

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini nantinya akan menjadi acuan atau perbandingan sebagai landasan penelitian yang akan dilaksanakan. Selain itu juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan referensi pada penelitian saat ini :

Tabel 2,1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun/ Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Upadana dan Herawati, 2020 Pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Literasi keuangan</li> <li>• Perilaku keuangan</li> <li>• Keputusan investasi</li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> <li>2. Perilaku Keuangan berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi mahasiswa</li> </ol>
2	Ferdinand dan Purwanto, 2021 Keputusan investasi saham pada mahasiswa fakultas ekonomi bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Financial literacy</i></li> <li>• <i>Overconfidence</i></li> <li>• <i>Herding</i></li> <li>• Keputusan investasi</li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial literacy</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> <li>2. <i>Overconfidence</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> <li>3. <i>Herding</i> berpengaruh</li> </ol>

No	Nama Peneliti, Tahun/ Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian positif terhadap Keputusan Investasi
3	Novitasari dan Sulistyowati, (2023)  <i>Influence of financial literacy and financial technology to investment decision student at University of Bhayangkara Jakarta Raya</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Financial literacy</i></li> <li>• <i>Financial technology</i></li> <li>• Keputusan investasi</li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial literacy</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> <li>2. <i>Financial technology</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> </ol>
4	Fadila <i>et al.</i> , (2022)  Pengaruh literasi keuangan, <i>financial technology</i> , persepsi resiko dan <i>locus of control</i> terhadap keputusan investasi pengusaha muda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Financial literacy</i></li> <li>• <i>Financial technology</i></li> <li>• Persepsi resiko</li> <li>• <i>Locus of control</i></li> <li>• Keputusan investasi</li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial literacy</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> <li>2. <i>Financial technology</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> <li>3. Persepsi resiko berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> <li>4. <i>Locus of control</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> </ol>
5	Restianti <i>et al.</i> , (2022)  Pengaruh financial behavior, financial literacy, <i>financial</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Financial behaviour</i></li> <li>• <i>Financial literacy</i></li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial behavior</i></li> </ol>

No	Nama Peneliti, Tahun/ Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>technology</i> terhadap keputusan investasi gen Z	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Financial technology</i></li> <li>• Keputusan investasi</li> </ul>	<p>berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. <i>Financial literacy</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> <li>3. <i>Financial technology</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> </ol>
6	Panji dan Wafiroh  Analisis pengaruh literasi keuangan dan sosial media edukasi saham terhadap keputusan investasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Financial literacy</i></li> <li>• <i>Social Media</i></li> <li>• Keputusan investasi</li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Financial Literacy</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> <li>2. <i>Social media</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> </ol>
7	Maharani dan Hidayah, (2021)  Peran sosial media dalam pengambilan keputusan investasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Social Media</i></li> <li>• Keputusan investasi</li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Social media</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> </ol>
8	Widyastuti dan Seno, (2020)  Faktor faktor yang mempengaruhi keputusan investasi pada generasi Millennial di Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Social Media</i></li> <li>• <i>Risk perception</i></li> <li>• <i>Financial literacy</i></li> <li>• Keputusan investasi</li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Social media</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> <li>2. <i>Risk Perception</i> berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi</li> <li>3. <i>Financial Literacy</i></li> </ol>

No	Nama Peneliti, Tahun/ Topik Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			berpengaruh positif terhadap Keputusan Investasi

Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian -penelitian terdahulu ialah variabel dependennya yang sama-sama membahas mengenai keputusan investasi. Sedangkan untuk perbedaannya terletak pada objek penelitian dan variabel dependen yang digunakan, terdapat beberapa penelitian memiliki kesimpulan hasil penelitian yang berbeda.

