvestasikan. Keragaman aset yang disediakan juga sesuai dengan tujuannya. Namun, keputusan untuk berinvestasi di pasar saham masih menjadi hal yang sulit, dibutuhkan pemikiran yang jernih dan pikiran yang rasional, oleh karena itu tidak sedikit investor yang mengalami kerugian.

Berdasarkan informasi statistik publik yang disampaikan PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada tahun 2021, terdapat 4.002.289 investor saham pada akhir Juni 2022, naik 15,96% dari 3.451.513 pada akhir tahun 2021. Sejak tahun 2020, saat itu masih ada 1.695.268 investor. investor, terdapat kecenderungan yang meningkat. Hingga akhir semester I 2022, investor saham Gen Z dan milenial menyumbang 81,64% dari seluruh investor saham dan memiliki aset sebesar Rp 144,07 triliun. Demografi usia investor dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1 Demografi Usia Investor

Sumber: PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI)

Investor harus fokus pada alasan di balik transaksi mereka, bukan hanya sekedar membeli dan menjual, tetapi juga mempelajari lebih jauh data teknis dan fundamental mengenai investasi. Selain itu, investor perlu mempersiapkan mental mereka untuk menghadapi situasi seperti sekarang ini. Untuk menghadapi situasi yang memiliki kecenderungan positif dan buruk seperti saat ini, seseorang perlu berada dalam kondisi emosi yang stabil.

Sebelum melakukan investasi, calon investor memerlukan sebuah niat. Niat diasumsikan untuk mengidentifikasi faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku dan untuk menunjukkan seberapa keras orang ingin mencoba, atau berapa banyak upaya yang akan mereka lakukan untuk melakukan perilaku tersebut. Dengan kata lain, perilaku masa depan individu dapat diprediksi melalui niat, karena niat merupakan langkah awal yang membentuk pola perilaku selanjutnya (Andriani et al., 2019). Akibatnya, niat tersebut dapat menunjukkan arah kemungkinan perilaku individu di masa depan.

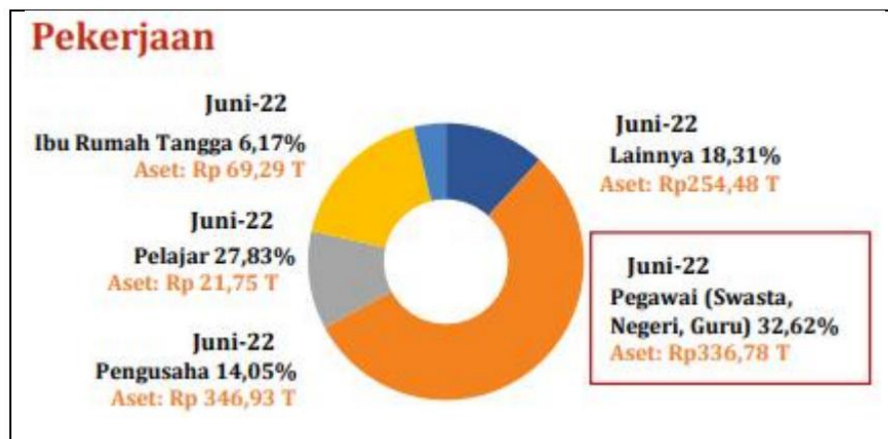
Penelitian ini dilatar belakangi oleh *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menganalisis niat investasi di kalangan calon investor. Teori ini mengusulkan konsep niat individu yang merupakan anteseden langsung untuk perilaku mereka, sedangkan niat itu sendiri dipengaruhi oleh tiga konstruksi dasar, yaitu: sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. (Raut, 2020) menyatakan bahwa model TPB masuk akal untuk mengukur *investment intention* terhadap proses pengambilan keputusan investasi. Penelitian mengenai *investment intention* sudah banyak dilakukan, faktor-faktor yang mempengaruhinya antara lain *financial socialization* (Ameliawati & Setiyani, 2018; Fulk & White, 2018; Sohn et al., 2012; Suyanto & Setiawan, 2021), *financial experience* (Ameliawati & Setiyani, 2018; Malmendier et al., 2020; Wang et al., 2019; Zhao & Zhang, 2021) dan *investment literacy* (Andriani et al., 2019; Muhammad et al., 2020; Raut, 2020; Suyanto & Setiawan, 2021).

