

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

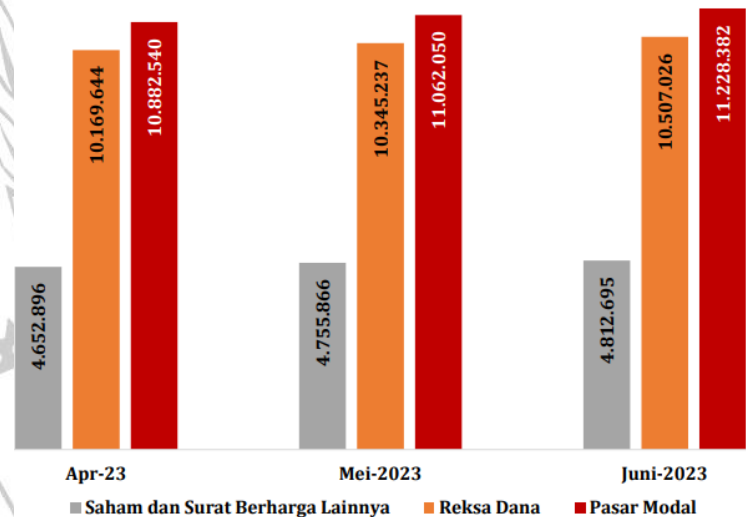
Saat ini ekonomi dan teknologi komunikasi telah mengalami perkembangan pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari segi kemudahan yang saat ini dapat dirasakan oleh masyarakat maupun perusahaan yang telah berdiri dan memanfaatkan fasilitas teknologi (Pajar, 2017). Salah satu kemudahan dengan adanya perkembangan teknologi adalah investasi saham di pasar modal yang dapat dilakukan dengan mudah, yaitu hanya dengan menggunakan perangkat yang dapat mengakses internet, seperti berinvestasi secara *online* yang dapat dilakukan hanya dengan mengakses website penyedia.

Investasi di pasar modal merupakan penanaman modal pada sebuah perusahaan dengan memberikan dana dan mendapatkan bukti berupa surat kepemilikan berupa portofolio dengan harapan mendapatkan keuntungan yang lebih dari jumlah dana yang diberikan. Beberapa contoh yang dapat diinvestasikan pada pasar modal adalah deposito, saham, obligasi dan reksa dana (Bagus dkk., 2014). Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam kesehariannya masyarakat tidak terlepas dari keinginan dan kebutuhan, sehingga dimungkinkan untuk menyisihkan beberapa bagian dari harta yang dimilikinya untuk memenuhi hal tersebut. Melalui investasi masyarakat tidak hanya menyimpan, akan tetapi juga akan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Kegiatan investasi bertujuan sederhana, yaitu untuk memperoleh keuntungan di masa yang akan datang (Maulida dkk., 2021).

Pasar modal dapat dikatakan sebagai tempat bagi berbagai pihak (khususnya perusahaan) untuk menjual saham (*stock*) dan obligasi (*bond*), dimana hasil penjualan tersebut akan digunakan sebagai tambahan dana atau untuk memperkuat modal perusahaan. Salah satu sekuritas yang

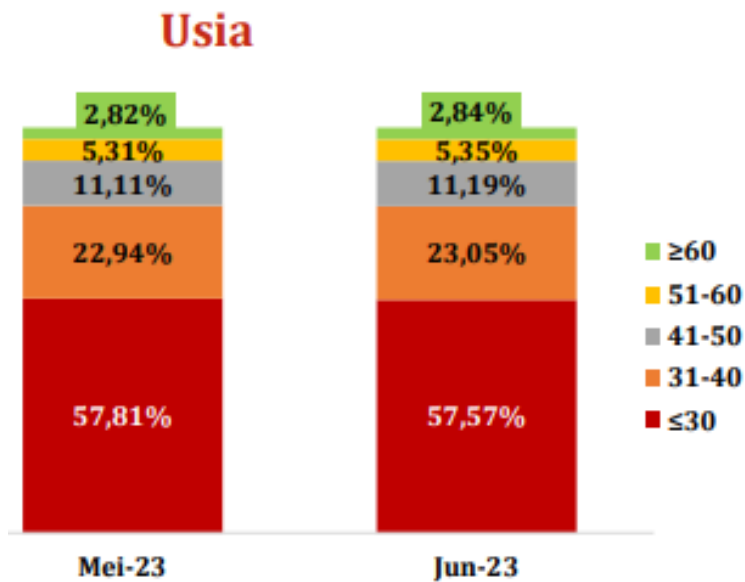
diperdagangkan di pasar modal adalah reksa dana. Reksa dana merupakan jalan keluar bagi para pemodal kecil yang memiliki keinginan untuk berpartisipasi dalam pasar modal dengan modal yang relatif kecil dan risiko yang minim (Masruroh, 2014).

