

**LAPORAN AKHIR  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN  
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN  
KEPADA MASYARAKAT**



**EDUKASI PENGENALAN INVESTASI PADA GENERASI Z  
SMK MUTIARA BANGSA TIGA**

Disusun oleh:

**Ketua Tim**

**Hendra Wiyanto, S.E., M.E. (0328057104/10193053)**

**Anggota:**

**Yonathan Reinhard (115180218)**

**Ivenny Cecilia (115180234)**

**Anthoni (115170261)**

**PRODI SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA  
2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**Periode 2 / Tahun 2021**

1. Judul PKM : Edukasi Pengenalan Investasi Pada Generasi Z  
SMK Mutiara Bangsa Tiga
2. Nama Mitra PKM : SMK Mutiara Bangsa Tiga
3. Ketua Tim Pengusul
- a. Nama dan gelar : Hendra Wiyanto, S.E., M.E.
  - b. NIDN/NIK : 0328057104 / 10193053
  - c. Jabatan/gol. : Lektor Kepala 400
  - d. Program studi : Sarjana Manajemen
  - e. Fakultas : Ekonomi
  - f. Bidang keahlian : Manajemen
  - g. Alamat kantor : Jl. Tanjung Duren Utara No. 1 JakBar
  - h. Nomor HP/Tlp : 081808183700
4. Anggota Tim PKM (Mahasiswa) : Mahasiswa 3 (tiga) orang
- a. Nama mahasiswa dan NIM : Yonathan Reinhard / 115180218
  - b. Nama mahasiswa dan NIM : Ivenny Cecilia / 115180234
  - c. Nama mahasiswa dan NIM : Anthoni / 115170261
5. Lokasi Kegiatan Mitra :
- a. Wilayah mitra : Jl. Jelambar Barat III No. 5B Jak-Bar
  - b. Kabupaten/kota : Jelambar Baru, Grogol Petamburan
  - c. Provinsi : Jakarta
  - d. Jarak PT ke lokasi mitra : 2 Km
6. a. Luaran Wajib : Prosiding Serina
- b. Luaran Tambahan : --
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : Juli – Desember 2021
8. Biaya yang disetujui LPPM : Rp. 7.000.000,-

Jakarta, Desember 2021

Menyetujui,  
Ketua LPPM

Ketua Pelaksana



Jap Tji Beng, Ph.D.  
0323085501 / 10381047

Hendra Wiyanto, S.E., M.E.  
0328057104 / 10193053

## **RINGKASAN**

Tingkah laku konsumerisme yang telah menjadi kebiasaan masyarakat mengakibatkan kecenderungan berkurangnya pengembangan budaya. Masih terdapat banyak manusia yang tidak menyadari akan pentingnya memiliki pandangan tentang manajemen keuangan dalam kehidupan pribadi karena anggapan bahwa perencanaan keuangan pribadi berupa investasi hanya dimiliki orang-orang berpenghasilan tinggi. Tujuan dilaksanakannya pengabdian masyarakat pada siswa siswi SMK Mutiara Bangsa Tiga adalah ikut berpartisipasi menyadarkan siswa siswi tersebut melalui penyuluhan keuangan, agar generasi Z dan generasi milenial memahami dan mengenali literasi keuangan dan tingkat investasi yang dapat dilakukan. Menggali minat investasi, motivasi dari siswa siswi terhadap perencanaan investasi keuangan pribadi. Serta memperhatikan lingkungan sosial siswa siswi untuk lebih memahami tentang investasi itu sendiri.

## PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas terlaksananya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di SMK Mutiara Bangsa Tiga. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala Sekolah SMK Mutiara Bangsa Tiga yang telah memberikan kesempatan untuk berbagi dan *sharing* berbagai pengalaman dalam penyuluhan keuangan yang direncanakan akan dilaksanakan pada tanggal 11 November 2021.

Aktivitas penyuluhan akan diawali dengan pemberian edukasi terkait keuangan generasi Z dan generasi milenial, yang kemudian diikuti dengan tanya jawab yang akan mengundang rasa penasaran siswa siswi.

Besar harapan kami, ke depannya kami dapat lebih banyak membagikan ilmu ini kepada siswa-siswi maupun anak-anak usia sekolah lebih banyak lagi agar semakin berkembang dan semakin menambah semangat anak muda untuk memiliki pandangan maju untuk masa depan yang lebih baik.

Ketua Tim

Hendra Wiyanto



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Analisis Situasi**

Dalam kehidupan sehari-hari, dengan bekerja, masyarakat dapat memperoleh penghasilan untuk mencukupi kebutuhan hidup. Selain bekerja, masyarakat dapat memperoleh pendapatan tambahan melalui investasi.

Sejak jaman dulu hingga sekarang, setiap individu memiliki tujuan hidup yang ingin dicapai. Adapun bentuk tujuan hidup juga berbeda satu sama lain, namun pada dasarnya, individu ingin hidup bahagia. Bahagia dalam konteks ini dapat didefinisikan ketika individu berhasil mencapai apa yang diinginkan. Indikasi keberhasilan individu dapat diukur dari berbagai hal seperti harta yang telah dikumpulkan, jenjang karir yang berhasil dicapai, tingkat pendidikan yang dilalui dan kontribusi terhadap kehidupan lain, terutama bidang keuangan, individu dapat dikatakan sukses mencapai kebahagiaannya ketika telah mencapai *financial freedom*, yang artinya uang sudah tidak terpakai lagi sebagai tujuan hidup. Semua aktivitas dan keputusan hidup tidak lagi semata-mata ditujukan untuk uang, tetapi uang dilihat sebagai sarana untuk mencapai tujuan yang lebih penting. Uang tidak lagi mengendalikan kehidupan individu, melainkan individu yang mengendalikan uang. Sikap dari konsumerisme yang telah membuat orang kurang berinvestasi dalam budaya.

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

Teori perbedaan generasi dipopulerkan oleh Neil Howe dan William Strauss pada tahun 1991. Howe dan Strauss membagi generasi berdasarkan kesamaan waktu lahir dan kesamaan peristiwa sejarah. Peneliti lain juga membagi generasi dengan label yang berbeda tetapi secara umum memiliki arti yang sama. Selanjutnya menurut

peneliti Kupperschmidt (2000), generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun lahir, umur, lokasi, dan peristiwa dalam kehidupan kelompok individu yang memiliki pengaruh signifikan pada fase pertumbuhan mereka.

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

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

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

## **1.2. Permasalahan Mitra**

SMK Mutiara Bangsa Tiga merupakan sekolah kejuruan yang mengemukakan ketertarikannya untuk bekerja sama dengan Tim Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNTAR untuk memberikan penyuluhan dan pengetahuan terkait keuangan yang difokuskan pada pengenalan investasi generasi Z. Kepala sekolah juga tertarik Ketika

diuraikan sekilas tentang topik ini dan berharap tim PKM dan mahasiswa dapat melaksanakannya untuk siswa siswi kelas 10 dan 11 SMK Mutiara Bangsa Tiga.

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

### 1.3. Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait

SMK Mutiara Bangsa Tiga merupakan sekolah kejuruan yang tertarik untuk bekerja sama dengan Dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNTAR untuk memberikan penyuluhan dan edukasi terkait keuangan terutama bentuk investasi generasi Z.

