

Determinan Minat Generasi Z Membeli Sukuk Ritel Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderating

Nurul Izzah^{1*}, Andri Soemitra², Zuhri M. Nawawi³

UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padang Sidempuan¹, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara^{2,3}
alamat e-mail *Correspondent Author : nurulizzah@uinsyahada.ac.id

*Correspondence: nurulizzah@uinsyahada.ac.id * <https://journal.aira.or.id/mumtaz> | Submission Received : 05-12-2022; Revised : 15-12-2022; Accepted : 26-12-2022; Published : 26-12-2022

Abstract

The purpose of this study is to examine the determinants of Generation Z's interest in buying retail Sukuk with social media as a moderating variable. This paper uses data obtained from a structured questionnaire. Then test the hypotheses developed to answer research questions. The survey was conducted on 260 Generation Z samples in Padangsidempuan City and analyzed using SEM-PLS. The results showed that yield, financial literacy, and social media significantly affected the purchase intention of Generation Z retail Sukuk. However, social media did not significantly moderate the relationship between return, financial risk, and financial literacy in increasing interest in buying retail Sukuk. buy retail bonds. buy retail bonds. Generation Z Sukuk. To increase Generation Z's interest in buying retail Sukuk, financial sector authorities need to improve education and outreach regarding retail Sukuk through social media platforms. As far as the authors know, there has been no research that focuses explicitly on social media in moderating the variables that influence the purchase intention of Generation Z Retail Sukuk.

Keywords: Retail Sukuk, Interest, Social Media, Moderation

Abstrak

Tujuan Penelitian ini untuk menguji determinan minat generasi Z membeli sukuk ritel dengan media sosial sebagai variabel moderating. Paper ini menggunakan data yang diperoleh dari kuesioner yang disusun secara terstruktur. Selanjutnya menguji hipotesis yang dikembangkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Survei dilakukan pada sampel generasi Z di Kota Padangsidempuan sebanyak 260 sampel dan dianalisis menggunakan SEM-PLS. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa imbal hasil, literasi keuangan dan media sosial signifikan memengaruhi minat generasi Z membeli sukuk ritel. Namun, media sosial tidak signifikan memoderasi hubungan imbal hasil, resiko keuangan dan literasi keuangan dalam meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel. Untuk meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel, otoritas sektor keuangan perlu meningkatkan edukasi dan sosialisasi terkait sukuk ritel menggunakan platform media sosial. Sejauh yang penulis ketahui, belum

ada penelitian yang berfokus secara khusus pada media sosial dalam memoderasi variabel-variabel yang memengaruhi minat generasi Z membeli sukuk ritel

Kata Kunci: Sukuk Ritel, Minat, Media Sosial, Moderating

1. PENDAHULUAN

Pasar modal syariah dalam perkembangannya telah menjadi alternatif pembiayaan dalam jangka panjang. Instrumen pasar modal syariah yang semakin beragam membantu negara mengurangi ketergantungan pendanaan pada perbankan. Banyak negara yang mengembangkan pasar obligasi yang lebih besar untuk mengatasi ketidakpastiaan di pasar keuangan (Kim et al., 2021). Boukhatem et al., (2020) menyatakan bahwa interaksi antara pasar obligasi dan variabel makro ekonomi semakin dominan di negara berkembang dan terbukti mampu meningkatkan stabilitas makro. Sukuk ritel sebagai salah satu instrumen pasar modal syariah pertama kali diterbitkan pada 25 februari 2009. Sukuk ritel merupakan surat berharga syariah yang diterbitkan dan penjualannya diatur oleh negara (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Sukuk ritel dimanfaatkan sebagai alternatif pembiayaan negara untuk pembangunan nasional dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat (Hanifah & Pantas, 2022; Raksawati et al., 2022; Gustina, 2021).

Investasi pada sukuk ritel semakin diminati oleh masyarakat. Jumlah sukuk yang diterbitkan hingga September 2022 telah mencapai 211 seri dengan sukuk *outstanding* mencapai Rp 39,85 triliun atau meningkat 5,08% dibandingkan tahun sebelumnya. Sukuk ritel seri SR017 yang baru saja diterbitkan pada September 2022 mendapat animo besar dari investor ritel domestik. Penjualan sukuk ritel SR017 sebesar Rp 26,97 triliun dengan jumlah investor 65.362 orang. Karakteristik investor pada sukuk ritel ini didominasi kalangan muda dari investor generasi milenial dan generasi Z yaitu sebanyak 31.861 investor atau 48,75% (Malik, 2022b). Data ini menegaskan bahwa iklim investasi semakin baik dan tren investasi di Indonesia semakin inklusi. Hal ini ditunjukkan dari generasi muda yang semakin sadar investasi.

Pasar sukuk Indonesia memiliki potensi dan peluang sangat besar untuk tumbuh dan berkembang. Namun jumlah investor sukuk masih lebih rendah dari potensi yang ada jika dilihat dari jumlah penduduk produktif di Indonesia. Banyak faktor yang menyebabkan hal tersebut diantaranya rendahnya literasi dan inklusi pasar modal pada masyarakat Indonesia (Rinaldo & Puspita, 2021; Soemitra, 2021). Pemahaman masyarakat yang kurang tentang sukuk sangat memengaruhi tingkat partisipasi masyarakat dalam investasi sukuk dan perkembangan sukuk di Indonesia (Muawanah et al., 2021). Menjawab tantangan tersebut, pemerintah semakin aktif melakukan sosialisasi dan edukasi terkait sukuk kepada masyarakat dengan memanfaatkan teknologi digital. Cara ini dinilai lebih efektif mengingat masyarakat milenial kini mendapatkan sebagian besar informasi dan konten media dari media sosial (Aikat, 2019).