Financial socialization memiliki efek yang bertahan lama pada kebiasaan pengelolaan uang orang dewasa (Fulk & White, 2018). Calon investor sebelum berinvestasi diharapkan memiliki pengetahuan yang bisa didapat melalui *financial socialization* untuk membuat pertimbangan dalam melakukan investasi. Ameliawati & Setiyani (2018) berpendapat bahwa apabila seseorang memiliki tingkat *financial socialization* yang tinggi maka akan meningkatkan kemampuan dalam mengelola keuangannya. Jika seseorang semakin banyak berinteraksi dengan agen sosialisasi keuangan maka perilaku pengelolaan keuangan akan semakin baik.

Experience merupakan bahan pembelajaran terbaik yang termasuk dalam proses peningkatan tingkat literasi keuangan. *Financial experience* merupakan kemampuan untuk membuat penilaian dalam mengambil keputusan tentang masalah keuangan yang telah dialami sehingga dapat digunakan sebagai dasar perilaku keuangan yang baik. Penelitian (Ameliawati & Setiyani, 2018; Tanuwijaya & Setyawan, 2021) menyatakan bahwa seseorang harus memiliki pengalaman keuangan yang baik agar dapat mengelola keuangannya dengan baik juga. (Zhao & Zhang, 2021) menyatakan bahwa pengalaman investasi memiliki pengaruh positif terhadap *investment intention*. Pengalaman investasi

diyakini dapat mempengaruhi keputusan investasi, khususnya adopsi produk keuangan baru, baik bagi investor individu maupun rumah tangga (Malmendier et al., 2020).

Pembaharuan dalam penelitian ini yaitu dengan menguji pengaruh *financial literacy* sebagai variabel intervening. Penelitian Zhao & Zhang (2021) menjelaskan bahwa *literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *investment intention*. Penelitian Raut (2020) juga menjelaskan bahwa investor di India sangat dipengaruhi oleh literasi. Tingkat literasi seseorang bisa disebabkan oleh tingkat pendidikan dan pekerjaan mereka, serta pengetahuan juga didapatkan karena adanya kesempatan waktu atau pengalaman. Demografi investor menurut pekerjaan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1 Demografi Pekerjaan Investor

Sumber: PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI)

Di Indonesia 60,45% investor berprofesi sebagai karyawan swasta, pegawai negeri, guru dan pelajar, dengan nilai aset mencapai Rp358,53 triliun. Data demografi memperlihatkan bahwa investor saham masih terkonsentrasi di pulau Jawa yaitu sebesar 69,59% dengan nilai aset mencapai Rp3.772,32 triliun. Peneliti sudah melakukan pengamatan dua bulan terakhir ini pada karyawan swasta di Daerah Cikarang, peneliti memilih Cikarang karena Cikarang menjadi Kota industri terbesar se-Asia Tenggara. Upah minimum karyawan Kota Cikarang juga dapat dikatakan tinggi, peneliti mengasumsikan tingginya pendapatan dapat meningkatkan niat untuk berinvestasi. Karyawan swasta beranggapan bahwa mereka memiliki niat berinvestasi karena sudah memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam penggunaan layanan pada lembaga keuangan, seseorang yang sudah menggunakan produk perbankan cenderung satu langkah lebih mudah untuk berinvestasi karena sudah mempunyai akses dalam keuangan. Akan tetapi sebagian karyawan menyatakan bahwa mereka memiliki niat untuk berinvestasi tetapi tidak mempunyai pengetahuan tentang investasi dan tidak memiliki pengalaman sebelumnya, mereka juga tidak pernah mengikuti sosialisasi atau mencari informasi secara mandiri mengenai pentingnya dan cara melakukan investasi karena minimnya waktu luang yang mereka miliki. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Andriani et al., (2019) yang menyatakan bahwa investor mungkin tertarik untuk

berinvestasi jika mereka memiliki waktu dan keterampilan untuk mengevaluasi perusahaan dan memiliki uang untuk diinvestasikan.

