

Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Niat Menggunakan Platform Investasi

Moh. Asifur Rohman¹, Didit Darmawan²

^{1,2}Universitas Sunan Giri Surabaya

Corresponding Author: Moh. Asifur Rohman, e-mail: asifur63@gmail.com dan dr.diditdarmawan@gmail.com

Published: September , 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh norma subjektif terhadap niat menggunakan platform investasi dengan menggunakan pendekatan studi literatur sebagai metode utama. Norma subjektif dipahami sebagai persepsi individu terhadap tekanan sosial yang berasal dari lingkungan signifikan seperti keluarga, teman, atau rekan kerja, yang memengaruhi keputusan dalam menggunakan layanan digital. Kerangka teoritis mengacu pada Teori Perilaku Terencana yang menempatkan norma subjektif sebagai salah satu prediktor utama niat perilaku. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis terhadap publikasi ilmiah dari jurnal nasional dan internasional yang terindeks dalam database bereputasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki kontribusi signifikan terhadap pembentukan niat penggunaan platform investasi, baik dalam konteks umum maupun dalam sistem keuangan berbasis syariah. Temuan juga mengindikasikan bahwa tekanan sosial yang dirasakan individu dapat mendorong kecenderungan untuk menyesuaikan perilaku dengan ekspektasi sosial, sehingga memperkuat intensi penggunaan layanan keuangan digital. Studi ini memberikan pemahaman konseptual yang lebih mendalam mengenai hubungan antara faktor sosial dan keputusan penggunaan teknologi finansial serta menawarkan implikasi praktis dalam merancang strategi promosi berbasis norma sosial untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam investasi digital.

Keywords: Investasi Digital, Niat Menggunakan, Norma Subjektif

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Partisipasi masyarakat modern dalam aktivitas investasi mengalami peningkatan signifikan seiring dengan bertumbuhnya literasi digital serta pemahaman terhadap pentingnya diversifikasi aset sebagai bentuk mitigasi risiko dalam pengelolaan keuangan jangka panjang (Karundeng et al., 2024). Transformasi ini didorong oleh perkembangan teknologi digital yang merombak investasi tradisional menjadi sistem yang lebih fleksibel, efisien, dan mudah diakses (Mardikaningsih & Darmawan, 2023; Hidayat & Darmawan, 2025). Implementasi robo-advisor serta sistem algoritmik berbasis data memungkinkan pengambilan keputusan investasi secara otomatis dengan mempertimbangkan analisis rasional dan objektif, tanpa campur tangan emosi yang sering kali memengaruhi keputusan dalam pendekatan konvensional (Nourallah et al., 2025). Inovasi ini memberikan solusi berbasis teknologi yang tidak hanya menekan biaya operasional, tetapi juga meningkatkan akurasi rekomendasi investasi yang bersifat personal. Kemunculan platform digital dengan fitur seperti mobile trading, akun minimum rendah, serta penyajian informasi pasar secara real-time memperluas peluang akses bagi individu dari berbagai latar belakang ekonomi dan demografi (Zhu et al., 2023). Perkembangan tersebut mendorong terciptanya ekosistem investasi yang lebih inklusif, tidak terbatas

pada investor berpengalaman, tetapi juga merangkul investor pemula yang sebelumnya terhalang oleh keterbatasan informasi dan modal. Akses terhadap instrumen investasi seperti saham, reksa dana, exchange-traded funds (ETF), hingga aset digital seperti kripto menjadi lebih praktis, terjangkau, dan transparan melalui antarmuka yang dirancang untuk memudahkan navigasi pengguna dari berbagai segmen (Simonn, 2025). Kemajuan teknologi telah menghadirkan berbagai platform investasi yang memudahkan siapapun untuk mengelola dan mengembangkan aset mereka.

