

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pada era digitalisasi seperti saat ini, perkembangan teknologi sangat membantu pelaku bisnis untuk mengakses informasi dalam pengambilan keputusan investasi. Mahwan & Herawati (2021) menyatakan jika teknologi dapat membantu masyarakat untuk memperoleh informasi serta mampu memunculkan wawasan baru mengenai pengelolaan keuangan. Seiring dengan perekonomian yang berkembang pesat dan juga kebutuhan hidup yang semakin tinggi, semakin banyak masyarakat yang ingin mendapatkan tambahan pendapatan diluar gaji yang mereka peroleh (Sari, 2017). Salah satu cara untuk mewujudkannya yaitu dengan cara berinvestasi.

Investasi merupakan komitmen bagi seseorang untuk menempatkan sejumlah dana dengan berharap akan memperoleh keuntungan. Investasi juga dikenal dengan istilah penanam modal (Sulistyowati, 2015). Konsep penanam modal ini sebenarnya adalah salah satu bentuk yang sering dikampanyekan pemerintah dalam rangka menarik investor domestik maupun internasional. Hal mendasar yang perlu diperhatikan dalam proses investasi ialah pemahaman hubungan antara return harapan dan risiko suatu investasi yang searah dan linier, yang mana artinya semakin besar return harapan, semakin besar pula tingkat risiko yang harus dipertimbangkan (Mardhiyah, 2017).

Keputusan investasi merupakan suatu hal penting yang terlebih dahulu harus dipahami sebelum menentukan produk investasi. Keputusan investasi harus memperhatikan 5 hal yaitu keamanan dalam berinvestasi, tingkat keuntungan investasi, resiko investasi, nilai waktu dan tingkat likuiditasnya (Siregar & Anggraeni, 2022). Proses keputusan investasi merupakan proses yang berkesinambungan (*going process*). Adapun terdapat 5 tahapan dalam proses keputusan investasi, yaitu penentuan tujuan investasi, penentuan kebijakan investasi, pemilihan strategi portofolio, pemilihan aset, pengukuran dan evaluasi kinerja portofolio (Tandelilin, 2010).

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan investor antara lain faktor internal perusahaan yakni informasi, risiko serta keuntungan, faktor eksternal yakni kebijakan perusahaan dan kondisi pasar dunia, isu ataupun rumor (Septyanto, 2013). Pada dasarnya, pengambilan keputusan investasi tidak sederhana menempatkan dana. Ada banyak hal yang harus dianalisis, dipertimbangkan, dan ditentukan agar tujuan akan mendapat keuntungan dapat tercapai .

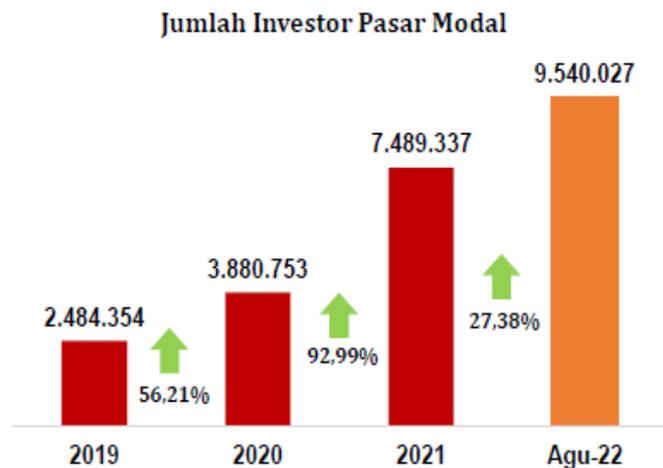
Saat ini banyak sekali informasi mengenai keuangan yang mudah diakses, sehingga setiap orang dapat dengan mudah memperoleh pengetahuan atau literasi mengenai pengelolaan keuangan yang memungkinkan orang yang bersangkutan untuk mengelola keuangan dan mempersiapkan masa depannya dengan bijaksana. Apalagi saat ini tantangan finansial yang dihadapi individu, terutama generasi milenial, antara lain pendapatan, gaji, dan sewa bulanan lainnya yang habis sebelum waktunya, suku bunga rendah, dan pemborosan dari pengeluaran yang tidak terkendali (Astini & Pasek, 2022)