Masa pandemic Covid 19 telah banyak membuat kaum muda frustrasi tidak bisa bekerja atau menjual karya-karyanya. Namun sejarah telah menunjukkan manusia selalu mampu keluar dari tekanan-tekanan itu dalam wujud kreativitas. Sehubungan dengan hal tersebut, program dan *experienced sharing* dalam bentuk edukasi kepemimpinan dituangkan dalam bentuk tanya jawab sehingga mudah dipahami oleh siswa-siswi dalam mempersiapkan diri dan memperluas wawasan serta pengetahuan saat berada dalam suatu organisasi/perusahaan.

Mengingat Indonesia merupakan negara dengan piramida muda, dimana usia produktif mendominasi. Maka alangkah baiknya bila setiap generasi muda, generasi Z dapat memahami investasi yang dijelaskan di atas dan mampu melakukan investasi sejak awal berdasarkan kemampuan finansial saat ini yang dimiliki mereka. Karena para generasi muda dipercaya mampu meningkatkan kemampuan ekonomi, maka diperlukan generasi muda untuk bisa berkreasi dan berinovasi, termasuk dalam investasi atau perencanaan keuangan pribadi.

Generasi muda dipercaya lebih mengetahui tren sekarang, sehingga akan lebih mudah bagi mereka untuk menciptakan sesuatu yang baru yang akan terjual dengan bagus di saat ini. Tetapi, tidak cukup hanya menghasilkan sesuatu yang akan terjual laris di saat ini, disinilah diperlukan pula cara-cara bagaimana perencanaan keuangan pribadi dapat diwujudkan oleh generasi Z.

Bila para generasi muda bisa menggunakan otak mereka yang masih *fresh* dan mengetahui apa yang diperlukan pasar saat ini maka dipercaya akan mampu membuka

usaha yang baru dan menciptakan pasar baru dengan kreasi baru serta perencanaan yang matang untuk *financial* yang mapan di kemudian hari.

Karena ide-ide baru yang ada di pikiran generasi muda yang masih *fresh*, imajinasinya masih kuat. Sehingga pemikiran dalam rangkaian program kerja yang sudah dibuat Ketua OSIS dapat diterjemahkan oleh masing-masing anggota dengan berbagai ide kreatif.

Dengan anggapan bahwa generasi muda mampu memunculkan ide baru yang kreatif dengan sistem usaha yang berbeda, bukan sekedar meniru-niru untuk mewujudkan dan mempopulerkan SMK mereka tercinta.

Pengaruh orang tua juga akan menjadi hal yang mungkin menghambat kreativitas dan inovasi generasi muda. Ada orang tua yang tidak memperbolehkan anaknya untuk berorganisasi saat belajar karena dianggap bisa mengganggu pelajaran di sekolah. Padahal yang dipelajari di sekolah itu hanyalah teori, manusia membutuhkan lebih banyak praktek agar bisa memunculkan ide-ide kreatif yang berguna untuk teori yang telah dipelajari.

Perilaku orang tua yang tidak mendukung perbuatan anaknya juga akan menghambat ide-ide kreatif yang mungkin muncul dari anaknya. Karena walaupun anaknya tekad untuk melakukan sesuatu, jika tidak mendapat dukungan dari orang tua, maka kebanyakan dari mereka akan susah bertahan lama untuk mencoba hal baru dan akan menjadi semakin tidak percaya diri saat terjadi kegagalan.

Pengaruh orang tua juga bisa pada pengaturan jalan sejak kecil, jadi sejak kecil anaknya dituntut untuk menjalani apa yang telah direncanakan, ini akan menyebabkan anaknya menjadi tidak mandiri, malas berpikir, karena segala sesuatu telah direncanakan oleh orang tuanya dan orang tua kadang tidak bisa terima jika anaknya tidak mengikuti perjalanan yang telah ditetapkan sehingga meskipun anaknya telah berpikir yang beda tetapi mereka juga tidak bakal mengeluarkan pendapat yang beda dengan orang tua. Karena adanya sifat tidak mandiri dan malas berpikir maka ide-ide kreatif tidak akan muncul tanpa berpikir.

Karena adanya perjalanan yang telah diatur orang tua sejak kecil, juga menyebabkan anaknya susah untuk keluar dari zona aman tersebut, sehingga anaknya akan menjadi tidak nyaman jika menyimpang dari perjalanan yang telah diatur oleh orang tuanya.

Karena pengetahuan yang didapat dari pendidikan Indonesia masih mengacu pada teori, kecerdasan dilihat dari nilai, maka walaupun mereka ada terpikir ide-ide

kreatif, tetapi mereka akan berpikir ulang bahwa hal itu tidak mungkin terjadi atau mustahil untuk terjadi, sehingga kurang bisa menerapkan apa yang telah dipikirkan. Mereka hanya akan mengikuti apa yang telah diajarkan.

Karena yang didapatkan itu kebanyakan masih berupa teori, maka pikiran dari generasi mudah masih sempit, sehingga siswa cenderung susah untuk menerapkan apa yang telah kepikir olehnya.

Pengaruh guru juga membawa dampak bagi kreativitas dan inovasi siswa, banyak guru yang tidak bisa menerima kesalahan dirinya, sehingga jika ada siswa yang memberi pendapat yang beda, malah akan diceramahin bahwa apa yang guru bilang itu benar, siswa akan menjadi tidak percaya diri dalam mengungkapkan pendapatnya, juga menjadi takut bersaing karena setelah mengeluarkan pendapat yang berbeda, malah disamain oleh gurunya.

Dengan adanya penyebab yang di atas, maka siswa cenderung susah untuk mencoba hal baru, karena untuk mencoba sesuatu yang baru diperlukan ide-ide kreatif yang akan ada jika telah memiliki pikiran yang luas. Rasa tanggung jawab siswa biasanya masih rendah karena adanya perjalanan yang telah diatur, jadi dengan rasa tanggung jawab yang rendah, mereka cenderung tidak berani mencoba hal baru, mereka tidak berani menghadapi kegagalan atas keputusan mereka karena tidak terbiasa melakukan keputusan sejak dini. Padahal melakukan hal yang inovatif sangat membutuhkan rasa tanggung jawab.

Oleh karenanya, melalui pengabdian kepada masyarakat Dosen dan mahasiswa yang terlaksana ini, berusaha untuk memberikan pengetahuan, menumbuhkan semangat dan motivasi kepada siswa siswi SMK Mutiara Bangsa Tiga, bagaimana menanggapi berbagai situasi yang dihadapi dan menghasilkan berbagai solusi bersama baik dari kepala sekolah, guru, maupun siswa-siswi sendiri.

## **BAB II**

### **SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN**

#### **2.1. Solusi Permasalahan**

Solusi yang ditawarkan kepada siswa-siswi SMK Mutiara Bangsa Tiga adalah berupa:

- pemberian edukasi dan pengetahuan tentang keuangan yang berbentuk pengajaran guna membuka wawasan Generasi Z yang kelak akan menjadi bagian dari sosial masyarakat.
- *Experience sharing*, bentuk keikutsertaan mahasiswa yang menjadi tim PKM dan pelaksanaan mahasiswa mengajar pada sekolah-sekolah.
- Tanya jawab terkait Kenali Investasi Generasi Z.

#### **2.2. Luaran Kegiatan PKM**

Jenis luaran yang dihasilkan sesuai dengan rencana kegiatan program Pengabdian pada Masyarakat berupa:

- Modul ppt yang diberikan kepada siswa-siswi SMK Mutiara Bangsa Tiga yang mengikuti PKM.
- Artikel yang diikutsertakan dalam prosiding Serina yang diselenggarakan oleh LPPM berikutnya.