Peningkatan interaksi masyarakat dengan platform digital memiliki keterkaitan erat dengan kajian mengenai niat penggunaan (*intention to use*), yang dalam berbagai studi ditetapkan sebagai indikator utama perilaku aktual terhadap sistem, teknologi, maupun layanan digital (Jeyaraj et al., 2023). Konsep ini menyoroti dimensi motivasional dalam diri individu yang mendorong keputusan untuk mengadopsi, mempertahankan, atau bahkan menghentikan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari (Yan et al., 2021). Niat untuk menggunakan lahir dari keinginan untuk memperoleh keuntungan finansial yang lebih optimal, meningkatkan literasi keuangan, serta memanfaatkan kemudahan teknologi untuk mencapai tujuan keuangan (Negara & Darmawan, 2023; Hardyansah et al., 2025). Proses pengukuran niat penggunaan umumnya dilakukan dengan menilai sejauh mana individu bersedia untuk terus menggunakan atau merekomendasikan suatu layanan kepada orang lain dalam jangka waktu tertentu (Alharbey & Van-Hemmen, 2021; Fahriza & Darmawan, 2025). Beberapa variabel psikologis dan sosial menjadi determinan utama dalam pembentukan intensi ini, seperti persepsi terhadap kegunaan teknologi, tingkat kepuasan dari pengalaman penggunaan, kepercayaan terhadap penyedia layanan, norma subjektif yang berlaku di lingkungan sosial, serta persepsi nilai dari penggunaan suatu sistem (Li & Shang, 2020). Interaksi antar variabel tersebut membentuk konfigurasi kompleks yang menjadi dasar penilaian individu terhadap keberlanjutan hubungan dengan suatu teknologi digital. Menurut Nhu et al. (2019), indikator niat menggunakan mencakup tujuh aspek utama yang mencerminkan dimensi psikologis dan perilaku konsumen dalam berinteraksi dengan suatu produk atau layanan. 1) Emosi; 2) Kebiasaan; 3) Efektivitas yang dirasakan; 4) Perilaku kontrol yang dirasakan; 5) Nilai dan norma pribadi; 6) Kepercayaan; 7) Pengetahuan konsumen. Platform investasi menjadikan tiap individu dapat mulai berinvestasi dengan modal yang relatif kecil dengan mempelajari pola pasar dan mengasah strategi pengelolaan risiko.

Norma subjektif merupakan salah satu faktor determinan yang berperan signifikan dalam pembentukan niat individu untuk menggunakan platform investasi digital. Konsep ini merujuk pada persepsi individu terhadap tekanan sosial yang muncul dari harapan atau penilaian pihak-pihak yang dianggap penting dalam lingkungan sosialnya, seperti keluarga, teman, atau kolega kerja (Kumar et al., 2020). Pengaruh norma subjektif mencerminkan sejauh mana seseorang merasa perlu menyesuaikan perilaku dengan ekspektasi sosial yang berlaku, sebagai bentuk integrasi terhadap nilai-nilai kolektif yang mendominasi lingkungannya (Novrianda et al., 2012). Dalam kerangka Teori

Perilaku Terencana, norma subjektif menempati posisi sejajar dengan sikap dan persepsi kontrol perilaku sebagai prediktor utama dari niat untuk melakukan suatu tindakan (Liu et al., 2020). Orientasi terhadap harapan sosial mendorong individu untuk mengevaluasi dan menyesuaikan perilaku dengan standar yang dianggap sah secara sosial (Chang & Huang, 2020; Raut et al., 2021). Adopsi financial technology, norma subjektif terbukti memiliki peran krusial, baik dalam segmentasi konsumen umum maupun dalam kerangka keuangan berbasis syariah, yang secara kultural lebih lekat dengan nilai-nilai komunitas (Usman et al., 2020; Oladapo et al., 2022; Kirina, 2024). Menurut Al-Nahdi et al. (2015), norma subjektif dapat diukur menggunakan lima indikator yaitu, 1) Pasangan menggambarkan sejauh mana tekanan atau pendapat dari pasangan memengaruhi keputusan individu untuk bertindak; 2) Anak mengukur sejauh mana pendapat atau pandangan anak memengaruhi putusan untuk bertindak; 3) Orang tua berkaitan dengan sejauh mana dukungan dari orang tua memengaruhi untuk bertindak; 4) Teman menunjukkan pengaruh yang diberikan teman dalam mendukung atau menghambat tindakan; dan 5) Kelompok referensi merujuk pada harapan dari kelompok sosial yang dijadikan acuan dalam bertindak. Norma subjektif dapat dipandang sebagai faktor sosial-psikologis yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pengambilan keputusan individu (Mardikaningsih et al., 2022). Norma subjektif mempresentasikan keyakinan individu terhadap pengaruh lingkungan tentang suatu tindakan serta motivasi individu untuk mematuhi ekspektasi tersebut.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, niat untuk menggunakan platform investasi terbukti menjadi indikator utama perilaku aktual dalam konteks digital. Norma subjektif menempati posisi strategis dalam membentuk intensi perilaku, karena mencerminkan tekanan sosial dari lingkungan signifikan yang memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan layanan digital. Dengan demikian, studi mengenai pengaruh norma subjektif terhadap niat menggunakan platform investasi menjadi penting untuk memahami dinamika adopsi teknologi finansial secara lebih komprehensif dan kontekstual, khususnya peran norma subjektif dalam memengaruhi niat menggunakan platform investasi.

