

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

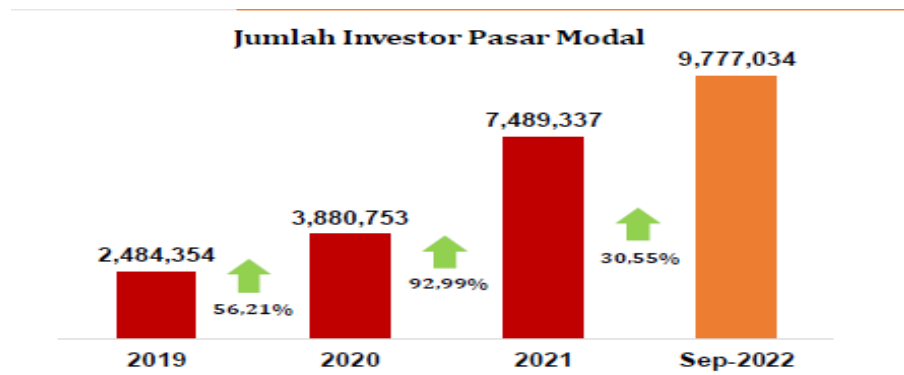
### **1.1 Latar Belakang**

Salah satu tujuan dan impian banyak orang adalah mampu hidup mandiri secara finansial, baik itu di masa sekarang maupun di masa depan. Cara sederhana yang dapat dilakukan adalah mengelola keuangan dengan baik. Pengelolaan keuangan yang baik sangatlah penting dilakukan karena dapat menentukan tujuan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang. Pengelolaan keuangan jangka pendek dapat membantu dalam mengendalikan keinginan untuk mengonsumsi produk yang kurang penting, sedangkan pengelolaan keuangan jangka panjang dapat membantu untuk perencanaan keuangan di masa depan (Zulchayra et al., 2020). Salah satu cara untuk melatih pengelolaan keuangan adalah dengan berinvestasi.

Berinvestasi dapat membantu seseorang dalam mempersiapkan modal untuk kebutuhan masa depan. Investasi adalah penanaman modal, pengadaan aktiva lengkap atau pembelian saham-saham dan surat berharga lain untuk memperoleh keuntungan (OJK, 2022). Salah satu bentuk investasi yang dapat digunakan adalah investasi di pasar modal. Semenjak dibukanya Bursa Efek Indonesia (BEI), jenis investasi ini merupakan alternatif investasi yang mudah diakses oleh masyarakat. Pasar modal (*capital market*) merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjual belikan, baik obligasi, saham, reksadana, instrumen derivatif maupun instrumen lainnya (BEI, 2022).

Sebagai upaya mengembangkan pasar modal di Indonesia, Bursa Efek Indonesia mengadakan program kampanye “Yuk Nabung Saham” untuk meningkatkan jumlah investor lokal di pasar modal dan juga untuk mensejahterakan perekonomian masyarakat Indonesia. Program ini memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai seluk beluk tentang investasi di pasar modal. Tujuan dari penyelenggaraan program ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pasar modal Indonesia dan ketertarikan masyarakat dalam berinvestasi dengan mekanisme Nabung Saham. Selain itu kampanye ini juga dimaksudkan untuk merubah kebiasaan masyarakat Indonesia yang awalnya menabung menjadi berinvestasi, sehingga masyarakat Indonesia mulai bergerak dari *saving society* menjadi *investing society*. Dengan menabung saham, masyarakat diharapkan dapat secara rutin dan berkala berinvestasi di pasar modal dengan dana minimal Rp.100.000, dan dengan harapan investor dapat disiplin berinvestasi di pasar modal ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)).

Perkembangan investor di pasar modal mulai mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari gambar di bawah ini:



Gambar 1.1 Jumlah Investor Pasar Modal 2019 - September 2022

*Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia (2022)*

Berdasarkan gambar di atas, PT. Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat pertumbuhan investor tahun ini sudah tumbuh lebih dari 4 kali lipat dibandingkan dengan akhir 2019. Jumlah *Single Investor Identification* (SID) sampai akhir tahun 2021 naik sebesar 30,55% menjadi 9,78 juta investor dari sebelumnya 7,49 juta investor pada akhir tahun 2021. Peningkatan jumlah investor individu dari tahun-tahun sebelumnya sampai September 2022 tidak diikuti dengan ketepatan pengambilan keputusan investasi. Satgas Waspada Investasi (SWI) melaporkan, kerugian masyarakat akibat dari investasi ilegal sejak tahun 2018-2022 telah mencapai Rp.123,5 triliun. Menurut ketua Satgas Waspada Investasi Tongam Tobing, berkembangnya investasi bodong disebabkan oleh masih banyaknya masyarakat yang tergiur dengan bunga yang tinggi ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)).