Penelitian-penelitian terdahulu menyatakan bahwa minat investasi masyarakat dipengaruhi oleh banyak faktor yang meliputi faktor ekonomi dan non-ekonomi. Penelitian oleh Rohmania & Ghoniyah, (2022) menemukan bahwa fintech, inflasi dan reputasi institusi

yang diharapkan menjadi pertimbangan investor sebelum berinvestasi sukuk. Penelitian oleh Suharti, (2021) menyatakan bahwa keputusan investasi pada obligasi dan sukuk sangat ditentukan oleh variabel nilai tukar, inflasi dan suku bunga. Informasi akuntansi dan teknologi informasi juga dapat memengaruhi keputusan investasi masyarakat (Fathmaningrum & Utami, 2022). Selain itu, faktor resiko, tingkat pendapatan, kepribadian, informasi produk dan pertimbangan prinsip obligasi syariah dan konvensional serta kepuasan investor memengaruhi minat investasi sukuk (Dewi et al., 2018) Sedangkan Osman, Ismah, Masturah Ma'in (2019) menyatakan bahwa terdapat lima variabel secara signifikan memengaruhi niat muslim untuk aktif berpartisipasi dalam investasi hijau. Variabel tersebut terdiri dari sikap, kontrol perilaku, pengetahuan, reputasi dan nilai-nilai agama.

Akan tetapi berdasarkan hasil penelusuran peneliti hingga saat ini masih belum banyak ditemukan penelitian yang secara khusus menganalisis determinan minat generasi Z membeli sukuk ritel yang dimoderasi variabel media sosial. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan kajian ini dengan memasukkan imbal hasil, resiko investasi, literasi keuangan, dan media sosial sebagai variabel moderating. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan minat generasi Z membeli sukuk ritel dengan media sosial sebagai variabel moderating.

Penelitian ini urgen dilakukan disebabkan beberapa alasan yaitu: Pertama, kajian ini diperlukan untuk dijadikan sebagai panduan dalam melihat perkembangan sukuk ritel dan pengaruh media sosial dalam memoderasi variabel-variabel yang memengaruhi minat generasi Z membeli sukuk ritel. Kedua, secara praktis kajian ini dapat menjadi panduan lembaga keuangan dan pasar modal syariah dalam pengembangan inovasi dalam meningkatkan minat generasi Z untuk turut aktif berinvestasi pada sukuk ritel. Ketiga, sukuk telah diyakini banyak negara sebagai sumber alternatif pembiayaan dalam jangka panjang yang masih terus membutuhkan kajian terkait determinan minat generasi Z berinvestasi sukuk ritel.

2. TINJAUAN LITERATUR

Negara maju, berkembang, muslim dan non-muslim telah menunjukkan minat yang besar dalam pembiayaan sukuk. Sukuk di banyak negara dalam beberapa tahun terakhir ini telah digunakan sebagai alternatif pembiayaan negara. Beberapa penelitian terkait dengan sukuk telah dilakukan oleh Mimouni et al., (2019), Azis et al., (2021), Balli et al., (2021), Bin-Nashwan & Muneeza, (2021), Abdulkareem et al., (2021), Hariyanto & Hijriani, (2021), Nasution & Faisal, (2021), Muawanah et al., (2021), Witro & Setiawan, (2021), Le et al., (2022), Nurhidayah, (2022), Aditiya et al., (2022). Fokus kajian penelitian sebelumnya adalah pada peran sukuk dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, performa sukuk, peluang dan tantangan perkembangan sukuk serta strategi optimalisasi penjualan sukuk. Penelitian-penelitian tersebut memperkuat pernyataan bahwa sukuk memiliki peran penting sebagai alat investasi untuk meningkatkan pembangunan infrastruktur dan pertumbuhan ekonomi.

Secara teori, keputusan investasi dipengaruhi oleh faktor banyak faktor. Teori investasi neoklasik menganggap bahwa makroekonomi, kebijakan dan faktor keuangan sangat menentukan keputusan investasi. Tingkat pengembalian investasi sukuk sangat ditentukan

dari kondisi makroekonomi dan kebijakan ekonomi yang dilakukan (A. Aman et al., 2021). A. U. Aman et al., (2019) juga menambahkan bahwa dinamika arus modal asing juga memengaruhi perkembangan pasar sukuk. Sukuk dinilai tepat menjadi alternatif pembiayaan negara sehingga pengembangan pasar sukuk perlu terus dilakukan. Selain itu, pasar sukuk dalam skala besar dapat mengurangi ketergantungan perekonomian negara pada sistem perbankan.

Keputusan investasi tidak hanya didasarkan pada faktor ekonomi. Sebagian masyarakat khususnya muslim kini semakin sadar investasi syariah. Sehingga atribut islami yang melekat pada produk investasi menjadi dasar pertimbangan dalam memilih investasi. Produk-produk pasar modal syariah seperti sukuk dianggap mampu mengakomodir keinginan masyarakat muslim dalam berinvestasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Duqi & Al-Tamimi, (2019) menyatakan bahwa religiusitas, imbal hasil, ketersediaan informasi, fitur sukuk dan reputasi lembaga memengaruhi keputusan investor. Harga sukuk, inflasi (Mubarokah & Rahma, 2019) media sosial, literasi keuangan, risiko investasi dan religiusitas juga memengaruhi investasi sukuk (Ladamay et al., 2021).