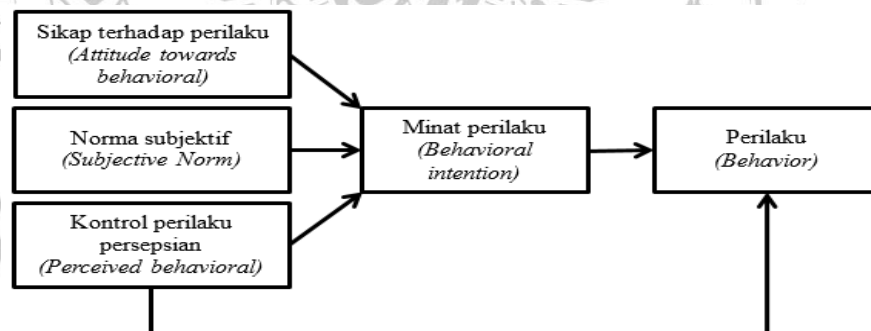
## B. Landasan Teori

### 1. *Theory of Planned Behaviour*

Penelitian ini akan dilakukan dengan didasarkan pada berbagai teori dan pendapat dari beberapa ahli yang mana akan berkaitan dengan variabel yang akan diteliti. Adapun teorinya digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

#### *Theory of Planned Behaviour*



Sumber: Data diolah

Teori Tindakan Berencana atau *Theory of Planned Behaviour* yaitu sebuah teori mengenai bagaimana seseorang dalam melakukan perilaku dipengaruhi oleh minat. Dalam hal ini seseorang melakukan perilaku seperti halnya melakukan keputusan investasi, terdapat variabel yang mendahului yaitu minat (intensi) dan sebuah minat dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Penelitian yang diungkapkan oleh Triwijayati &

Koesworo (2006) seseorang yang memiliki minat berinvestasi maka kemungkinan besar dia akan melakukan tindakan- tindakan yang dapat mencapai keinginan mereka untuk berinvestasi, seperti mengikuti seminar dan pelatihan investasi, mengikuti kelompok belajar, menerima dengan baik penawaran investasi, dan pada akhirnya melakukan investasi.

Hubungan teori diatas dengan variabel-variabel didalam penelitian ini yaitu bahwa dalam melakukan sesuatu tentunya segala sesuatu yang akan dilakukan diawali dengan adanya minat serta niat, begitunya dengan keinginan untuk memulai menanamkan kelebihan dana yang dimiliki untuk diinvestasikan. Tentunya untuk memulai didasari dengan adanya minat serta keyakinan. Apabila seseorang didalam dirinya sudah terdapat minat dan keyakinan untuk berinvestasi maka aktivitas investasi tersebut akan dilakukan. Faktor – faktor yang berpengaruh terhadap minat seseorang untuk melakukan investasi tersebut diantaranya yaitu tingkat *financial literacy* seseorang, kemajuan teknologi keuangan yang ada dan juga adanya sosial media yang beredar.

Semakin baik tingkat literasi seseorang maka semakin tinggi pula minatnya untuk mengelola keuangannya dengan baik, terutama untuk jangka panjang, sehingga keputusannya untuk berinvestasi makin tinggi. Dengan adanya kemajuan teknologi keuangan yang ada saat ini memudahkan seseorang dalam melakukan transaksi terutama dalam berinvestasi, oleh karena itu semakin tinggi pula minat seseorang untuk melakukan keputusan investasi. Maraknya penggunaan *social media* yang ada saat ini membuat informasi maupun pengetahuan mengenai informasi tersebar dengan mudah, return yang ditawarkan dari berinvestasi juga dinilai tinggi.

Adanya pengaruh informasi-informasi yang beredar di *social media* tersebut menarik minat seseorang untuk melakukan keputusan investasi. Adapun Theory of Planned Behaviour yang digunakan yaitu Perceived Behavioural Control (Kontrol Perilaku), karena penelitian ini ingin melihat apakah terdapat pengaruh antara *financial literacy*, *financial technology*, serta *social media* terhadap keputusan investasi.

## 2. Keputusan Investasi

### a. Definisi Keputusan Investasi

Pada dasarnya setiap investor ingin mendapatkan keuntungan yang besar namun kenyataannya, tidak ada yang bisa memastikan setiap investor akan mendapatkan keuntungan sesuai apa yang diharapkan. Apabila seorang investor melakukan pengambilan keputusan investasi yang tepat maka mereka akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan apa yang diharapkan. Pengambilan keputusan dalam berinvestasi adalah suatu proses dalam menyimpulkan suatu permasalahan dan mencari pilihan investasi yang tepat menurut dirinya (Putri & Hamidi, 2019). Pengambilan keputusan sangat penting dalam menentukan keberhasilan dari seorang investor.

