

BAB I PENDAHULUAN

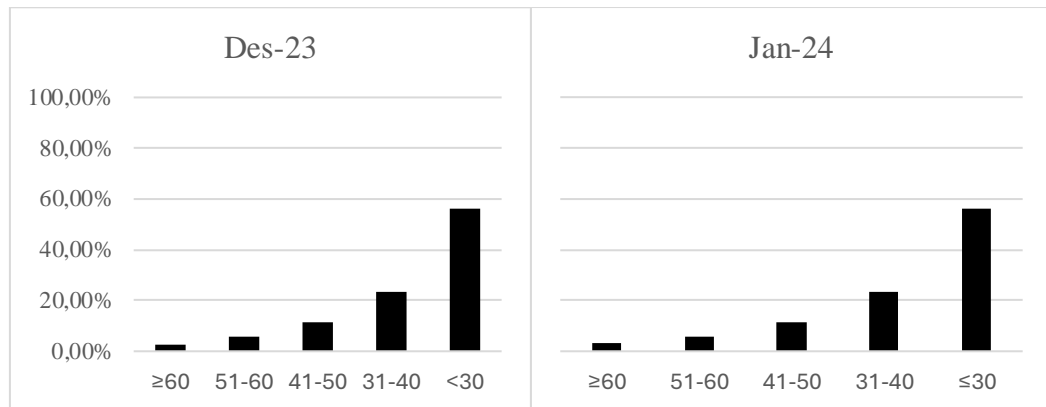
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat, seperti kemajuan dalam komputasi, komunikasi, dan konektivitas, telah membuka pintu bagi peluang baru dalam dunia investasi. Dalam era digital ini, individu dan instansi dapat dengan mudah mengakses platform investasi online yang menyediakan berbagai instrumen investasi, mulai dari saham dan obligasi hingga koin kripto dan reksa dana. Menurut OJK, investasi merujuk pada pengalokasian dana dalam jangka panjang untuk memperoleh keuntungan dengan membeli saham dan instrumen keuangan lainnya seperti obligasi atau surat berharga. Investasi juga bisa melalui deposito maupun reksa dana.

Investasi sekarang bisa melalui platform digital di pasar modal, seperti bibit, Ajaib, dan Stockbit, telah mengalami peningkatan investor yang signifikan dari tahun ke tahun. Fenomena ini dapat diatribusikan kepada beberapa faktor yang secara positif mempengaruhi pertumbuhan pengguna dalam investasi kedepannya, sehingga minat investasi dari calon investor akan tergerak untuk menginvestasikan modalnya ke pasar modal Indonesia.

Demografi Investor Individu pada laporan statistika demografi yang dirilis oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada tahun Desember 2023 dan Januari 2024 bisa dilihat pada grafik dibawah ini.

Grafik 1 Demografi Usia Individu Investor Desember 2023 – Januari 2024



Sumber : Kustodian Sentral Efek Indonesia

Menurut laporan statistika "Demografi Usia Investor Individu" yang dirilis oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada Desember 2023, pasar investasi didominasi oleh individu dengan usia di bawah 30 tahun. Dalam kelompok usia ini, terdapat golongan mahasiswa dengan rentang usia antara 17 hingga 30 tahun. Pada Desember 2023, persentase dominasi usia di bawah 30 tahun sebesar 56,43%, dan pada Januari 2024, persentasenya sebesar 56,29%. Sebuah berita dari TribunNews.com pada tanggal 2 April 2024 menyebutkan bahwa antusiasme investasi di kalangan Generasi Z dan Milenial semakin meningkat. Terkait hal ini, tren integrasi ESG (Environmental, Social, and Governance) dan keberlanjutan terus mendominasi, sehingga kami meyakini bahwa produk investasi akan tetap menjadi favorit bagi para investor, terutama generasi muda, dalam beberapa tahun mendatang. Bursa Efek Indonesia (BEI) juga mengamati peningkatan jumlah