Berdasarkan pada *research gap* dan fenomena penelitian yang ada, maka penelitian lebih lanjut sangat diperlukan. Sehingga peneliti akan melakukan penelitian mengenai niat investasi dengan pengaruh *financial socialization*, *financial experience* dan *investment literacy* pada karyawan swasta di Kota Cikarang. Penelitian ini menambahkan variabel moderating yaitu usia. Usia menjadi variabel moderasi karena orang dewasa muda lebih terekspos dan akrab dengan teknologi dan lebih antusias berinvestasi dalam produk investasi baru berbasis teknologi, sementara investor individu yang lebih tua lebih konservatif dalam produk investasi baru dan cenderung mempertahankan investasi mereka sebelumnya. Kebiasaan dan cenderung berinvestasi pada produk yang mereka sadari. Sehingga seseorang yang lebih tua atau memiliki *experience* yang lebih banyak cenderung berinvestasi dengan produk investasi yang sama. Oleh sebab itu minat investasi pada pekerja perlu dilakukan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Zhao & Zhang (2021) bahwa investor berusia 18 hingga 34 tahun sebagai kekuatan utama investasi saat ini di Amerika Serikat. Namun usia produktif pekerja di Indonesia yaitu rentang usia lebih dari 17 hingga 57 tahun. Sehingga penelitian lebih lanjut sangat diperlukan untuk meneliti mengenai usia yang memoderasi hubungan *financial socialization*, *financial experience* dan *financial literacy* dengan *investment intention*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *eksplanatory* dengan penggunaan pendekatan kuantitatif. *Eksplanatory* bisa dikatakan sebagai sebuah penelitian yang memiliki tujuan menjelaskan variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis dengan tujuan memperkuat atau menolak penelitian yang sudah ada sebelumnya atau penelitian-penelitian terdahulu. Sedangkan penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode penelitian yang menggunakan angka dari pengumpulan data penelitian, penafsiran atau pengolahan data serta penampilan hasilnya. Penelitian ini akan menjelaskan mengenai apakah ada hubungan timbal balik atau berbalasan antar variabel yang akan diteliti, dan sejauh mana adanya pengaruh antara variabel independen yaitu *financial socialization* dan *financial experience* serta variabel dependen *investment literacy* dan *investment intention*.

Populasi dan sampel yang digunakan yaitu karyawan swasta di Kota Cikarang. Metode sampel yang digunakan yaitu *purposive random sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel atau elemen secara acak tetapi memiliki kriteria-kriteria tertentu, dimana setiap elemen atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner maupun *survey*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, yaitu sumber data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya yang dilakukan langsung dengan metode

survey. Metode *survey* ini merupakan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden, dengan menggunakan pertanyaan yang ditulis dalam kuesioner. Sumber data primer ini yaitu sebaran kuesioner yang ditujukan kepada responden para karyawan swasta di Kota Cikarang.

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan melalui data primer. Teknik analisis yaitu sebuah proses dalam menganalisis data, yang diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat dimanfaatkan bagi peneliti untuk keperluan penelitian, sehingga data tersebut perlu diproses dan dianalisa untuk diinterpretasikan nantinya, serta memberikan kemudahan bagi peneliti dalam membaca serta memahami data tersebut sebagai dasar serta acuan untuk mengambil keputusan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh *financial socialization* terhadap *financial literacy*

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel *financial socialization* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial literacy*. Dengan nilai original sampel $-0,314$ dan t values $2.356 > 1.98$ dengan p values menunjukkan $0.019 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial socialization* mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap *financial literacy*. Pengaruh menunjukkan signifikan, sehingga tingkat *financial socialization* yang didapatkan seseorang mampu mempengaruhi *financial literacy*. Namun sosialisasi keuangan tidak dapat menjadi salah satu cara untuk memperoleh literasi keuangan. Proses yang disebut sebagai agen sosialisasi keuangan ini dapat diperoleh melalui lingkungan internal maupun eksternal namun tidak mampu meningkatkan literasi keuangan.

Hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian Suyanto & Setiawan, (2021) dan Ameliawati & Setiyani, (2018) yang menyatakan bahwa *financial socialization* berpengaruh positif terhadap *financial literacy*. Literasi dapat diperoleh melalui sosialisasi keuangan, semakin banyak mendapatkan sosialisasi keuangan maka semakin besar tingkat literasi seseorang (Ameliawati & Setiyani, 2018). *Theory of Planned Behavior* juga tidak mampu menjelaskan hubungan antara *financial socialization* dengan *financial literacy*, karena seseorang yang cenderung bertindak sesuai dengan intensi dan persepsi pengendalian melalui perilaku tertentu, dimana intensi dipengaruhi oleh tingkah laku, norma subjektif serta pengendalian perilaku. Sehingga disimpulkan, informasi yang telah diterima oleh seseorang tidak mampu meningkatkan literasi mengenai keuangan.

Pengaruh *financial experience* terhadap *financial literacy*

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel *financial experience* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *financial literacy*. Dengan nilai original sampel $0,510$ dan t values $5.797 > 1.98$ dengan p values menunjukkan $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial experience* mempunyai hubungan positif signifikan terhadap *financial literacy*. Pengaruh menunjukkan signifikan, sehingga tingkat *financial experience* yang dimiliki seseorang mampu meningkatkan *financial literacy*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zhao & Zhang, (2021) dan

Tanuwijaya & Setyawan, (2021) menyatakan bahwa *financial experience* berpengaruh positif terhadap *financial literacy*. Literasi kemungkinan besar terkait dengan pengalaman keuangan (Monsura, 2020). Mereka yang memiliki lebih banyak pengalaman keuangan harus menunjukkan pengetahuan keuangan yang lebih besar (Suyanto & Setiawan, 2021).

