

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern ini, perkembangan teknologi informasi berpengaruh pada perkembangan pasar modal. Pada mulanya perdagangan pasar modal di bursa efek dilakukan secara manual dan memerlukan birokrasi yang panjang. Namun adanya perkembangan teknologi informasi membuat investasi dapat dilakukan secara online. Hal tersebut tentu dapat memudahkan investor dalam melakukan kegiatan investasi karena hanya melalui *smartphone*. Definisi investasi *online* atau biasa disebut *online trading* ini tidak berbeda jauh dengan definisi investasi pada umumnya. Menurut Aini (2019), investasi adalah dana atau modal yang dikeluarkan untuk meningkatkan derajat kesejahteraan di masa yang akan datang, sehingga yang membedakannya dengan investasi *online* yaitu penggunaan teknologi internet dan *gadget* seperti *smartphone* atau laptop.

Dalam investasi *online*, pengguna dimudahkan dalam melakukan jual beli instrumen keuangan seperti saham, deposito, reksadana melalui aplikasi atau *website* di internet. Batasan geografis tidak menjadi masalah dengan adanya teknologi internet. Hadirnya teknologi tersebut telah mempersingkat alur birokrasi dan menghapus stigma bahwa investasi instrumen keuangan hanya dapat dilakukan oleh sebagian orang dengan latar belakang sekolah tinggi ataupun kalangan tertentu. Hal tersebut telah membuka pandangan terhadap layanan jasa keuangan dengan lebih mudah dan lebih dekat dengan semua kalangan masyarakat termasuk masyarakat dengan pengetahuan ekonomi atau literasi keuangan yang rendah sehingga mampu memaksimalkan jasa layanan keuangan.

Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat jumlah investor saham di pasar modal Indonesia tembus 4 juta. Berdasarkan data pada akhir semester I tahun 2022, investor saham didominasi oleh investor berusia di bawah 40 tahun yaitu generasi Z dan milenial sebesar 81,64%. Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa usia generasi Z mulai mendominasi investasi saham.

Tabel 1. 1
Demografi Investor Berdasarkan Usia

Usia	%	Aset (dalam triliun)
(1)	(2)	(3)
<= 30	59,72%	49,94
31 - 40	21,92%	94,13
41 - 50	10,53%	157,91
51 - 60	5,08%	227,50
> 60	2,75%	584,07
Total	100%	1113,55

Sumber: Berita Pers KSEI.co.id (2022)

Meskipun belum memiliki penghasilan tetap, generasi Z merupakan salah satu sasaran utama untuk berinvestasi. Keputusan investasi adalah suatu kebijakan atau keputusan yang diambil untuk menanamkan modal pada satu atau lebih aset untuk mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang (Wulandari dan Irama, 2015). Menurut Alamsyah (2021) yang melakukan penelitian pada generasi Z menyatakan bahwa usia mereka ini sedang giatnya mencari informasi yang akurat untuk mereka yakini. Maka sejak usia-usia inilah mereka diberikan gambaran sejelas-jelasnya tentang mengelola apa yang dimiliki mereka. Seperti pengelolaan keuangan, dan juga pengetahuan investasi reksadana. Generasi Z dalam mengambil keputusan investasi diharapkan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi masa kini atau

buku pembelajaran, sehingga dapat meningkatkan pengetahuannya dan kekhawatiran dalam mengambil keputusan investasi akan berkurang.