Dalam keputusan investasi terdapat 5 tahap yang harus diketahui oleh investor sebelum mengambil keputusan (Tandelilin, 2010), diantaranya menentukan maksud berinvestasi, menentukan program investasi, memilih perencanaan portofolio, memilih aset serta mengukur dan mengevaluasi kinerja portofolio. Menurut Harahap et al (2016) dalam mengambil keputusan investasi, investor memiliki 2 perilaku, yaitu rasional serta irasional.

Perilaku rasional merupakan perilaku seorang yang berpikir bersumber pada ide sehat bersumber pada analisa data yang diperoleh, sebaliknya perilaku irasional merupakan perilaku berpikir seorang yang tidak didasari ide sehat serta bersumber pada prediksi masa depan. Karakteristik yang dimiliki oleh generasi milenial dimana perasaan marah, kecemasan dan ketakutan akan suatu hal dapat berpengaruh terhadap cara pandang dalam pengambilan keputusan dalam sebuah instrument investasi (Violeta & Linawati, 2019). Oleh sebab itu, generasi milenial sangat mudah terpengaruh oleh banyak hal dikarenakan banyaknya informasi yang diterima, apabila mereka tidak bisa mengatur psikologinya, maka semakin besar pula potensi untuk melakukan keputusan yang bersifat irasional yang mana hanya akan merugikan diri mereka sendiri.

## b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi

Menurut Tandelilin (2010) ada beberapa alasan mengapa seseorang melakukan investasi, diantaranya adalah:

- 1) Untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak di masa mendatang. Seseorang yang bijaksana akan berpikir bagaimana meningkatkan taraf hidupnya dari waktu ke waktu atau setidaknya berusaha bagaimana mempertahankan tingkat pendapatannya sekarang agar tidak berkurang di masa yang akan datang
- 2) Mengurangi tekanan inflasi. Dengan melakukan investasi dalam pemilikan perusahaan atau objek lain, seseorang dapat menghindarkan diri dari risiko penurunan nilai kekayaan atau hak miliknya akibat adanya pengaruh inflasi.
- 3) Dorongan untuk menghemat pajak. Beberapa negara di dunia banyak melakukan kebijakan yang bersifat mendorong tumbuhnya investasi di masyarakat melalui pemberian fasilitas perpajakan kepada masyarakat yang melakukan investasi pada bidang-bidang tertentu.
- 4) Selain kebutuhan akan masa depan, seseorang melakukan investasi dikarenakan banyaknya ketidak pastian atau hal-hal lain yang tidak terduga dalam hidup ini, contohnya keterbatasan dana dan kondisi kesehatan datangnya musibah secara tiba-tiba. Tandelilin (2010) menyebutkan konsep investasi, “proses keputusan investasi merupakan proses yang berkesinambungan (*going process*)”.

## c. Dimensi Keputusan Investasi

Dalam keputusan investasi terdapat beberapa dimensi untuk dapat menilai keputusan investasi dari beberapa aspek. Berikut merupakan dimensi dari keputusan investasi menurut Putri dan Hamidi, (2019) :

- 1) *Return* / Potensi Keuntungan

Dimensi ini melibatkan penilaian terhadap potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari investasi. Hal ini meliputi pertumbuhan nilai investasi, pendapatan dividen atau bunga, dan peluang untuk menjual investasi dengan harga yang lebih tinggi di masa depan.

2) Risiko

Investasi tidak selalu bebas risiko, dan risiko adalah dimensi penting yang harus dipertimbangkan. Risiko dapat berkaitan dengan fluktuasi harga, volatilitas pasar, kegagalan perusahaan, atau risiko sistemik yang terkait dengan kondisi ekonomi secara keseluruhan.

