

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

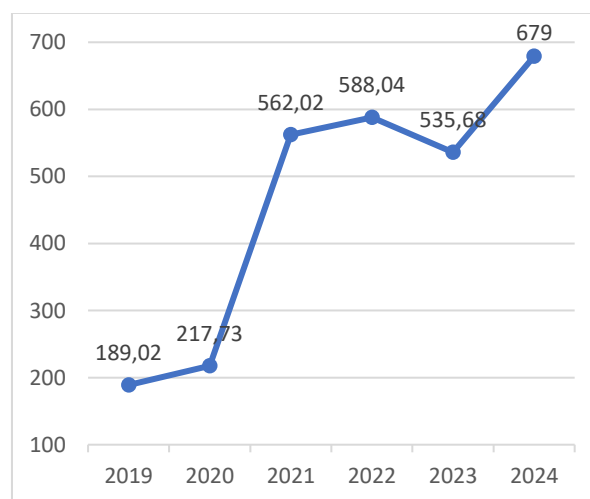
Perkembangan investasi global dalam beberapa dekade terakhir mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan keuangan. Salah satu tren yang berkembang pesat adalah investasi berbasis prinsip syariah. *Islamic Finance Development Report* (2023) mencatat bahwa nilai aset keuangan syariah global telah mencapai lebih dari USD 4 triliun dan terus menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan ini tidak hanya terjadi di negara-negara mayoritas Muslim seperti Arab Saudi, Uni Emirat Arab, dan Malaysia, tetapi juga di negara-negara Barat dengan komunitas Muslim sebagai minoritas. Fakta tersebut menunjukkan bahwa sistem keuangan syariah semakin mendapat perhatian dunia karena dinilai lebih stabil, etis, dan selaras dengan tren keberlanjutan (*sustainable investment*).

Salah satu instrumen investasi yang paling diminati di pasar global maupun nasional adalah saham, karena menawarkan keuntungan berupa *capital gain* dan dividen (Sutrisno, 2019). Tren ini semakin kuat di kalangan generasi milenial dan Gen Z, terutama setelah digitalisasi membuat akses ke pasar modal semakin mudah. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa hingga 2024, total investor pasar modal Indonesia mencapai 11,5 juta orang, dengan sekitar 80% di antaranya berasal dari kelompok generasi muda.

Namun demikian, meningkatnya minat investasi tidak boleh hanya dilihat dari sisi profit, tetapi juga harus memperhatikan nilai dan prinsip yang mendasarinya. Dalam perspektif Islam, investasi dipandang sebagai bagian dari aktivitas muamalah yang mendorong produktivitas dan pelibatan harta dalam kegiatan yang bermanfaat. Prinsip ini menegaskan bahwa harta tidak boleh dibiarkan menganggur atau sekadar ditimbun, melainkan harus dioptimalkan untuk memberikan manfaat jangka panjang. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Hasyr ayat 18: "*Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok; dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.*"

Ayat tersebut menekankan pentingnya kesadaran untuk melihat ke depan dan mempersiapkan masa depan, termasuk dalam pengelolaan harta melalui investasi. Dalam hal ini, Islam melarang praktik penimbunan kekayaan serta mendorong umat untuk mengalokasikan dana ke sektor yang produktif (Salim, 2018). Salah satu bentuk implementasi dari prinsip ini adalah investasi saham syariah, yang memberikan peluang bagi umat Muslim untuk berinvestasi sekaligus menjaga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, seperti larangan terhadap riba, gharar, dan maisir.

Saham syariah adalah saham dari perusahaan yang kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan syariat Islam. Di Indonesia, saham-saham ini tercatat dalam Daftar Efek Syariah (DES) yang diterbitkan oleh OJK. Berdasarkan data dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor saham syariah mengalami peningkatan yang signifikan, dari 44.536 pada tahun 2018 menjadi 144.830 pada April 2024 naik sebesar 225% (Shafira, 2024).