Investasi sendiri menjadi salah satu cara yang digunakan generasi milenial untuk mendapatkan keuntungan. Saat ini fungsi investasi sangatlah penting karena memungkinkan untuk mengembangkan penghasilan dan menjaga nilai uang dari inflasi yang terjadi. World Bank 2019 menjelaskan bahwa Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki jumlah penduduk sebanyak 267 juta jiwa. Sepertiga dari jumlah penduduk di Indonesia merupakan generasi milenial yang lahir antara tahun 1982 sampai tahun 2000 (Sutejo, 2021)

Generasi milenial umumnya memiliki kepekaan teknologi yang lebih baik dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Y atau yang disebut sebagai generasi milenial adalah sekelompok anak-anak muda yang lahir pada awal tahun 1980 hingga awal tahun 2000 an (Horovits, 2012). Kepekaan teknologi inilah yang mendukung keputusan generasi milenial untuk melakukan investasi. Semakin banyak pula perusahaan sekuritas yang kemudian berlomba-lomba untuk menawarkan kemudahan dalam mengakses dan bertransaksi di pasar modal Indonesia. Karakteristik generasi milenial yang melek teknologi dan juga

kemudahan dalam berinvestasi di pasar modal membuat generasi milenial relative mendominasi pasar modal Indonesia (Negara & Febrianto, 2020)

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Investor Indonesia Tahun 2019 – Agustus 2022**



Sumber: KSEI ([www.bareksa.com](http://www.bareksa.com))

Jumlah investor pasar modal terus meningkat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat berinvestasi yang didukung oleh perkembangan teknologi digital. Data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) menyebutkan, hingga Agustus 2022 jumlah investor pasar modal menembus 9,54 juta investor. Jumlah itu melesat 27,38% dibandingkan Desember 2021 yang sebanyak 7,48 juta investor. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan jumlah investor pasar modal hingga pertengahan Agustus 2022 mencapai 9,54 juta investor dan juga hampir 60% dari total jumlah investor di pasar modal adalah milenial dan generasi Z yg berusia di bawah 30 tahun.

**Gambar 1.2**  
**Profil Investor Pasar Modal Indonesia Tahun 2020 & 2021**



Sumber: OJK ([www.bareksa.com](http://www.bareksa.com))

OJK menyebutkan investor pasar modal Indonesia didominasi oleh generasi milenial atau investor yang berusia kurang dari 30 tahun. Jumlah investor milenial mencapai 60,29 persen dari total investor. Meski mendominasi, OJK menyebutkan nilai aset investor milenial masih tergolong cukup rendah di antara kelompok usia lainnya dengan total nilai Rp52,18 triliun. Sementara nilai aset tertinggi berada pada kelompok dengan jumlah investor paling sedikit yaitu usia 60 tahun ke atas dengan nilai aset mencapai Rp566,04 triliun.

Upaya Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) untuk mendorong jumlah investor ialah dengan mendukung infrastruktur teknologi informasi dan simplikasi pembukaan rekening. Hal ini didukung dengan data lebih dari 60 persen investor memiliki rekening di agen penjual perusahaan teknologi finansial (*fintech*). Oleh karena itu, tidak heran jika jumlah investor didominasi oleh generasi milenial dan juga generasi Z, yakni mencapai 60 persen. Keputusan investasi generasi milenial dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya *financial literacy*, *financial technology*, dan *social media*.

*Financial literacy* merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan (Brigham & Houston, 2010). *Financial literacy* yang baik sangat dibutuhkan dalam membuat keputusan investasi agar meminimalisir kesalahan dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Makin baik pengetahuan serta kemampuan mengelola keuangan sehingga keputusan investasi makin efektif.