Menurut Katadata *Insight Center* (KIC) dan Zigi, pada masa pandemi terdapat peningkatan jumlah investor baru salah satunya ialah gen Z (Jayani, 2022). Namun masih banyak yang mengalami kerugian pada saat memulai investasi salah satunya gen Z yaitu sebanyak 7,2% mengalami kerugian investasi sehingga kondisi keuangan memburuk. Hal ini menjadi salah satu faktor mengapa gen Z masih belum memahami menyeluruh mengenai investasi *online*. Sehingga gen Z tidak hanya mengikuti trend saja dalam berinvestasi *online* tetapi mulai menjadikan investasi sebagai upaya mengelola keuangan jangka panjang. Investasi yang dilakukan tidak lepas dari kerugian karena keadaan yang tidak dapat diprediksi, pendewasaan sikap dan mental dalam menyikapi hal tersebut diharapkan dapat membuat generasi Z tidak mudah menyerah (*self accuracy*) ketika berinvestasi menggunakan aplikasi Bibit, Ajaib, Ipot, dan lainnya. Tingginya tingkat penggunaan aplikasi investasi *online* tersebut mengakibatkan fenomena FOMO (*fear of missing out*) yaitu keadaan ketakutan untuk kehilangan momen. Ketakutan tersebut dikarenakan semakin banyak jenis aplikasi investasi *online* yang dapat dengan mudah untuk diunduh melalui *smartphone*. Sehingga terjadi peningkatan jumlah investor pengguna aplikasi tersebut dari 6.840.234 pada tahun 2021 menjadi 9.090.977 (KSEI, 2022). Kenaikan sebesar 32,90% tersebut membuat reksadana menjadi salah satu instrumen investasi yang cukup menarik di kalangan gen Z karena memiliki beragam keuntungan dan minimnya risiko.

Gen Z dalam hal ini dapat dikategorikan mahasiswa menjadi target pasar utama perusahaan aplikasi investasi *online* sebagai calon investor terkuat pada masa sekarang. Alasan pertama adalah keamanan dan kenyamanan. Sehingga di tengah keputusan investasi *online* yang tinggi, mahasiswa harus dapat mengatur sumber keuangannya agar dapat melakukan investasi secara aman dan tenang. Fenomena FOMO atau *fear of missing out* merupakan fenomena yang sering terjadi di kalangan gen Z atau mahasiswa. FOMO merupakan penyakit sosial yang hadir di zaman ini. Hal itu cenderung membuat gen Z berinvestasi hanya karena takut ketinggalan zaman hingga akhirnya mengalami kerugian. Tren investasi di usia muda dengan banyak opsi dan pilihan tidak diimbangi dengan bertumbuhnya kesadaran akan literasi keuangan yang memadai (Assiddiq, 2022). Selain itu, mayoritas pola promosi yang dilakukan selalu sama yaitu selalu menunjukkan potensi keuntungan yang tinggi yang bisa melipat gandakan modal awal menjadi berkali-kali lipat lebih banyak dalam waktu singkat dan modal awal yang rendah. Gen Z perlu lebih skeptis dalam menanggapi fenomena investasi saat ini dan mengedepankan pengetahuan dan logika tanpa ada intervensi dari pihak luar ketika membuat keputusan investasi *online*.

Literasi keuangan yang baik dalam membuat keputusan investasi *online* menjadi salah satu hal penting bagi investor maupun calon investor pada saat ini. Setiap orang memiliki perbedaan antara satu dengan yang lain dalam memutuskan atau memilih sesuatu. Seseorang dengan budaya dan pengetahuan yang berbeda akan mengorganisasi, mentransformasi dan bertindak atas suatu informasi dengan caranya masing-masing, termasuk dalam melakukan investasi.

Keputusan investasi setiap orang tentunya berbeda-beda, hal ini dikarenakan perbedaan persepsi tentang keuangan yang membuat orang membuat keputusan investasi berdasarkan kebutuhan dan keyakinannya. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Herawati, *et al.* (2018) yaitu perbedaan antara status ekonomi atau tingkat ekonomi seseorang akan berpengaruh terhadap perbedaan persepsi seseorang dalam bersikap khususnya dalam hal keuangan dan investasi.

Secara teoritis, literasi keuangan adalah bagian dari pengetahuan keuangan mengenai bagaimana pasar keuangan beroperasi harus menghasilkan individu yang membuat keputusan lebih efektif (Robb dan Woodyand, 2011). Melakukan sebuah investasi dibutuhkan sebuah keputusan yang tepat dimana setiap keputusan dapat mempengaruhi hasil investasi. Menurut Putri dan Rahyuda (2017) yang menyatakan adanya hubungan positif antara literasi keuangan dan keputusan investasi. Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi berbanding lurus yang artinya semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki generasi Z, maka semakin baik pula perilaku keputusan investasi yang diambil.