Seseorang dengan pengalaman keuangan yang positif akan memiliki literasi yang memadai untuk sampai pada keputusan keuangan yang masuk akal di masa depan, seperti niat untuk melakukan investasi. Pengalaman keuangan merupakan faktor penting dalam mengukur tingkat literasi seseorang, juga tidak akan ada artinya seseorang memiliki tingkat literasi yang tinggi tanpa pengalaman keuangan yang memadai (Tanuwijaya & Setyawan, 2021). Seseorang yang telah memiliki pengalaman keuangan yang banyak akan memiliki tingkat literasi yang baik, namun sebaliknya jika seseorang belum banyak memiliki pengalaman keuangan maka tingkat literasi yang dimiliki masih rendah.

Pengaruh *financial socialization* terhadap *investment intention*

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel *financial socialization* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel 0,374 dan *t values* 4.595 > 1.98 dengan *p values* menunjukkan 0.000 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial socialization* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *investment intention*. Pengaruh menunjukkan signifikan, sehingga tingkat *financial socialization* yang didapatkan seseorang mampu meningkatkan niat seseorang untuk berinvestasi. Sejalan dengan penelitian Ameliawati & Setiyani (2018) dan Suyanto & Setiawan (2021) bahwa *financial socialization* berpengaruh positif terhadap *investment intention*. Untuk meningkatkan angka investasi di pasar modal tentunya harus ada sosialisasi pengetahuan tentang produk di pasar modal, sosialisasi ini dapat berasal dari lingkungan sekitar atau instansi yang berkepentingan, sosialisasi ini bermanfaat agar masyarakat dapat berpikir bahwa berinvestasi di pasar modal itu mudah dan murah (Natsir & Arifin, 2021).

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan *theory planned behavior*, pencapaian perilaku bergantung pada motivasi dan kemampuan kontrol perilaku diri, sehingga seseorang yang mendapatkan dan mengusahakan mendapatkan informasi melalui sosialisasi dapat menimbulkan perilaku. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keluarga, teman sebaya, sekolah, dan media semuanya adalah agen sosialisasi konsumen yang signifikan, dan bahwa setiap agen bekerja secara berbeda sepanjang siklus hidup. Seseorang yang sering mengikuti sosialisasi mengenai perencanaan keuangan, membaca informasi baik di media cetak atau internet menjadikan seseorang lebih luas dalam berfikir. Terlebih mengenai investasi yang mana di pasar keuangan memiliki beraneka ragam produk yang dijual, sehingga seseorang harus memiliki bekal sebelum berinvestasi.

Pengaruh *financial experience* terhadap *investment intention*

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa variabel *financial experience* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel -0,348 dan *t values* 4.138 > 1.98 dengan *p values* menunjukkan 0.000 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial experience* mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap *investment intention*. Pengaruh menunjukkan signifikan, sehingga tingkat *financial experience* yang dimiliki seseorang mampu mempengaruhi niat seseorang untuk berinvestasi. Akan tetapi penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ameliawati & Setiyani (2018) dan Zhao & Zhang (2021) yang menyatakan bahwa *financial experience* berpengaruh positif terhadap *investment intention*. *Theory planned behavior* juga tidak mampu menjelaskan hasil penelitian ini, dimana intensi dipengaruhi oleh tingkah laku, norma subjektif serta pengendalian perilaku, sehingga pengalaman yang timbul dari tingkah laku masa lalu mampu meningkatkan niat berinvestasi.

Pengalaman keuangan sebagai perilaku belajar seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya, sehingga seseorang yang memiliki pengalaman keuangan yang cukup dapat berperilaku lebih bijak dalam mengelola keuangannya dibanding orang lain (Ameliawati & Setiyani, 2018). Akan tetapi hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman keuangan tidak dapat menjadi faktor yang berhubungan dengan perilaku pengelolaan keuangan. Pengalaman dimaksud dalam pengalaman keuangan ini tidak dapat dijadikan input sebagai seseorang untuk melakukan investasi, dengan kata lain seseorang yang memiliki pengalaman dalam menggunakan produk keuangan cenderung tidak berlanjut melakukan investasi karena sudah mengetahui celah baik buruknya produk investasi.