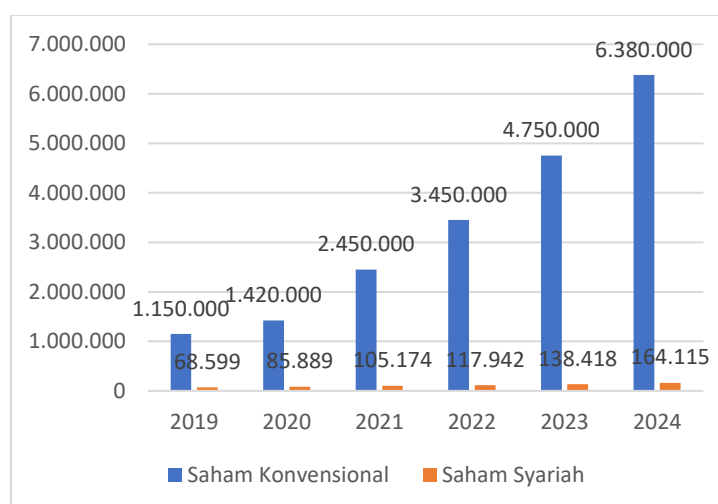
Gambar 1. 1 Perkembangan Indeks Saham Syariah di Indonesia

Sumber: KNEKS (2024)

Selama enam tahun terakhir, Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) menunjukkan tren pertumbuhan yang konsisten dan signifikan. Peningkatan paling drastis terjadi pada tahun 2021, di mana nilai indeks melonjak hampir tiga kali lipat dibandingkan tahun 2020. Fenomena ini mencerminkan semakin tingginya minat dan partisipasi investor terhadap instrumen saham berbasis syariah. Faktor pendorongnya antara lain meningkatnya literasi keuangan syariah di masyarakat,

dukungan regulasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta perkembangan teknologi digital yang mempermudah akses dan transaksi investasi (KSEI, 2024).

Namun, kinerja positif instrumen tersebut belum sejalan dengan tingkat partisipasi investor syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2024) mencatat jumlah investor pasar modal nasional telah menembus lebih dari 10 juta, tetapi investor syariah baru sekitar 600 ribu atau hanya 6% dari total investor. Padahal, data Badan Pusat Statistik (BPS, 2021) menunjukkan bahwa 87,1% penduduk Indonesia beragama Islam. Kondisi ini mengindikasikan adanya *gap* antara potensi pasar dengan realisasi partisipasi masyarakat dalam investasi syariah. Hambatan utama berasal dari rendahnya literasi dan inklusi keuangan syariah. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) OJK tahun 2024 bahkan mencatat bahwa literasi keuangan syariah baru 9,1% dan inklusi 12,1%, jauh lebih rendah dibandingkan literasi dan inklusi keuangan nasional yang masing-masing mencapai 49,68% dan 85,10%.



Gambar 1. 2 Perbandingan Jumlah Investor Saham Syariah& Konvensional

Sumber: OJK & KNEKS (2024)

Kesenjangan tersebut semakin terlihat jika dibandingkan secara langsung dengan pasar konvensional. Berdasarkan data OJK dan KNEKS (2024), pada tahun 2024 jumlah investor saham konvensional tercatat mencapai 6,38 juta, sedangkan investor saham syariah hanya 164.115. Meskipun keduanya sama-sama mengalami tren pertumbuhan positif dari tahun ke tahun, laju peningkatan pada segmen syariah belum mampu mengejar dominasi pasar konvensional. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun instrumen syariah semakin berkembang, adopsinya di masyarakat

masih relatif rendah. Oleh karena itu, diperlukan strategi edukasi dan literasi keuangan syariah yang lebih masif dan terarah agar potensi pasar syariah dapat tergarap optimal (KSEI, 2024).

Ketimpangan ini juga tampak pada level regional. Bahkan di provinsi seperti Jawa Barat, yang merupakan wilayah dengan jumlah investor pasar modal tertinggi di Indonesia, investasi saham syariah belum berkembang secara maksimal. Padahal, provinsi ini juga memiliki jumlah penduduk Muslim terbesar, yang seharusnya menjadi pasar potensial bagi investasi berbasis syariah (Rahmi et al., 2023).