3) Waktu

Waktu adalah dimensi penting dalam investasi. Hal ini melibatkan pertimbangan terhadap jangka waktu investasi, baik jangka pendek, menengah, atau jangka panjang. Keputusan investasi juga dapat dipengaruhi oleh sifat investasi jangka pendek yang cenderung lebih fluktuatif atau investasi jangka panjang yang memberikan kesempatan untuk pertumbuhan nilai.

### 3. *Financial Literacy*

a. Definisi *Financial Literacy*

Setiap investasi membutuhkan keputusan yang tepat karena keputusan ini akan mempengaruhi hasil investasi dimasa yang akan datang. Keputusan investasi yang diambil dapat berasal dari keputusan yang rasional dan irasional. Hasil keputusan investasi ini dipengaruhi oleh pengetahuan atau *financial literacy* seseorang. Apabila investor memiliki *financial literacy* yang baik cenderung akan bersikap rasional dan memiliki kendali yang baik dalam memilih produk investasi dibandingkan seseorang yang tidak memiliki *financial literacy* cenderung keputusan investasi yang diambil bersifat irasional dan terkadang ikut-ikutan sehingga rentan terkena penipuan yang mengatasnamakan investasi.

Hasil laporan OCBC NISP Financial Fitness Index, pada tahun 2021 diperoleh tingkat *financial literacy* generasi muda Indonesia berada di level 37,72 dari total score 100. Nilai ini lebih rendah dibanding dengan negara Singapura yang pada tahun lalu tercatat di level 61. Hal ini terjadi akibat pengetahuan dan pemahaman para generasi muda yang masih tidak tepat dan minim terkait bagaimana mengelola keuangan yang baik. Pemberitaan media



juga menunjukkan fenomena ikutan tren investasi saham dipasar modal, namun masih menggunakan uang hasil utang, atau nekat terjun menggunakan uang kuliah dan sebagainya.

Pengetahuan keuangan merupakan hal yang mutlak diperlukan setiap individu agar dapat menggunakan alat dan produk keuangan secara optimal dan maksimal agar dapat memutuskan suatu hal dengan tepat untuk kesejahteraannya. Peraturan OJK Nomor 76 Tahun 2016 mendefinisikan bahwa *financial literacy* adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mengarahkan orang untuk berperilaku sebaik mungkin dalam rangka peningkatan kualitas individu dalam penentuan keputusan dan pengelolaan keuangan guna tercapainya tujuan.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan *financial literacy* dalam bentuk literasi investasi. Dimana dalam literasi investasi ini, peneliti bertujuan untuk meneliti sejauh mana seseorang mampu untuk memahami tentang investasi.

#### b. Tujuan *Financial Literacy*

Menurut (OJK, 2017) *financial literacy* bertujuan untuk:

- 1) Meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan individu
- 2) Perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan Konsumen dan/atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan.

#### c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi *Financial Literacy*

Menurut penelitian Gunartin et al (2019) faktor-faktor yang mempengaruhi *financial literacy* yaitu:

- 1) Usia, dimana semakin dewasa tingkat usianya, semakin bijak dalam mengelola keuangan pribadinya.

- 2) Tingkat Pendapatan, dimana tingkat pendapatan yang tinggi butuh perhatian lebih dalam pendaayagunaanya agar tidak mudah terbawa arus konsumtif.
- 3) Tingkat Pendidikan, tingkat pendidikan yang lebih tinggi dengan bekal ilmu pengetahuan yang cukup, memiliki literasi yang lebih baik.
- 4) Status Pekerjaan, tingkat pekerjaan pada seseorang tentunya dapat mempengaruhi pola pikir dan juga tindakan yang dilakukannya. Dengan begitu tingkat literasi juga dapat dipengaruhi oleh pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang.

d. Dimensi *Financial Literacy*

Dimensi *financial literacy* merujuk pada berbagai aspek yang dapat digunakan untuk mengukur pemahaman dan pengetahuan seseorang tentang keuangan pribadi dan konsep terkait. Berikut ini adalah beberapa dimensi dalam penelitian dan pengukuran *financial literacy* menurut Utami and Sitanggang, (2021) :

- 1) *Behaviour*  
Dalam hal ini, perilaku seseorang berhubungan dengan usaha dan tujuannya dalam melakukan investasi
- 2) *Skill*  
Kemampuan seseorang dalam memahami manfaat dan melakukan perhitungan sederhana untuk melakukan investasi.
- 3) *Knowledge*  
Seberapa jauh pemahaman dalam memilih serta menentukan produk investasi serta peneraahuan dalam melakukan investasi terkait dengan keuntungan dan kerugian melakukan investasi
- 4) *Attitude*  
Sebuah tindakan yang ditunjukkan seseorang dalam melakukan investasi.