Keputusan investasi adalah suatu tindakan yang diambil oleh seseorang pada masa sekarang untuk melepaskan dana yang ada dengan harapan menghasilkan dana masa depan yang lebih besar daripada yang tersedia pada investasi awal (Aristya, 2019). Keputusan investasi yang baik dapat diukur dengan pertimbangan *return*

investasi yang baik, baiknya pertimbangan risiko investasi yang sesuai, dan hubungan tingkat risiko dan *return* bersifat searah. Untuk itu, investor membutuhkan literasi keuangan sehingga dapat membuat keputusan investasi yang baik (Hikmah et al., 2020).

*Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* dalam OJK ( 2022) mendeskripsikan literasi keuangan sebagai tingkat pemahaman individu terkait wawasan keuangan, risiko, motivasi, keyakinan serta keterampilan dalam mempraktikkan ilmu serta pemahaman yang dimiliki untuk menghasilkan keputusan keuangan yang lebih efektif dalam rangka memperbaiki kesejahteraan finansial, dan partisipasi aktif dalam kegiatan perekonomian. Berdasarkan survei OJK terhadap literasi keuangan Indonesia per September 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia saat ini hanya sekitar 49,68%, masih sangat jauh dengan negara-negara tetangga yang indeks literasi keuangannya rata-rata di atas 70%. Sedangkan untuk inklusi atau akses keuangan masyarakat Indonesia sangat berbeda jauh yaitu 85,1%. Hal ini sangatlah berisiko dikarenakan banyaknya akses keuangan bagi masyarakat tidak dibarengi dengan peningkatan pengetahuan keuangan sehingga masyarakat rentan terhadap penipuan-penipuan dalam hal keuangan khususnya investasi.

Selanjutnya investor Indonesia jika dilihat dari demografi usia memiliki perbandingan persentase yang berbeda-beda. Dapat dilihat dari gambar 1.2 berikut:



Gambar 1.2 Demografi Investor Berdasarkan Usia per September 2022

*Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia (2022)*

Berdasarkan grafik data dari KSEI pada gambar di atas, investor terbanyak didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z. Generasi milenial adalah generasi yang lahir dari tahun 1980an – 2000an. Menurut Putri & Tasman (2019) generasi milenial adalah generasi yang berevolusi dan tumbuh dari perkembangan komputer dan internet. Hal ini memudahkan generasi milenial untuk mengakses dan belajar dari pendanaan atau keuangan dan membuat keputusan investasi yang lebih baik. Investor dengan usia sampai dengan 40 tahun mendominasi dengan total persentase sebesar 81,31%. Meningkatnya jumlah investor individu di pasar modal Indonesia juga dipengaruhi oleh media sosial. Hal ini terjadi karena banyaknya selebriti media sosial (*influencer*) yang tertarik berinvestasi dan mulai membuat konten digital terkait investasi, dan membuat masyarakat tertarik untuk melakukan investasi. Terlebih generasi milenial sebagai pengguna media sosial yang aktif.

Akan tetapi budaya ikut ikutan masih merajalela di kalangan generasi milenial, banyak dari mereka yang melakukan investasi tanpa memahami terlebih dahulu keputusan investasi yang akan diambil. Menurut Segara (2021) dalam Indonesia

*Milenials Financial Summit*, keputusan investasi generasi milenial masih terpengaruh oleh ajakan *influencer*, selebriti, atau *public figure* di media sosial, sehingga kemungkinan menjadi korban penipuan berkedok investasi (investasi bodong) yang berdampak pada risiko kerugian lebih besar. *BlackRock Global Investor Pulse* (2019) melakukan riset terhadap lebih dari 27.000 responden di 13 negara dan menemukan bahwa sebanyak 63 persen milenial tidak melakukan investasi karena sulit dimengerti, sedangkan 42 persen responden tidak berinvestasi karena takut terhadap risiko kerugian. Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan investasi adalah penilaian investor terhadap risiko atau dikenal sebagai persepsi risiko.

Persepsi risiko adalah penilaian individu terhadap masalah yang memiliki dampak negatif yang menimbulkan kekhawatiran tentang risiko yang diterima (Fadila et al., 2022) . Investor yang menggunakan persepsi risikonya dengan baik dan penuh pertimbangan terkait dengan kemungkinan risiko yang akan dialami tentu akan berdampak baik pula pada investasi yang akan dilakukannya (Pradikasari & Isbanah, 2018). Tingginya kerugian investor Indonesia akibat dari investasi ilegal membuktikan bahwa investor Indonesia tidak menggunakan persepsi risiko dengan baik dan penuh pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

Tidak bisa dipungkiri bahwa keputusan berinvestasi generasi milenial di pasar modal terus mengalami pertumbuhan. Kondisi ini hampir dialami di beberapa kota besar dan termasuk di Sumatera Barat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan, 70% investor yang menanamkan uang di pasar modal Sumatera Barat merupakan generasi muda dengan rentang usia dibawah 30 tahun atau disebut generasi milenial.

