

Implementasi Strategi Pengenalan Investasi Emas untuk Meningkatkan Kesadaran Finansial Generasi Z

Yohana Sundewi Arianti Jemali¹, Ni Nyoman Juwita Arsawati²

^{1,2} Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Yohana Sundewi Arianti Jemali

E-mail: jemalitari@gmail.com

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk mengenalkan investasi emas kepada generasi Z di Kota Denpasar. Latar belakang penelitian menunjukkan rendahnya minat investasi di kalangan generasi Z, meskipun emas merupakan instrumen investasi yang relatif aman dan tahan inflasi. Metode yang digunakan adalah edukasi melalui penyampaian materi dan motivasi tentang investasi emas, dengan fokus pada produk Tabungan Emas PT Pegadaian. Pelaksanaan kegiatan terdiri dari dua tahap: persiapan (observasi dan wawancara dengan pengelola UPC Sasetan PT Pegadaian) dan pelaksanaan (pembagian brosur dan edukasi langsung di lokasi-lokasi strategis). Hasil menunjukkan adanya ketertarikan generasi Z terhadap investasi emas setelah mendapatkan penjelasan. Tantangan utama adalah menyampaikan informasi secara menarik dan mengatasi persepsi bahwa investasi hanya untuk kalangan berpenghasilan tinggi. Kesimpulannya, edukasi yang tepat berpotensi meningkatkan partisipasi generasi Z dalam investasi emas. Penelitian ini memberikan wawasan tentang strategi efektif untuk meningkatkan literasi keuangan dan minat investasi di kalangan generasi muda.

Kata kunci - Investasi Emas, Gen Z, Kesadaran Finansial

Abstract

This study aims to introduce gold investment to generation Z in Denpasar City. The background of the research shows the low interest in investment among generation Z, even though gold is a relatively safe and inflation-proof investment instrument. The method used is education through the delivery of material and motivation about gold investment, with a focus on PT Pegadaian's Gold Savings product. The implementation of the activity consists of two stages: preparation (observation and interview with the manager of UPC Sasetan PT Pegadaian) and implementation (distribution of brochures and direct education in strategic locations). The results showed that Generation Z was interested in gold investment after receiving an explanation. The main challenge is to convey information in an attractive manner and overcome the perception that investment is only for high income earners. In conclusion, proper education has the potential to increase Generation Z's participation in gold investment. This research provides insights into effective strategies to increase financial literacy and investment interest among the younger generation.

Keywords - Gold Investment, Gen Z, Financial Awareness

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi yang signifikan di era modern mengharuskan individu untuk berpikir progresif dalam memenuhi kebutuhan finansial jangka panjang secara terencana, sehingga dapat menjamin masa depan yang lebih terjamin dan terstruktur (Rahma & Canggih, 2021). Berbagai metode dapat ditempuh untuk mempersiapkan masa depan, dengan investasi sebagai salah satu pilihan utama. Konsep investasi melibatkan alokasi modal dalam periode yang cukup lama dengan ekspektasi memperoleh profit di kemudian hari (Asyarofah et al., 2023).

Salah satu investasi yang bisa digunakan dan memiliki resiko yang minim adalah investasi emas (Munandiroh et al., 2020). Emas diakui sebagai mata uang global dengan nilai universal, memiliki nilai intrinsik yang stabil dan terstandarisasi, sehingga mudah dikonversi di berbagai lokasi. Karakteristik emas yang tahan terhadap inflasi membuatnya menjadi pilihan investasi yang menarik (Soebianto, 2014). Kecenderungan harga emas untuk terus meningkat, didorong oleh keterbatasan pasokan dan tingginya permintaan, menjadikannya instrumen yang efektif untuk mempertahankan aset (Rahma & Canggih, 2021).

Fenomena konsumerisme yang marak saat ini cenderung mengurangi budaya menabung dan berinvestasi di masyarakat (Dirman et al., 2022). Banyak individu, terutama generasi muda, yang belum menyadari pentingnya manajemen keuangan pribadi, masih beranggapan bahwa perencanaan investasi hanya relevan bagi mereka dengan penghasilan tinggi (Rasuma Putri & Rahyuda, 2017).

Menurut Kristyowati (2021) Generasi Z, yang tumbuh di era digital, sangat bergantung pada teknologi dan memiliki akses luas terhadap informasi melalui internet dan perangkat pintar. Karakteristik ini memberi mereka potensi untuk memanfaatkan sumber daya informasi yang melimpah dalam membuat keputusan finansial dan investasi.