Pengaruh *financial literacy* terhadap *investment intention*

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel 0,812 dan *t values* 11.466 > 1.98 dengan *p values* menunjukkan 0.000 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *investment intention*. Pengaruh menunjukkan signifikan, sehingga tingkat *financial literacy* yang dimiliki seseorang mampu meningkatkan niat seseorang untuk berinvestasi. Sejalan dengan penelitian (Andriani et al., 2019; Suyanto & Setiawan, 2021; Zhao & Zhang, 2021) bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *investment intention*. Pengetahuan tentang pasar modal sangat berguna untuk meminimalisir resiko dalam berinvestasi. Pengetahuan tentang produk pasar modal penting bagi seorang investor karena dapat mempengaruhi niat berinvestasi (Natsir & Arifin, 2021).

Penelitian Raihana & Dewi, (2022) mengatakan bahwa taraf hidup seseorang dapat meningkat apabila memiliki tingkat pengelolaan keuangan yang baik dan didukung dengan literasi mengenai keuangan yang baik. Zhao & Zhang (2021) menyarankan bahwa

literasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penilaian terkait investasi individu ketika membuat keputusan investasi. Banyak penelitian sebelumnya telah memberikan bukti bahwa pengetahuan keuangan objektif merupakan penentu penting dalam niat dan perilaku investasi. Akhtar & Das (2019) menemukan bahwa pengetahuan keuangan objektif memiliki hubungan positif yang signifikan dengan niat investasi di pasar saham. Studi tersebut menemukan bahwa orang yang melek finansial dan mengetahui perbedaan antara reksa dana dan saham bersedia mengambil risiko selama proses pengambilan keputusan investasi (Andriani et al., 2019).

Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung terlibat dalam pasar keuangan dan melakukan investasi saham (Suprasta & Nuryasman, 2020). Literasi mempengaruhi minat investasi seorang investor, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini karena kajian atau pembahasan literasi investasi mencakup beberapa faktor penting yang harus diperhatikan saat melakukan investasi, seperti risiko kerugian, perkiraan keuntungan, dll. Selain itu, ketika seorang investor memahami kegiatan proses investasi secara mendalam melalui literasi investasi, ia dapat mempengaruhi keputusan investasi.

Usia memoderasi *financial socialization* dengan *investment intention*

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa variabel usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial socialization* terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel 0,030 dan *t values* $0.512 < 1.98$ dengan *p values* menunjukkan $0.609 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial socialization* terhadap *investment intention*. Pengujian langsung pengaruh *financial socialization* terhadap *investment intention* menunjukkan hasil positif dan signifikan, sehingga apabila *financial socialization* seseorang meningkat maka akan meningkatkan *investment intention*. Namun pengaruh moderasi usia menunjukkan hasil yang tidak signifikan, sehingga tingginya nilai usia tidak mampu meningkatkan hubungan antara *financial socialization* dengan *investment intention*. Begitu sebaliknya, menurunnya nilai usia tidak mampu menurunkan pengaruh *financial socialization* terhadap *investment intention*.

Seseorang yang sering mengikuti sosialisasi mengenai perencanaan keuangan, membaca informasi baik di media cetak atau internet menjadikan seseorang lebih luas dalam berfikir. Untuk meningkatkan angka investasi di pasar modal tentunya harus ada sosialisasi pengetahuan tentang produk di pasar modal, sosialisasi ini dapat berasal dari lingkungan sekitar atau instansi yang berkepentingan, sosialisasi ini bermanfaat agar masyarakat dapat berpikir bahwa berinvestasi di pasar modal itu mudah dan murah (Natsir & Arifin, 2021). Seseorang dengan usia lebih tua cenderung memiliki waktu lebih banyak dalam mendapatkan sosialisasi mengenai keuangan, sehingga mampu meningkatkan niat dalam berinvestasi. Pada kenyataannya hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa usia tidak mampu meningkatkan sosialisasi keuangan terhadap meningkatnya niat berinvestasi pada kalangan pekerja.

Usia memoderasi *financial literacy* dengan *investment intention*

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa variabel usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial literacy* terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel 0,023 dan *t values* $0.339 < 1.96$ dengan *p values* menunjukkan $0.734 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial literacy* terhadap *investment intention*. Pengaruh moderasi usia menunjukkan hasil yang tidak signifikan, sehingga tingginya nilai usia tidak mampu meningkatkan hubungan antara *financial literacy* dengan *investment intention*. Begitu sebaliknya, menurunnya nilai usia tidak mampu menurunkan pengaruh *financial literacy* terhadap *investment intention*. Generasi *baby boomer* cenderung lebih rentan dan berisiko dalam mengambil keputusan investasi karena akses terhadap pengetahuan terkait literasi keuangan akan mudah didapat pada kelompok generasi yang hidup melalui kemajuan teknologi (Baihaqqy, 2022).