**Gambar 1.3**  
**Indeks *Financial Literacy* Tahun 2013-2019**



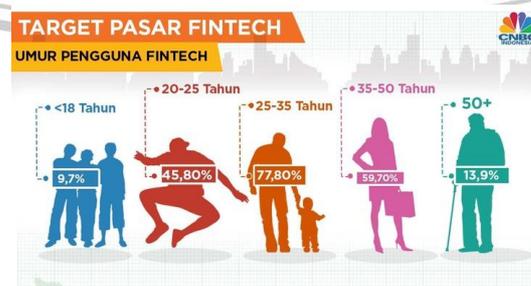
Sumber: OJK ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id))

Tingkat *financial literacy* masyarakat Indonesia terus meningkat, pada tahun 2019 tingkat *financial literacy* masyarakat Indonesia mencapai 38% (OJK, 2019), meskipun masih rendah perlu di apresiasi karena meningkatkan setiap tahunnya. Ghasarma et al (2017) menjabarkan faktor yang mempengaruhi tingkat literasi seseorang, yaitu faktor pribadi (kecerdasan dan kemampuan penalaran) dan faktor ekonomi sosial dapat mempengaruhi individu dalam mengatur dan berperilaku atas *financial literacy*.

Tingginya *financial literacy* masyarakat Indonesia pada masyarakat Indonesia ini berguna untuk menghasilkan keputusan investasi yang efektif dan terhindar dari investasi bodong tanpa surat keterangan ijin. Penelitian Siregar & Anggraeni (2022) mengemukakan bahwa *financial literacy* berdampak positif signifikan terhadap keputusan investasi. Berbeda dengan penelitian Junianto et al (2021)) yang mengemukakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *financial literacy* terhadap keputusan investasi.

*Financial Technology (FinTech)* merupakan hasil dari gabungan layanan keuangan dan teknologi (Rahardjo et al 2019). Besarnya penggunaan ponsel dapat dimanfaatkan untuk menjangkau sistem keuangan melalui jasa layanan keuangan digital (Harahap et al 2016). *FinTech* merupakan salah satu alternatif berinvestasi yang menghadirkan pilihan untuk mengakses layanan jasa keuangan secara praktis, efisien, nyaman dan ekonomis. Keberadaan *FinTech* sangat memengaruhi gaya hidup masyarakat ekonomi. Perpaduan antara efektivitas dan teknologi memiliki dampak positif bagi masyarakat pada umumnya (OJK, 2022).

**Gambar 1.4**  
**Target Pasar Fintech Indonesia Tahun 2018**



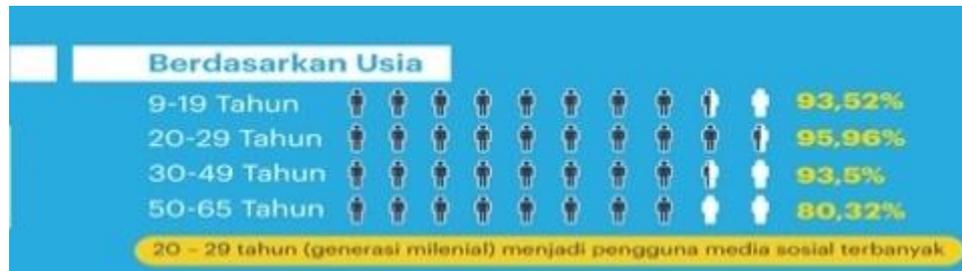
Sumber: CNBC Indonesia ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com))

Generasi milenial menjadi kelompok masyarakat yang menjadi pasar utama perusahaan teknologi keuangan (*FinTech*). Keterkaitan generasi milenial dan perkembangan *FinTech* salah satunya dikarenakan generasi milenial merupakan generasi yang melek akan teknologi yang mampu menerima suatu inovasi teknologi finansial. *FinTech* memungkinkan generasi milenial untuk melakukan investasi secara online dengan *mobile trading system* sehingga membuat proses investasi menjadi lebih mudah. Beberapa aplikasi *online mobile trading* yang ada di Indonesia yaitu Ajaib, Bibit, IPOT, dan sebagainya.

*FinTech* juga memungkinkan pembayaran menjadi lebih mudah dengan adanya digital payment system seperti mobile banking, internet banking, dan e-wallet (OVO, DANA, Gopay, Shopeepay, dan sebagainya). Dengan adanya digital payment system tersebut dapat memudahkan proses transaksi dalam berinvestasi dalam melakukan deposit dan penarikan. Penelitian yang dilakukan Matruty et al (2021) menemukan dampak signifikan antara *financial technology* terhadap keputusan investasi. Berbeda dengan hasil penelitian Ferdinand & Purwanto (2022) yang menemukan bahwa keduanya tidak berdampak signifikan.