## **BAB III**

### **METODE PELAKSANAAN**

#### **3.1. Langkah-Langkah/Tahapan Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam 4 bagian utama tahapan: penyusunan materi, pembuatan proposal, pelaksanaan, dan proses pelaporan.

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

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

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

Tahap keempat, proses pelaporan, namun sebelum proses pelaporan didahului oleh monev dari LPPM terkait kegiatan pelaksanaan PKM. Sebelum pelaksanaan PKM, tim PKM membuat draft luaran wajib dari kegiatan yaitu mengikut sertakan artikel PKM ke prosiding Serina yang akan datang. Setelah pelaksanaan monev 29 Oktober 2021, tim menyelesaikan Laporan Akhir PKM ke LPPM.

### 3.2. Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM

SMK Mutiara Bangsa Tiga selaku mitra kegiatan PKM dan kepala sekolah Dani Ramdani, S.Pd. selaku kontak tim PKM dengan pihak sekolah. Kedua belah pihak berkolaborasi menyelenggarakan kegiatan PKM agar dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

Kegiatan pengabdian ini memiliki manfaat bagi mitra maupun bagi institusi pendidikan, yaitu:

1. Bagi peserta
  - a. Mendapatkan pemahaman dalam edukasi mengenai investasi.
  - b. Dapat menggunakan pengetahuan dan pemahaman keuangan untuk melakukan investasi.
  - c. Pelaku muda generasi Z dapat menyadari bagaimana mendapatkan penghasilan lebih dari investasi yang diinvestasikan.
  - d. Menambah pengetahuan dan pengalaman berbagi mahasiswa kepada siswa untuk mengelola keuangan pribadi dan melakukan investasi baru.

#### 2. Bagi tim dosen PKM Universitas Tarumanagara

Dosen yang terlibat dalam kegiatan ini dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang dimiliki dengan membagikannya kepada masyarakat sebagai salah satu wujud tri dharma perguruan tinggi. Mahasiswa berkesempatan mewujudkan Merdeka Belajar Kampus Merdeka pada pelaksanaan Mahasiswa Mengajar di Sekolah-Sekolah.

### 3.3. Kepekaran dan Pembagian Tugas Tim PKM

Pelaksanaan berlangsung hari Kamis, 11 November 2021 setengah hari mulai pukul 08.00 sampai dengan pukul 12.00 dimana acara berlangsung dalam tahapan pemberian materi, tanya jawab dan *sharing* mahasiswa mengenai **Kenali Investasi Gen Z**.

Mahasiswa selain mendapat kesempatan untuk berbicara, dibagi pula tugas-tugas lain untuk melancarkan kegiatan pelaksanaan, berupa membuat kuesioner dalam *google form* kepada peserta siswa untuk memperoleh tanggapan peserta, yang bertugas untuk melakukan foto-foto, yang bertugas untuk membuat absensi dan merekap semua *google form* yang sudah terisi untuk diberikan kepada ketua tim.

Jenis Kepakaran yang diperlukan dalam menyelesaikan kebutuhan mitra: Manajemen Keuangan (Manajemen Investasi), untuk penjelasan mengenai perencanaan keuangan Gen Z yang termasuk dalam manajemen keuangan disampaikan oleh Hendra Wiyanto yang merupakan dosen sesuai bidang dan kompetensi dosen dan dengan bantuan tim mahasiswa sebagai anggota sesuai uraian tugas mahasiswa di atas.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI**

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

Kemajuan perkembangan teknologi dan informasi membuat masyarakat merasa membutuhkan semua barang yang ditawarkan oleh produsen, tumbuhnya sikap konsumtif masyarakat didukung oleh kemudahan transaksi pembayaran yang ditawarkan lembaga pembiayaan seperti bank (Parmariza dan Juniarti, 2017). Selain itu, dalam mengelola uang yang diterima, mereka dihadapkan pada dengan berbagai pilihan keuangan yang cukup rumit, termasuk untuk membayar kebutuhan pribadi atau sulitnya membedakan kebutuhan primer, sekunder, atau tersier.

Literasi keuangan merupakan kunci yang harus diperhatikan ketika kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan investasi yang baik dipertanyakan dan literasi keuangan menghasilkan keputusan keuangan yang lebih baik (Ates et al., 2016). Istilah literasi keuangan menggambarkan kemampuan individu memecahkan masalah keuangan secara tepat dan berhasil. Secara umum literasi keuangan membahas tentang pendapatan seseorang, sumbernya, dan penggunaan pendapatan mereka secara efektif dan efisien, membelanjakan pendapatan dengan membuat keputusan yang menyakinkan tentang tabungan atau tabungan sesuai situasi (Hussain & Sajjad, 2016).

Minat adalah kecenderungan dalam diri seseorang untuk tertarik pada suatu objek atau menyukai suatu objek, adapun cara untuk mengetahui minat seseorang adalah dengan mengajukan pertanyaan baik tertulis maupun tidak tertulis (Malik, 2017). Sedangkan menurut Iskandar Wasid dan Dadang Sunendar (2011) minat merupakan kombinasi dari keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Disinilah minat menjadi salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Ada tiga batasan minat, yaitu pertama, sikap yang dapat selektif mengikat perhatian seseorang pada objek tertentu.

Generasi Y dikenal sebagai generasi milenial atau milenial. Generasi Y banyak menggunakan komunikasi instan seperti email, SMS, pesan instan, dan lain-lain. Ini karena generasi Y adalah generasi yang tumbuh di era booming internet (Lyons, 2004). Selanjutnya, Lyons (2004) mengungkapkan ciri-ciri generasi Y adalah: ciri-ciri masing-masing individu adalah beda-beda tergantung dia besar, strata ekonomi dan sosial keluarganya, pola komunikasi mereka sangat terbuka dibandingkan generasi sebelumnya, pengguna media sosial yang fanatic dan kehidupan mereka sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, lebih terbuka terhadap pandangan politik dan ekonomi, sehingga terkesan sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekitarnya dan lebih memperhatikan kekayaan.

Generasi Z sendiri merupakan generasi termuda yang baru memasuki dunia kerja. Generasi ini biasa disebut generasi internet atau regenerasi. Generasi Z lebih bersosialisasi melalui dunia maya. Generasi Z memiliki kemiripan dengan generasi Y, namun generasi Z dapat menerapkan semua aktivitas dalam satu waktu (*multi tasking*) seperti menjalankan media sosial menggunakan ponsel, browsing menggunakan PC, dan mendengarkan music menggunakan headset. Adapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil, generasi ini sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung memengaruhi kepribadian. Majalah Forbes melakukan survey terhadap Generasi Z di Amerika Utara dan Selatan, di Afrika, di Eropa, di Asia, dan Timur Tengah. 49 ribu anak diminta mengisi survey tersebut (Dill, 2015). Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa generasi Z merupakan generasi global pertama yang nyata (Elmore, 2014).

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

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

Aminatuzzahra (2014) melakukan penelitian dengan judul Persepsi Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Sosial Demografi Perilaku Keuangan Dalam

Pengambilan Keputusan Investasi Individu (Studi Kasus Magister Universitas Diponegoro, Mahasiswa Manajemen). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi dengan nilai signifikansi 0,003; sikap keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi dengan nilai signifikansi 0,001; sosial demografi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi dengan nilai signifikansi 0,019; tidak ada perbedaan pengambilan keputusan investasi berdasarkan status kepegawaian dengan nilai signifikansi 0,411 lebih besar dari 5%.

