

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

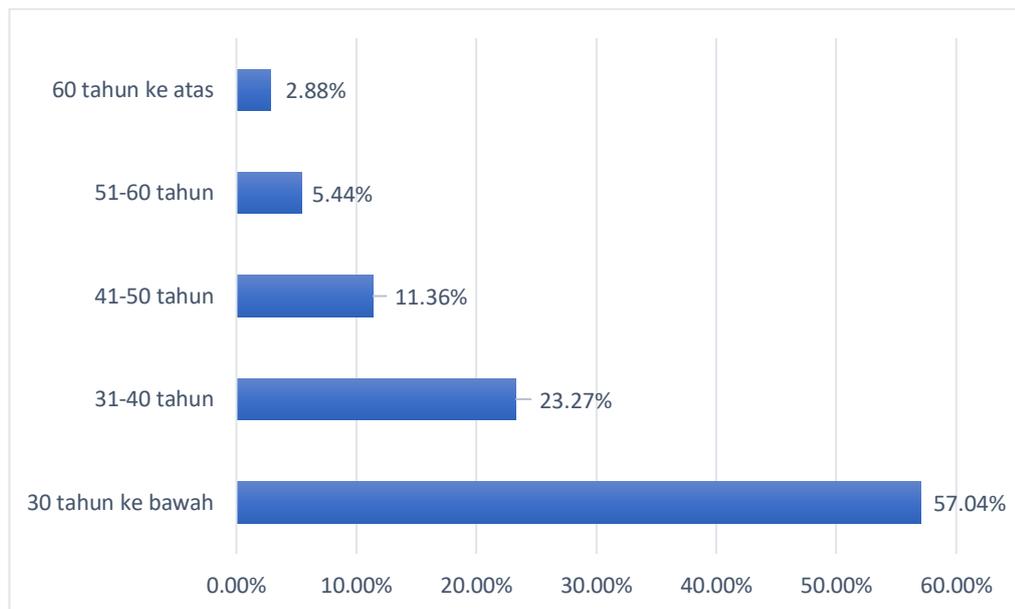
Di era digital saat ini, ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang dengan sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari kemudahan seseorang dalam mengakses dan mengetahui sesuatu dalam segala bidang terutama dalam bidang ekonomi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat juga membawa dampak perekonomian dalam masyarakat yang akhirnya mengharuskan setiap orang dalam masyarakat untuk memiliki kemampuan serta pengetahuan dalam mengelola keuangan dan kekayaan yang dimilikinya. Sehingga munculah istilah investasi sebagai bentuk untuk mewujudkannya. Investasi merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang. Pada dasarnya seseorang melakukan investasi dengan tujuan mendapatkan keuntungan di masa depan.

Kegiatan investasi secara umum dapat dilakukan pada sejumlah aset seperti aset riil (tanah, emas, dan bangunan) dan aset finansial (saham, obligasi, dan reksa dana). Seseorang yang melakukan investasi disebut investor. Investor dapat dibedakan menjadi dua yaitu investor individual dan investor institusional. Investor individual terdiri dari individu-individu yang melakukan aktivitas, sedangkan investor institusional biasanya terdiri dari perusahaan-perusahaan asuransi, lembaga dana pensiun, perusahaan bank, dan lain-lain.

Investasi di pasar modal menjadi salah satu pilihan yang sangat populer di kalangan investor. Menurut OJK pasar modal adalah pasar untuk berbagai

instrumen jangka panjang dengan jangka waktu lebih dari satu tahun, seperti saham, obligasi, reksa dana, dan instrumen investasi lainnya. Pasar modal merupakan jembatan antara investor dengan perusahaan atau entitas pemerintah melalui transaksi instrumen jangka panjang seperti saham dan obligasi.

Gambar 1.1 Jumlah Investor di Pasar Modal Berdasarkan Umur



(Sumber: data KSEI, 2023)

Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) menyebutkan bahwa jumlah investor pasar modal Indonesia pada juli 2023 mencapai 11,42 juta. Dibandingkan Desember 2022 yang sejumlah 10,31 juta, maka selama tujuh bulan terakhir terjadi penambahan sebanyak 1,1 juta investor. Dari jumlah tersebut lebih dari 57 persen investor pasar modal Indonesia adalah investor muda yang berusia di bawah 30 tahun.

Seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyak instrumen-instrumen investasi yang dapat dipilih. Salah satu instrumen investasi yang sedang populer saat ini yaitu reksa dana. Reksa dana adalah wadah untuk mengumpulkan dana

kolektif dari para investor untuk diinvestasikan pada produk investasi pasar modal seperti surat berharga, saham, dan obligasi dengan cara membeli unit penyertaan reksa dana. Mengacu kepada undang-undang pasar modal No. 8 Tahun 1995, pasal 1 ayat (27), reksa dana didefinisikan sebagai wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi. Reksa dana di Indonesia memiliki empat jenis yaitu reksadana pasar uang, reksa dana pendapatan tetap, reksa dana campuran, dan reksa dana saham. Berdasarkan karakteristiknya reksa dana di golongkan menjadi dua, reksa dana terbuka dan reksa dana tertutup. Reksa dana dijadikan pilihan untuk berinvestasi karena dikelola oleh manajer investasi yang telah berpengalaman di dunia pasar modal. Selain itu, investasi reksadana juga membutuhkan dana yang cenderung rendah dengan risiko yang lebih rendah. Reksadana merupakan salah satu instrumen investasi di pasar modal yang cocok untuk investor pemula.

Berdasarkan data yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS), dari hasil sensus penduduk 2020 menunjukkan jumlah penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa atau 27,94% populasi. Generasi Z sendiri sejak kecil sudah akrab dengan hubungan social, internet, dan sistem telepon seluler. Sehingga generasi Z merupakan generasi yang pandai dalam analisis data dan mengumpulkan data dari berbagai sumber baik secara langsung maupun secara online. Namun, salah satu karakteristik yang muncul dari generasi Z adalah kepribadian yang lebih berfokus pada konsumen dan tidak dibatasi oleh kebutuhan. Generasi Z cenderung sangat

menikmati hidupnya saat ini tanpa mengkhawatirkan hidupnya dimasa yang akan datang.

Menurut Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) peningkatan jumlah investor di pasar modal paling banyak terjadi pada jenis investasi reksa dana yang mencapai 10,69 juta investor pada Juli 2023. Selama tujuh bulan terakhir investor reksa dana meningkat sebesar 11,35% dari Desember 2022 dan didominasi oleh investor yang berusia dibawah 30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z tertarik dengan instrumen investasi reksa dana. Berdasarkan survei tren investasi 2022 yang dilakukan oleh populix yang melibatkan responden di seluruh Indonesia, 55% responden generasi Z memilih berinvestasi pada instrumen reksa dana karena dianggap cocok untuk investor pemula (Populix, 2022). Meskipun demikian, jumlah investor generasi z masih terbilang rendah apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk generasi Z di Indonesia pada tahun 2020 yang berjumlah 74,93 juta jiwa. Padahal berinvestasi penting untuk ditanamkan sejak dini agar dapat mencapai tujuan keuangan yang diinginkan.

Menurut OJK, generasi Z dapat menjadi segmen investasi jangka panjang dan harus dibina sejak dini. Generasi Z diharapkan dapat menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi dalam menghadapi bonus demografi pada tahun 2030-2045. Namun, salah satu sifat yang berkembang di generasi Z adalah sifat konsumtif yang tidak berhubungan dengan keperluan. Dikutip dari (Kompasiana.com, 2023) generasi Z dikatakan sebagai generasi yang lebih mengutamakan gengsi untuk meningkatkan gaya hidup dari pada keuntungan yang didapat untuk masa depan. Sehingga generasi Z tidak bisa mengelola keuangannya untuk kebutuhan pribadi, investasi, dan kebutuhan mendesak.