*Social Media* adalah media berbasis online dengan berbagai kemudahan tanpa dibatasi ruang dan waktu (Cahyono, 2016) Perkembangan penggunaan media internet atau platform *social media* sebagai media komunikasi dan informasi semakin cepat, salah satunya tampak ketika internet saat ini sudah dapat diakses melalui telepon cerdas (*smartphone*). Realita bahwa saat ini *social media* telah menjadi cara masyarakat untuk berkomunikasi maupun mendapatkan segala bentuk informasi yang diinginkan. Hal ini memiliki dampak dalam berbagai segi kehidupan masyarakat. Eksistensi *social media* rupanya membawa dampak yang sangat besar dalam berkomunikasi dan berbagi informasi dengan sesama (Firdhausa & Apriani, 2021)

**Gambar 1.5**  
**Pengguna *Social Media* Berdasarkan Usia Tahun 2018**



Sumber: Puslitbang Aptika IKP Kominfo ([www.indonesiabaik.id](http://www.indonesiabaik.id))

Generasi milenial menjadi pengguna *social media* terbanyak berdasarkan data yang telah disebutkan diatas. Adanya *social media* memberikan keuntungan bagi para investor, terutama para investor milenial dalam memilih keputusan untuk menjalankan sebuah investasi. Hal ini dikarenakan dengan adanya *social media*, sangat membantu para investor untuk mencari informasi mengenai jenis dan langkah-langkah berinvestasi, sebelum membuat kesepakatan. Apalagi trend *social media* saat ini banyak digunakan sebagai sarana sosialisasi dalam berinvestasi. Sarana untuk mengetahui pengetahuan mengenai pengetahuan seputar investasi dapat diperoleh dari berbagai tempat seperti *social media*, contohnya di Instagram, terdapat beberapa akun seperti ngertisaham, sahangpedia, ruangsaham dan sebagainya.

Informasi mengenai tips yang berkaitan dengan langkah mengambil keputusan investasi juga dapat diperoleh melalui Whatsapp Group dan juga Telegram Group. *Social media* memiliki pengaruh yang dapat dikatakan cukup terhadap keinginan kaum mileneal dalam berinvestasi karena *social media* menyediakan berbagai macam informasi mengenai investasi serta kemudahannya. Penelitian oleh Panji & Wafiroh, (2022) dan Widyastuti & Seno (2020) menyatakan bahwa terdapat dampak positif signifikan antara *social media* terhadap keputusan investasi. Berbeda dengan penelitian (Bollen et al (2011) yang mengemukakan bahwa kedua variabel tidak berpengaruh signifikan.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah disebutkan sebelumnya masih terdapat inkonsistensi. Disamping itu, jumlah investor generasi

milenial yang mendominasi pasar modal di Indonesia sudah seharusnya menjadi perhatian mengenai keputusan investasi yang dilakukan oleh generasi milenial tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini akan menguji variabel *financial literacy*, *financial technology* serta *social media* terhadap keputusan investasi generasi milenial di Kota Malang. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul “Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Technology* dan *Social Media* terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial di Kota Malang”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang dapat diangkat adalah sebagai berikut:

1. Apakah *financial literacy* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi?
2. Apakah *financial technology* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi?
3. Apakah *social media* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *financial literacy* terhadap keputusan investasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari *financial technology* terhadap keputusan investasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *social media* terhadap keputusan investasi.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat dirasakan manfaatnya bagi pihak yang berkepentingan dalam mengambil keputusan. Pihak-pihak dan manfaatnya sebagai berikut:

### 1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh investor generasi milenial dalam mengambil keputusan, terutama pentingnya *financial literacy*, *financial technology* dan *social media* dalam pengambilan keputusan berinvestasi khususnya bagi investor milenial, sehingga kedepannya investor bisa menyusun strategi investasi yang nantinya diharapkan bisa memberikan *return* semaksimal mungkin dan agar bisa lebih meminimalkan risiko dan kerugian yang mungkin akan terjadi.

### 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya maupun sebagai bahan pembelajaran dan juga informasi tambahan dalam dunia akademisi, terutama yang berhubungan dengan keputusan investasi generasi milenial.