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

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

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

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

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

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

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

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

Ungkapan di atas semua dapat dijalin dan dijadikan sebuah artikel review yang menggambarkan kondisi generasi Y dan generasi Z dalam melakukan investasi dan pengenalan atas literasi keuangan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Peserta dari siswa-siswi SMK Mutiara Bangsa Tiga berjumlah 40 orang.
2. Kepala Sekolah berharap pada tahun berikutnya masih dapat memperoleh kesempatan kehadiran tim PKM Untar bersama mahasiswa untuk membekali siswa-siswi SMK Mutiara Bangsa Tiga mengenai topik-topik baru yang dapat didiskusikan berikutnya.
3. Modul ppt yang diberikan sederhana namun dapat dijadikan bacaan dan panduan untuk mengingat kembali edukasi tentang literasi keuangan terutama generasi Y dan generasi Z. kepada siswa-siswi SMK Mutiara Bangsa Tiga.

#### B. Saran

1. Tim PKM Untar dan Mahasiswa yang lain dapat menghubungi SMK Mutiara Bangsa Tiga dan diskusi *sharing* topik lain karena kepala sekolah sangat bersahabat dan *welcome* atas kehadiran tim PKM Untar.
2. Perlu menyiapkan lebih banyak cara untuk memancing siswa agar memberikan pertanyaan atau diskusi lebih lanjut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (2020). Berita Resmi Statistik No. 07/01/Th.XXIV, 21 Januari 2020.
- Arif, Kashif. (2015). Financial Literacy And Other Factors Influencing Individuals' Investment Decision: Evidence From A Developing Economy (Pakistan). *Journal of Poverty, Investment And Development*, Vol. 12
- Ateş, Sinem; Coşkun, Ali; Şahin, M. Abdullah & Demircan, M. Levent. (2016). Impact Of Financial Literacy On The Behavioral Biases Of Individual Stock Investors: Evidence From Borsa Istanbul. *Business And Economics Research Journal*, Vol. 7, No. 3, Pp. 1- 19.
- Dill, K. (2015). 7 Things Employers Should Know About The Gen Z Workforce, *Forbes Magazin*, 11.6. Retrieved March 16, 2016.
- Elmore, T. (2014). How Generation Z Differs from Generation Y. Retrieved July 01, 2015, from <http://growingleaders.com/blog/generation-z-differs-generation-y/>.
- Fedorova, Elena Anatol'evna; Nekhaenko, Viktoriya Vikrovna & Dovzhenko, Sergei Eugen'evich. (2015). Impact of Financial Literacy Of The Population Of The Russian Federation On Behavior On Financial Market: Empirical Evaluation. *Russian Economic Development*, Vol. 26, No. 4, Pp. 394-402.
- Howe, N. Dan Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Books.
- Hussain, Dr. Irshad & Sajjad, Prof. Dr. Shahida. (2016). Significance Of Financial Literacy And Its Implications: A Discussion. *Journal Of Business Strategies*, Vol.10, No.2, Pp 141– 154.
- Ikeobi & Arinze. (2016). The Influence Of Demographic Factors On The Investment Objectives Of Retail Investors In The Nigerian Capital Market. *European Journal Of Business And Management*, Vol. 8, No.11.
- Iskandarwassid dan H. Dadang Senuendar. (2011). *Strategi dan Model Pembelajaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Jain & Mandot. (2012). Impact Of Demographic Factors On Investment Decision Of Investors In Rajasthan. *Journal of Arts, Science & Commerce*, Vol.3, Issue 2(3).

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

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN

**SMK MUTIARA BANGSA TIGA**Jl. Jelambar Barat III No. 5B, Telp (021) 5694 0779, 566 5270, 5647 508  
Fax : (021) 5694 0780 - Jakarta Barat - www.mutiarabangsa.sch.id**SURAT PERNYATAAN KERJASAMA**

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah pihak pertama:

Nama : DANI RAMDANI, S.Pd.  
Instansi : SMK MUTIARA BANGSA TIGA  
Jl. Jelambar Barat III No. 5B RT 14/RW 11, Jelambar Baru, Kec. Grogol  
Petamburan, Jakarta Barat 11460  
Jabatan : Kepala Sekolah SMK MUTIARA BANGSA TIGA

Dengan ini menyatakan bersedia bekerja sama dengan pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta, dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat. Berdasarkan kesepakatan antara kedua pihak, maka kami selaku pihak mitra bersedia bekerja sama guna membantu tim pengusul dengan dukungan diwujudkan melalui penerimaan kunjungan survei lapangan, penyusunan deksripsi konsep pelaksanaan PKM tersebut.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan dengan sebaik-baiknya demi kepentingan pelaksanaan kegiatan PKM.

Jakarta, 5 Agustus 2021

Kepala SMK Mutiara Bangsa Tiga



Dani Ramdani, S.Pd.

## **Lampiran SPK Kegiatan PKM**

**PERJANJIAN PELAKSANAAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
PERIODE II TAHUN ANGGARAN 2021  
NOMOR : 1120-Int-KLPPM/UNTAR/IX/2021**

Pada hari ini Jumat tanggal 03 bulan September tahun 2021 yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.  
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat  
Alamat : Jl. Letjen S. Parman No. 1 Jakarta Barat 11440  
selanjutnya disebut **Pihak Pertama**
2. Nama : Hendra Wiyanto, S.E., M.E.  
Jabatan : Dosen Tetap  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jl. Tanjung Duren Utara, No. 1 Jakarta Barat 11470  
selanjutnya disebut **Pihak Kedua**

**Pihak Pertama** dan **Pihak Kedua** sepakat mengadakan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai berikut:

**Pasal 1**

- (1). **Pihak Pertama** menugaskan **Pihak Kedua** untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan judul "**Penyuluhan Keuangan "Kenali Investasi Gen Z" bagi Siswa-Siswi SMK Mutiara Bangsa Tiga**"
- (2). Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilaksanakan berdasarkan perjanjian ini dan Perjanjian Luaran Tambahan PKM.
- (3). Perjanjian Luaran Tambahan PKM pembiayaannya diatur tersendiri.

**Pasal 2**

- (1). Biaya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud Pasal 1 di atas dibebankan kepada **Pihak Pertama** melalui anggaran Universitas Tarumanagara.
- (2). Besaran biaya pelaksanaan yang diberikan kepada **Pihak Kedua** sebesar Rp 7.000.000,- (Tujuh juta rupiah), diberikan dalam 2 (dua) tahap masing-masing sebesar 50%.
- (3). Pencairan biaya pelaksanaan Tahap I akan diberikan setelah penandatanganan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (4). Pencairan biaya pelaksanaan Tahap II akan diberikan setelah **Pihak Kedua** melaksanakan pengabdian kepada masyarakat, mengumpulkan laporan akhir, *logbook*, laporan pertanggungjawaban keuangan dan luaran/draf luaran.
- (5). Rincian biaya pelaksanaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (3) terlampir dalam Lampiran Rencana dan Rekapitulasi Penggunaan Biaya yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam perjanjian ini.