Generasi Z sendiri sejak kecil sudah akrab dengan hubungan social, internet, dan sistem telepon seluler. Sehingga generasi Z merupakan generasi yang pandai dalam analisis data dan mengumpulkan data dari berbagai sumber baik secara langsung maupun secara online. Namun, salah satu karakteristik yang muncul dari generasi Z adalah kepribadian yang lebih berfokus pada konsumen dan tidak dibatasi oleh kebutuhan. Generasi Z cenderung sangat menikmati hidupnya saat ini tanpa mengkhawatirkan hidupnya dimasa yang akan datang. Generasi Z dihadapkan dengan sejumlah tantangan yang meliputi terbatasnya sumber daya keuangan serta meningkatnya biaya hidup akibat mengikuti trend, sehingga pengelolaan keuangan pribadi sangat penting untuk ditingkatkan. Generasi Z memiliki perasaan *Fear of Missing Out* (FOMO), dimana adanya rasa takut tertinggal oleh trend gaya hidup yang saat ini banyak digunakan oleh orang lain. Hal ini terjadi karena banyak generasi Z lebih memilih untuk berlibur dan mengikuti apa yang sedang trend dibandingkan dengan menysiskan keuangan yang masih ada.

Tabel 1.1 Hasil Survei Awal Minat Investasi Reksa Dana Generasi Z

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Seberapa familiar dengan konsep investasi reksa dana	- 13,3% Sangat familiar - 60% Cukup familiar - 26,7% Kurang familiar
2	Memiliki pengalaman investasi reksa dana	- 40% Ya - 60% Tidak
3	Faktor utama yang mendorong minat untuk berinvestasi reksa dana	- 13,3% Potensi keuntungan - 26,7% Saran dari teman/keluarga - 20% Aspek Pendidikan keuangan - 40% Pengaruh influencer

4	Sumber informasi yang biasa digunakan untuk mendapatkan informasi tentang investasi reksa dana	<ul style="list-style-type: none"> - 13,3% Buku dan literatur keuangan - 13,3% Seminar atau workshop investasi - 20% Dari teman/keluarga - 53,3% Media sosial
5	Seberapa sering menyisihkan uang untuk berinvestasi reksa dana	<ul style="list-style-type: none"> - 26,7% Cukup sering - 13,3% Kadang-kadang - 60% Tidak pernah sama sekali

Sumber: Data primer (diolah, 2024)

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan oleh peneliti secara online dengan 30 responden generasi Z, diperoleh hasil bahwa mereka semua tidak asing dengan istilah investasi. Dari 30 responden, 18 orang masih belum melakukan investasi sedangkan sisanya sebanyak 12 orang sudah berani mulai berinvestasi reksa dana. Hal ini menunjukkan bahwa minat investasi reksa dana generasi Z masih tergolong rendah. Dari hasil survei awal yang sudah dilakukan variabel yang dipilih dalam memengaruhi minat investasi reksa dana didominasi oleh sosial media influencer dan lingkungan pergaulan (teman/keluarga).

Theory of Planned Behavior adalah teori perilaku terencana yang menyatakan jika niat seseorang dalam berperilaku dapat diprediksi dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsi yang hasilnya memberikan prediksi dengan akurasi tinggi (Mahyarni, 2013). Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa seseorang bertindak berdasarkan niat perilaku dan pengendalian melalui perilaku tertentu. Ajzen dan Fishbein berasumsi bahwa individu cukup rasional menggunakan informasi-informasi serta mempertimbangkan akibat dari tindakannya sebelum memutuskan.

Minat seseorang dalam melakukan investasi didorong dengan adanya keinginan dan keyakinan. Salah satu faktor yang mendukung keinginan dan keyakinan