Namun penelitian empiris yang relevan dengan topik sukuk ritel sangat terbatas. Diantara penelitian tersebut yaitu oleh Gustina, (2021) bahwa besaran investasi sukuk ritel sangat tergantung pada kondisi fundamental suatu negara. Investasi ritel menjadi alternatif investasi yang lebih baik jika kondisi fundamental negara relatif fluktuatif. Investor akan cenderung memilih investasi menawarkan imbal hasil yang lebih besar. Hal ini sesuai dengan hasil riset Cupian; Muhammad Ikhwan Al-Ikhwan; Alfiah Hasanah, (2021) dan bahwa harga sukuk ritel dan imbal hasil signifikan memengaruhi volume penjualan sukuk ritel. Harga sukuk dalam jangka pendek berpengaruh positif terhadap performa sukuk ritel. Sedangkan inflasi, harga sukuk dan kurs berpengaruh negatif dalam jangka panjang (Hanifah & Pantas, 2022). Paper Raksawati et al., (2022) menyatakan bahwa inflasi, nilai tukar, jumlah uang beredar, SBIS dan PDB positif memengaruhi volume penjualan sukuk ritel. Dan dalam jangka panjang kelima variabel tersebut tidak memengaruhi volume penjualan sukuk ritel.

Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian tentang determinan minat generasi Z membeli sukuk ritel dengan media sosial sebagai variabel moderating. Dengan demikian, berikut hipotesis-hipotesis yang diuji terkait dengan penelitian ini:

H1: Imbal hasil dapat meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel

Sukuk merupakan kepemilikan asset dan pengembalian atas asset tersebut dapat berupa apresiasi maupun depresiasi (Balli et al., 2021). Imbal hasil sebagai deviden atas resiko yang ditanggung investor. Keputusan investasi sangat ditentukan dari nilai imbal hasil yang diharapkan oleh calon investor (Duqi & Al-Tamimi, 2019; Suharti, 2021). Selanjutnya hipotesis yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu:

H2: Risiko investasi dapat meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel

Setiap investor harus menanggung resiko atas investasi yang dilakukannya. Resiko investasi yang timbul tersebut akan memengaruhi minat calon investor dalam melakukan investasi (Natsir & Arifin, 2021; Setiawan et al., 2021; Lestari et al., 2021). Hipotesis selanjutnya yaitu:

H3: Literasi keuangan dapat meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel

Literasi keuangan telah menjadi kebutuhan mendasar dan sangat memengaruhi kemampuan setiap individu dalam melakukan perencanaan dan pengelolaan keuangan. Literasi keuangan akan memengaruhi keputusan seseorang dalam berinvestasi (Shadnan, 2016; Setiawan et al., 2021). Hipotesis selanjutnya:

H4: Media sosial dapat meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel

Sikap dan perilaku konsumen telah mengalami perubahan yang signifikan sebagai dampak dari pesatnya perkembangan media sosial (Vrontis et al., 2021). Kemudahan akses teknologi digital menjadikan masyarakat kini lebih banyak memperoleh informasi dari media sosial. Hal ini juga membuat banyak perusahaan menjadikan media sosial sebagai platform komunikasi perusahaan dalam memasarkan dan mengembangkan bisnisnya (Domenico et al., 2021; Chen & Lin, 2019).

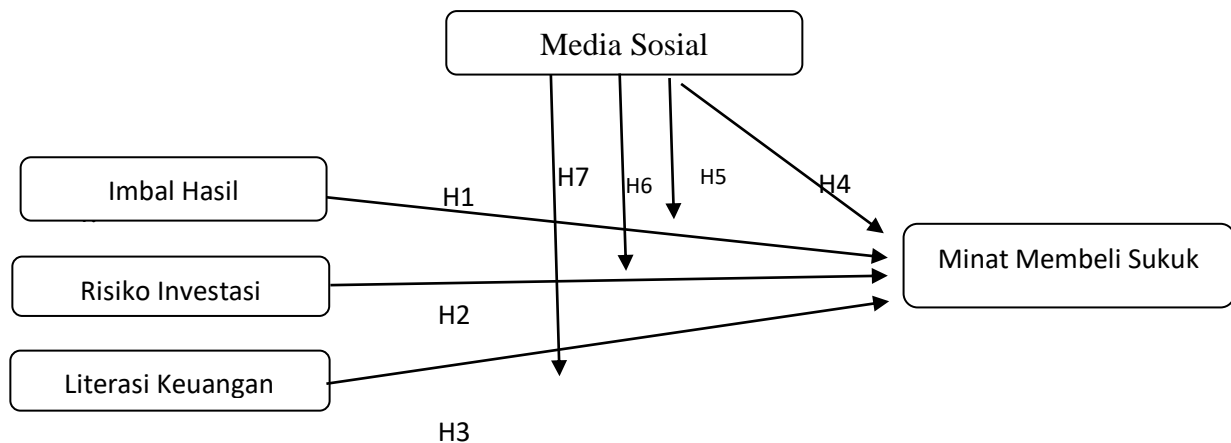
Paper ini juga mengajukan 3 hipotesis lain dengan menggunakan media sosial sebagai variabel moderating sebagai berikut:

H5: Media sosial memoderasi hubungan antara imbal hasil untuk meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel

H6: Media sosial memoderasi hubungan antara risiko investasi untuk meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel

H7: Media sosial memoderasi hubungan antara literasi keuangan untuk meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel

Model yang diusulkan dalam paper ini sebagai berikut:



Gambar 1: Model Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Paper ini menggunakan metode kuantitatif dan mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada responden. Populasi yang digunakan merupakan generasi Z di Kota Padangsidimpuan. Sampel berjumlah 260 orang yang diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan menetapkan beberapa kriteria. Kriteria yang digunakan yaitu berusia 15-24 tahun, dan berdomisili di Kota Padangsidimpuan. Kuesioner online disusun secara terstruktur yang memuat dua bagian yang terdiri dari pertanyaan terkait demografi dan 28 item pernyataan terkait determinan minat membeli sukuk. Skala yang digunakan yaitu skala likert dimulai dari 1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju.

Data dianalisis menggunakan SEM-PLS yang dilakukan dengan tiga tahap yaitu analisa outer model, analisa inner model dan pengujian hipotesa. Uji validitas dan reliabilitas data dilakukan terlebih dahulu dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut. Objek yang diteliti dalam paper ini pengaruh imbal hasil, risiko investasi, dan literasi keuangan terhadap minat membeli sukuk yang dimoderasi media sosial. Manfaat signifikan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan pengaruh media sosial dalam memoderasi determinan minat generasi Z membeli sukuk

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Gambaran umum responden dalam penelitian ini digambarkan dengan kriteria usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Tabel 1 berikut menjelaskan profil responden penelitian ini:

Tabel 1. Respondent Profile

Karakteristik	Kriteria	N	%
Gender	Laki-laki	81	31.20
	Perempuan	179	68.80
Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	216	83.10
	Pegawai Swasta	9	3.45
	Wiraswasta	15	5.77
	Lainnya	20	7.69

Sumber: Studi penulis, 2022

Berdasarkan Tabel 1 profil responden penelitian dijelaskan bahwa responden laki-laki sebanyak 81 orang atau 31,20% dan jumlah responden perempuan jumlahnya 179 atau 68,80%. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan responden penelitian ini paling banyak pelajar/ mahasiswa yaitu mencapai 216 orang atau 83,10, pegawai swasta sebanyak 9 orang atau 3.45% dan wiraswasta sebanyak 15 orang atau 5.77%.

Measurement Model

Convergent Validity

Validitas konvergen dapat diukur dengan menggunakan korelasi antara skor indikator dan loading factor. Variabel laten dinyatakan valid jika nilai faktor masing-masing indikator

lebih besar dari 0,70 (Sholihin, 2021). Tabel 2 menunjukkan bahwa semua variabel indikator nilai penelitian ini memiliki nilai loading factor $> 0,70$. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa semua variabel penelitian dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Konvergen

Construct	Code	Loading	CR	AVE
Imbal Hasil	IH1	0.841	0.924	0.709
	IH2	0.865		
	IH3	0.850		
	IH4	0.779		
	IH5	0.872		
Risiko Investasi	RI1	0.788	0.919	0.694
	RI2	0.852		
	RI3	0.865		
	RI4	0.823		
	RI5	0.836		
Literasi Keuangan	LK1	0.814	0.933	0.664
	LK2	0.825		
	LK3	0.773		
	LK4	0.845		
	LK5	0.857		
	LK6	0.801		
	LK7	0.786		
Minat Membeli Sukuk	MI1	0.760	0.891	0.622
	MI2	0.735		
	MI3	0.799		
	MI4	0.799		
	MI5	0.846		
Media Sosial	ESM1	0.835	0.926	0.675
	ESM2	0.845		
	ESM3	0.815		
	ESM4	0.827		
	ESM5	0.783		
	ESM6	0.824		
Efek Moderasi: IH*MS	IH*ESM	1.129	1.000	1.000
Efek Moderasi: RI*MS	RI*ESM	1.129	1.000	1.000
Efek Moderasi: LK*MS	LK*ESM	1.152	1.000	1.000

Nilai AVE atau Average Variance Extracted merupakan indikator lain dari kriteria uji validitas konvergen. Standar yang harus dipenuhi yaitu nilai AVE > 0.50 . Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai variabel imbal hasil $0,709 > 0.50$, risiko investasi $0.694 > 0.50$,

literasi keuangan $0.664 > 0.50$, media sosial $0.674 > 0.50$, dan minat membeli sukuk $0.675 > 0.50$. Dengan demikian, semua konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

Discriminant Validity

Diskriminan Validitas dapat diuji dengan menggunakan nilai Fornell-Larcker Criterion. Model dikatakan baik jika nilai kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya, yang mana nilainya lebih dari 0,70 (Sholihin, 2021). Hasil perhitungan Fornell-Larcker Criterion dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Fornell-Larcker Criterion

	IH*ESM	ESM	IH	LK	K*ESM	MI	RI	RI*ESM
IH*MS	1.000							
MS	0.223	0.822						
IH	0.140	0.706	0.842					
LK	0.212	0.650	0.730	0.815				
LK*MS	0.813	0.270	0.207	0.262	1.000			
MI	0.224	0.620	0.654	0.697	0.228	0.789		
RI	0.138	0.684	0.753	0.670	0.114	0.603	0.833	
RI*MS	0.818	0.168	0.138	0.116	0.776	0.126	0.025	1.000

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan pengujian validitas diskriminan melalui Fornell-Larcker Criterion pada tabel diatas diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa model penelitian ini memiliki nilai validitas diskriminan yang baik.