### **Pasal 3**

- (1). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dilakukan oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan proposal yang telah disetujui dan mendapatkan pembiayaan dari **Pihak Pertama**.
- (2). Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam Periode I, terhitung sejak Agustus - Desember Tahun 2021

### **Pasal 4**

- (1). **Pihak Pertama** mengadakan kegiatan monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh **Pihak Kedua**.
- (2). **Pihak Kedua** diwajibkan mengikuti kegiatan monitoring dan evaluasi sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh **Pihak Pertama**.
- (3). Sebelum pelaksanaan monitoring dan evaluasi, **Pihak Kedua** wajib mengisi lembar monitoring dan evaluasi serta melampirkan laporan kemajuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dan *logbook*.
- (4). Laporan Kemajuan disusun oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah ditetapkan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (5). Lembar monitoring dan evaluasi, laporan kemajuan dan *logbook* diserahkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat sesuai dengan batas waktu yang ditetapkan.

### **Pasal 5**

- (1). **Pihak Kedua** wajib mengumpulkan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan luaran/draf luaran.
- (2). Laporan Akhir disusun oleh **Pihak Kedua** sesuai dengan Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah ditetapkan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.
- (3). *Logbook* yang dikumpulkan memuat secara rinci tahapan kegiatan yang telah dilakukan oleh **Pihak Kedua** dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat
- (4). Laporan Pertanggungjawaban yang dikumpulkan **Pihak Kedua** memuat secara rinci penggunaan biaya pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat yang disertai dengan bukti-bukti.
- (5). Luaran Pengabdian Kepada Masyarakat yang dikumpulkan kepada **Pihak Kedua** berupa luaran wajib dan luaran tambahan.
- (6). **Luaran wajib** hasil Pengabdian Kepada Masyarakat berupa artikel ilmiah yang dipublikasikan di **Serina Untar, jurnal ber-ISSN atau prosiding nasional/internasional**.
- (7). Selain luaran wajib sebagaimana disebutkan pada ayat (6) di atas, **Pihak Kedua** wajib membuat poster untuk kegiatan *Research Week*.
- (8). Draft luaran wajib dibawa pada saat dilaksanakan Monitoring dan Evaluasi (*Monev*) PKM.
- (9). Batas waktu pengumpulan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan luaran adalah **Desember 2021**

### **Pasal 6**

- (1). Apabila **Pihak Kedua** tidak mengumpulkan Laporan Akhir, *Logbook*, Laporan Pertanggungjawaban Keuangan, dan Luaran sesuai dengan batas akhir yang disepakati, maka **Pihak Pertama** akan memberikan sanksi.
- (2). Sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) proposal pengabdian kepada masyarakat pada periode berikutnya tidak akan diproses untuk mendapatkan pendanaan pembiayaan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat.

### **Pasal 7**

- (1). Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, Pihak Kedua dibantu oleh Asisten Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat yang identitasnya sebagai berikut:
  - a. Yonathan Reinhard/115180218/Fakultas Ekonomi/Manajemen
  - b. Ivenny Cecilia/115180234/Fakultas Ekonomi/Manajemen
  - c. Anthoni/115170261/Fakultas Ekonomi/Manajemen
- (2). Pelaksanaan asistensi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) ditetapkan lebih lanjut dalam Surat tugas yang diterbitkan oleh Pihak Pertama.

### **Pasal 8**

- (1). Apabila terjadi perselisihan menyangkut pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, kedua belah pihak sepakat untuk menyelesaikannya secara musyawarah.
- (2). Dalam hal musyawarah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak tercapai, keputusan diserahkan kepada Pimpinan Universitas Tarumanagara.
- (3). Keputusan sebagaimana dimaksud dalam pasal ini bersifat final dan mengikat.

Demikian Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dibuat dengan sebenar-benarnya pada hari, tanggal dan bulan tersebut diatas dalam rangka 3 (tiga), yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

**Pihak Pertama**

  
  
Ir. Jap Tji Beng, Ph.D

**Pihak Kedua**

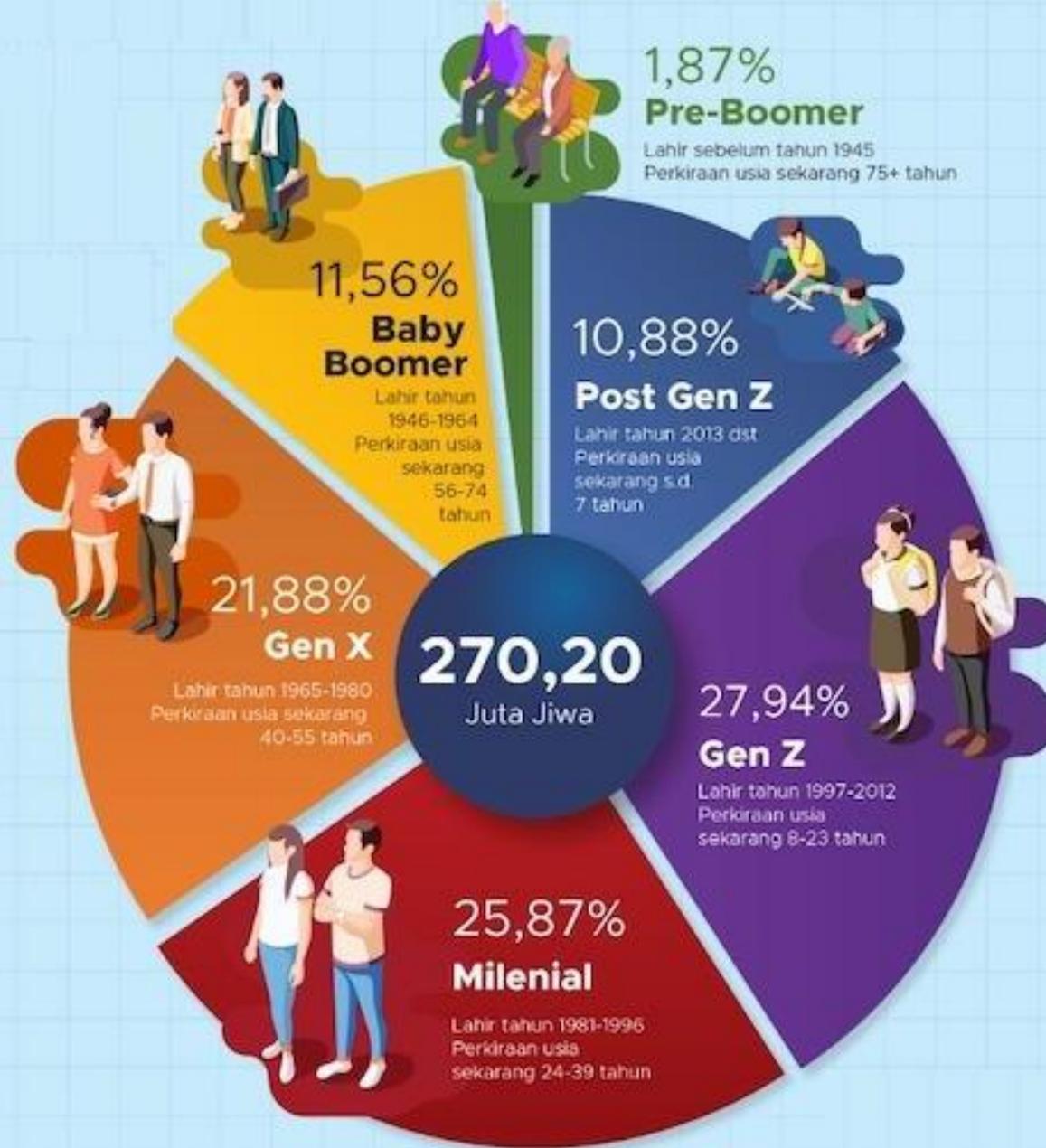
  
Hendra Wiyanto, S.E., M.E.