METODE PENELITIAN

Pendekatan studi literatur digunakan sebagai metode utama dalam penelitian ini untuk memperoleh pemahaman teoritis dan empiris yang mendalam terkait topik yang dikaji. Studi literatur dipahami sebagai suatu prosedur sistematis yang dirancang untuk mengumpulkan, meninjau, dan mensintesis hasil-hasil penelitian terdahulu guna menghasilkan kerangka konseptual yang kokoh (Tranfield et al., 2003). Proses ini bertujuan membentuk fondasi keilmuan yang solid guna mendorong perkembangan teori serta kemajuan pengetahuan yang relevan dengan isu yang diteliti (Webster & Watson, 2002). Integrasi antara temuan-temuan empiris dan kerangka teoretis dari berbagai sumber memungkinkan terbentuknya jawaban yang lebih komprehensif dan berdaya

jangkau luas dibandingkan hasil dari satu penelitian tunggal (Snyder, 2019). Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis terhadap berbagai publikasi ilmiah dari jurnal nasional dan internasional yang terindeks pada database bereputasi seperti Google Scholar, Scopus, dan repositori akademik lainnya (Mardikaningsih & Darmawan, 2013). Proses analisis dilakukan dengan cara mengidentifikasi temuan inti, mengevaluasi kesamaan pola temuan, serta menelaah perbedaan pendekatan metodologis yang digunakan dalam studi-studi terdahulu (Darmawan, 2015). Metode ini berfungsi sebagai alat untuk merumuskan sintesis konseptual dan empirik mengenai hubungan antara norma subjektif dan niat menggunakan platform investasi, serta mengidentifikasi potensi kontribusi praktis dalam bentuk implikasi kebijakan yang relevan dengan perkembangan teknologi finansial digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode yang digunakan, penelitian ini bermaksud untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menggambarkan temuan-temuan dari sepuluh penelitian sebelumnya yang mengkaji hubungan antara norma subjektif dan niat menggunakan platform investasi. Sepuluh penelitian terdahulu yang menjadi objek tinjauan mengenai keterkaitan norma subjektif dengan niat menggunakan platform investasi akan dipaparkan dalam uraian berikut ini.

1. Fatikha Lisya Kirina (2024)

Penelitian ini membahas faktor-faktor yang memengaruhi niat menggunakan platform investasi saham online, salah satunya adalah norma subjektif dengan menjadikan masyarakat Indonesia yang terbiasa menggunakan mobile apps dan telah mengetahui aplikasi saham online sebagai populasi. Jenis penelitian ini kuantitatif dengan metode survei keusioner terhadap total sampel 204 orang yang dipilih dengan purposive sampling. Hasil analisis menggunakan smartPLS diperoleh temuan bahwa variabel norma subjektif memiliki korelasi yang signifikan terhadap niat masyarakat dalam menggunakan aplikasi investasi saham online.

2. Muhammad Karisma Alam dan Muhammad Anis (2024)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh norma subjektif terhadap niat masyarakat berinvestasi emas digital di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan kuesioner yang disebarkan secara convenience sampling kepada 274 responden dari populasi seluruh masyarakat muslim di wilayah Jabodetabek. Model penelitian dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM-PLS). Hasil penelitian secara keseluruhan yaitu norma subjektif secara signifikan memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan niat Masyarakat. Hasil lain juga mengungkapkan bahwa hubungan antara persepsi kegunaan dan interest dimoderasi

oleh pengetahuan Yadan bi Yadin yang menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan maka semakin kritis dalam mengevaluasi kegunaan investasi dan menurunkan niat investasi.

3. Titin Nugraheni dan Arya Samudra Mahardhika (2023)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris niat investor generasi milenial dalam menggunakan aplikasi investasi Profits Anywhere dengan menggunakan Theory of Planned Behavior untuk menjelaskan dan menganalisis bagaimana perilaku terbentuk melalui faktor-faktor yang memengaruhi niat menggunakan, seperti norma subjektif pada populasi seluruh investor generasi milenial yang tahu aplikasi Profits Anywhere di Kota Kebumen. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan data primer sebagai sumber datanya dan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 140 responden. Seluruh data dianalisis menggunakan SEM-PLS dengan WarpPLS 8.0 sebagai alat uji. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.