Internal Consistency Reliability

Construct reliability digunakan untuk mengukur reliabilitas konstruk variabel laten. Sebuah konstruk dinyatakan reliabel jika nilai reliabilitas gabungan > 0.70 . Hasil pengujian komposit reliabilitas terlihat pada Tabel 2. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masing-masing konstruk yaitu imbal hasil dengan nilai 0.924, risiko investasi dengan nilai 0.919, literasi keuangan dengan nilai 0.933, media sosial dengan nilai 0.926 dan minat membeli sukuk ritel dengan nilai 0.891

Structural Model Collinearity (VIF)

Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini menunjukkan nilai VIF sebesar 2.417, 3.558, 2.520, 3.204 yang nilai keseluruhannya lebih kecil dari 5. Hal ini berarti model dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas karena nilai $VIF < 5$.

R-Square

Berdasarkan hasil pengujian, nilai R-Squared (R^2) yaitu 0.560 Atau 56%. Hal ini berarti bahwa minat membeli sukuk ritel dapat dijelaskan oleh variabel imbal hasil, risiko investasi, literasi keuangan dan media sosial sebesar 56%. Sedangkan sisanya sebesar 44% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Nilai R-Squared ini tergolong sedang karena nilai $R^2 < 0,75$.

Path Coefficient

Hasil path coefficient dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Hasil Path Coefficient

Hipotesis	Original Sample	T Statistics	P-Value	Keputusan
IH \rightarrow MI	0.212	2.130	0.034	Signifikan
RI \rightarrow MI	0.044	0.515	0.607	Tidak Signifikan
LK \rightarrow MI	0.380	4.331	0.000	Signifikan
MS \rightarrow MI	0.182	3.164	0.002	Signifikan
IH*MS \rightarrow MI	-0.152	1.554	0.121	Tidak Signifikan
RI*MS \rightarrow MI	0.073	0.515	0.607	Tidak Signifikan
LK*MS \rightarrow MI	0.040	0.469	0.639	Tidak Signifikan

Sumber: Hasil olah data, 2022

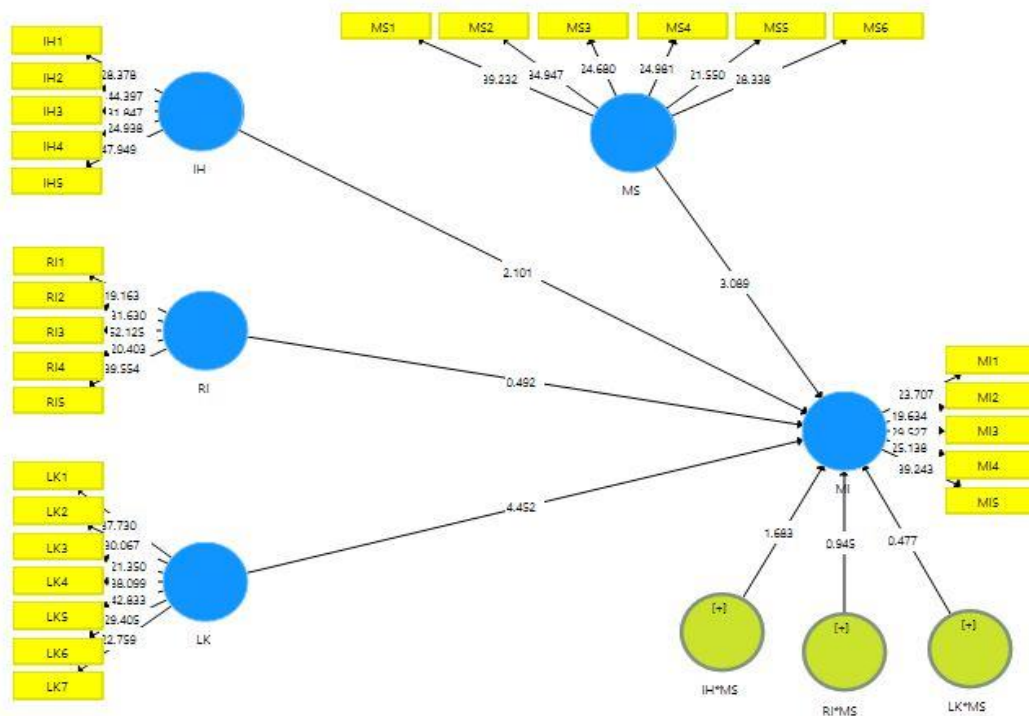
Berdasarkan hasil path coefficient pada tabel 4 diatas, maka dapat menjelaskan bahwa imbal hasil, literasi keuangan dan media sosial signifikan memengaruhi minat generasi Z membeli sukuk. Sedangkan risiko investasi tidak signifikan memengaruhi minat membeli sukuk. Hasil pengujian menunjukkan nilai pvalue imbal hasil sebesar $0.034 < 0.05$ dengan nilai koefisien yang dihasilkan 0.212. Ini berarti bahwa hipotesis satu dapat diterima. Hal ini manandakan bahwa imbal hasil yang ditawarkan menjadi pertimbangan utama dalam membeli investasi sukuk ritel. Semakin tinggi imbal hasil yang ditawarkan maka semakin meningkat minat masyarakat membeli sukuk ritel. Kementerian Keuangan Republik Indonesia telah menetapkan imbal hasil SR017 5,9% Fixed per tahun, lebih tinggi dari seri sebelumnya. SR017 telah ditawarkan mulai 19 Agustus-14 September 2022 dan berhasil mencapai jumlah investor sebanyak 65.362 orang (Malik, 2022a).