#### 4. *Financial Technology* / Teknologi Keuangan

##### a. Definisi *Financial Technology*

Chrismastianto (2017) mendefinisikan *Financial Technology* (FinTech) sebagai salah satu inovasi di bidang finansial yang mengacu pada teknologi modern. Sistem transaksi keuangan yang dibangun dalam FinTech cenderung spesifik dan memiliki mekanisme khusus serta diawasi Otoritas Jasa Keuangan. Penggunaan FinTech semakin meningkat setiap tahunnya karena memberikan berbagai kemudahan. Tidak hanya untuk bisnis, FinTech dapat mendukung berbagai transaksi keuangan pribadi, seperti transfer dana, pembayaran, hingga peminjaman dana.

Produk FinTech biasanya berupa suatu sistem yang dirancang untuk menjalankan mekanisme transaksi keuangan yang spesifik (Pratiwi et al., 2022). Saat ini semua orang bisa menginvestasikan uangnya ke dalam bentuk reksadana, saham, deposito, emas, hingga menjadi pendana di peer to peer lending secara digital. Semua proses investasi tersebut dilakukan dan dikontrol oleh seluruh pihak yang terlibat dengan hanya berbekal smartphone dan internet. Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan internet, transaksi pasar modal kini semakin banyak digemari oleh investor dengan fasilitas *online trading* yang diberikan oleh perusahaan sekuritas atau broker.

Adanya teknologi ini dapat mempermudah seseorang melakukan transaksi investasi secara cepat dan dapat dilakukan dimana saja asal ada saluran telepon dan sambungan internet (Darmadji & Fakhrudin, 2001). Dengan adanya online trading ini, setiap transaksi investasi bisa dieksekusi dalam hitungan detik hingga menit. Beberapa aplikasi trading terpercaya OJK dan populer di Indonesia diantaranya, Ajaib, Bibit, Indodax, IPOT, dan masih banyak yang lainnya.

##### b. Tujuan *Financial Technology*

Menurut penelitian Pratiwi et al (2022) menyebutkan Fintech bertujuan untuk mengurangi biaya infrastruktur lembaga keuangan dan tidak perlu

memiliki jaringan cabang atau kantor atau karyawan dalam jumlah yang banyak untuk melayani pelanggan pada semua jenis perusahaan. Selain itu Fintech juga membantu, memaksimalkan penggunaan teknologi, untuk mengubah, mempertajam atau mempercepat berbagai aspek pelayanan keuangan yang berbasis digital.

c. Faktor – Faktor Yang Menjadi Penggerak *Financial Technology*

Ada dua faktor utama yang menjadi penggerak terjadinya evolusi dalam inovasi teknologi keuangan, yaitu (de Haan et al 2015)

- 1) Faktor yang bersumber dari sisi permintaan (*demand side*) :
  - a) Pertama, pergeseran preferensi konsumen yang mempengaruhi permintaan (*demand*) konsumen terhadap inovasi.
  - b) Kedua, evolusi teknologi. Inovasi teknologi dalam layanan keuangan berkembang dengan pesat dan dengan cara-cara baru serta memanfaatkan model-model bisnis yang berbeda.
- 2) Faktor penggerak dari sisi penawaran (*supply side*) adalah perubahan regulasi keuangan dan struktur pasar, terutama paska krisis keuangan global 2008/2009. Perubahan tersebut ditujukan untuk mereduksi risiko terjadinya krisis di masa yang akan datang.

d. Dimensi *Financial Technology*

Dalam konteks teknologi keuangan atau *Financial Technology* (Fintech), terdapat beberapa dimensi variabel yang relevan. Berikut adalah beberapa dimensi dalam konteks Fintech (Safira *et al.*, 2020)