4. Ni Made Janis Joplinitha dan Putu Riesty Masdiantini (2024)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat berinvestasi pada peer to peer lending Masyarakat Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Denpasar yang sudah bekerja. Sampel penelitian ini dipilih menggunakan metode non-probability dengan teknik purposive sampling sehingga didapatkan 111 responden. Analisis data digunakan dengan analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini diperoleh bahwasannya norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap niat berinvestasi peer to peer lending pada Masyarakat Kota Denpasar. Hal ini mengindikasikan semakin besar nilai sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku maka akan semakin meningkatkan niat berinvestasi peer to peer lending pada Masyarakat Kota Denpasar.

5. Leny Julika, Julina, dan Herlinda (2024)

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh norma subjektif dan sikap terhadap niat berinvestasi Sukuk pada Mahasiswa UIN Suska. Jenis data dalam penelitian ini ada dua yaitu primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UIN Suska. Penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan sebagai responden penelitian sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Metode analisis data adalah Kuantitatif dengan regresi linier berganda dan data dianalisis dengan

menggunakan program SPSS V.23. Temuan penelitian adalah sikap dan norma subjektif berpengaruh terhadap niat investasi Sukuk.

6. Clarita I Nainggolan dan Putu Wuri Handayani (2023)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji 10 faktor dari teori Technology Acceptance Model, Theory of Planned Behavior, dan United Theory of Acceptance and Use of Technology terhadap niat menggunakan platform investasi di Indonesia. Metode yang digunakan adalah mix method atau metode campuran, khususnya penelitian eksplanatif, yang menggunakan metode kuantitatif terlebih dahulu, kemudian diikuti oleh metode kualitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia. Data diambil melalui wawancara dan survei daring pada sampel penelitian yang berjumlah 1.074 yang dipilih secara random. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) dengan aplikasi IBM AMOS 26.0. Penelitian ini menemukan bahwa sikap, kemudahan penggunaan yang dirasakan, norma subjektif, dan kebanggaan nasional ditemukan sebagai prediktor signifikan dari niat menggunakan platform investasi daring di Indonesia. Hasil tidak signifikan ditunjukkan oleh kegunaan yang dirasakan, risiko yang dirasakan, kepercayaan yang dirasakan, privasi yang dirasakan, dan nilai harga.

7. Norhazimah Che Hassan, Aisyah Abdul Rahman, Siti Ngayesah Ab. Hamid, dan Syajarul Imna Mohd Amin (2024)

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor-faktor yang memprediksi niat investasi online dengan menggunakan populasi masyarakat seluruh Malaysia. Sebanyak 392 data dikumpulkan dari investor IUT di Malaysia secara purposive dan dianalisis menggunakan pemodelan persamaan struktural kuadrat terkecil parsial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki dampak tertinggi terhadap niat investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa penyedia investasi online harus memimpin dalam menarik nasabah melalui inisiatif pemasaran yang efektif dan terarah, terutama dengan meningkatkan efikasi diri dan kapabilitas nasabah.

8. I Gede Agus Pertama Yudiantara (2023)

Tujuan penelitian ini adalah untuk memprediksi dan menjelaskan niat perilaku dalam menggunakan aplikasi investasi di Kab. Buleleng dengan norma subjektif sebagai salah satu variabel bebas. Populasi penelitian adalah seluruh masyarakat di Buleleng. Data dikumpulkan melalui survei pick-up dengan metode purposive sampling dan snowball sampling terhadap 165 responden yang datanya diolah menggunakan PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif tidak memiliki pengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi investasi di Buleleng.

9. Efliani Enga Lika dan Kristyana Dananti (2022)

Tujuan dilakukan untuk mengetahui pengaruh teori perilaku terencana (sikap, norma subjektif, kendali perilaku yang dipersepsikan), toleransi risiko, dan literasi keuangan terhadap niat investasi pada peer to peer lending di Surakarta. Penelitian kuantitatif ini melibatkan 96 responden pekerja yang dipilih secara simple random sampling. Sumber data diperoleh dengan kuesioner dan dianalisis secara SPSS. Temuan penelitian bahwa sikap terhadap perilaku dan norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi, sedangkan kendali perilaku yang dipersepsikan, toleransi risiko, dan literasi keuangan tidak signifikan memberikan pengaruh terhadap niat investasi.

10. Arief Luqman Hakim, Afif Zaerofi, dan Rahmat Mulyana (2022)

Tujuan penelitian untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi penentu berinvestasi melalui financial technology securities crowdfunding menggunakan teori perilaku berencana. Sampel diambil secara acak kluster sebanyak 218 responden yang berasal dari Jabodetabek, Pulau Jawa, dan luar Pulau Jawa menggunakan kuesioner daring. Perolehan data dianalisis menggunakan SmartPLS 3.2.9 yang menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan secara signifikan mempengaruhi niat untuk investasi dalam Sukuk. Penelitian ini juga memperlihatkan variabel lain seperti pengetahuan, faktor agama dan risiko & pengembalian memiliki dampak signifikan positif terhadap sikap terhadap investasi sukuk. Temuan berbeda bahwa faktor kepatuhan syariah tidak berdampak signifikan terhadap sikap.