Fenomena rendahnya partisipasi saham syariah menjadi semakin menarik ketika dikaitkan dengan perkembangan era digital dan media sosial. Generasi milenial dan Gen Z adalah pengguna media sosial paling aktif, dengan lebih dari 70% pengguna media sosial di Indonesia berasal dari dua generasi ini (APJII, 2023). Media sosial pun menjadi sumber informasi utama, termasuk dalam hal investasi. Banyak influencer keuangan yang memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menyampaikan edukasi seputar investasi saham syariah. Namun, konten yang tersebar belum tentu memiliki kualitas yang memadai, sehingga seringkali menimbulkan persepsi yang keliru atau menyesatkan (Smith & Zaman, 2021).

Dalam upaya memahami perilaku keputusan investasi, *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan Ajzen (1991) menjadi kerangka teori yang relevan. TPB menjelaskan bahwa intensi perilaku ditentukan oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam konteks ini, sikap terbentuk dari persepsi manfaat terhadap investasi, norma subjektif tercermin dalam pengaruh *social media influencer*, dan *perceived behavioral control* berkaitan erat dengan *self-efficacy* individu.

Sebagai salah satu komponen TPB, norma subjektif berperan ketika seseorang merasa terdorong untuk bertindak karena pengaruh sosial dari lingkungan sekitar. Dalam konteks generasi muda, peran *Social Media Influencer* (SMI) menjadi salah satu bentuk norma subjektif yang sangat menonjol. Norma subjektif dalam TPB mengacu pada sejauh mana individu merasa terdorong untuk melakukan suatu tindakan berdasarkan pengaruh sosial dari lingkungan sekitar atau

figur yang dianggap berpengaruh (Ajzen, 1991). *Social Media Influencer* merupakan individu yang memiliki banyak pengikut di media sosial dan mampu memengaruhi opini publik melalui konten-konten yang mereka buat (Huang & Su, 2018). Meskipun *Social Media Influencer* semakin aktif dalam menyampaikan informasi mengenai saham syariah melalui berbagai platform digital, dampaknya terhadap keputusan investasi masih belum optimal (Setiawan & Haryanto, 2021; Dewi & Kurniawan, 2021).

Selain pengaruh sosial, faktor internal juga memegang peranan penting dalam membentuk niat berperilaku. Salah satunya adalah sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), yang dalam konteks pengambilan keputusan investasi dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap manfaat yang diyakini dapat diperoleh dari tindakan tersebut. Menurut Ajzen (1991), sikap seseorang terbentuk berdasarkan keyakinan mereka terhadap konsekuensi yang dihasilkan dari suatu perilaku. Dalam konteks ini, persepsi manfaat memainkan peran penting dalam membentuk sikap seseorang, di mana semakin besar manfaat yang diyakini dapat diperoleh, semakin positif pula sikap yang terbentuk.

Meskipun perkembangan teknologi dan media sosial telah mempermudah akses terhadap berbagai informasi, tingkat persepsi manfaat yang dimiliki individu terhadap suatu tindakan belum tentu selalu tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun informasi tersedia luas, keyakinan seseorang terhadap manfaat yang diperoleh tetap bergantung pada pemahaman dan pengalaman pribadi mereka (Amalia & Sagita, 2023). Dalam investasi saham syariah, keuntungan yang dicari investor tidak hanya terbatas pada capital gain dan dividen, tetapi juga ketenangan batin karena investasinya dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang menghindari unsur riba, gharar, dan maisir (Fatah, 2021).

Sama halnya dengan faktor-faktor psikologis lainnya, persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) juga memainkan peran penting dalam keputusan investasi. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), faktor ini mengacu pada keyakinan individu mengenai seberapa besar kontrol yang mereka rasakan terhadap tindakan yang akan dilakukan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan mereka dalam berinvestasi (Ajzen, 1991). Keyakinan ini

dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengalaman sebelumnya, ketersediaan sumber daya, serta hambatan yang mungkin dihadapi.