- 1) *Perceived Ease of Use (PEU)*  
Perceived Ease of Use atau persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha.
- 2) *Perceived Usefulness (PU)*  
Perceived Usefulness atau persepsi kegunaan mengacu pada tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

3) *Attitude Toward Using*

*Attitude Toward Using* atau sikap terhadap penggunaan mengacu pada perasaan positif atau negatif individu dalam menggunakan teknologi

4) *Subjective Norms*

*Subjective norms* adalah persepsi seseorang terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya mengenai apa yang dilakukan atau tidak dilakukannya dalam menggunakan teknologi.

5) *Trust*

*Trust* adalah harapan yang dipilih oleh orang lain untuk percaya tidak akan berperilaku oportunistik

6) *Perceived Risk*

*Perceived Risk* adalah risiko yang dirasakan sebagai semacam kerugian subyektif yang diharapkan atau kemungkinan kerugian yang didapatkan saat mengejar hasil yang diinginkan.

## 5. *Social Media*

### a. Definisi *Social Media*

Berdasarkan Data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) tahun 2022 peningkatan investor pada tahun 2022 didominasi oleh investor milenial atau investor yang berusia di bawah 30 tahun sebesar 60,18%. Dominasi peningkatan jumlah investor oleh investor milenial umumnya didukung dengan kepekaan generasi milenial terhadap kepekaan teknologi. Dengan kemajuan teknologi yang ada, segala hal dapat diperoleh dengan mudah, salah satu platform yang saat ini digunakan oleh hampir semua orang yaitu *social media*. Selain komunikasi, banyak sekali aktivitas yang dapat dilakukan melalui sosial media. *Social media* juga menyediakan edukasi dan juga tata cara dalam melakukan investasi.

Menurut Cahyono (2016) *social media* adalah sebuah wadah yang berisikan media online, dengan pengguna dari berbagai tempat dan dapat

dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, forum sosial, wiki, dan dunia virtual. Dalam hal investasi zaman sekarang ini sudah banyak *social media* yang membahas seputar investasi, contohnya adalah *social media* Instagram, Whatsapp Group, Telegram Group dan lain sebagainya. Dari berbagai *social media* yang ada kita bisa mendapat edukasi dan juga berbagi informasi seputar pengetahuan mengenai investasi.

Terdapat beberapa beberapa akun seperti ngertisaham, sahapedia, ruangsaham, dan banyak lainnya yang mendapatkan banyak pengikut di Instagram, dimana mereka membagikan pengetahuan seputar investasi khususnya saham. Kemudahan akses dalam informasi di *social media* menghadirkan fenomena *influencer* yang masuk ke berbagai sektor, salah satunya investasi saham. Lebih dari itu, fenomena ini juga diwarnai pom-pom saham, yang mana saham dipompa agar tampak menarik perhatian (Widyastuti & Seno, 2020)

Padahal tidak semua *influencer* memiliki kompetensi untuk memberikan informasi seputar saham dengan baik. Oleh karena itu sebagai investor, harus melakukan keputusan investasi sesuai dengan analisisnya sendiri dan tidak terpengaruh oleh orang lain sehingga bisa mencapai keuntungan yang diinginkan.

#### b. Fungsi *Social Media*

*Social media* umumnya dimanfaatkan untuk saling berbagi dan berpartisipasi. *social media* juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan interaksi sosial. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam mengakses sosial media yang dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun. Selain pernyataan diatas, berikut adalah beberapa fungsi *social media* lainnya (Tenia, 2017) :

##### 1) Mencari berita, informasi dan pengetahuan

*social media* berisi jutaan berita, informasi dan juga pengetahuan hingga kabar terkini yang malah penyebaran hal-hal tersebut lebih cepat sampai kepada khalayak melalui *social media* dari pada media lainnya seperti televisi.

2) Komunikasi online

Mudahnya mengakses *social media* dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk bisa melakukan komunikasi secara online, seperti chatting, membagikan status, memberitahukan kabar hingga menyebarkan undangan. Bahkan bagi pengguna yang sudah terbiasa, komunikasi secara online dinilai lebih efektif dan efisien.