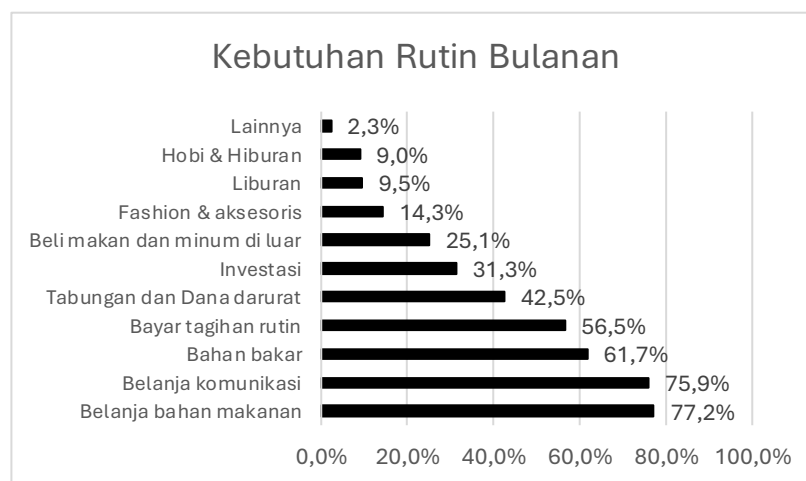
investor saham yang didominasi oleh kalangan muda. Sunandar, Direktur Teknologi Informasi dan Manajemen Risiko BEI, menjelaskan bahwa generasi milenial dan generasi Z dapat memanfaatkan investasi di pasar saham untuk dana pensiun atau tujuan jangka panjang. Perkembangan teknologi dapat meningkatkan kemudahan akses dan pelacakan informasi serta memudahkan orang untuk mengakses dan mengikuti investasi. Hal ini disebabkan oleh ketersediaan informasi yang semakin terbuka luas melalui platform digital dan internet. Individu sekarang dapat dengan mudah memperoleh berita, analisis pasar, dan panduan investasi yang relevan untuk membantu mereka dalam pengambilan keputusan investasi.

Selain itu, investasi juga tidak terlepas dari fenomena geopolitik dan hilirisasi yang sedang menjadi tren di Indonesia saat ini. Geopolitik mengacu pada faktor-faktor politik dan ekonomi yang mempengaruhi keputusan investasi, seperti perubahan kebijakan pemerintah, stabilitas politik, dan hubungan diplomatik antara negara. Di sisi lain, hilirisasi adalah upaya untuk meningkatkan nilai tambah dan diversifikasi produk dalam negeri, yang mendorong peningkatan investasi di sektor-sektor tertentu.

Dalam konteks investasi, pemahaman terhadap faktor geopolitik dan tren hilirisasi dapat membantu investor dalam mengidentifikasi peluang dan risiko yang terkait dengan investasi mereka. Misalnya, perubahan kebijakan pemerintah terkait regulasi investasi atau perubahan kondisi politik dapat berdampak signifikan terhadap nilai investasi. Di sisi lain, tren hilirisasi dapat menunjukkan sektor-sektor yang memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi dan peluang investasi yang menarik.

Riset survey yang dilakukan oleh Katadata Insight Center dan Zigi.id terhadap Perilaku Keuangan generasi Milenial dan Z dengan jumlah responden 5.204 di Indonesia pada tanggal 6 -12 September 2021. Perilaku Keuangan Generasi Milenial dapat dilihat pada Grafik Kebutuhan Rutin Bulanan dan Alokasi Dana Generasi Milenial di bawah ini.

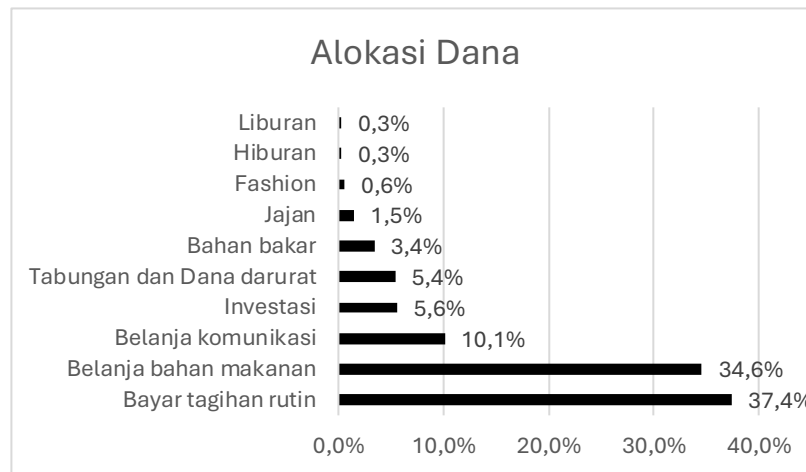
Grafik 2 Kebutuhan Rutin Bulanan Generasi Milenial Tahun 2021



