

Analisis Perbandingan Popularitas Platform Investasi Digital Menggunakan Google Trends

Desi Astuti

Universitas Borobudur, Jl. Raya Kalimalang No.1, RT.9/RW.4, Cipinang Melayu, Kec. Makasar, Kota Jakarta Timur,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta
desiastuti1996@gmail.com

Abstract

The rapid growth of digital investment platforms in Indonesia has intensified competition among platforms in attracting public attention. This study aims to analyze and compare the popularity of digital investment platforms in Indonesia using Google Trends. The research employed a descriptive quantitative method with a comparative approach. The data consisted of Google Trends search index values for five digital investment platforms, namely Stockbit, Bibit, Ajaib, Pluang, and Bareksa, covering the period from January 2021 to December 2025. Data were analyzed using descriptive statistics, including mean, maximum, minimum, and standard deviation, to compare the popularity of each platform. The results indicate that Stockbit recorded the highest average search interest (14.97), followed by Bibit (5.31), Ajaib (2.26), Pluang (0.54), and Bareksa (0.03). The findings reveal significant differences in search popularity among the analyzed digital investment platforms. This study concludes that Google Trends can be utilized as an effective analytical tool to identify and compare public interest in digital investment platforms based on internet search intensity.

Keywords: Google Trends, Digital Investment Platforms, Popularity, Investment, Descriptive Statistics

Abstrak

Perkembangan platform investasi digital di Indonesia mendorong meningkatnya persaingan antarplatform dalam menarik perhatian masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan tingkat popularitas platform investasi digital di Indonesia menggunakan Google Trends. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan komparatif. Data penelitian berupa indeks pencarian Google Trends terhadap lima platform investasi digital, yaitu Stockbit, Bibit, Ajaib, Pluang, dan Bareksa selama periode Januari 2021 hingga Desember 2025. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif melalui perhitungan nilai rata-rata (mean), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi untuk membandingkan tingkat popularitas masing-masing platform. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Stockbit memiliki tingkat popularitas tertinggi dengan nilai rata-rata sebesar 14,97, diikuti oleh Bibit sebesar 5,31, Ajaib sebesar 2,26, Pluang sebesar 0,54, dan Bareksa sebesar 0,03. Temuan penelitian menunjukkan adanya perbedaan tingkat popularitas pencarian di antara platform investasi digital yang diteliti. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Google Trends dapat dimanfaatkan sebagai alat analisis untuk mengidentifikasi dan membandingkan tingkat perhatian masyarakat terhadap platform investasi digital berdasarkan intensitas pencarian di internet.

Kata Kunci: Google Trends; Platform Investasi Digital; Popularitas; Investasi; Statistik Deskriptif

Copyright (c) 2026 Desi Astuti

✉ Corresponding author: Desi Astuti

Email Address: desiastuti1996@gmail.com (Jl. Raya Kalimalang No.1, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta)

Received 24 July 2026, Accepted 05 August 2026, Published 14 August 2026

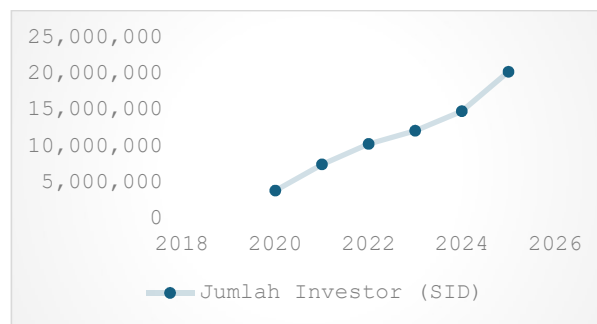
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas investasi. Teknologi berperan dalam mempermudah berbagai aktivitas manusia sehingga meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Perkembangannya juga telah mendorong transformasi pada sektor keuangan di Indonesia (Sari & Mukhlis, 2022). Transformasi digital mendorong munculnya berbagai platform investasi berbasis aplikasi yang memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi investasi secara cepat, aman, dan praktis (Rinjani et al., 2024). Melalui pemanfaatan internet dan perangkat seluler, masyarakat kini dapat berinvestasi pada berbagai

instrumen seperti saham, reksa dana, obligasi, maupun emas hanya melalui satu aplikasi (Firmansyah & Fathoni, 2025). Perkembangan inovasi teknologi bertujuan untuk mempermudah berbagai aktivitas individu sehingga dapat meningkatkan produktivitas dalam menjalankan berbagai kegiatan. Beragam kemudahan, manfaat, serta kelengkapan fitur yang ditawarkan pada setiap produk menjadi strategi untuk menarik lebih banyak pengguna (Nurdin et al., 2020). Kondisi tersebut menyebabkan persaingan antar platform investasi digital semakin ketat dalam menarik minat calon investor.