3) Sarana berbagi

*Social media* sering dijadikan sebagai sarana untuk berbagi informasi yang bermanfaat bagi banyak orang, dari satu orang ke banyak orang lainnya. Dengan membagikan informasi tersebut, maka diharapkan banyak pihak yang mengetahui tentang informasi tersebut, baik dalam skala nasional hingga internasional.

c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *Social Media*

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Cendrawan & Ajisukmo (2020) menyebutkan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan *social media* berikut:

1) *Information Seeking Behavior*

Pemenuhan kebutuhan informasi mendorong terjadinya *information seeking behavior*. Perkembangan teknologi memberikan kemudahan bagi individu untuk memanfaatkan *social media* sebagai sumber informasi utama. Individu memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sumber informasi, sehingga akurasi informasi menjadi fokus utama yang diperhatikan. Kebutuhan individu untuk mendapatkan informasi mendorong *behavioral intention to use social media*.

2) *Hedonic Behavior*

Kegiatan mengisi waktu luang dengan mencari hiburan berkaitan erat dengan perilaku *hedonik* yang bersifat memperoleh kesenangan. Menurut Cendrawan & Ajisukmo (2020) perilaku *hedonik* memberikan kepuasan dan kenyamanan dalam diri individu. Berbagai konten hiburan yang tersebar di *social media* mendorong pemanfaatan

*social media* yang mengarah pada perilaku *hedonik*. Salah satu contohnya adalah *hedonic behavior* yang membuat individu merasa nyaman di waktu senggangnya.

### 3) *Sense of Community*

Peran *social media* memudahkan individu dalam berkomunikasi. Adanya komunikasi secara intensif antarindividu menunjukkan relasi sosial yang kuat. Cendrawan & Ajisuksmo (2020) mendefinisikan *sense of community* sebagai perasaan keanggotaan (rasa saling memiliki) yang menguatkan ikatan antarindividu, sehingga individu-individu tersebut saling memengaruhi satu sama lain. Penggunaan *social media* mempermudah individu untuk menemukan orang lain yang memiliki ketertarikan yang sama dengannya.

#### d. Dimensi *Social Media*

Menurut Sanjaya (2020) terdapat 4 Dimensi dalam penggunaan *social media* yaitu :

##### 1) *Context*

“How we frame our stories” adalah bagaimana membentuk sebuah pesan atau cerita (informasi). Dalam hal ini sosial media dapat memberikan konten yang menarik dengan bahasa yang komunikatif untuk dapat mempersuasif dalam berinvestasi.

##### 2) *Communication*

“The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing” adalah cara berbagi cerita atau informasi yang meliputi cara mendengarkan, merespon, dan menumbuhkan. Dalam hal ini dengan adanya sosial media dapat membantu dalam menyebarkan informasi terkait investasi.

##### 3) *Collaboration*

“Working together to make things better and more efficient and effective” adalah kerja sama antara pengguna *social media* untuk membuat hal baik yang lebih efektif dan efisien. Dengan adanya sosial



media dapat melakukan kerjasama dengan influencer ataupun key opinion leader yang berfokus dalam konten investasi.