Sumber : Katadata Insight Center & Zigi.id

Pada Grafik Kebutuhan Rutin Bulanan pada Generasi Milenial menunjukkan kebutuhan rutin bulanan urutan nomor pertama hingga ketiga yaitu belanja bahan makanan sebesar 77,2%, Belanja Komunikasi sebesar 75,9%, dan Bahan Bakar sebesar 61,7%, sedangkan kebutuhan rutin pada urutan terbawah yaitu Hobi dan Hiburan sebesar 9,0%, namun kebutuhan rutin yang terkait dengan investasi berada pada urutan 6 sebesar 31,3%.

Grafik 3 Alokasi Dana Generasi Milenial Tahun 2021

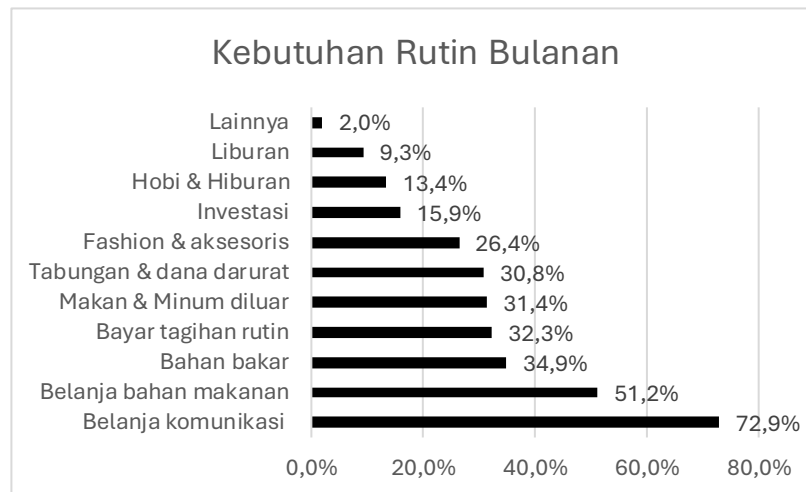


Sumber : Katadata Insight Center & Zigi.id

Pada Grafik Alokasi Dana Generasi Milenial Tahun 2021 pada urutan pertama yaitu bayar tagihan rutin sebesar 37,4%, urutan kedua belanja bahan makanan sebesar 34,6%, dan urutan ketiga yaitu belanja komunikasi sebesar 10,1%, sedangkan urutan terbawah yaitu Liburan sebesar 0,3%, namun perilaku keuangan yang di alokasikan pada Investasi berada pada urutan keempat yaitu sebesar 5,6%.

Perilaku Keuangan pada Generasi Milenial berdasarkan survey yang telah dilakukan oleh Katadata Insight Center & zigi.id menunjukkan bahwa kebutuhan rutin dan alokasi dana sebagian besar mengarah ke perilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari prioritas utama yang bukan berada pada investasi dan tabungan. Generasi milenial cenderung lebih mementingkan pemenuhan kebutuhan saat ini dibandingkan dengan mempersiapkan masa depan melalui pengelolaan keuangan yang lebih bijak. Kondisi ini perlu mendapat perhatian agar generasi milenial dapat mencapai keseimbangan antara konsumsi dan perencanaan keuangan jangka panjang, sehingga dapat memaksimalkan kesejahteraan di masa depan.