Hingga akhir Oktober 2022 jumlah investor pasar modal ber-KTP di Sumatera Barat mencapai 140.162 dengan volume transaksi sepanjang 2022 sampai akhir Oktober Rp.13.535 triliun ([www.rdis.idx.co.id](http://www.rdis.idx.co.id)). Akan tetapi peningkatan keputusan investasi ini tidak diikuti dengan tingkat literasi keuangan yang akan berdampak pada ketidaktepatan pengambilan keputusan investasi. Tingkat literasi keuangan di Sumatera Barat masih sangat rendah, dapat dilihat dari grafik di bawah ini:



Gambar 1.3 Persentase Literasi dan Inklusi Keuangan Berdasarkan Provinsi

*Sumber: Survei Nasional Literasi Keuangan Indonesia, OJK (2022)*

Berdasarkan gambar di atas tingkat literasi keuangan Sumatera Barat berada di posisi 2 terendah yaitu hanya sebesar 40,78% dan tingkat inklusi sebesar 76,88%, sangat jauh berbeda dibandingkan Riau yang tingkat literasi keuangannya paling tinggi di Pulau Sumatera yaitu sebesar 67,27% dan tingkat inklusi 85,19%. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Sumatera Barat memiliki tingkat literasi keuangan yang sangat rendah yang akan berdampak pada masyarakat yang tidak memiliki tujuan keuangan dan kesulitan dalam mengelola keuangan untuk hari tua. Masyarakat juga akan mudah menjadi korban penipuan dalam hal keuangan seperti investasi bodong.

Kepala perwakilan Bursa Efek Indonesia Sumatera Barat mengatakan “Jumlah investor Sumatera Barat jika dilihat dari sebaran kota investor terbanyak berasal dari Kota Padang yaitu 42.688 *Single Investor Identification* (SID) dengan 60% merupakan generasi milenial” ([www.rdis.idx.co.id](http://www.rdis.idx.co.id)). Angka ini masih terbilang sangat rendah jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Kota Padang yaitu sebanyak 919.145 jiwa. Sedangkan untuk jumlah penduduk Kota Padang dengan rentang usia 25-40 (milenial) sebanyak 229.041 jiwa ([www.padangkota.bps.go.id](http://www.padangkota.bps.go.id)).

Penelitian ini sudah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti terdahulu, dari hasil penelitian terdahulu terdapat variabel yang tidak konsisten. Walaupun penelitian ini sudah dilakukan sebelumnya, penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena lokasi yang akan diteliti pada penelitian ini adalah di Kota Padang, dan objek penelitian ini adalah Generasi Milenial di Kota Padang dengan sumber data primer menggunakan kuisioner. Terdapat perbedaan hasil penelitian antara para peneliti terdahulu, ini berarti terdapat variabel yang tidak konsisten. Menurut Mahwan & Herawati (2021), Putri & Hamidi (2019) bahwa terdapat dampak signifikan antara literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Namun demikian berbeda dengan hasil temuan penelitian yang dilakukan oleh Safryani et al., (2020), Pradana (2018) bahwa tidak terdapat dampak signifikan antara literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Menurut Naradiasari & Wahyudi (2022), Anggraini & Mulyani (2022) bahwa terdapat dampak signifikan antara persepsi risiko terhadap keputusan investasi. Namun demikian berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Listyani et al., (2019), Afrida & Sari (2021) bahwa tidak terdapat dampak signifikan



antara persepsi risiko terhadap keputusan investasi. Penelitian dari Ronia et al., (2017) menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian saham. Berbeda dengan hasil penelitian dari Ismail et al., (2018) yang menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Presepsi Risiko, dan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Kota Padang”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang dapat diangkat untuk penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi generasi milenial Kota Padang?
2. Bagaimanakah persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi generasi milenial Kota Padang?
3. Bagaimanakah media sosial berpengaruh terhadap keputusan investasi generasi milenial Kota Padang?
4. Bagaimanakah literasi keuangan, presepsi risiko dan media sosial berpengaruh terhadap keputusan investasi generasi milenial Kota Padang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi generasi milenial Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi generasi milenial Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi generasi milenial Kota Padang
4. . Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, prespsi risiko dan media social terhadap keputusan investasi generasi milenial Kota Padang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat menambah literatur, ataupun kajian dari pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, dan media sosial terhadap keputusan investasi pada generasi milenial Kota Padang, serta membuka kemungkinan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang permasalahan keputusan investasi.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

Sebagai sarana menambah ilmu pengetahuan dan wawasan kepada penulis mengenai investasi di pasar modal dan pengambilan keputusan investasi.

###### **b. Bagi Akademik**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia akademis, dan dapat digunakan sebagai bahan bacaan dan panduan untuk lebih bisa memahami faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan investasi.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya dalam merumuskan masalah baru serta diharapkan dapat memberi kontribusi dalam pengembangan penelitian mengenai keputusan investasi.

## **1.5 Batasan Masalah**

Penulis akan membatasi ruang lingkup pada:

1. Pada penelitian ini tidak meneliti semua faktor yang mempengaruhi keputusan investasi, melainkan hanya fokus pada tiga faktor, yakni: literasi keuangan, persepsi risiko, dan media sosial
2. Pada penelitian ini difokuskan pada investor generasi milenial Kota Padang dengan rentang usia 21-40 tahun.