Tabel 1. Studi tentang Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Menggunakan

Peneliti	Lokasi	Fokus Penelitian	Temuan
Kirina (2024)	Indonesia	Faktor-faktor yang memengaruhi niat menggunakan platform investasi saham online	Norma subjektif memiliki korelasi yang signifikan terhadap niat masyarakat dalam menggunakan aplikasi investasi saham online
Alam dan Anis (2024)	Jabodetabek	Pengaruh norma subjektif terhadap niat masyarakat	Norma subjektif secara signifikan memengaruhi

		berinvestasi emas digital	persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan niat Masyarakat
Nugraheni dan Mahardhika (2023)	Kebumen	Niat investor generasi milenial dalam menggunakan aplikasi investasi Profits Anywhere dengan menggunakan Theory of Planned Behavior	Norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan
Joplinitha dan Masdiantini (2024)	Denpasar	Pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat berinvestasi pada peer to peer lending	Norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap niat berinvestasi peer to peer lending
Julika et al. (2024)	UIN Suska	Pengaruh norma subjektif dan sikap terhadap niat berinvestasi Sukuk pada Mahasiswa UIN Suska	Norma subjektif berpengaruh terhadap niat investasi Sukuk
Nainggolan dan Handayani (2023)	Indonesia	Faktor dari teori Technology Acceptance Model, Theory of Planned Behavior, dan United Theory of Acceptance and Use of Technology terhadap niat menggunakan platform investasi di Indonesia	Norma subjektif ditemukan sebagai prediktor signifikan dari niat menggunakan platform investasi daring

Hassan et al. (2024)	Malaysia	Faktor-faktor yang memprediksi niat investasi online	Norma subjektif memiliki dampak tertinggi terhadap niat investasi
Yudiantara (2023)	Buleleng	Niat perilaku dalam menggunakan aplikasi investasi di Kab. Buleleng	Norma subjektif tidak memiliki pengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan aplikasi investasi
Lika dan Dananti (2022)	Surakarta	Pengaruh teori perilaku terencana (sikap, norma subjektif, kendali perilaku yang dipersepsikan), toleransi risiko, dan literasi keuangan terhadap niat investasi pada peer to peer lending	Norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi
Hakim et al. (2022)	Jabodetabek, Pulau Jawa, dan luar Pulau Jawa	Faktor yang mempengaruhi penentu berinvestasi melalui financial technology securities crowdfunding menggunakan teori perilaku berencana	Norma subjektif secara signifikan mempengaruhi niat untuk investasi dalam Sukuk

Penelitian yang menjadikan norma subjektif sebagai variabel bebas dan niat menggunakan sebagai variabel terikat sangat banyak ditemukan, khususnya yang secara spesifik dalam lingkup aplikasi investasi. Penelitian-penelitian ini menggunakan berbagai metodologi, termasuk pemodelan persamaan struktural, regresi linier berganda, dan analisis kuadrat terkecil parsial, yang secara konsisten menunjukkan pentingnya norma subjektif dalam pengaruhnya terhadap niat menggunakan aplikasi investasi digital, seperti penelitian yang dilaksanakan oleh Alam dan Anis (2024); Kirina

(2024). Demikian juga, Hakim et al. (2022); Lika dan Dananti (2022); Nainggolan dan Handayani (2023); Hassan et al. (2024); Joplinitha dan Masdiantini (2024); Julika et al. (2024); yang juga mengungkap pengaruh positif dan signifikan norma subjektif terhadap niat menggunakan aplikasi investasi.

Mekipun terdapat banyak penelitian yang menyatakan atau menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari norma subjektif terhadap niat menggunakan platform investasi, terdapat juga penelitian yang mengungkap sebaliknya, seperti penelitian Nugraheni dan Mahardika (2023); Yudiantara (2023) yang menunjukkan norma subjektif tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi investasi. Terdapat faktor lingkungan yang mempengaruhi untuk timbul niat menggunakan dan tingkat persepsi individu terhadap pemahaman investasi dengan menggunakan aplikasi investasi (Nugraheni & Mahardika, 2023). Individu akan memiliki keinginan untuk menggunakan aplikasi investasi tertentu jika mereka telah menerima informasi yang mampu meyakinkan bahwa aplikasi investasi dapat memberikan keuntungan (Yudiantara, 2023). Pengetahuan keuangan yang memadai dan pendapatan stabil membantu individu lebih memahami risiko keuangan dan potensi keuntungan, ini meningkatkan kemungkinan seseorang untuk memilih investasi (Lindra & Darmawan, 2024). Fenomena ini dapat terjadi karena investasi juga sering kali dipandang sebagai Keputusan yang bersifat pribadi dan rasional.