Dalam era globalisasi dan transformasi digital, perkembangan platform investasi digital serta meningkatnya penetrasi internet telah mempermudah masyarakat Indonesia untuk berpartisipasi dalam pasar modal (Putri et al., 2025). Berbagai instrumen investasi, seperti saham, obligasi, dan reksa dana, kini dapat diakses melalui aplikasi digital, sehingga memperluas kesempatan masyarakat untuk menjadi investor tanpa dibatasi oleh lokasi maupun latar belakang ekonomi (Auliah et al., 2023).

Survei APJII tahun 2025 menunjukkan bahwa penetrasi internet Indonesia kembali meningkat menjadi 80,66% atau setara dengan sekitar 229,43 juta pengguna internet. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital di Indonesia terus berkembang dan memberikan peluang yang semakin besar bagi pertumbuhan layanan keuangan digital, termasuk platform investasi (Nugraha, 2025).



Gambar 1. Grafik Jumlah Investor Single Investor Identification
sumber: KSEI (2025)

Berdasarkan data PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor pasar modal Indonesia terus mengalami peningkatan dalam lima tahun terakhir. Jumlah investor meningkat dari 3.880.753 SID pada tahun 2020 menjadi 20.324.542 SID pada tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan semakin tingginya minat masyarakat terhadap investasi, sehingga mendorong persaingan antar platform investasi digital dalam menarik perhatian dan kepercayaan calon investor (Heriyanto, 2025).

Salah satu pendekatan yang digunakan untuk mengukur tingkat perhatian masyarakat adalah melalui Google Trends. Google Trends merupakan layanan analisis yang disediakan Google untuk menampilkan tingkat popularitas suatu kata kunci berdasarkan volume pencarian dalam periode dan wilayah tertentu (Fauzan & Wijayanto, 2024). Data yang dihasilkan Google Trends dapat menggambarkan kecenderungan minat masyarakat terhadap suatu produk, jasa, maupun merek secara

real-time sehingga banyak dimanfaatkan dalam penelitian perilaku konsumen, pemasaran digital, hingga analisis ekonomi digital (Sumakul et al., 2025).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mulasih & Saefullah (2024) berjudul *Tren Pemasaran Digital: Analisis Perbandingan Platform Media Sosial Facebook Ads dan Google Ads* menunjukkan bahwa Google Ads lebih efektif menjangkau konsumen yang memiliki niat membeli, sedangkan Facebook Ads lebih unggul dalam meningkatkan brand awareness. Hasil penelitian menegaskan bahwa pemilihan platform digital harus disesuaikan dengan tujuan pemasaran.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Trilestari et al. (2025) berjudul *Pemanfaatan Google Trends untuk Menganalisis Pola Penggunaan Media Sosial di Indonesia* memanfaatkan data Google Trends untuk membandingkan popularitas Facebook, Instagram, dan TikTok di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Google Trends efektif digunakan untuk menganalisis tren pencarian dan perilaku digital masyarakat berdasarkan wilayah dan waktu.

Selanjutnya, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gulo et al. (2025) berjudul *Analisis Tren Perkembangan E-Commerce di Asia Tenggara Menggunakan Data Google Trends* menganalisis tren pencarian e-commerce di Asia Tenggara selama periode 2015–2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Google Trends mampu menggambarkan perkembangan minat masyarakat terhadap e-commerce dan dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan strategi bisnis digital.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, Google Trends telah banyak digunakan untuk menganalisis tren media sosial, pemasaran digital, dan e-commerce. Namun, penelitian yang membandingkan popularitas platform investasi digital di Indonesia menggunakan Google Trends masih terbatas, sehingga penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode analisis komparatif untuk membandingkan popularitas platform investasi digital di Indonesia menggunakan data Google Trends. Objek penelitian meliputi lima platform investasi digital, yaitu Bibit, Ajaib, Stockbit, Bareksa, dan Pluang. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari Google Trends dengan wilayah pencarian Indonesia, kategori Finance, jenis pencarian Web Search, dan periode penelitian Januari 2021–Desember 2025. Data dikumpulkan melalui metode dokumentasi dengan mengunduh indeks popularitas pencarian (search interest index) dalam format CSV. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan tren popularitas setiap platform serta analisis komparatif untuk membandingkan tingkat popularitas antarplatform. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel dan grafik, kemudian diinterpretasikan untuk memberikan gambaran mengenai perbandingan popularitas platform investasi digital di Indonesia.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui karakteristik tingkat popularitas masing-masing platform investasi digital berdasarkan indeks pencarian Google Trends selama periode 1 Januari 2021–31 Desember 2025. Indeks Google Trends berada pada rentang 0–100, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat pencarian yang lebih besar dibandingkan periode lainnya.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Indeks Google Trends