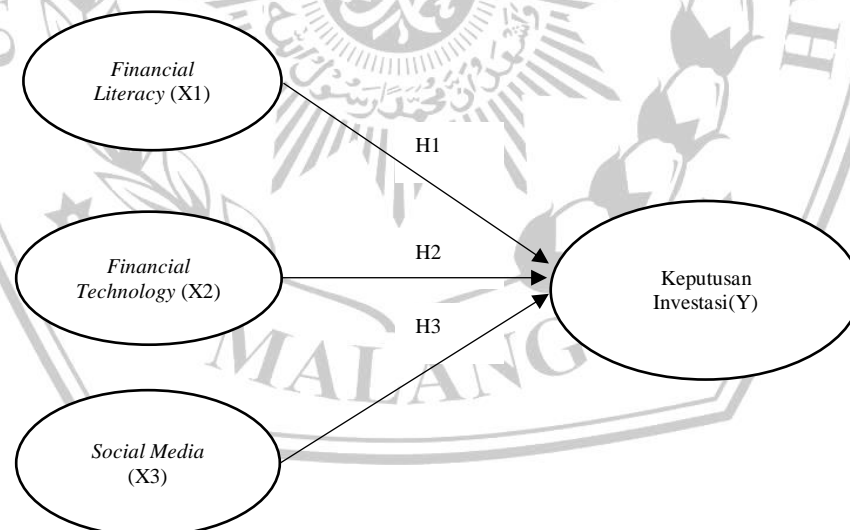
4) *Connection*

“The relationships we forge and maintain” yaitu pemeliharaan hubungan yang sudah terbina. Dalam hal ini, dengan adanya sosial media dapat membantu seseorang untuk mempermudah melakukan investasi.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran ini berfungsi untuk mendeskripsikan hubungan antara *financial literacy*, *financial technology* dan *social media* terhadap keputusan investasi generasi milenial. Berdasarkan beberapa hal yang telah dikemukakan sebelumnya dan telah diuraikan, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan dan digambarkan melalui suatu kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir



## D. Hipotesis

Berdasarkan penelitian terdahulu dan tinjauan teori, maka dalam penelitian ini dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut :

### 1. Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Keputusan Investasi

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No 76 tahun 2016 *financial literacy* adalah pengetahuan, ketrampilan dan keyakinan yang menentukan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Pengetahuan keuangan sangat penting dalam proses pengambilan keputusan ditengah semakin banyaknya produk investasi. Menurut OJK semakin tinggi tingkat pemahaman tentang *financial literacy* masyarakat maka semakin banyak orang yang akan menggunakan dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan termasuk dalam kegiatan berinvestasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Upadana dan Herawati, (2020) serta Ferdinand dan Purwanto, (2021) menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Novitasari dan Sulistyowati, (2023) dimana dalam penelitian tersebut menyatakan bahwasannya *financial literacy* berdampak positif terhadap keputusan investasi. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis 1 sebagai berikut:

**H1 : *Financial Literacy* berdampak positif signifikan terhadap keputusan investasi**

### 2. Pengaruh *Financial Technology* Terhadap Keputusan Investasi

Seiring dengan perkembangan teknologi yang juga merambah pada kegiatan investasi, saat ini bisa dilakukan dengan sistem *online trading*. Dengan menggunakan teknologi ini dapat mempermudah seseorang melakukan transaksi investasi secara cepat dan dapat dilakukan dimana saja asal ada saluran telepon dan sambungan internet (Darmadji & Fakhrudin, 2001). Adanya teknologi informasi, setiap transaksi investasi bisa dieksekusi dalam hitungan detik hingga menit.

Kajian empiris yang dilakukan oleh Fadila *et al.*, (2022) serta Novitasari dan Sulistyowati, (2023) menunjukkan bahwa *Financial Technology* berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan investasi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Restianti *et al.*, (2022). Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis 2 sebagai berikut:

**H2 : *Financial Technology* berdampak positif signifikan terhadap keputusan investasi**

### **3. Pengaruh *Social Media* Terhadap Keputusan Investasi**

Menurut Lewis (2010) *social media* merupakan label yang merujuk pada teknologi digital dengan potensi membuat orang saling terhubung dalam hubungan yang memunculkan interaksi, produksi dan berbagai pesan. Pengetahuan seputar investasi dapat diperoleh dari berbagai tempat seperti *social media*, akun-akun yang ada dalam *social media* tersebut membagikan informasi kepada para pengikutnya melalui sosial media mengenai tips yang berkaitan dengan bagaimana langkah melakukan investasi saham, Selain menjadi sarana mencari informasi juga dapat digunakan untuk sarana berbagi pengetahuan seputar saham.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Panji & Wafiroh (2022) serta Widyastuti & Seno (2020) menyatakan bahwa *social media* memiliki pengaruh yang signifikan dalam pengambilan keputusan investasi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maharani dan Hidayah, (2021) yang juga menyatakan bahwasannya *social media* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis 3 sebagai berikut;

**H3 : *Social Media* berdampak positif signifikan terhadap keputusan investasi**