Salah satu aspek yang berkaitan erat dengan *perceived behavioral control* adalah *self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan tertentu (Bandura, 1997). Semakin tinggi *self-efficacy* yang dimiliki seseorang, semakin besar pula rasa percaya dirinya dalam mengambil keputusan dan menghadapi tantangan yang berkaitan dengan tindakan tersebut. Ketika individu memiliki *self-efficacy* yang tinggi, mereka akan lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan dan lebih yakin dalam mengambil keputusan, termasuk dalam berbagai aspek kehidupan yang memerlukan perencanaan dan pertimbangan matang (Librianti, 2018).

Meski demikian, paparan informasi, persepsi positif, dan keyakinan diri tidak selalu langsung mengarah pada keputusan investasi. *Trust* atau kepercayaan menjadi variabel kunci yang menjembatani faktor-faktor tersebut dengan keputusan aktual. Kepercayaan di sini mencakup keyakinan terhadap keamanan transaksi, kepatuhan pada prinsip syariah, dan integritas pihak penyedia layanan investasi. Beberapa penelitian (Chen et al., 2021; Ramdani & Yusup, 2022) menemukan bahwa *trust* berperan sebagai mediator penting yang memperkuat hubungan antara pengaruh sosial, persepsi manfaat, maupun *self-efficacy* dengan keputusan investasi. Namun, integrasi variabel-variabel ini dalam satu model penelitian, khususnya pada konteks saham syariah di Jawa Barat, masih jarang dilakukan.

Temuan empiris juga mengindikasikan rendahnya *trust* pada pasar modal syariah. IDX Syariah (2022) melaporkan bahwa 55% calon investor merasa mekanisme investasi syariah masih rumit, yang berimplikasi pada rendahnya kepercayaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Suhendar (2022) yang menekankan pentingnya kepercayaan pada regulasi, transparansi emiten, dan otoritas keuangan syariah. Tanpa *trust*, sekalipun informasi dan promosi tersedia, keputusan investasi sulit terwujud.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengaruh *social media influencer* (SMI) terhadap keputusan investasi sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan pengikut terhadap influencer tersebut (Setiawan & Haryanto, 2021). Di sisi lain, persepsi manfaat juga menjadi faktor penting yang kerap membedakan

pilihan investor. Survei IDX Syariah (2022) menemukan bahwa sekitar 60% calon investor menilai return saham syariah lebih rendah dibandingkan saham konvensional, sehingga mereka cenderung enggan berinvestasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Suryani dan Wijaya (2021) yang menunjukkan bahwa investor pemula lebih memilih instrumen yang dianggap menguntungkan secara finansial tanpa mempertimbangkan aspek syariah.

Sejumlah studi juga menyoroti faktor-faktor lain dalam keputusan investasi syariah. Putri dan Wijaya (2023) mengungkapkan bahwa persepsi manfaat dan literasi digital berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi investasi syariah. Nugroho (2021) meneliti peran influencer dalam memengaruhi keputusan pembelian produk halal, namun konteksnya belum secara spesifik diarahkan pada investasi saham syariah. Penelitian Hidayat dan Anwar (2021) menyoroti self-efficacy terhadap minat investasi, tetapi belum dikaitkan langsung dengan keputusan investasi syariah. Sementara itu, Dewi dan Hapsari (2020) menemukan bahwa trust berpengaruh terhadap keputusan investasi pada platform digital, namun trust hanya diposisikan sebagai variabel independen, bukan sebagai perantara. Penelitian lain oleh Nasution dan Rachmawati (2022) membahas pengaruh media sosial dan literasi keuangan terhadap minat investasi reksa dana syariah, tetapi media sosial yang dimaksud masih bersifat umum dan tidak menekankan pengaruh personal dari SMI. Yuliana dan Prasetyo (2023) juga menemukan bahwa self-efficacy dan emotional bias berpengaruh terhadap keputusan investasi, namun fokusnya pada saham konvensional, bukan saham syariah.