Platform	Mean	Standar Deviasi	Minimum	Maksimum
Stockbit	14,97	24,41	0	100
Bibit – Reksadana & Obligasi	5,31	4,63	0	17
Ajaib	2,26	8,02	0	45
Pluang	0,54	1,19	0	6
Bareksa – Super App Investasi	0,03	0,18	0	1

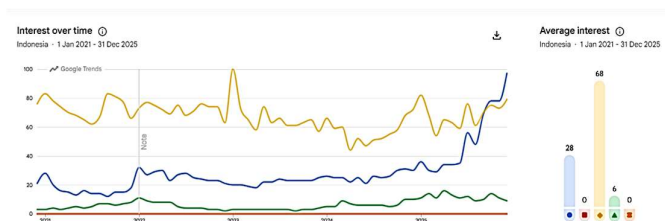
Sumber: Hasil olahan data Google Trends (2026).

Berdasarkan Tabel 1, Stockbit memiliki nilai rata-rata (mean) tertinggi sebesar 14,97, sehingga menjadi platform investasi digital dengan tingkat popularitas pencarian tertinggi selama periode penelitian. Selain memiliki nilai rata-rata tertinggi, Stockbit juga memperoleh nilai maksimum 100, yang menunjukkan bahwa platform ini pernah mencapai puncak popularitas pencarian pada salah satu periode pengamatan.

Platform Bibit – Reksadana & Obligasi berada pada posisi kedua dengan rata-rata indeks pencarian sebesar 5,31. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Bibit masih memperoleh perhatian masyarakat meskipun tingkat pencariannya berada di bawah Stockbit. Nilai maksimum Bibit mencapai 17, sedangkan standar deviasi sebesar 4,63 menunjukkan bahwa perubahan tingkat pencarian relatif lebih stabil dibandingkan Stockbit. Selanjutnya, Ajaib memperoleh rata-rata indeks pencarian sebesar 2,26 dengan nilai maksimum 45. Hal ini menunjukkan bahwa pada periode tertentu Ajaib mengalami lonjakan pencarian yang cukup tinggi, namun secara keseluruhan rata-rata pencariannya masih lebih rendah dibandingkan Stockbit dan Bibit.

Sementara itu, Pluang memiliki rata-rata indeks pencarian sebesar 0,54 dengan nilai maksimum 6, sedangkan Bareksa – Super App Investasi memperoleh rata-rata sebesar 0,03 dengan nilai maksimum 1. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat pencarian kedua platform relatif rendah selama periode penelitian.

Analisis Tren Popularitas Platform Investasi Digital



Gambar 2. Intererst Overtime

Analisis popularitas platform investasi digital dilakukan menggunakan data Google Trends dengan wilayah pencarian Indonesia dan periode 1 Januari 2021 hingga 31 Desember 2025. Objek penelitian meliputi lima platform investasi digital, yaitu Stockbit, Bibit, Ajaib, Bareksa, dan Pluang. Google Trends menyajikan indeks pencarian dalam skala 0–100, di mana nilai 100 menunjukkan tingkat pencarian tertinggi selama periode penelitian.

Berdasarkan Gambar 2, terlihat bahwa setiap platform memiliki pola perkembangan popularitas yang berbeda. Dari lima platform yang dianalisis, Ajaib memiliki tingkat popularitas rata-rata (average interest) tertinggi dengan nilai 68. Grafik menunjukkan bahwa selama periode 2021–2025, Ajaib mempertahankan tingkat pencarian yang relatif tinggi pada kisaran 60–80. Pada awal tahun 2023, Ajaib mencapai indeks pencarian maksimum sebesar 100, yang menunjukkan puncak perhatian masyarakat terhadap platform tersebut. Meskipun mengalami fluktuasi pada beberapa periode, Ajaib tetap menjadi platform dengan tingkat pencarian paling tinggi dibandingkan platform lainnya.