Nilai pvalue literasi keuangan sebesar $0.000 < 0,05$ dengan nilai koefisien 0.380. Ini berarti bahwa hipotesis tiga dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan yang baik akan mendorong masyarakat dalam melakukan investasi. Tingkat literasi keuangan generasi Z yang semakin baik akan meningkatkan minat membeli sukuk ritel. Pusparini et al., (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan dapat menjadi landasan utama dalam memahami konsep keuangan dan mengelola keuangan dengan baik sehingga dapat mengambil keputusan investasi di pasar modal syariah. Literasi keuangan menjadi modal dasar bagi calon investor dalam mengambil keputusan investasi (Shadnan, 2016, Setiawan et al., 2021). Dengan demikian upaya meningkatkan literasi keuangan generasi Z perlu terus dilakukan secara berkesinambungan untuk meningkatkan minat geneasi Z membeli sukuk ritel. Berdasarkan

Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2021-2025, tujuan akhir literasi keuangan yaitu mewujudkan masyarakat yang sejahtera secara finansial. Artinya masyarakat diharapkan memiliki ketahanan keuangan dimana seseorang mampu mengatasi berbagai masalah dan guncangan finansial yang dihadapinya (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Nilai pvalue media sosial sebesar $0.002 < 0.05$ dengan nilai koefisien 0.182. Ini berarti bahwa hipotesis empat dapat diterima. Hal ini menandakan bahwa sosialisasi dan edukasi terkait keuangan syariah yang dilakukan melalui *platform* media sosial mampu meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel. Saat ini, banyak perusahaan yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi. Hal ini seiring dengan perkembangan jumlah pengguna internet yang terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan hasil survei Penyelenggara Jasa internet Indonesia (APJII) bahwa jumlah pengguna internet Indonesia pada juni 2022 telah mencapai 210,03 juta pengguna atau meningkat 6,78% dari periode sebelumnya (Bayu, 2022). Dengan demikian, otoritas keuangan dan pasar modal dapat memaksimalkan pemanfaatan media sosial untuk sosialisasi dan edukasi sukuk ritel dalam meningkatkan minat masyarakat membeli sukuk.

Tabel 4 juga menyajikan hasil pengujian analisis moderasi yang menunjukkan bahwa media sosial tidak secara signifikan memoderasi hubungan imbal hasil, risiko investasi dan literasi keuangan dalam meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel. Nilai pvalue masing-masing variabel sebesar 0.121, 0,607 dan 0,639 > 0.05 . Ini berarti bahwa hipotesis lima, enam dan tujuh tidak diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial untuk sosialisasi dan edukasi sukuk ritel kepada masyarakat tidak mampu memoderasi imbal hasil, risiko investasi dan literasi keuangan generasi Z membeli sukuk ritel. Media sosial yang digunakan oleh kementerian keuangan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan pihak-pihak terkait lainnya belum sepenuhnya dapat memoderasi imbal hasil dan resiko investasi dalam memengaruhi minat generasi Z membeli sukuk ritel. Berbagai media sosial yang digunakan umumnya telah secara jelas menjabarkan tentang imbal hasil investasi sukuk ritel. Penjelasan terkait risiko dan keunggulan investasi susuk ritel juga dicantumkan di media sosial tersebut. Selain itu, media sosial tersebut juga menjelaskan hal-hal lain seperti masa penawaran sukuk, dan hal-hal lainnya. Sehingga informasi-informasi terkait sukuk ritel yang disampaikan di media sosial media tersebut ditujukan untuk meningkatkan minat masyarakat minat membeli sukuk, Demikian juga dengan hipotesis terakhir bahwa media sosial juga tidak signifikan memoderasi hubungan literasi keuangan dengan minat membeli sukuk ritel. Hal ini menandakan bahwa pemanfaatan media sosial untuk sosialisasi dan edukasi sukuk ritel belum dapat meningkatkan pengaruh literasi keuangan generasi Z dalam membeli sukuk ritel. Hasil bootstrapping pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Bootstrapping