Secara umum, norma subjektif mampu mempengaruhi niat investasi lebih tinggi melalui penggunaan platform investasi terutama ketika melihat perilaku serupa dari teman, keluarga, atau kelompok sosial mereka. Penelitian Alam dan Anis (2024), pada konteks investasi emas digital ditemukan pengetahuan agama (Yadan bi Yadin) sebagai moderasi yang dapat melemahkan niat, meski norma subjektif kuat. Orang yang memiliki pengetahuan agama cenderung lebih kritis terhadap manfaat instrumen investasi. Ini menunjukkan bahwa faktor budaya, demografi, dan jenis produk keuangan turut menentukan seberapa kuat norma subjektif memengaruhi niat investasi. Hasil temuan relevan dengan Theory of Planned Behavior (TPB) bahwa intensi seseorang dalam berperilaku dipengaruhi oleh sikap (attitude), norma subjektif atau tekanan sosial (subjective norms), persepsi control perilaku (perceived behavioural control) (Ajzen, 1991). Norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berinvestasi, menunjukkan bahwa ketika individu merasakan dukungan atau tekanan sosial dari lingkungan sekitarnya, niat mereka untuk berinvestasi meningkat (Yoopetch & Chaithanapat, 2021).

Hasil penelitian memberikan wawasan strategis bagi praktisi keuangan dan manajer investasi dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Perusahaan sekuritas dan platform investasi digital dapat memanfaatkan kekuatan pengaruh sosial dengan mengimplementasikan program yang memberikan dampak yang jelas kepada investor untuk mengajak keluarga dan teman-temannya berinvestasi, serta menciptakan komunitas investor yang dapat saling berbagi pengalaman dan edukasi. Lembaga keuangan perlu mengoptimalkan peran opinion leader dan influencer yang

baik dalam bidang keuangan untuk menyampaikan pesan-pesan positif tentang pentingnya investasi, sehingga kepercayaan Masyarakat dapat meningkat melalui testimoni dari investor sukses yang berasal dari berbagai latar belakang (Chen et al., 2015). Selain itu, manajer investasi dapat mengembangkan strategi komunikasi yang menekankan aspek sosial dan komunitas dalam berinvestasi, seperti menyelenggarakan seminar investasi bersama, workshop keuangan keluarga, dan program edukasi investasi di lingkungan kerja atau kampus, sehingga norma positif terhadap investasi dapat tersebar dalam jaringan sosial calon investor dan pada akhirnya meningkatkan minat investasi secara berkelanjutan (Darmawan et al., 2018; Hariani & Mardikaningsih, 2024). Ini tentunya menjadi tantangan bagi penyedia layanan aplikasi investasi saham online untuk semakin meningkatkan manfaat ekonomi yang bisa diperoleh masyarakat dan memberikan pemahaman kepada masyarakat sehingga niat masyarakat untuk berinvestasi saham online semakin meningkat (Kirina, 2024).

KE Simpulan

Berdasarkan hasil studi literatur yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa norma subjektif merupakan faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investor menggunakan platform investasi. Ketika keluarga, teman, atau kolega memberikan dukungan terhadap aktivitas investasi, hal ini menciptakan pertimbangan yang kuat untuk terlibat dalam kegiatan tersebut. Oleh karena hal tersebut, norma subjektif dapat memiliki pengaruh terhadap niat seseorang untuk menggunakan platform investasi. Berdasarkan hasil penelitian ini yang telah dipaparkan tersebut, manajer dan praktisi keuangan perlu mengadopsi strategi pemasaran berbasis komunitas dan pengaruh sosial. Strategi utama yang dapat diterapkan meliputi pengembangan program untuk memanfaatkan jaringan sosial investor, pembentukan komunitas investor untuk menciptakan lingkungan yang mendukung, serta kolaborasi dengan seseorang yang memang dirasa kredibel dalam penyampaian pesan positif tentang investasi.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Alam, M. K., & Anis, M. (2024). Pengaruh Norma Subjektif dan Pengetahuan Yadan bi Yadin terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Digital di Indonesia. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 15(7), 1-18.
- Alharbey, M., & Van-Hemmen, S. (2021). Investor Intention in Equity Crowdfunding. Does Trust Matter? *Journal of Risk and Financial Management*, 14(2), 53.