Seiring dengan perkembangan teknologi, investasi reksa dana dapat diakses melalui aplikasi yang beragam pada telepon seluler, salah satunya adalah aplikasi Bibit.Id. Saat ini aplikasi Bibit sangat populer di Indonesia, dibandingkan dengan aplikasi reksa dana *online* yang lain seperti Bareksa, Tanamduit, One Mobile OCBC NISP, Ajaib aplikasi Bibit menduduki rating yang paling tinggi di Google Play dan App Store yaitu sebesar 52 ribu, selain itu platform ini telah digunakan oleh lebih dari 4 juta pengguna (Bibit, 2023). Melalui aplikasi Bibit.Id investor dapat memulai investasi dengan modal yang kecil dan dapat diatur sesuai dengan tujuan investasi, seperti dana pensiun, dana pendidikan, dana pernikahan dan tujuan investasi lainnya.



Gambar 1. 1 Jumlah Investor Reksadana

Sumber: Statistik Pasar Modal 2023 KSEI



Gambar 1. 2 Data Usia Investor

Sumber: Statistik Pasar Modal 2023 KSEI

Berdasarkan kedua data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah investor reksa dana terus mengalami peningkatan setiap tahunnya dan jumlah tersebut didominasi oleh kelompok usia kurang dari 27 tahun atau disebut sebagai Generasi Z. Dari jumlah tersebut masih dapat dikatakan relatif kecil apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk usia produktif di Indonesia yang saat ini berjumlah 274,20 juta jiwa. Tingginya angka peminat investasi saat ini berbanding terbalik dengan pemahaman dan pengetahuan tentang cara berinvestasi di pasar modal. Hal ini didukung dengan adanya kerugian yang diakibatkan oleh investasi bodong yang mencapai Rp 117,5 triliun dalam 10 tahun terakhir. Kepala Departemen Penyidik Sektor Jasa Keuangan OJK menyatakan bahwa sebagian masyarakat pengguna produk dan layanan keuangan masih belum memiliki pemahaman yang memadai akan produk dan layanan yang digunakan, sehingga dapat menimbulkan risiko potensi masyarakat menggunakan produk keuangan yang tidak sesuai dengan semestinya dan hal tersebut dimanfaatkan oleh pelaku kejahatan dengan target masyarakat yang minim literasi dengan melakukan modus penipuan dan penawaran investasi ilegal yang dapat menimbulkan kerugian (OJK, 2023).

Sebagian masyarakat Indonesia beranggapan bahwa investasi di pasar modal merupakan hal yang masih baru jika dibandingkan dengan negara lain. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah penduduk produktif Indonesia dengan jumlah 274,20 juta jiwa, sedangkan jumlah investor di pasar modal hanya sejumlah 10,31 juta, artinya keterlibatan penduduk Indonesia dalam berinvestasi kurang dari 5%, tertinggal jauh jika dibandingkan dengan Amerika Serikat dengan rasio 55%, Singapura 26% dan Malaysia mencapai 9% (Kompas, 2022). Selain keterlibatan berinvestasi, pengetahuan investasi masyarakat Indonesia hanya sebesar 38,03% yang artinya dari setiap 100 jiwa penduduk, yang memiliki pemahaman tentang pengetahuan investasi hanya sekitar 38 orang (Databooks, 2022). Pada kenyataannya pengetahuan investasi di pasar modal merupakan hal yang sangat diperlukan dan dipertimbangkan oleh seorang calon investor. Sebelum melakukan investasi, calon investor tentunya membutuhkan pengetahuan investasi sehingga dapat mengambil keputusan investasi yang baik. Dengan tingginya tingkat pengetahuan investasi dapat membuat calon investor lebih bijak dalam berinvestasi. Selain itu apabila seseorang ingin menjadi investor potensial, salah satu hal yang diperlukan adalah pemahaman dan pengetahuan mengenai pasar modal. Dengan berbekal pengetahuan dan pemahaman kemungkinan calon investor potensial akan dapat terhindar dari hal-hal yang merugikan, seperti praktik judi dan penipuan (Triana and Yudiantoro, 2022).

Perkembangan penggunaan media internet atau platform media sosial menjadi media komunikasi serta informasi semakin cepat. Saat ini media sosial tidak lagi asing bagi masyarakat khususnya generasi Z yang merupakan pengguna aktif media sosial mulai dari Whatsapp, Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, X, dan lain-lain. Statista (2021) menemukan bahwa pengguna media sosial terbanyak kedua adalah pengguna yang berusia 18-24 tahun atau dapat disebut dengan generasi Z. Perkembangan teknologi media sosial yang semakin pesat ini memudahkan para investor untuk memilih cara untuk menjalankan investasi yang mereka inginkan. Hal

ini dikarenakan banyaknya media yang memberikan informasi seputar bagaimana cara berinvestasi, langkah-langkah saat melakukan investasi dan memilih saham mana yang harus dibeli untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang maupun jangka pendek (Hanum dkk., 2021).