Selain literasi keuangan, gen Z dengan segala kehidupan yang serba *digital* harus memiliki penilaian akan risiko dari suatu hal. Mengetahui risiko investasi merupakan salah satu hal penting bagi gen Z saat ingin memulai investasi. Penilaian yang dilakukan seseorang terhadap situasi berisiko, atau dinamakan persepsi risiko, dimana penilaian tersebut tergantung pada karakteristik psikologis dan keadaan orang tersebut (Lestari, 2015). Wulandari dan Irama (2015) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh pada pengambilan keputusan investasi. Hal itu berarti,

semakin tinggi penilaian investor terhadap suatu risiko investasi, maka akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu risiko tersebut.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi keputusan investasi ialah *locus of control*. Menurut Robbins, konsep *locus of control* adalah cara seseorang dapat mengendalikan nasibnya sendiri (Pradiningtyas dan Lukiastut, 2019). Konsep dasar *locus of control* menurut Rotter (1966) menjelaskan bahwa *locus of control* adalah tingkat sejauh mana seseorang mengharapkan bahwa penguatan atau hasil dari perilaku mereka tergantung pada penilaian mereka sendiri atau karakteristik pribadi. *Locus of control* berhubungan dengan pandangan atau persepsi seseorang dengan melihat kondisi yang ada dan meramalkan apa yang akan terjadi di masa depan dalam keputusan yang diambil. Faktor *locus of control* memiliki hubungan dengan bagaimana Gen Z mengambil keputusan investasi. Semakin tinggi *locus of control* internal dan eksternal seseorang maka akan semakin baik pula perilaku pengelolaan keuangannya (Kholilah dan Iramani, 2013; Budiono, 2020). Sehingga generasi Z dalam memilih aplikasi investasi sebagai sarana melakukan investasi tergantung pada pengaruh baik dari dalam maupun luar diri mereka.

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diketahui peningkatan jumlah investor Gen Z namun masih banyak yang belum baik dalam melakukan keputusan investasi. Hal tersebut dapat disebabkan oleh literasi keuangan, persepsi risiko, dan *Locus of Control*, maka perlu dianalisis pengaruhnya bagi Gen Z dalam membuat keputusan investasi. Oleh karena itu, saya melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko dan *Locus of Control* Terhadap Keputusan Investasi *Online* Generasi Z”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana literasi keuangan, persepsi risiko, *locus of control*, dan keputusan investasi *online* generasi Z?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi *online* generasi Z?
3. Bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi *online* generasi Z?
4. Bagaimana pengaruh *locus of control* terhadap keputusan investasi *online* generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Literasi keuangan, persepsi risiko, *locus of control*, dan keputusan investasi *online* generasi Z
2. Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi *online* generasi Z.
3. Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi *online* generasi Z.
4. Pengaruh *locus of control* terhadap keputusan investasi *online* generasi Z.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan berbagai kegunaan, yaitu sebagai berikut:

- a. Kegunaan Teoritis

1. Dapat memperluas dan memperdalam pengetahuan penulis mengenai investasi *online* melalui aplikasi investasi. Dapat juga digunakan sebagai sarana dalam mengembangkan teori yang telah diperoleh di bangku perkuliahan dengan kondisi nyata yang ada di pasar modal.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan juga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian yang sama, sehingga hasil penelitiannya dapat lebih relevan dan sempurna.

b. Kegunaan Praktis

Bagi pelaku bisnis, investor, calon investor, penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan kajian, referensi, evaluasi dan pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada generasi Z pengguna aplikasi investasi *online* dengan pengambilan data melalui kuesioner. Waktu penelitian yaitu pada bulan September 2022 sampai dengan September 2023 jadwal terlampir.