Platform Stockbit berada pada posisi kedua dengan average interest sebesar 28. Pada awal periode penelitian, tingkat pencarian Stockbit berada pada kisaran 15–30 dan cenderung stabil hingga pertengahan tahun 2024. Memasuki tahun 2025, terjadi peningkatan yang cukup signifikan, terutama pada semester kedua, hingga mencapai nilai tertinggi mendekati 100 pada akhir tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan adanya kenaikan perhatian masyarakat terhadap Stockbit pada akhir periode penelitian.

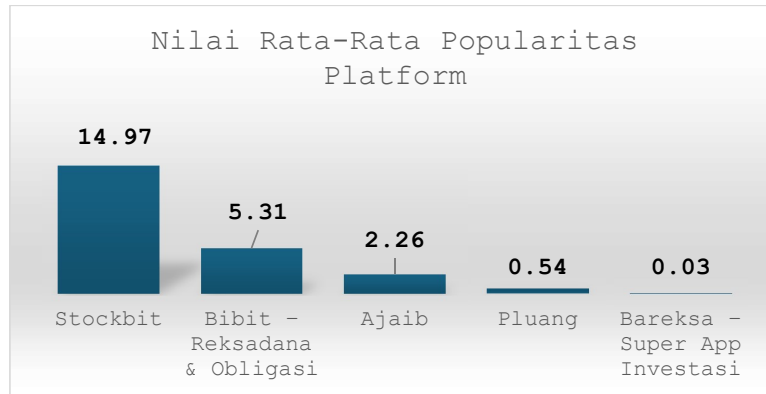
Selanjutnya, Pluang memperoleh average interest sebesar 6, yang menunjukkan bahwa tingkat pencarian terhadap platform ini relatif lebih rendah dibandingkan Ajaib dan Stockbit. Meskipun demikian, grafik memperlihatkan adanya kecenderungan peningkatan secara bertahap mulai tahun 2024 hingga 2025, walaupun peningkatannya tidak terlalu tajam.

Sementara itu, Bibit dan Bareksa memiliki average interest sebesar 0 berdasarkan data yang diperoleh dari Google Trends. Hal ini menunjukkan bahwa volume pencarian kedua platform tersebut sangat rendah atau tidak memenuhi ambang batas yang dapat ditampilkan Google Trends pada parameter pencarian yang digunakan. Oleh karena itu, grafik tidak memperlihatkan perubahan indeks pencarian yang signifikan selama periode penelitian.

Secara umum, hasil analisis menunjukkan bahwa Ajaib merupakan platform investasi digital dengan tingkat popularitas tertinggi berdasarkan data pencarian Google selama periode Januari 2021–Desember 2025, diikuti oleh Stockbit dan Pluang. Perbedaan tingkat popularitas antarplatform mengindikasikan adanya variasi perhatian masyarakat terhadap masing-masing platform investasi digital. Faktor-faktor seperti strategi pemasaran digital, inovasi layanan, fitur aplikasi, edukasi investasi, serta intensitas promosi dapat menjadi penyebab perbedaan tingkat pencarian tersebut. Namun demikian, penelitian ini hanya mengukur popularitas berdasarkan intensitas pencarian di Google, sehingga hasil yang diperoleh tidak dapat diartikan sebagai jumlah pengguna aktif atau jumlah investor pada masing-masing platform.

Perbandingan Popularitas Platform Investasi Digital

Untuk mengetahui platform yang paling banyak memperoleh perhatian masyarakat, dilakukan perbandingan berdasarkan nilai rata-rata indeks pencarian Google Trends.



Gambar 3. Nilai Rata-Rata Popularitas Platform
Sumber: Hasil olahan data Google Trends (2026).

Hasil perbandingan menunjukkan bahwa Stockbit merupakan platform investasi digital dengan tingkat popularitas tertinggi berdasarkan data Google Trends. Nilai rata-rata yang lebih tinggi dibandingkan platform lainnya mengindikasikan bahwa Stockbit lebih sering dicari oleh masyarakat melalui mesin pencari Google selama periode penelitian.

Bibit menempati posisi kedua dengan tingkat pencarian yang relatif lebih stabil. Walaupun rata-ratanya lebih rendah dibandingkan Stockbit, Bibit tetap menunjukkan tingkat perhatian masyarakat yang cukup konsisten sepanjang periode penelitian.

Ajaib berada pada posisi ketiga. Meskipun nilai rata-ratanya lebih rendah, platform ini memiliki nilai maksimum yang cukup tinggi (45), yang menunjukkan adanya lonjakan pencarian pada periode tertentu. Hal ini mengindikasikan bahwa perhatian masyarakat terhadap Ajaib bersifat fluktuatif.