**PPT**

*Kenali investasi*

*Gen Z*

**Hasil SP2020**  
(September 2020)





- Gen Z memiliki harapan, preferensi, dan perspektif kerja yang berbeda serta dinilai menantang bagi suatu organisasi.
- Karakter Gen Z lebih beragam, bersifat global, serta memberikan pengaruh pada budaya dan sikap masyarakat kebanyakan.
- Satu hal yang menonjol, Gen Z mampu memanfaatkan perubahan teknologi dalam berbagai sendi kehidupan mereka. Teknologi mereka gunakan sama alaminya layaknya mereka bernafas.

*Four Reasons Generation Z will be the Most Different Generation*  
(Ryan Jenkins, 2017)

## Survei di US :

**MagnifyMoney menugaskan Qualtrics untuk melakukan survei online**

- **Responden 1.536 orang Amerika berusia 18 hingga 40 tahun,**
- **Waktu survei: 22-26 Januari 2021.**
- **Sampel berbasis non-probabilitas, dan kuota digunakan untuk memastikan basis sampel mewakili keseluruhan populasi.**

**Generasi sebagai usia berikut pada tahun 2021:**

- **Generasi Z: 18 hingga 24 tahun**
- **Milenial: 25 hingga 40 tahun**



## Temuan Utama

1. Hampir 6 dari 10 investor berusia 40 atau lebih muda adalah **anggota komunitas** atau forum investasi,

2.  adalah **sumber informasi investasi** teratas di kalangan investor muda, dengan 41% beralih ke situs tersebut dalam sebulan terakhir.

**Platform media sosial lain yang dikunjungi investor untuk info terkait termasuk**

 [24%],  [21%],  [17%],  [16%] **dan**  [13%].

**Secara keseluruhan, 46% Generasi Z dan milenial telah menggunakan media sosial untuk menginvestasikan informasi dalam sebulan terakhir.**

3. **22% investor Gen Z mengatakan bahwa mereka berusia < 18 tahun ketika mulai berinvestasi, dibandingkan 8% investor milenial.**

**Faktanya, 40% investor Gen Z mengatakan bahwa mereka didorong oleh orang tua mereka untuk mulai berinvestasi.**

4. **36% investor muda berencana menggunakan untuk pensiun. 35% melakukan investasi tambahan, 19% membayar pembelian besar seperti rumah atau mobil.**

5. **Hampir dua pertiga (64%) investor berusia 40 tahun ke bawah telah menarik uang dari rekening investasi mereka untuk dibelanjakan. Dari kelompok itu, tiga alasan teratas adalah melunasi hutang (35%), membeli mobil (30%) dan membayar uang muka rumah (25%).**





6. 22% investor muda **memperdagangkan** saham setidaknya sekali seminggu. Bahkan mereka yang tidak melakukan perdagangan sesering mungkin masih melakukannya sesekali, karena 72% investor berusia 40 tahun ke bawah mengatakan bahwa mereka berdagang setidaknya sekali setahun.

7. Online adalah tempat yang tepat bagi kaum muda yang **mencari informasi** investasi.

33% investor Gen Z dan milenial termasuk dalam satu komunitas atau forum investasi online tempat orang-orang mendiskusikan investasi,

23% investor lainnya termasuk lebih dari satu forum.

# Survei di Singapura

Singsaver melakukan survei online

- Responden 1000 Gen Z dan gen Millennial
- Waktu survei : Agustus dan September 2020



## Temuan Utama:

1. **Gen Z Singapura (usia 18 - 23) lebih cerdas** daripada gen milenial (usia 24 - 39) dalam hal menabung
  - 85% Gen Z mulai **menabung** sebelum usia 22 tahun, sementara hanya 41% generasi milenial yang melakukan hal yang sama.
  - 65% Gen Z mengatakan bahwa mereka “sering” dan “sangat sering” tetap berpegang pada **anggaran**, dibandingkan dengan 56% generasi milenial.

2. **Namun, kaum milenial (47%) lebih bijaksana** daripada Gen Z (35%) saat menganggarkan, menabung, dan berinvestasi - mungkin karena tanggung jawab dan ketidakpastian ekonomi yang dipicu pandemi.
- Ketidakpastian ini juga mendorong 48% Gen Z dan milenial untuk **meneliti** lebih lanjut tentang keuangan pribadi.
  - Pengetahuan keuangan yang meningkat ini mungkin menjadi alasan mengapa 71% Gen Z dan milenial "setuju" atau "sangat setuju" bahwa mereka yakin dana **tabungan darurat** mereka dapat menutupi pengeluaran selama 3 sampai 6 bulan.



### 3. Ketika ditanya tentang investasi,

- Secara signifikan 80% Gen Z dan milenial mengatakan mereka berinvestasi, tetapi 6 dari 10 responden ini mengatakan bahwa mereka "sangat baru" atau "memiliki pemahaman dasar tentang" berinvestasi.
- Peningkatan minat sebesar 324% untuk konten terkait investasi sejak Januari 2020, berdasarkan pertumbuhan tampilan halaman di berbagai demografi.
- Dan meskipun pensiun mungkin bukan yang pertama terlintas dalam pikiran, lebih banyak Gen Z yang mengutip menabung untuk masa pensiun (39%) sebagai motivasi terbesar mereka untuk berinvestasi, sementara kaum milenial peduli dengan kebebasan finansial (45%).



**Tiga produk investasi teratas yang disukai Gen Z dan milenial adalah**

**obligasi / saham (59%),  
real estat (41%),  
reksa dana (35%).**



**Meskipun sebagian besar Gen Z dan generasi milenial berinvestasi, hampir dua pertiga (57%) responden masih menggunakan rekening **tabungan dasar** dengan hasil rendah**

**Ketika ditanya apa **tantangan terbesar** mereka saat mengelola keuangan pribadi sejak merebaknya Covid-19, kaum milenial (38%) secara khusus merasa bahwa mereka **tidak memiliki pengetahuan** dan bimbingan yang memadai saat mengelola keuangan pribadi dibandingkan dengan Gen Z (26%) ).**

# PERBEDAAN

MENABUNG



INVESTASI

## MENABUNG



## INVESTASI



- Menyisihkan uang untuk kebutuhan jangka pendek maupun dana darurat.
- Dapat diambil kapan saja.
- Imbal hasil pasti dan relatif rendah serta risiko rendah.
- Contoh: tabungan bank.



- Mengembangkan uang yang dimiliki untuk mendapatkan keuntungan.
- Memerlukan waktu untuk mencairkan dana.
- *High risk high return*, risiko kerugian sebanding dengan imbal hasil yang diharapkan.
- Contoh: saham, reksa dana, emas, surat berharga, dan obligasi.