Kesenjangan dari penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa belum banyak studi yang mengintegrasikan peran SMI, persepsi manfaat, dan self-efficacy dalam satu kerangka yang komprehensif. Selain itu, trust belum ditempatkan secara strategis sebagai variabel mediasi yang dapat menjembatani pengaruh faktor sosial maupun psikologis terhadap keputusan investasi syariah. Padahal, dalam konteks pasar modal syariah, trust menjadi faktor krusial karena berkaitan dengan kepatuhan terhadap prinsip syariah sekaligus keyakinan terhadap instrumen investasi.

Kondisi empiris di Indonesia, khususnya di Jawa Barat, semakin menegaskan pentingnya kajian ini. Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah

penduduk Muslim terbesar dan menduduki peringkat pertama dalam jumlah investor pasar modal nasional (OJK, 2024). Namun, meskipun potensinya besar, proporsi investor yang berinvestasi pada saham syariah masih relatif rendah dibandingkan saham konvensional. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara potensi pasar syariah dengan realisasi partisipasi aktual. Lebih jauh lagi, mayoritas investor di Jawa Barat berasal dari generasi milenial dan Gen Z yang sangat aktif menggunakan media sosial, sehingga eksposur terhadap pengaruh SMI menjadi semakin relevan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berupaya untuk mengisi kekosongan dengan mengkaji secara bersamaan pengaruh *social media influencer*, persepsi manfaat, dan *self-efficacy* terhadap keputusan investasi saham syariah, dengan menempatkan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Fokus pada Jawa Barat juga memberi nilai strategis karena wilayah ini memiliki basis investor terbesar sekaligus potensi pasar syariah yang masih belum tergarap optimal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis, baik dalam memperkaya literatur investasi syariah maupun sebagai masukan untuk pengembangan strategi peningkatan partisipasi investor muda di pasar modal syariah.

Belum banyak penelitian yang secara komprehensif mengintegrasikan pengaruh *social media influencer*, persepsi manfaat, dan *self-efficacy* dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), serta menempatkan kepercayaan sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan ketiga faktor tersebut dengan keputusan investasi saham syariah. Sementara itu, Jawa Barat tercatat sebagai provinsi dengan jumlah investor pasar modal terbanyak di Indonesia (OJK, 2024), dengan mayoritas berasal dari generasi milenial dan Gen Z yang sangat aktif menggunakan media sosial. Ironisnya, meskipun potensi pasar syariah di daerah ini sangat besar, proporsi investasi saham syariah masih relatif rendah dibandingkan saham konvensional.

Ketidaksesuaian antara besarnya potensi dan rendahnya realisasi partisipasi tersebut menunjukkan adanya research gap sekaligus empirical gap yang penting untuk diteliti. Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji **“Pengaruh *Social Media Influencer*, Persepsi Manfaat, dan *Self-Efficacy***

terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi” sebagai upaya menjawab fenomena rendahnya minat investasi syariah, khususnya di kalangan generasi muda di Jawa Barat.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut adalah identifikasi masalah penelitian:

1. Terdapat kesenjangan antara peningkatan jumlah investor pasar modal secara nasional dengan rendahnya proporsi investor yang memilih saham syariah, khususnya di kalangan generasi Milenial dan Gen Z di Jawa Barat, yang padahal merupakan kelompok pengguna media sosial paling aktif (KSEI, 2023; APJII, 2023).
2. Rendahnya tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia, yang hanya mencapai 39,11%, dan inklusi keuangan syariah yang berada pada angka 12,88%, menunjukkan adanya kesenjangan pemahaman masyarakat terhadap prinsip dan mekanisme investasi saham syariah (OJK, 2024).
3. Sosialisasi dan edukasi terkait investasi saham syariah belum merata dan belum menjangkau berbagai lapisan masyarakat, terutama di wilayah suburban dan pedesaan (BPS Jawa Barat, 2023).
4. Terdapat kesenjangan antara tingginya jumlah pengguna media sosial dan rendahnya pemanfaatan platform tersebut untuk edukasi dan promosi investasi syariah (Rahmi et al., 2023).
5. Kepercayaan masyarakat terhadap instrumen saham syariah masih terbatas, terutama dalam hal transparansi informasi, pengawasan berbasis syariah, serta kepastian regulasi. Kondisi ini menjadi hambatan dalam mendorong partisipasi investor potensial (Suhendar, 2022).
6. Generasi muda yang aktif menggunakan media sosial di Jawa Barat cenderung mengikuti tren investasi berdasarkan informasi yang tidak tervalidasi dari *influencer* atau konten viral, tanpa mempertimbangkan prinsip syariah atau aspek risiko (Putri & Sari, 2022).
7. Jawa Barat, meskipun menjadi provinsi dengan jumlah investor pasar modal terbesar di Indonesia, masih menunjukkan tingkat adopsi investasi syariah yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan potensi populasi Muslim dan