Pluang dan Bareksa memiliki tingkat popularitas yang relatif rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa volume pencarian masyarakat terhadap kedua platform masih lebih kecil dibandingkan tiga platform lainnya.

Diskusi

Berdasarkan hasil analisis Google Trends selama periode Januari 2021 hingga Desember 2025, diketahui bahwa Stockbit merupakan platform investasi digital dengan tingkat popularitas tertinggi berdasarkan nilai rata-rata (mean) sebesar 14,97, diikuti oleh Bibit sebesar 5,31, Ajaib sebesar 2,26, Pluang sebesar 0,54, dan Bareksa sebesar 0,03. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perhatian masyarakat terhadap masing-masing platform investasi digital berbeda-beda berdasarkan intensitas pencarian di mesin pencari Google.

Temuan tersebut sesuai dengan konsep Google Trends yang menyatakan bahwa indeks pencarian dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur perhatian atau minat masyarakat terhadap suatu topik berdasarkan frekuensi pencarian pengguna internet. Semakin tinggi nilai indeks Google Trends maka semakin tinggi pula tingkat perhatian masyarakat terhadap suatu platform. Oleh karena itu,

tingginya nilai rata-rata pencarian Stockbit menunjukkan bahwa platform tersebut memperoleh perhatian masyarakat yang lebih besar dibandingkan platform investasi digital lainnya selama periode penelitian.

Hasil penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian Annisa D. et al. (2024) mengenai analisis sentimen aplikasi investasi yang menggunakan objek penelitian yang sama, yaitu Bibit, Ajaib, Pluang, Stockbit, dan Bareksa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa masing-masing platform memiliki persepsi pengguna yang berbeda berdasarkan ulasan di Google Play Store. Selain itu, penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kualitas sistem, kualitas layanan, kemudahan penggunaan (usability), dan kompleksitas aplikasi menjadi faktor yang memengaruhi persepsi pengguna terhadap aplikasi investasi.

Di sisi lain, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bibit memiliki tingkat popularitas pencarian yang lebih tinggi dibandingkan Ajaib. Temuan tersebut berbeda dengan penelitian Yosefanita et al. (2022) yang menyimpulkan bahwa Ajaib memberikan pengalaman pengguna (user experience) yang lebih baik dibandingkan Bibit berdasarkan metode UX Curve. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Ajaib memiliki peningkatan pengalaman pengguna yang lebih baik pada aspek general user experience, ease of use, utility, dan degree of usage, sedangkan Bibit cenderung menunjukkan pengalaman pengguna yang relatif stabil.

Perbedaan hasil tersebut dapat dipahami karena kedua penelitian mengukur aspek yang berbeda. Penelitian ini menggunakan Google Trends yang mengukur popularitas pencarian masyarakat terhadap suatu platform, sedangkan penelitian Yosefanita et al. (2022) mengukur pengalaman pengguna setelah menggunakan aplikasi investasi. Dengan demikian, platform yang memiliki pengalaman pengguna terbaik belum tentu menjadi platform yang paling banyak dicari di Google. Tingkat popularitas pencarian dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti promosi, kampanye pemasaran, pemberitaan di media, maupun meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap investasi digital.

Selain itu, rendahnya nilai rata-rata pencarian pada Pluang dan Bareksa tidak dapat diartikan bahwa kedua platform tersebut memiliki kualitas layanan yang rendah atau jumlah pengguna yang sedikit. Penelitian Annisa D. et al. (2024) menunjukkan bahwa kelima aplikasi investasi sama-sama memperoleh sentimen positif dari pengguna, meskipun masing-masing masih memiliki kekurangan pada aspek kualitas sistem dan layanan pelanggan. Oleh karena itu, perbedaan tingkat pencarian yang ditemukan dalam penelitian ini lebih menggambarkan tingkat perhatian masyarakat di internet daripada kualitas aplikasi secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat bahwa Google Trends dapat digunakan sebagai alat untuk membandingkan tingkat popularitas platform investasi digital berdasarkan perilaku pencarian masyarakat. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa analisis Google Trends akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif apabila dikombinasikan dengan penelitian mengenai pengalaman pengguna maupun analisis sentimen, sehingga dapat menjelaskan tidak hanya seberapa