- Al-Nahdi, T. S., Habib, S. A., Bakar, A. H. A., Bahklah, M. S., Ghazzawi, O. H., & Al-Attas, H. A. (2015). The Effect of Attitude, Dimensions of Subjective Norm, and Perceived Behavior Control, on the Intention to Purchase Real Estate in Saudi Arabia. *International Journal of Marketing Studies*, 7(5), 120-131.
- Bayu, G. P., Mukhtar, S., & Sariwulan, T. (2024). Pengaruh Norma Subjektif dan Pengetahuan Investasi terhadap Keputusan Investasi melalui Minat Investasi sebagai Variabel Intervening. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(3), 253-258.
- Chang, C. C., & Huang, M. H. (2020). Antecedents Predicting Health Information Seeking: A Systematic Review and Meta-Analysis. *International Journal of Information Management*, 54, 102115.
- Che Hassan, N., Abdul-Rahman, A., Ab. Hamid, S. N., & Mohd Amin, S. I. (2024). What Factors Affecting Investment Decision? The Moderating Role of Fintech Self-Efficacy. *Plos one*, 19(4), e0299004.
- Chen, R., Delli, F. D., Isma, O. R., Darmawan, D., & Delinger, F. (2015). Consequences of Word of Mouth from the Perspective of WOM Senders. *Journal of Marketing Management*, 31(9), 1018-1039.
- Darmawan, D. (2015). *Metodelogi Penelitian*. Metromedia, Surabaya.
- Darmawan, D., Arifin, S., & Putra, A. R. (2018). *Teknik Komunikasi*. Metromedia, Surabaya.
- Fahriza, F., & Darmawan, D. (2025). The Effect of Waiting Time, Accesbility, Perception of Risk, Feeling Benefit on the Intention to Reuse Halodoc App. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 18(1), 37-47.
- Hardyansah, R., Darmawan, D., & Negara, D. S. (2025). Agreements in Online Loans and Consumer Legal Protection in Online Loan Services in Indonesia. *Jurnal Akta*, 12(2), 388-397.
- Hariani, M., & Mardikaningsih, R. (2024). Encouraging Employee Engagement in Sustainability Initiatives to Improve Organization Performance and Sustainable Achievement of Social Goals. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 6(3), 6-10.
- Hidayat, R. T., & Darmawan, D. (2025). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pengguna Pinjaman Online. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Nusantara*, 6(1), 114-133.
- Jeyaraj, A., Dwivedi, Y. K., & Venkatesh, V. (2023). Intention in Information Systems Adoption and Use: Current State and Research Directions. *International Journal of Information Management*, 73, 102680.
- Joplinitha, N. M. J., & Masdiantini, P. R. (2024). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Niat Berinvestasi Peer to Peer Lending pada Masyarakat Kota Denpasar. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(3), 61-72.

- Julika, L., Juliana, J., & Herlinda, H. (2024). Pengaruh Norma Subjektif dan Sikap terhadap Niat Berinvestasi Sukuk Pada Mahasiswa UIN Suska Tahun 2024. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(7), 12-20.
- Karundeng, M. L., Siagian, V., Hutabarat, F., & Pangaribuan, H. (2024). The Impact of Financial Literacy and Digital Awareness on Investment Intentions. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 5(1), 280-291.
- Kirina, F. L. (2024). Pengaruh Manfaat Ekonomi, Kemudahan Transaksi, Norma Subjektif dan Risiko Keuangan terhadap Tumbuhnya Niat Masyarakat dalam Berinvestasi Saham Online (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Kumar, J. A., Bervell, B., Annamalai, N., & Osman, S. (2020). Behavioral Intention to Use Mobile Learning: Evaluating the Role of Self-Efficacy, Subjective Norm, and Whatsapp Use Habit. *Ieee Access*, 8, 208058-208074.
- Li, Y., & Shang, H. (2020). Service Quality, Perceived Value, and Citizens' Continuous-Use Intention Regarding E-Government: Empirical Evidence from China. *Information & Management*, 57(3), 103197.
- Lika, E. E., & Dananti, K. (2022). Implementasi Theory of Planned Behavior, Risk Tolerance dan Financial Literacy terhadap Investment Intention pada Peer to Peer Lending di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(2), 88-96.
- Liu, M. T., Liu, Y., & Mo, Z. (2020). Moral Norm is the Key: An Extension of the Theory of Planned Behaviour (TPB) on Chinese Consumers' Green Purchase Intention. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(8), 1823-1841.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2023). Analysis of Financial Literacy and Risk Tolerance on Student Decisions to Invest. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 3(2), 7-12.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. *Metode Penelitian Kuantitatif*. IntiPresindo Pustaka, Bandung.
- Mardikaningsih, R., Lestari, U. P., Sinambela, E. A., & Masithoh, N. (2022). An Empirical Analysis of the Impact of E-Filing Utilization on Individual Taxpayers: The Role of Information Technology Readiness and Subjective Norms. *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 183-188.
- Nainggolan, C. I., & Handayani, P. W. (2023). Factors Affecting Individuals' Behavioral Intention to Use Online Capital Market Investment Platforms in Indonesia. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 18(1), 1-22.
- Negara, D. S., & Darmawan, D. (2023). Digital Empowerment: Ensuring Legal Protections for Online Arisan Engagement. *Bulletin of Science, Technology, and Society*, 2(2), 13-19.