seseorang melakukan investasi yaitu dengan munculnya influencer yang memberikan edukasi tentang investasi melalui social media. Influencer merupakan seseorang yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keputusan orang lain karena memiliki pengetahuan, posisi, atau karena hubungannya dengan publik atau audiens. Influencer saat ini menjadi salah satu hal yang populer di dunia digital saat ini. Mereka dianggap memiliki pengaruh besar terhadap gaya hidup, mode dan konsumsi masa kini. Influencer memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap gaya hidup generasi Z. Generasi Z sering merasa terinspirasi dan termotivasi untuk mengadopsi praktik atau keputusan gaya hidup yang direkomendasikan oleh influencer. Dikutip dari (Okefinance, 2021) dalam rangka meningkatkan pertumbuhan investor dan meningkat literasi dan edukasi pasar modal, PT Bursa Efek Indonesia (BEI) menggandeng kerjasama dengan influencer. Kepercayaan pengikut seorang influencer membawa dampak positif kepada brand trust dan brand satisfaction, brand attitude, dan brand awareness. Influencer dapat meningkatkan keyakinan dan minat seseorang untuk melakukan investasi melalui social media. Tidak dapat dipungkiri bahwa social media seperti Instagram, twitter, bahkan tiktok pun dapat digunakan influencer untuk memberikan edukasi atau bahkan hanya sekedar membahas tentang investasi. Jika dikaitkan dengan theory of planned behavior maka variabel variabel peran sosial media influencer dipengaruhi oleh faktor norma subjektif yang mengacu pada lingkungan sosial atau keyakinan terhadap pendapat orang yang dipercaya. Generasi Z sebagai generasi yang akrab dengan digital menjadi lebih mudah dipengaruhi oleh para sosial media influencer yang disukai dan dijadikan panutan. Generasi Z memiliki kepercayaan atas pendapat yang disampaikan oleh influencer yang mereka ikuti. Berdasarkan survei

awal yang sudah penulis lakukan, menunjukkan 53,3% mendapatkan informasi investasi dari sosial media dan 40% generasi Z memilih sosial media influencer sebagai faktor yang mendorong mereka untuk berinvestasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzianti dan Retnosari (2022) menunjukkan bahwa influencer berpengaruh terhadap minat investasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang Arianti (2023) yang menyatakan bahwa sosial media influencer berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi. Selain itu, penelitian yang dilakukan Widiastiti (2023) menyatakan bahwa sosial media influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi dalam minat investasi generasi Z adalah lingkungan pergaulan. Azhar dkk (2017) menyatakan bahwa faktor lingkungan memegang peranan penting mempengaruhi seseorang melakukan investasi. Lingkungan pergaulan merupakan daerah atau kawasan seseorang bergaul atau berbaur dengan lingkungan sekitar, sehingga di dalamnya terjadi interaksi yang akan mempengaruhi kepribadian seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Lingkungan pergaulan menjadi tempat berkembangnya perilaku seseorang terhadap kebiasaan yang ada di lingkungan. Lingkungan pergaulan yang dimaksud adalah lingkungan keluarga, lingkungan teman sebaya, dan lingkungan masyarakat.

. Jika dikaitkan dengan theory of planned behavior (TPB) norma subjektif merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi minat seseorang. Norma subjektif merupakan suatu perilaku yang dipengaruhi oleh lingkungan maupun orang sekitar yang akan mempengaruhi persepsi individu. Apabila di dalam pergaulan seseorang dikelilingi dan didukung oleh investor muda, maka individu tersebut akan memiliki minat untuk mulai berinvestasi. Berdasarkan survei sementara yang penulis

lakukan, 26,7% generasi Z memilih saran teman/keluarga sebagai faktor yang mendorong minat investasi. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Darmayanti, dkk (2022) menunjukkan bahwa lingkungan pertemanan secara parsial berpengaruh terhadap minat investasi. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arianti (2023) menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi. Namun hasil berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2022) yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat investasi.