Penelitian Elango & Ajah, (2023) mengungkapkan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi, artinya orang yang melek finansial akan memiliki peluang lebih besar untuk memiliki niat berinvestasi di pasar saham, namun pengaruh literasi keuangan terhadap niat investasi pada generasi Z menunjukkan pengaruh yang lemah. Kim et al., (2019) juga menunjukkan bahwa milenial dengan tingkat literasi objektif yang lebih tinggi lebih cenderung memiliki investasi.

Usia memoderasi *financial experience* dengan *investment intention*

Hasil pengujian hipotesis kedelapan menunjukkan bahwa variabel usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial experience* terhadap *investment intention*. Dengan nilai original sampel -0,119 dan *t values* $1.271 < 1.98$ dengan *p values* menunjukkan $0.204 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa usia tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial experience* terhadap *investment intention*. Semakin banyak pengalaman finansial yang dimiliki seseorang, semakin baik penilaian investasinya. Namun pengaruh moderasi usia menunjukkan hasil yang tidak signifikan, sehingga tingginya nilai usia tidak mampu meningkatkan hubungan antara *financial experience* dengan *investment intention*. Begitu sebaliknya, menurunnya nilai usia tidak mampu menurunkan pengaruh *financial experience* terhadap *investment intention*.

Investor yang memiliki pengalaman berinvestasi tentu akan menjadi investor yang berpengetahuan luas. Melakukan analisis investasi terlebih dahulu sebelum melakukan investasi untuk memastikan proses pengambilan keputusan investasi dapat berjalan dengan efisien (Suprasta & Nuryasman, 2020). Pemilihan portofolio yang cenderung susah didasarkan pada pengalaman yang dimiliki investor sehingga mengetahui cara menanganinya. Sebagai hasil dari pengetahuan ini, investor mengambil keputusan sesuai dengan pertimbangan risiko dan keuntungan (Mutawally & Haryono, 2019). Pengujian langsung pengaruh *financial experience* terhadap *investment intention* menunjukkan hasil

positif signifikan, namun peran usia tidak mampu meningkatkan pengaruh *financial experience* terhadap *investment intention*. Sehingga disimpulkan pengalaman keuangan dikalangan tua dan muda tidak berpengaruh pada meningkatnya niat untuk berinvestasi di kalangan pekerja.

Financial socialization terhadap investment intention melalui financial literacy

Pengujian tidak langsung antara *financial socialization* terhadap *investment intention* melalui *financial literacy* menunjukkan hasil nilai original sampel $-0,255$ t values $2,348 > 1,98$ dengan p values menunjukkan $0,019 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa *financial socialization* mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap *investment intention* melalui *financial literacy*. Pengujian langsung *financial socialization* terhadap *investment intention* menunjukkan hasil yang lebih tinggi, yang menunjukkan bahwa peningkatan *financial socialization* yang didapatkan seseorang mampu meningkatkan niat untuk berinvestasi. Namun pengujian tidak langsung menunjukkan hasil yang negatif signifikan, sehingga pengaruh *financial socialization* terhadap *investment intention* tidak menunjukkan hasil lebih tinggi apabila melalui *financial literacy*. Seseorang yang mendapatkan sosialisasi mengenai keuangan dapat mempengaruhi literasi keuangan yang selanjutnya dapat menimbulkan niat untuk berinvestasi, namun hasilnya menurun jika dibandingkan dengan pengaruh langsung.

Financial experience terhadap investment intention melalui financial literacy

Hasil pengujian tidak langsung variabel *financial experience* terhadap *investment intention* melalui *financial literacy* menunjukkan hasil nilai original sampel $0,414$ dan t values $4,815 > 1,98$ dengan p values menunjukkan $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa *financial experience* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *investment intention* melalui *financial literacy*. Hasil pengujian menunjukkan lebih baik jika dibanding dengan hasil pengujian langsung *financial experience* terhadap *investment intention* yang menunjukkan hasil negative signifikan. Sehingga hasil pengujian tidak langsung *financial experience* terhadap *investment intention* melalui *financial literacy* lebih tinggi. Seseorang yang memiliki pengalaman keuangan pada lembaga penyedia layanan keuangan (perbankan) seperti tabungan, digital wallet hingga asuransi berpengaruh terhadap niat investasi apabila seseorang juga memiliki literasi keuangan yang baik.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa *Financial socialization* berpengaruh negatif signifikan terhadap *financial literacy*, hal ini karena jika seseorang lebih sering mengikuti sosialisasi mengenai keuangan maka literasi keuangannya juga akan mengalami penurunan. *Financial experience* berpengaruh positif signifikan terhadap *financial literacy*, seseorang yang pernah menggunakan layanan keuangan perbankan akan meningkatkan literasi keuangannya. Sehingga