## KENAPA HARUS INVESTASI?



Bisa jadi passive  
income



Nilai uang terjaga  
dari inflasi



Tujuan keuangan  
tercapai di masa depan

INVESTASI  
KEUANGAN



Deposito

# INVESTASI YANG COCOK DI USIA

## 20-AN

INVESTASI  
ASET



Emas



Obligasi/ORI



Bisnis



Saham  
dan Reksadana



Properti  
dan Barang Mewah





**\*Instrumen  
Investasi**

**\*Porsi**

Saham **80-90%**

Obligasi **5-15%**

Pasar Uang **5-10%**

**Usia: 20 - 30 Tahun** | Permulaan

**60-80%** Saham

**15-25%** Obligasi

**5-10%** Pasar Uang

**Usia: 30 - 50 Tahun**  
Membangun kekayaan





Saham **45-60%**

Obligasi **20-40%**

Pasar Uang **5-10%**

**Usia: 50 - 65 Tahun | Pra Pensiun**

**25-45%**

Saham

**50-70%**

Obligasi

**10-15%**

Pasar Uang

**Usia: 65 Tahun keatas** | Tahun pensiun



# Potensi Profit

VS Potensi Resiko



# Daftar pustaka

Badan Pusat Statistik (2020). Berita Resmi Statistik No. 07/01/Th.XXIV, 21 Januari 2020

Jenkins, Ryan (2017). Four Reasons Generation Z will be the Most Different Generation. <https://blog.ryan-jenkins.com/2017/01/26/4-reasons-generation-z-will-be-the-most-different-generation>

[MagnifyMoney.com](https://www.prnewswire.com/news-releases/nearly-60-of-young-investors-are-collaborating-thanks-to-technology-often-turning-to-social-media-for-advice-301232694.html) Feb 22, 2021, Nearly 60% of Young Investors Are Collaborating Thanks to Technology, Often Turning to Social Media for Advice <https://www.prnewswire.com/news-releases/nearly-60-of-young-investors-are-collaborating-thanks-to-technology-often-turning-to-social-media-for-advice-301232694.html>

Singapore: Gen Z are better at saving money and budgeting for the future than Millennials <https://www.asiaadvisersnetwork.com/article/aid/73840/Singapore-Gen-Z-are-better-at-saving-money-and-budgeting-for-the-future-than-Millennials>

Jakarta, 21 November 2021

No : 011-LOA-Serina/Untar/XI/2021  
Perihal : Penerimaan Artikel  
Lampiran : 3 (tiga) Berkas

Yth. Bapak/ Ibu **Hendra Wiyanto**  
Universitas Tarumanagara

Dengan hormat,

Bersama ini kami informasikan bahwa artikel Bapak/Ibu dengan judul: **“EDUKASI PENGENALAN INVESTASI GEN Z BAGI SISWA SISWI SMK MUTIARA BANGSA TIGA”** dengan **ID Artikel: 030A**

Dinyatakan: **Diterima di Prosiding dengan Revisi**

Berdasarkan hasil penilaian komite ilmiah, artikel Bapak/Ibu direkomendasikan untuk dipublikasikan ke **PROSIDING**. Revisi artikel diunggah langsung ke **serina@untar.ac.id** dengan subjek email dan nama file **NO.ID - REVISI - NAMA LENGKAP PENULIS PERTAMA** paling lambat tanggal **24 November 2021**.

Berikut kami lampirkan hasil *review* dari Komite Ilmiah, hasil cek turnitin beserta dengan form registrasi. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat segera melakukan **registrasi paling lambat tanggal 25 November 2021**.

Selanjutnya kami mengundang Bapak/Ibu hadir dan berpartisipasi untuk mempresentasikan artikel dalam acara Serina III Untar 2021 pada tanggal 2 Desember 2021 yang dilaksanakan secara daring. Atas keikutsertaan dan perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,  
Ketua Panitia Serina III Untar 2021



**SERINA III**  
UNTAR 2021

Henny, S.E., M.Si., Ak., CA.

# EDUKASI PENGENALAN INVESTASI PADA GENERASI Z SMK MUTIARA BANGSA TIGA

Hendra Wiyanto<sup>1</sup>, Yonathan Reinhard<sup>2</sup>, Ivenny Cecilia<sup>3</sup> dan Anthoni<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: hendraw@fe.untar.ac.id

## ABSTRACT

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

**Keywords:** investment, gen Z

## ABSTRAK

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

**Kata kunci:** investasi, generasi Z

## 1. PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari, dengan bekerja, masyarakat dapat memperoleh penghasilan untuk mencukupi kebutuhan hidup. Selain bekerja, masyarakat dapat memperoleh pendapatan tambahan melalui investasi.

Dari jaman dulu hingga saat ini, tiap individu memiliki tujuan hidup yang ingin diraih. Meski bentuk tujuan berbeda satu sama lain, namun pada dasarnya, individu ingin hidup bahagia. Bahagia dalam konteks ini didefinisikan ketika individu berhasil mencapai apa yang diinginkan. Indikasi keberhasilan individu diukur dari berbagai hal seperti harta yang telah dikumpulkan, jenjang karir yang berhasil dicapai, tingkat pendidikan yang dilalui dan kontribusi terhadap kehidupan lain, terutama bidang keuangan, individu dapat dikatakan sukses mencapai kebahagiaannya ketika telah mencapai *financial freedom*, yang artinya uang sudah tidak terpakai lagi sebagai tujuan hidup. Semua aktivitas dan keputusan hidup tidak lagi semata-mata ditujukan untuk uang, tetapi uang dilihat sebagai sarana untuk mencapai tujuan yang lebih penting. Uang

tidak lagi mengendalikan kehidupan individu, melainkan individu yang mengendalikan uang. Sikap dari konsumerisme yang telah membuat orang kurang berinvestasi dalam budaya.

Literasi keuangan merupakan kunci yang harus diperhatikan ketika kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan investasi yang baik dipertanyakan dan literasi keuangan menghasilkan keputusan keuangan yang lebih baik (Ates et al., 2016). Istilah literasi keuangan menggambarkan kemampuan individu memecahkan masalah keuangan secara tepat dan berhasil. Secara umum literasi keuangan membahas tentang pendapatan seseorang, sumbernya, dan penggunaan pendapatan mereka secara efektif dan efisien, membelanjakan pendapatan dengan membuat keputusan yang menyakinkan tentang tabungan atau tabungan sesuai situasi (Hussain & Sajjad, 2016).

Minat adalah kecenderungan dalam diri seseorang untuk tertarik pada suatu abjek atau menyukai suatu objek, adapun cara untuk mengetahui minat seseorang adalah dengan mengajukan pertanyaan baik tertulis maupun tidak tertulis (Malik, 2017). Sedangkan menurut Iskandar Wasid dan Dadang Sunendar (2011) minat merupakan kombinasi dari keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Disinilah minat menjadi salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Ada tiga batasan minat, yaitu pertama, sikap yang dapat selektif mengikat perhatian seseorang pada objek tertentu.

Generasi Y dikenal sebagai generasi milenial atau milenial. Generasi Y banyak menggunakan komunikasi instan seperti email, SMS, pesan instan, dan lain-lain. Ini karena generasi Y adalah generasi yang tumbuh di era booming internet (Lyons, 2004). Selanjutnya, Lyons (2004) mengungkapkan ciri-ciri generasi Y adalah: ciri-ciri masing-masing individu adalah beda-beda tergantung dia besar, strata ekonomi dan sosial keluarganya, pola komunikasi mereka sangat terbuka dibandingkan generasi sebelumnya, pengguna media sosial yang fanatic dan kehidupan mereka sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, lebih terbuka terhadap pandangan politik dan ekonomi, sehingga terkesan sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekitarnya dan lebih memperhatikan kekayaan.