Pengelolaan keuangan merupakan upaya mengelola finansial dengan memanfaatkan uang secara maksimal guna memenuhi kebutuhan maupun keinginan saat ini dan persiapan dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan masa depan. Melalui pengelolaan keuangan pribadi yang baik dapat mengembangkan pemahaman lebih pada seseorang tentang pentingnya berinvestasi. Berdasarkan theory of planned behavior (TPB) salah satu aspek yang mempengaruhi minat individu adalah sikap. Ajzen (2005) mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku ditentukan oleh keyakinan yang diperoleh mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau disebut juga behavioral beliefs (Mahyarni, 2013). Dalam konteks ini, pengelolaan yang baik akan membentuk sikap yang positif dan keyakinan terhadap investasi. Dengan pengelolaan keuangan pribadi yang baik dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dan keyakinan diri dalam mengelola keuangan sehingga meningkatkan minat seseorang untuk melakukan investasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Avada (2023) yang menyatakan bahwa pengelolaan keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Hasil berbeda ditemukan pada

penelitian yang dilakukan oleh Sutejo (2021) menyatakan bahwa pengelolaan keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi.

Adapun persamaan dan perbedaan dari riset yang dilakukan oleh Widiastiti (2023) yaitu penelitian sama-sama menggunakan variable social media influencer untuk mengetahui minat investasi. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena menggunakan variable lingkungan pergaulan dan pengelolaan keuangan. Selain itu penelitian ini juga lebih berfokus pada jenis investasi reksa dana. Pada penelitian sebelumnya juga belum yang memadukan variable social media influencer, lingkungan pergaulan, dan pengelolaan keuangan pribadi untuk mengetahui minat investasi. Penggunaan ketiga variabel ini dilakukan karena social media influencer, lingkungan pergaulan, dan pengelolaan keuangan pribadi memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi minat berinvestasi. Influencer sering menjadi inspirasi dan informasi bagi generasi Z. Saat influencer memberikan konten yang edukatif dan dan menginspirasi terkait investasi, hal itu akan mempengaruhi minat mereka untuk mulai berinvestasi. Lingkungan pergaulan menjadi tempat berkembangnya perilaku seseorang terhadap kebiasaan yang ada di lingkungan. Apabila di dalam pergaulan seseorang dikelilingi dan didukung oleh investor muda, maka individu tersebut akan memiliki minat untuk mulai berinvestasi. Selain itu kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi dengan baik dapat memberikan rasa kepercayaan dan keyakinan terhadap generasi Z untuk mulai berinvestasi.

Dengan adanya research gap hasil penelitian terdahulu, maka dilakukan kembali pengujian pada variabel mempengaruhi minat investasi reksa dana. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan

penelitian yang berjudul **“Pengaruh Sosial Media Influencer, Lingkungan Pergaulan, dan Pengelolaan Keuangan Pribadi Terhadap Minat Investasi Reksadana Pada Generasi Z”**.

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Minat investasi generasi Z masih terbilang rendah jika dibandingkan dengan jumlah penduduknya.
2. Influencer sering menjadi inspirasi dan informasi bagi generasi Z.
3. Generasi Z lebih mengutamakan gengsi untuk meningkatkan gaya hidup dari pada keuntungan yang didapat untuk masa depan.
4. Perilaku generasi Z cenderung di pengaruhi oleh lingkungan tempat bergaul

1.3 PEMBATASAN MASALAH

Untuk memudahkan penelitian, peneliti memfokuskan untuk meneliti pengaruh social media influencer, lingkungan pergaulan, dan pengelolaan keuangan pribadi terhadap minat investasi reksadana pada generasi Z.

1.4 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan diuji dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana pengaruh sosial media influencer terhadap minat investasi reksadana pada generasi Z?

2. Bagaimana pengaruh lingkungan pergaulan terhadap minat investasi reksadana pada generasi Z?
3. Bagaimana pengaruh pengelolaan keuangan pribadi terhadap minat investasi reksadana pada generasi Z?

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui beberapa hal-hal berikut, antara lain :

1. Pengaruh sosial media influencer terhadap minat investasi reksadana pada generasi Z
2. Pengaruh lingkungan pergaulan terhadap minat investasi reksadana pada generasi Z
3. Pengaruh pengelolaan keuangan pribadi terhadap minat investasi reksadana pada generasi Z

1.6 MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh sosial media influencer, lingkungan pergaulan, dan pengelolaan keuangan pribadi terhadap minat berinvestasi.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan, dan pemahaman kepada mahasiswa mengenai minat investasi.

b) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Bagi universitas, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