semakin tinggi tingkat pengalaman keuangan seseorang maka literasi keuangannya juga semakin meningkat. *Financial socialization* berpengaruh positif signifikan terhadap *investment intention*, seseorang yang mengikuti dan mendapatkan sosialisasi mengenai keuangan cenderung memiliki pemikiran mengenai keuangan yang baik sehingga niat untuk berinvestasi meningkat. *Financial experience* berpengaruh negatif signifikan terhadap *investment intention*, seseorang yang memiliki pengalaman keuangan yang tinggi akan menurunkan minat untuk berinvestasi karena telah mengetahui keuntungan yang akan didapat ketika berinvestasi. *Financial socialization* mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap *investment intention* melalui *financial literacy*. Hasil menunjukkan penurunan, hasil lebih tinggi didapat pada pengujian langsung *financial socialization* terhadap *investment intention*. Sehingga disimpulkan seseorang yang mendapatkan sosialisasi mengenai keuangan tidak dapat meningkatkan literasi keuangan yang selanjutnya dapat berpengaruh niat untuk berinvestasi. *Financial experience* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *investment intention* melalui *financial literacy*. Hasil pengujian tidak langsung menunjukkan hasil yang lebih tinggi dari pengujian pengaruh langsung. Sehingga disimpulkan seseorang yang memiliki pengalaman keuangan pada lembaga penyedia layanan keuangan (perbankan) lebih memiliki literasi keuangan yang baik, sehingga dapat menimbulkan niat untuk berinvestasi. *Financial literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *investment intention*, seseorang yang memiliki tingkat *financial literacy* akan menghambat adanya kendala keuangan sehingga seseorang memiliki niat berinvestasi yang tinggi. Usia tidak dapat memoderasi hubungan antara *financial socialization* dan *investment intention*, seseorang yang mendapatkan sosialisasi keuangan memiliki niat berinvestasi yang tinggi, namun usia tidak mampu meningkatkan hubungan sosialisasi terhadap niat untuk berinvestasi. Usia tidak dapat memoderasi hubungan antara *financial literacy* dan *investment intention*, setiap individu diharapkan selalu belajar dan memperluas pengetahuan termasuk pengetahuan keuangan untuk mengetahui langkah yang tepat yang dapat diambil mengenai keputusan keuangan. Namun pada penelitian ini usia tidak mampu meningkatkan hubungan antara *financial literacy* dengan *investment intention*. Usia tidak dapat memoderasi hubungan antara *financial experience* dan *investment intention*, seseorang yang memiliki pengalaman dalam produk keuangan perbankan memiliki niat berinvestasi yang tinggi. Akan tetapi usia tidak mampu meningkatkan hubungan antara *financial experience* dengan *investment intention*.

BLIBLIOGRAPHY

- Akhtar, F., & Das, N. (2019). Predictors of investment intention in Indian stock markets: Extending the theory of planned behaviour. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 97–119. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2017-0167>
- Ameliawati, M., & Setiyani, R. (2018). The Influence of Financial Attitude, Financial Socialization, and Financial Experience to Financial Management Behavior with Financial Literacy as the Mediation Variable. *KnE Social Sciences*, 3(10), 811. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3174>
- Andriani, S., Fitri, I., & I, M. N. (2019). Effects of Risk Tolerance and Financial Literacy