Penelitian "The Future of Money" yang dilakukan oleh Luno bersama dengan Dalia Research mengungkapkan bahwa 69% dari generasi Z tidak memiliki rencana investasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan, termasuk investasi, belum menjadi prioritas utama bagi generasi muda saat ini (Dion, 2020).

Beberapa lembaga investasi di Indonesia telah memasukkan emas sebagai salah satu produk atau layanan mereka, salah satunya adalah PT Pegadaian (Persero). PT Pegadaian (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dikelola oleh pemerintah dan bergerak di bidang perkreditan dengan dasar hukum gadai. Selain gadai, PT Pegadaian (Persero) juga menawarkan produk Tabungan Emas yang memungkinkan nasabah untuk membeli emas dalam bentuk logam mulia 24 karat dengan cara menabung. Nasabah dapat melakukan cicilan untuk investasi emas batangan 24 karat dan menyetor uang tunai ke tabungan emas Pegadaian dalam jumlah berapa pun. Uang yang terkumpul kemudian akan diubah menjadi gram emas batangan sesuai dengan harga emas 24 karat saat itu (Redaksi, n.d.).

Berdasarkan analisis situasi tersebut, diperlukan langkah-langkah untuk memperkenalkan investasi emas kepada generasi Z. Diharapkan bahwa kegiatan ini akan meningkatkan pemahaman generasi Z tentang pentingnya kesadaran finansial melalui investasi emas di masa kini. (Mulyadi & Susanti, 2024).

METODE

Metode yang digunakan adalah memaparkan materi sederhana dan motivasi mengenai investasi emas dan kesadaran finansial sedini mungkin. Target dalam kegiatan ini adalah generasi Z yang berada di Kota Denpasar. Ada dua tahapan dalam kegiatan ini, yang pertama adalah tahap persiapan dan kedua tahap pelaksanaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam tahapan awal persiapan dilakukan observasi melalui wawancara kepada informan dalam hal ini adalah pengelola unit pembantu cabang Seseatan, untuk mengetahui fenomena di sekitar UPC Seseatan yang paling sering terjadi. Kemudian dilakukannya tahap pelaksanaan dengan memberikan pengetahuan dan motivasi untuk berinvestasi emas serta membagikan brosur sebagai sarana pendukung.

1) Tahap Persiapan

Tahap persiapan dimulai dengan melakukan observasi mendalam melalui wawancara dengan informan kunci, yaitu pengelola Unit Pembantu Cabang (UPC) Seseatan PT. Pegadaian. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengidentifikasi fenomena yang paling sering terjadi di sekitar UPC Seseatan, terutama yang berkaitan dengan perilaku finansial dan minat investasi generasi Z.



Gambar 1.

Wawancara dengan Informan di UPC Seseatan



Gambar 2.

Brosur yang Digunakan

2) Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dimulai dengan mengidentifikasi lokasi-lokasi strategis di Kota Denpasar yang sering dikunjungi oleh generasi Z, seperti kampus, pusat perbelanjaan, atau tempat nongkrong populer. Penulis kemudian mendatangi lokasi-lokasi ini untuk membagikan brosur dan memberikan penjelasan singkat tentang investasi emas. Dalam interaksi ini, penulis tidak hanya membagikan brosur, tetapi juga memberikan pengetahuan dan motivasi untuk berinvestasi emas, menjelaskan mengapa investasi emas relevan dan penting bagi generasi Z, bagaimana cara memulainya dengan

mudah melalui produk tabungan emas PT. Pegadaian, serta manfaat jangka panjang dari membangun kebiasaan investasi sejak dini.

Selama proses pembagian brosur dan pemberian penjelasan, penulis juga membuka sesi tanya jawab singkat untuk menjawab pertanyaan atau keraguan yang mungkin dimiliki oleh generasi Z tentang investasi emas. Dengan memberikan contoh-contoh konkret dan ilustrasi sederhana untuk membantu audiens memahami konsep investasi emas dengan lebih baik. Penulis juga menekankan pentingnya memulai investasi sedini mungkin, bahkan dengan jumlah kecil, untuk membangun kebiasaan finansial yang sehat. Selain itu, penulis juga menawarkan kesempatan bagi peserta yang tertarik untuk mendapatkan informasi lebih lanjut atau konsultasi pribadi di UPC Sesetan PT. Pegadaian.