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

5. KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa imbal hasil, literasi keuangan dan media sosial dapat meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel. Hasil penelitian ini berimplikasi pada upaya meningkatkan permintaan sukuk ritel dengan menawarkan imbal hasil yang menguntungkan, literasi keuangan generasi Z yang semakin baik dan edukasi sukuk ritel di media sosial. Hasil uji efek moderasi menunjukkan bahwa hubungan imbal hasil, risiko investasi dan literasi keuangan tidak signifikan dimoderasi media sosial dalam meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel. Keterbatasan penelitian ini hanya mengkaji determinan minat generasi Z membeli sukuk ritel menggunakan empat variabel dependen dan media sosial sebagai variabel moderating. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain dan mengkaji bagaimana perilaku investor dalam berinvestasi sukuk ritel. Terakhir, implikasi akademik dan manajemen berdasarkan hasil empiris penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam meningkatkan minat generasi Z membeli sukuk ritel.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkareem, I. A., Mahmud, M. S., & Abdulganiyy, A. (2021). Sukuk , Infrastructural Development and Economic Growth : A Theoretical Lens for Abandoned Projects in Nigeria. *Albukhary Social Business Journal*, 2(1), 23–35.
- Aditiya, R., Suwandi, M., Sari, N. R., & Fadhilatunisa, D. (2022). Potensi Sukuk Ritel Dan Sukuk Tabungan Untuk Mempercepat Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19. *Equilibrium*, 19(01), 79–90.
- Aikat, D. (2019). Millennials Usher a Post-Digital Era: Theorizing how Generation Y Engages with Digital Media. *Mediated Millennials*, 19, 9–29. <https://doi.org/10.1108/s2050-206020190000019002>
- Aman, A., Naim, A. M., Isa, M. Y., & Ali, S. E. A. (2021). Factors affecting sukuk market development: empirical evidence from sukuk issuing economies. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-03-2020-0105>
- Aman, A. U., Naim, A. M., & Isa, M. Y. (2019). What Determines Sukuk Market Development? New Theoretical Insights. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 7(1), 021. <https://doi.org/10.14421/grieb.2019.071-02>
- Azis, A., Pahlevi, C., & Pakki, E. (2021). The Effect of Sukuk Issuance on Price Reaction and Growth of Sharia Capital Market. *Hasanuddin Journal of Business Strategy*, 3(1), 1–18. <https://doi.org/10.26487/hjbs.v3i1.408>
- Balli, F., Ghassan, H., & Al Jeefri, E. H. (2021). Sukuk and bond spreads. *Journal of Economics and Finance* 2021 45:3, 45(3), 529–543. <https://doi.org/10.1007/S12197-021-09545-9>
- Bayu, D. (2022). *APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022>
- Bin-Nashwan, S. A., & Muneeza, A. (2021). Investment decisions in digital sukuk in the time of COVID-19: do tax incentives matter? <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1978918>
- Boukhatem, J., Ftiti, Z., & Sahut, J. M. (2020). Bond market and macroeconomic stability in East Asia: a nonlinear causality analysis. *Annals of Operations Research* 2020 297:1, 297(1), 53–76. <https://doi.org/10.1007/S10479-020-03519-6>
- Chen, S. C., & Lin, C. P. (2019). Understanding the effect of social media marketing activities: The mediation of social identification, perceived value, and satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*, 140(July 2018), 22–32. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.11.025>
- Cupian; Muhammad Ikhwan Al-Ikhwan; Alfiah Hasanah. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Tingkat Permintaan Sukuk Ritel SR008. *Al-Tijary*, 15(2), 9–25. <https://doi.org/10.21093/at.v7i1.2415>
- Dewi, Y., Firdaus, M., Amin, M., Junaidi, D., Fakultas, M., Dan, E., Universitas, B., Malang, I., Dosen,), Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR

- YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTOR TERHADAP SUKUK.
Riset.Unisma.Ac.Id, 07(03).
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/download/1362/1357>
- Domenico, G. Di, Sit, J., Ishizaka, A., & Nunan, D. (2021). Fake news, social media and marketing: A systematic review. *Journal of Business Research*, 124(November 2020), 329–341. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.037>
- Duqi, A., & Al-Tamimi, H. (2019). Factors affecting investors' decision regarding investment in Islamic Sukuk. *Qualitative Research in Financial Markets*, 11(1), 60–72. <https://doi.org/10.1108/QRFM-01-2018-0009>
- Fathmaningrum, E. S., & Utami, T. P. (2022). Determinants of Investment Decisions in the Capital Market During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 147–169. <https://doi.org/10.18196/jai.v23i1.13408>
- Gustina, N. (2021). Performa Sukuk Ritel: Sebelum Dan Saat Terjadi Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi*, 10(2), 369–386. <https://doi.org/10.37932/ja.v10i2.415>
- Hanifah, I. N., & Pantas, P. E. (2022). Pengaruh Indikator Makroekonomi Terhadap Volume Perdagangan Sukuk Ritel. *EtiHAD: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 99–114. <https://doi.org/10.21154/ETIHAD.V2I2.4355>
- Hariyanto, E., & Hijriani, T. (2021). PENINGKATAN PERAN SUKUK NEGARA DALAM PEMBIAYAAN INFRASTRUKTUR Improving the Role of Sukuk Negara in Infrastructure Financing. *Jurnal Anggaran Dan Keuangan Negara Indonesia*, 3(2). <https://anggaran.e-journal.id/akurasi>
- Kim, J., Kumar, A., Mallick, S., & Park, D. (2021). Financial uncertainty and interest rate movements: is Asian bond market volatility different? *Annals of Operations Research*. <https://doi.org/10.1007/s10479-021-04314-7>
- Ladamay, A. Z. F., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta. *Islamic Economics Journal*, 7(2), 161. <https://doi.org/10.21111/iej.v7i2.6552>
- Le, T. D., Ho, T. H., Nguyen, D. T., & Ngo, T. (2022). A cross-country analysis on diversification, Sukuk investment, and the performance of Islamic banking systems under the COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 8(3). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09106>
- Lestari, I. P., Ginanjar, W., & Warokka, A. (2021). Multidimensional Risk and Religiosity Towards Indonesian Muslims' Sharia Investment Decision. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 369–400. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i2.1321>
- Malik, A. (2022a). *Kemenkeu Tetapkan Imbal Hasil SBN Ritel SR017 5,9% Fixed per Tahun, Ayo Borong!* Bareksa. <https://www.bareksa.com/berita/sbn/2022-08-16/kemenkeu-tetapkan-imbal-hasil-sbn-ritel-sr017-59-fixed-per-tahun-ayo-borong>
- Malik, A. (2022b). *SR017 Rekor Jumlah Investor Terbanyak Sepanjang Sejarah SBN Ritel, Ini 12 Catatan Pentingnya.* Bareksa. <https://www.bareksa.com/berita/sbn/2022-09-21/sr017-rekor-jumlah-investor-terbanyak-sepanjang-sejarah-sbn-ritel-ini-12-catatan->