- to Investment Intentions. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(9), 40–54. www.ijicc.net
- Baihaqqy, M. R. I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan dengan Kelompok Generasi sebagai Mediasi dan Moderasi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 73–78. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i1.1189>
- Diana, K. M., & Lutfi, L. (2021). Experience, Knowledge, on Financial Behavior, Mediation of Loc, Moderation of Number of Dependents. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 14(2), 71–79. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v14i2.4417>
- Elango, D., & Ajah, S. N. (2023). Factors Influencing Investment Intention Among Gen Z : The Antecedent of India. *Interdisciplinary Research Review*, 18(3), 25–33.
- Felisya, R., & Arifin, A. Z. (2022). Pengaruh Financial Attitude, Risk Perception terhadap Investment Intention pada Pasar Saham Indonesia. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(4), 899–907. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20541>
- Fulk, M., & White, K. J. (2018). Exploring racial differences in financial socialization and related financial behaviors among Ohio college students. *Cogent Social Sciences*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/23311886.2018.1514681>
- George, O. C. B., Mpeera, N. J., C., M. J., & Isaac, N. N. (2016). Social capital: mediator of financial literacy and financial inclusion in rural Uganda. *Review of International Business and Strategy*, 26(2), 291–312. <https://doi.org/10.1108/RIBS-06-2014-0072>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Kim, K. T., Anderson, S. G., & Seay, M. C. (2019). Financial Knowledge and Short-Term and Long-Term Financial Behaviors of Millennials in the United States. *Journal of Family and Economic Issues*, 40(2), 194–208. <https://doi.org/10.1007/s10834-018-9595-2>
- LeBaron, A. B., Marks, L. D., Rosa, C. M., & Hill, E. J. (2020). Can We Talk About Money? Financial Socialization Through Parent–Child Financial Discussion. *Emerging Adulthood*, 8(6), 453–463. <https://doi.org/10.1177/2167696820902673>
- Lestari, M., Pangestuti, D. C., & Fadila, A. (2022). Analisis literasi keuangan, pendapatan dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi serta perilaku keuangan sebagai variabel intervening AKURASI 33. *Akurasi: Jurnal Riset Dan Akuntansi*, 4(1), 33–46. <https://doi.org/10.36407/akurasi.v4i1.602>
- Malmendier, U., Pouzo, D., & Vanasco, V. (2020). Investor experiences and financial market dynamics. *Journal of Financial Economics*, 136(3), 597–622. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2019.11.002>
- Monsura, M. P. (2020). The Importance of Financial Literacy: Household’s Income Mobility Measurement and Decomposition Approach. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 647–655. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO12.647>
- Muhammad, J. K., Faheem, A., & Syed, N.-U.-M. (2020). Factors Affecting Financial Literacy and Financial Behaviour of Investors in Pakistan. *Research Journal of Social Sciences and Economics Review (RJSSER)*, 1(3), 80–90. [https://doi.org/10.36902/rjsser-vol1-iss3-2020\(80-90\)](https://doi.org/10.36902/rjsser-vol1-iss3-2020(80-90))

- Mutawally, F. W., & Haryono, N. A. (2019). Pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, Behavioral Finance Dan Pengalaman Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(4), 942–953.
- Natsir, K., & Arifin, A. Z. (2021). The effect of product knowledge and influence of society on investment intention of stock investors with perceived risk as mediation. *Estudios de Economia Aplicada*, 39(12), 473–479. <https://doi.org/10.25115/eea.v39i12.6022>
- Raihana, S., & Dewi, A. S. (2022). Effect of Financial Literacy on Investment Interest (Case Study in Early Adult Age in Bandung City). *Budapest International Research and Critics ...*, 22819–22825. <https://www.bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/6292>
- Raut, R. K. (2020). Past behaviour, financial literacy and investment decision-making process of individual investors. *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), 1243–1263. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-07-2018-0379>
- Sohn, S. H., Joo, S. H., Grable, J. E., Lee, S., & Kim, M. (2012). Adolescents' financial literacy: The role of financial socialization agents, financial experiences, and money attitudes in shaping financial literacy among South Korean youth. *Journal of Adolescence*, 35(4), 969–980. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2012.02.002>
- Sundarasan, D. S., Rahman, M. S., & Danaraj, J. (2016). Impact of Financial Literacy, Financial Socialization Agents, and Parental Norms on Money Management. *Journal of Business Studies Quarterly*, 8(1), 140–156.
- Suprasta, N., & Nuryasman. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Investasi Saham. *Jurnal Ekonomi*, 25(2), 251. <https://doi.org/10.24912/je.v25i2.669>
- Suyanti, E., & Hadi, N. U. (2019). Analisis Motivasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 108. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v7i2.2352>
- Suyanto, S., & Setiawan, D. (2021). The Impact of Financial Socialization and Financial Literacy on Financial Behaviors: An Empirical Study in Indonesia. *The Journal of Asian ...*, 8(7), 169–180. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no7.0169>
- Tanuwijaya, K., & Setyawan, I. R. (2021). Can financial literacy become an effective mediator for investment intention? *Accounting*, 7(7), 1591–1600. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2021.5.011>
- Wang, X. W., Cao, Y. M., & Park, C. (2019). The relationships among community experience, community commitment, brand attitude, and purchase intention in social media. *International Journal of Information Management*, 49(July), 475–488. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.07.018>
- Zhao, H., & Zhang, L. (2021). Financial literacy or investment experience: which is more influential in cryptocurrency investment? *International Journal of Bank Marketing*, 39(7), 1208–1226. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2020-0552>

Copyright Holder:

Rahimah Saleh (2023)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

Pengaruh Financial Socialization dan Financial Experience Terhadap Investment Intention Melalui Financial Literacy Sebagai Mediasi pada Karyawan Swasta Kota Cikarang