Gambar 3.
Dokumentasi Kegiatan

KESIMPULAN

Pegadaian yang menawarkan berbagai layanan keuangan, termasuk produk Tabungan Emas yang menjadi fokus dalam kegiatan ini. Rendahnya minat dan kesadaran generasi Z terhadap investasi emas menjadi permasalahan utama yang diidentifikasi. Meskipun emas merupakan investasi dengan risiko relatif minim dan nilai yang stabil terhadap inflasi, masih banyak generasi Z yang belum

memanfaatkan peluang investasi ini. Selama kegiatan PKL, ditemukan fenomena bahwa generasi Z di sekitar UPC Sesetan cenderung memiliki sikap konsumtif dan kurang memiliki budaya menabung atau berinvestasi. Hal ini kontras dengan akses informasi yang luas yang dimiliki generasi ini melalui teknologi dan internet. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dilakukan upaya edukasi melalui pembagian brosur informatif dan pemberian penjelasan singkat tentang investasi emas.

Kegiatan ini dilaksanakan di lokasi-lokasi strategis di Kota Denpasar yang sering dikunjungi oleh generasi Z. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi dua tahap utama: tahap persiapan dan tahap pelaksanaan. Tahap persiapan melibatkan observasi dan wawancara dengan pengelola UPC Sesetan untuk memahami fenomena lokal. Tahap pelaksanaan fokus pada pembagian brosur dan pemberian edukasi langsung kepada generasi Z. Tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana menyampaikan informasi tentang investasi emas dengan cara yang menarik dan relevan bagi generasi Z. Selain itu, mengatasi persepsi bahwa investasi hanya untuk kalangan berpenghasilan tinggi juga menjadi tantangan dalam pelaksanaan kegiatan. Selama kegiatan, ditemukan bahwa banyak generasi Z tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang investasi emas setelah mendapatkan penjelasan singkat. Ini menunjukkan adanya potensi untuk meningkatkan partisipasi generasi Z dalam investasi emas jika diberikan edukasi yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asyarofah, W., Vidiati, C., & Selasi, D. (2023). Pemahaman berinvestasi melalui financial technology (fintech) pada generasi Gen Z. *Bridging: Journal Of Islamic Digital Economic and Management*, 1(1), 164–171.
- Dion. (2020). *Generation Gap: Gaya Pengelolaan Keuangan Milenial dan Gen Z*. <https://avrist.com/lifeguide/2020/01/31/pengelolaan-keuangan-milenial-dan-gen-z-generation-gap/>
- Dirman, A., Hakim, A., & Setiany, E. (2022). Edukasi dan Pelatihan Investasi Keuangan Untuk Pelajar Sebagai Investor Pemula di SMK Al-Ihsan Jakarta Barat. *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 1(2), 73–77. <https://doi.org/10.34312/ljpm.v1i2.15442>
- Kristyowati, Y. (2021). Generasi “Z” dan strategi melayaninya. *Ambassador: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 2(1), 23–34. stt-indonesia.ac.id/journal/index
- Mulyadi, A. W., & Susanti, A. (2024). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Investasi, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Tabungan Emas di Pegadaian pada Gen Z di Wilayah Solo Raya. *Jurnal Studi Inovasi*, 4(1), 36–44. <https://doi.org/10.52000/jsi.v4i1.149>
- Munandiroh, S., Ekonomi, F., & Semarang, U. (2020). *MENGGALI POTENSI INVESTASI EMAS GENERASI MILLENNIA (Studi Kasus Pada PT Pegadaian)*.
- Rahma, A. P., & Canggih, C. C. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 98–108. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p98-108>
- Rasuma Putri, N. M. D., & Rahyuda, H. (2017). Pengaruh Tingkat Financial Literacy Dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9, 3407. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i09.p09>
- Redaksi, M. M. & Tim. (n.d.). *Mengenal Investasi Tabungan Emas Pegadaian & Untung Ruginya*. <https://www.cnbcindonesia.com/mymoney/20220205101652-72-313074/mengenal-investasi-tabungan-emas-pegadaian-untung-ruginya>
- Soebianto, A. (2014). E-Journal Graduate Unpar Part A : Economics E-Journal Graduate Unpar Part A : Economics. *E-Journal Graduate Unpar*, 1(1), 14–37.