Perkembangan teknologi yang sangat pesat dan jumlah pengguna media sosial yang saat ini terbilang cukup banyak dapat memberikan peluang munculnya kehadiran *social media influencer*. Secara bahasa, *influencer* dapat diartikan sebagai sesuatu yang mempengaruhi keputusan seseorang. Seorang yang dapat dikatakan sebagai *influencer* tidak harus dari kalangan selebriti, melainkan dari kalangan masyarakat biasa jika memiliki pengikut yang cukup banyak dan apa yang disampaikan dapat mempengaruhi keputusan orang lain (Sugiharto and Ramadhana, 2018). Para *influencer* akan berbagi pengetahuan dan keahlian mereka di bidang tertentu, seperti mengenai *fashion*, hobi, kecantikan, *game*, *travelling*, teknologi dan juga investasi. Berbekal kemampuan dan kekuatan yang persuasif, *influencer* akan mampu mempengaruhi atau membuat pengikut mereka untuk melakukan sesuatu, mengubah cara pandang mereka hingga membeli barang yang diiklankan oleh *influencer*.

Keputusan berinvestasi dapat diperoleh dengan mendengarkan pengalaman investasi orang lain. Salah satunya adalah melalui beberapa *influencer* dalam bidang investasi. Kehadiran para *influencer* dapat memotivasi sekaligus menjadikan trend investasi di kalangan anak muda, salah satunya adalah mahasiswa. (SINDO, 2021). Berdasarkan data yang dimiliki oleh Pojok Bursa Efek Indonesia Universitas Muhammadiyah Malang, jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis yang mengikuti Pelatihan Pasar Modal (PPM) dengan jumlah paling banyak adalah mahasiswa akuntansi dengan jumlah 34 dibandingkan dengan jurusan Manajemen, yaitu sejumlah 25 mahasiswa dan jurusan Ekonomi Pembangunan sejumlah 14 mahasiswa. Investasi di pasar modal menjadi trend yang hangat di media sosial dengan menyebarkan info serta sekilas

gambar grafik yang menggambarkan perkembangan investasi yang mereka pantau hingga saat ini. Hal ini sejalan dengan *Theory Of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh tekanan sosial yang ada di lingkungannya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.

Secara keseluruhan investasi mengandung unsur ketidakpastian atau risiko. Oleh karena itu investor tidak dapat mengetahui dengan pasti hasil yang akan diperoleh dari investasi yang dilakukannya. Keadaan seperti ini dikatakan bahwa pemodal atau investor tersebut akan menghadapi risiko dalam investasi yang dilakukannya. Sebelum melakukan investasi, pemodal tidak dapat hanya mengandalkan tingkat keuntungan yang diharapkan, dikarenakan pemodal akan menghadapi kesempatan investasi yang berisiko, akan tetapi pemodal dapat memilih untuk melakukan investasi yang berisiko tinggi atau rendah. Pada dasarnya investor akan melakukan investasi jika investasi tersebut memberikan keuntungan sesuai dengan risiko yang ditanggungnya (Fahmi, 2015).

Beberapa penelitian mengenai minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal diantaranya dilakukan oleh Negara dan Febrianto (2020) yang menemukan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Variabel pengetahuan investasi juga diteliti oleh Pajar (2017) yang menggunakan pengaruh motivasi investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi mahasiswa memiliki hasil motivasi investasi dan pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Listyani, dkk (2019), yaitu pengaruh pengetahuan investasi, pengetahuan pasar modal, modal investasi minimal dan persepsi risiko terhadap minat investasi mahasiswa memiliki hasil pengetahuan investasi dan persepsi risiko tidak mempengaruhi minat investasi mahasiswa.

A. Rumusan Masalah

1. Apakah pengetahuan investasi mempengaruhi minat generasi Z berinvestasi di pasar modal?
2. Apakah *social media Influencer* mempengaruhi minat generasi Z berinvestasi di pasar modal?
3. Apakah persepsi risiko mempengaruhi minat generasi Z berinvestasi di pasar modal?

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat generasi Z berinvestasi di pasar modal.
2. Untuk menguji pengaruh *social media Influencer* terhadap minat generasi Z berinvestasi di pasar modal.
3. Untuk menguji pengaruh persepsi risiko terhadap minat generasi Z berinvestasi di pasar modal.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi literatur Akuntansi, khususnya mengenai pengaruh pengetahuan investasi, *social media influencer* dan persepsi risiko terhadap minat investasi generasi Z di pasar modal.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam hal memberikan tambahan pengetahuan dan dapat digunakan sebagai pertimbangan atau masukan bagi generasi Z dalam minat sebelum memutuskan berinvestasi di pasar modal.