- pentingnya
- Mimouni, K., Smaoui, H., Temimi, A., & Al-Azzam, M. (2019). The impact of Sukuk on the performance of conventional and Islamic banks. *Pacific Basin Finance Journal*, 54(June 2018), 42–54. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2019.01.007>
- Muawanah, Sundari, & Anggraeni, Y. N. (2021). Analisis Peluang Dan Tantangan Obligasi Syariah (Sukuk) Di Indonesia. *JESP: Journal of Economic and Policy Studies*, 2(1), 32–43.
- Mubarokah, I., & Rahma, M. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sukuk Ritel Seri Sr 05. *Profit : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 1–21. <https://doi.org/10.33650/profit.v3i2.860>
- Nasution, A. H., & Faisal, -. (2021). Eksistensi Dan Popularitas Sukuk Di Indonesia : Sukuk Ijarah. *JAKPI - Jurnal Akuntansi, Keuangan & Perpajakan Indonesia*, 9(1), 96. <https://doi.org/10.24114/jakpi.v9i1.25710>
- 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>
- Nurhidayah, D. A. N. H. M. A. F. H. (2022). Pengaruh Inflasi , Saham Syariah , Sukuk dan Reksadana Syariah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Nasional Tahun 2013-2020. *Jurnal Sinar Manajemen*, 09, 158–173. <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM/article/view/2435>
- Osman, Ismah, Masturah Ma'in, R. M. (2019). DETERMINANTS OF BEHAVIOURAL INTENTION TOWARDS GREEN INVESTMENTS: THE PERSPECTIVES OF MUSLIMS *Ismah Osman (Corresponding author). *International Journal of Islamic Business*, 4(1), 16–38.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025. *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–130. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Sukuk Ritel*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Category/69>
- Raksawati, A. C., Nugraha, N., & Sari, M. (2022). Analisis Investasi Syariah Sukuk Negara: Komparasi Sukuk Ritel dan Sukuk Tabungan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 10(2), 242–252. <https://doi.org/10.33059/jmk.v10i2.3184>
- Rinaldo, D., & Puspita, V. A. (2021). Education and socialization investment galleries to improve capital market inclusion. *International Symposia in Economic Theory and Econometrics*, 29A, 169–184. <https://doi.org/10.1108/S1571-03862021000029A025/FULL/XML>
- Rohmania, A. S., & Ghoniyah, N. (2022). Conceptual Framework for Determining Sukuk Investment Intentions Among Millennials. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 527 LNNS, 319–327. https://doi.org/10.1007/978-3-031-14627-5_32/COVER
- Setiawan, A. E., Musyifah, R., & ... (2021). The Effect of Financial Literacy, Risk Preference and Religiosity on Generation Z's Investment Interest in the Islamic Capital Market.

- Journal of Islamic ...*, 4(2), 57–65.
<http://journal.stebilampung.ac.id/index.php/jiber/article/view/206%0Ahttp://journal.stebilampung.ac.id/index.php/jiber/article/download/206/121>
- Shadnan. (2016). Project of: Subject: Submitted To: Submitted By: Registration No: Program: Research Article Advance Research Methodology Dr . Khuram Shezad Shadnan MMS 143072 MS Management Sciences (Finance). *Muhammad Ali Jinnah University Islamabad, Campus*, 1–20.
https://www.researchgate.net/publication/314629702_Impact_of_Financial_Literacy_Financial_Knowledge_Moderating_Role_of_Risk_Perception_on_Investment_Decision
- Sholihin, M. R. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Andi.
- Soemitra, A. (2021). The Policy Responses towards Contemporary Islamic Capital Market in Indonesia: The Dynamics and Challenges. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 5(1), 31. <https://doi.org/10.30983/es.v5i1.4298>
- Suharti, E. (2021). Investment Decision on Government Bonds and Sukuk in Indonesia. *European Journal of Islamic Finance*, August, 1–11. <https://doi.org/10.13135/2421-2172/5993>
- Vrontis, D., Makrides, A., Christofi, M., & Thrassou, A. (2021). Social media influencer marketing: A systematic review, integrative framework and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, December 2020, 1–28. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12647>
- Witro, D., & Setiawan, I. (2021). Sukuk and Bonds in Indonesia: an Overview. *AKSY: Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 3(2), 101–118. <https://doi.org/10.15575/aksy.v3i2.14055>