tingginya penetrasi media sosial. Hal ini menandakan adanya *investment behavior gap* yang perlu diteliti lebih lanjut untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi (Rahmi et al., 2023).

8. Banyak individu yang memiliki minat awal terhadap investasi syariah akhirnya batal berinvestasi karena merasa kurang mampu secara finansial dan tidak percaya diri dalam mengelola investasi tersebut (Sari & Yuliani, 2021).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah penelitian yang telah diuraikan, dapat diuraikan beberapa pertanyaan penelitian:

1. Bagaimana gambaran tingkat *social media influencer*, persepsi manfaat, tingkat *Self Efficacy*, dan tingkat kepercayaan pada keputusan investasi saham syariah pada Generasi Milenial dan Z di Jawa Barat?
2. Bagaimana pengaruh *social media influencer* terhadap keputusan investasi saham syariah pada Generasi Milenial dan Z di Jawa Barat?
3. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan investasi saham syariah pada generasi Milenial dan Z di Jawa Barat?
4. Bagaimana pengaruh *Self Efficacy* terhadap keputusan investasi saham syariah pada generasi Milenial dan Z di Jawa Barat?
5. Bagaimana pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan investasi saham syariah pada generasi Milenial dan Z di Jawa Barat?
6. Apakah kepercayaan dapat memediasi pengaruh *social media influencer* terhadap keputusan investasi saham syariah pada generasi Milenial dan Z di Jawa Barat?
7. Apakah kepercayaan dapat memediasi persepsi manfaat terhadap keputusan investasi saham syariah pada generasi Milenial dan Z di Jawa Barat?
8. Apakah kepercayaan dapat memediasi *Self Efficacy* terhadap keputusan investasi saham syariah pada Generasi Milenial dan Z di Jawa Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) sebagai solusi terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi pada saham syariah, dengan peran kepercayaan

sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan variabel independen seperti *social media influencer*, persepsi manfaat, dan *self efficacy*. Selain itu, peneliti menguji kepercayaan dengan mengukur seberapa besar pengaruhnya dalam memediasi variabel independen terhadap keputusan berinvestasi sebagai variabel dependen.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang penulis harapkan dalam hasil penelitian ini yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam konteks keputusan investasi saham syariah, khususnya dengan memasukkan faktor *social media influencer*, persepsi manfaat, dan *self-efficacy* sebagai variabel yang memengaruhi keputusan investasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman lebih lanjut mengenai peran kepercayaan sebagai variabel mediasi, apakah dapat menjembatani hubungan antara faktor-faktor dalam TPB terhadap keputusan investasi saham syariah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan model pengambilan keputusan investasi berbasis teori perilaku.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi calon investor, khususnya generasi milenial dan Gen Z, mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka dalam berinvestasi di saham syariah. Dengan memahami peran *social media influencer*, persepsi manfaat, *self-efficacy*, dan kepercayaan, diharapkan calon investor dapat lebih yakin dalam mengambil keputusan investasi berbasis syariah. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku industri pasar modal syariah, seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bursa Efek Indonesia (BEI), serta perusahaan sekuritas, dalam merancang strategi edukasi dan pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan partisipasi generasi muda dalam investasi saham syariah.