- Nhu, N. T., Van My, D., & Thu, N. T. K. (2019). Determinants Affecting Green Purchase Intention: A Case of Vietnamese Consumers. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 22(2), 136-147.
- Nourallah, M., Uthman, P., Walther, T., & Nguyen, D. K. (2025). Financial Robo-Advisors: A Comprehensive Review and Future Directions. Available at SSRN, 1-37.
- Novrianda, D., Agustin, T., & Darmawan, D. (2012). Kontribusi Norma Subjektif dan Lingkungan Kerja untuk Mengembangkan Profesionalisme. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, 2(1), 47-58.
- Nugraheni, T., & Mahardhika, A. S. (2023). Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Investasi Digital pada Investor Milenial Melalui Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 213-220.
- Oladapo, I. A., Hamoudah, M. M., Alam, M. M., Olaopa, O. R., & Muda, R. (2022). Customers' Perceptions of Fintech Adaptability in the Islamic Banking Sector: Comparative Study on Malaysia and Saudi Arabia. *Journal of Modelling in Management*, 17(4), 1241-1261.
- Prajawati, M., Ainiyah, F., & Yuliana, I. (2023). Sikap Investasi dan Norma Subjektif terhadap Minat Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 35-51.
- Putri Linda, K. F., & Darmawan, D. (2024). Pengaruh Pendapatan dan Pengetahuan Keuangan terhadap Keputusan Investasi Syariah. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 16(2).
- Rachmah, S. (2017). Perilaku Investor dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).
- Raut, R. K., R. Kumar, & N. Das. (2021). Individual Investors' Intention towards SRI in India: An Implementation of the Theory of Reasoned Action. *Social Responsibility Journal*, 17(7), 877-896.
- Simonn, F. C. (2025). Past, Present, and Future Research Trajectories on Retail Investor Behaviour: A Composite Bibliometric Analysis and Literature Review. *International Journal of Financial Studies*, 13, 105.
- Snyder, H. (2019). Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14(3), 207-222.
- Ulfa, S. M., & Suarmanayasa, I. N. (2023). Pengaruh Norma Subjektif, Return, Risiko, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 156-164.

- Usman, O., Septianti, A., Susita, M., & Marsofiyati, M. (2020). The Effect of Computer Self-Efficacy and Subjective Norm on the Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Behavioural Intention to Use Technology. *Journal of Southeast Asian Research*, 11, 6662-6673.
- Webster, J., & Watson, R. T. (2002). Analyzing the Past to Prepare for the Future: Writing A Literature Review. *MIS quarterly*, 26(2), xiii-xxiii.
- Wulandini, W. P., & Wibowo, P. A. (2025). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku terhadap Minat Investasi Produk Deposito di Kalangan Mahasiswa Unisnu Jepara. *Nobel Management Review*, 6(1), 61-72.
- Yan, M., Filieri, R., & Gorton, M. (2021). Continuance Intention of Online Technologies: A Systematic Literature Review. *International Journal of Information Management*, 58, 102315.
- Yoopetch, C., & Chaithanapat, P. (2021). The Effect of Financial Attitude, Financial Behavior and Subjective Norm on Stock Investment Intention. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 42(3), 501-508.
- Yudantara, I. G. A. P. (2023). What Drives Behavioral Intention to Use Investment Applications? *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 6(6), 2521-2526.
- Zhu, R. R., He, C., & Hu, Y. J. (2023). The Effect of Product Recommendations on Online Investor Behaviors. *arXiv preprint arXiv:2303.14263*.