besar perhatian masyarakat terhadap suatu platform, tetapi juga bagaimana persepsi pengguna terhadap kualitas aplikasi tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Stockbit merupakan platform investasi digital dengan tingkat popularitas tertinggi berdasarkan data Google Trends selama periode Januari 2021–Desember 2025, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 14,97, diikuti oleh Bibit (5,31), Ajaib (2,26), Pluang (0,54), dan Bareksa (0,03). Hasil ini menunjukkan adanya perbedaan tingkat popularitas pencarian di antara platform investasi digital yang diteliti. Selain itu, penelitian ini membuktikan bahwa Google Trends dapat dimanfaatkan sebagai alat analisis untuk membandingkan tingkat perhatian masyarakat terhadap platform investasi digital berdasarkan intensitas pencarian di internet, meskipun data yang dihasilkan hanya mencerminkan popularitas pencarian dan bukan jumlah pengguna atau kualitas layanan platform.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada institusi tempat penelitian dilaksanakan atas fasilitas dan dukungan yang diberikan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Annisa D., N. F., Alam, S., & Jamil, M. (2024). Analisis Sentimen Aplikasi Investasi. *Bulletin of Economic Studies (BEST)*, 4(2), 73–92. <https://doi.org/10.24252/best.v4i2.49416>
- Auliah, S., Vidiati, C., Selasi, D., & Pratama, G. (2023). Peran Tranformasi Digital Dalam Pengembangan Pasar Modal Syariah di Indonesia. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(12), 1020–1025. <https://doi.org/10.59188/JURNALSOSTECH.V3I12.1074>
- Fauzan, F. D., & Wijayanto, A. W. (2024). Peramalan Migrasi Masuk di Indonesia Menggunakan Data Google Trend. *Seminar Nasional Official Statistic 2024*.
- Firmansyah, M., & Fathoni, R. A. R. (2025). *Teori Analisis Investasi*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Gulo, F., Halawa, S., & Telaumbanua, A. N. (2025). Analisis Tren Perkembangan E-Commerce di Asia Tenggara Menggunakan Data Google Trends. *IDENTIK: Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik*, 2(1), 76–81.
- Heriyanto, M. (2025, December 30). Jumlah investor pasar modal RI capai 20,32 juta SID di akhir 2025 - ANTARA News. ANTARA. <https://www.antaranews.com/berita/5327392/jumlah-investor-pasar-modal-ri-capai-2032-juta-sid-di-akhir-2025>

- Mulasih, S., & Saefullah, A. (2024). Tren Pemasaran Digital: Analisis Perbandingan Platform Media Sosial Facebook Ads Dan Google Ads. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 3(1), 89–101. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v3i1.2768>
- Sari, S. N., & Mukhlis, I. (2022). MSME Development Strategy Through Financial Technology With Increasing Capital And The Number Of Consumers As Intervening Variables Strategi Pengembangan UMKM Melalui Financial Technology Dengan Peningkatan Modal Dan Jumlah Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 1846–1860. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nugraha, F. A. (2025). APJII catat tingkat penetrasi internet Indonesia capai 80,66 persen - ANTARA News. ANTARA. <https://www.antaranews.com/berita/5019229/apjii-catat-tingkat-penetrasi-internet-indonesia-capai-8066-persen>
- Nuridin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- Putri, M. Z., Wulandari, D., Aristawati, P. A., & Apridasari, E. (2025). Tantangan dan Peluang Pasar Modal Indonesia dalam Meningkatkan Minat Investasi di Era Digital. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 3546–3562. <https://doi.org/10.62710/ZMZME312>
- Rinjani, A. C., Darussalam, M. R., & Shavira. (2024). Investasi di Era Digital: Peluang dan Tanyangan di Pasar Modal. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2(12), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Sumakul, G. C., Senduk, A., Palandeng, I., Monde, A., Memah, E., & David, C. (2025). Penerapan Pemanfaatan Google Trends pada Perkembangan Produk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(6), 147–152. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Trilestari, L., Shovmayanti, N. A., Kurniawan, D., & Prakosa, A. (2025). Pemanfaatan Google Trends untuk Menganalisis Pola Penggunaan Media Sosial di Indonesia. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 3(1), 12–25.
- Yosefanita, G., Hanggara, B. T., & Rokhmawati, R. I. (2022). Analisis Perbandingan Pengalaman Penggunaan pada Aplikasi Investasi dengan Menggunakan UX Curve (Studi pada Bibit dan Ajaib). *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 9(7), 1589–1597. <https://doi.org/10.25126/jtiik.202296749>