Generasi Z sendiri merupakan generasi termuda yang baru memasuki dunia kerja. Generasi ini biasa disebut generasi internet atau regenerasi. Generasi Z lebih bersosialisasi melalui dunia maya. Generasi Z memiliki kemiripan dengan generasi Y, namun generasi Z dapat menerapkan semua aktivitas dalam satu waktu (*multi tasking*) seperti menjalankan media sosial menggunakan ponsel, browsing menggunakan PC, dan mendengarkan *music* menggunakan *headset*. Adapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil, generasi ini sudah mengenal teknologi dan akrab dengan *gadget* canggih yang secara tidak langsung memengaruhi kepribadian. Majalah Forbes melakukan survey terhadap Generasi Z di Amerika Utara dan Selatan, di Afrika, di Eropa, di Asia, dan Timur Tengah. 49 ribu anak diminta mengisi survey tersebut (Dill, 2015). Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa generasi Z merupakan generasi global pertama yang nyata (Elmore, 2014).

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

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

Aminatuzzahra (2014) melakukan penelitian dengan judul Persepsi Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Sosial Demografi Perilaku Keuangan Dalam Pengambilan Keputusan

Investasi Individu (Studi Kasus Magister Universitas Diponegoro, Mahasiswa Manajemen). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi dengan nilai signifikansi 0,003; sikap keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi dengan nilai signifikansi 0,001; sosial demografi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi dengan nilai signifikansi 0,019; tidak ada perbedaan pengambilan keputusan investasi berdasarkan status kepegawaian dengan nilai signifikansi 0,411 lebih besar dari 5%.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Dalam permasalahan mitra terungkap, SMK Mutiara Bangsa Tiga merupakan sekolah kejuruan yang mengemukakan ketertarikannya untuk bekerja sama dengan Tim Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNTAR untuk memberikan penyuluhan dan pengetahuan terkait keuangan yang difokuskan pada pengenalan investasi generasi Z. Kepala sekolah juga tertarik Ketika diuraikan

sekilas tentang topik ini dan berharap tim PKM dan mahasiswa dapat melaksanakannya untuk siswa siswi kelas 10 dan 11 SMK Mutiara Bangsa Tiga.

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

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam 4 bagian utama tahapan: penyusunan materi, pembuatan proposal, pelaksanaan, dan proses pelaporan.

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

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

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

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

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

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

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

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

Pemahaman atas edukasi yang diberikan tentang investasi dapat diterima dengan baik oleh siswa siswi SMK Mutiara Bangsa Tiga dan memperoleh apresiasi dari Kepala Sekolah dan guru. Tujuan yang ingin dicapai tim PKM yaitu pemberian edukasi dan memberikan penyuluhan tentang investasi bagi generasi Z dan generasi milenial tercapai pula. Menyadarkan siswa untuk menyisihkan uang jajan untuk belajar menabung melalui investasi tercapai. Semua ini terlihat dari pertanyaan yang diajukan secara antusias dan keingin-tahuan yang besar.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

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

#### **Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)**

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

#### **REFERENSI**

- Arif, Kashif. (2015). Financial Literacy and Other Factors Influencing Individuals' Investment Decision: Evidence from A Developing Economy (Pakistan). *Journal of Poverty, Investment and Development*, Vol. 12.
- Ateş, Sinem; Coşkun, Ali; Şahin, M. Abdullah & Demircan, M. Levent. (2016). Impact of Financial Literacy on The Behavioral Biases of Individual Stock Investors: Evidence from Borsa Istanbul. *Business and Economics Research Journal*, Vol. 7, No. 3, Pp. 1- 19.
- Badan Pusat Statistik (2020). *Berita Resmi Statistik No. 07/01/Th.XXIV*, 21 Januari 2020.
- Dill, K. (2015). 7 Things Employers Should Know About the Gen Z Workforce, *Forbes Magazin*, 11.6. Retrieved March 16, 2016.
- Elmore, T. (2014). How Generation Z Differs from Generation Y. Retrieved July 01, 2015, from <http://growingleaders.com/blog/generation-z-differs-generation-y/>.

- Fedorova, Elena Anatol'evna; Nekhaenko, Viktoriya Vikrovna & Dovzhenko, Sergei Eugen'evich. (2015). Impact of Financial Literacy of The Population of The Russian Federation On Behavior On Financial Market: Empirical Evaluation. *Russian Economic Development*, Vol. 26, No. 4, Pp. 394-402.
- Howe, N. Dan Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Books.
- Hussain, Dr. Irshad & Sajjad, Prof. Dr. Shahida. (2016). Significance of Financial Literacy and Its Implications: A Discussion. *Journal of Business Strategies*, Vol.10, No.2, Pp 141– 154.
- Ikeobi & Arinze. (2016). The Influence of Demographic Factors on The Investment Objectives of Retail Investors in The Nigerian Capital Market. *European Journal of Business and Management*, Vol. 8, No.11.
- Iskandarwassid dan H. Dadang Senuendar. (2011). *Strategi dan Model Pembelajaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Jain & Mandot. (2012). Impact of Demographic Factors on Investment Decision of Investors in Rajasthan. *Journal of Arts, Science & Commerce*, Vol.3, Issue 2(3).
- Jenkins, Ryan (2017). Four Reasons Generation Z will be the Most Different Generation. <https://blog.ryan-jenkins.com/2017/01/26/4-reasons-generation-z-will-be-the-most-different-generation>
- Kupperschmidt, B.R. (2000), “Multigenerational employees: strategies for effective management”, *The Health Care Manager*, Vol. 19 No. 1, pp. 65-76.
- Lutfi. (2010). The Relationship Between Demographic Factors and Investment Decision in Surabaya. *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*, Vol. 13, No. 3, Pages 213 – 224 63.
- Lyons, S. (2004). An exploration of generational values in life and at work. *ProQuest Dissertations and Theses*, 441-441.
- [MagnifyMoney.com](https://www.primediaindonesia.com/news/nearly-60-of-young-investors-are-collaborating-thanks-to-technology-often-turning-to-social-media-for-advice-301232694.html) Feb 22, 2021, Nearly 60% of Young Investors Are Collaborating Thanks to Technology, Often Turning to Social Media for Advice <https://www.prnewswire.com/news-releases/nearly-60-of-young-investors-are-collaborating-thanks-to-technology-often-turning-to-social-media-for-advice-301232694.html>
- Malik, D. A. (2017). Analisa Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi UISI. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. *Essays on the Sociology of Knowledge*, 24(19), 276-322–24.
- Parmariza dan Juniarti. (2017). Pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kebermanfaatan dan Gaya Hidup yang Dianut terhadap Perilaku Penggunaan Kartu Kredit. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol 3 No. 01 Maret 2017.
- Pritazahara, Ritma & Sriwidodo, Untung. (2015). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Perencanaan Investasi Dengan Self Control Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol. 28, No. 1: 28 – 37
- Putri & rahyuda (2017). Pengaruh Tingkat Financial Literacy Dan Faktor Sociodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(9), 3407–3434.
- Ricciardi, V. & Simon, H. K. (2000). What is Behavioral Finance?. *Business, Education and Technology Journal* Fall 2000.
- Ryder, N. B. (1965). The Cohort as a Concept in the study of Social Change. *American Sociological Review*, 30 (6), 843-861.