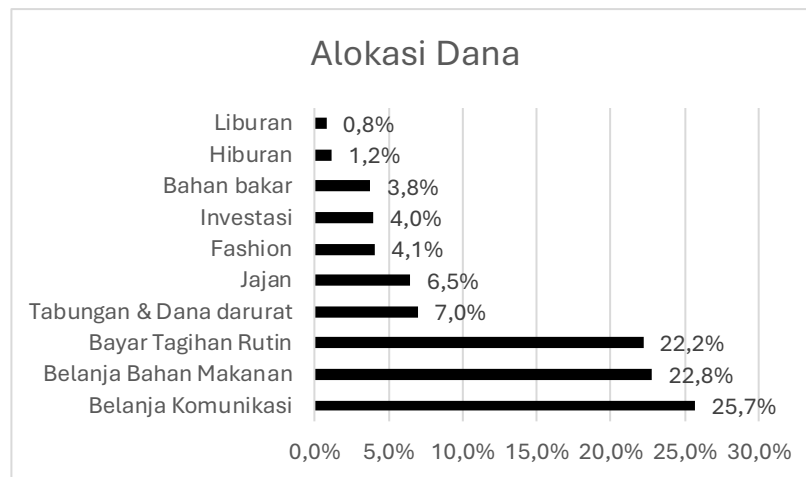
Grafik 4 Kebutuhan Rutin Bulanan Generasi Zenial tahun 2021



Sumber : Katadata Insight Center & Zigi.id

Pada Grafik Kebutuhan Rutin Bulanan pada Generasi Milenial menunjukkan kebutuhan rutin bulanan urutan nomor pertama hingga ketiga yaitu belanja komunikasi sebesar 72,9%, Belanja Bahan Makanan sebesar 51,2%, dan Bahan Bakar sebesar 34,9%, sedangkan kebutuhan rutin pada urutan terbawah yaitu Liburan sebesar 9,3%, namun kebutuhan rutin yang terkait dengan investasi berada pada urutan 8 sebesar 15,9%.

Grafik 5 Alokasi Dana Generasi Zenial tahun 2021



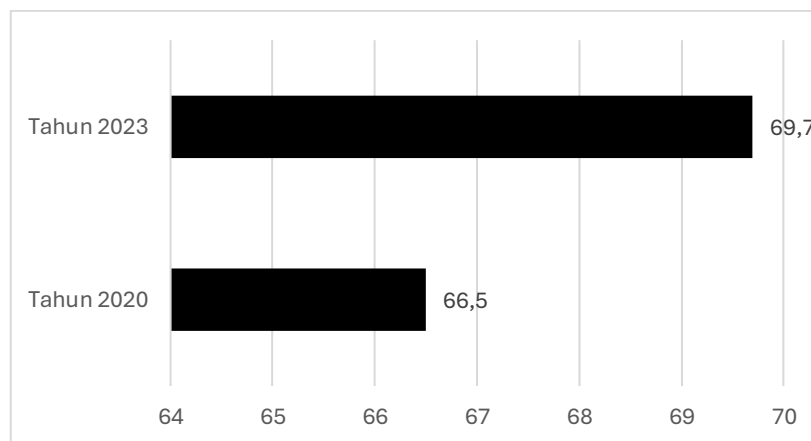
Sumber : Katadata Insight Center & Zigi.id

Pada Grafik Alokasi Dana Generasi Milenial Tahun 2021 pada urutan pertama yaitu Belanja Komunikasi sebesar 25,7%, urutan kedua belanja bahan makanan sebesar 22,8%, dan urutan ketiga yaitu belanja komunikasi sebesar 22,2%, sedangkan urutan terbawah yaitu Liburan sebesar 1,2%, namun perilaku keuangan yang di alokasikan pada Investasi berada pada urutan ketujuh yaitu sebesar 4,0%.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center dan zigi.id, Survei mengungkapkan bahwa Kebutuhan Rutin Bulanan serta Alokasi Dana paling besar pada Generasi Zenial cenderung mengarah ke perilaku konsumtif. Perilaku Investasi Generasi Zenial dibandingkan dengan Generasi Milenial justru makin melemah. Dana yang seharusnya dapat dialokasikan untuk investasi dan tabungan, tergerus oleh kebutuhan konsumsi yang tinggi. Ini menjadi tantangan tersendiri bagi Generasi Zenial dalam mengelola keuangan mereka secara bijaksana dan mengoptimalkan potensi finansial mereka di masa depan.

Indeks Literasi Keuangan Katadata Insight Center (KIC) menandakan bahwa Literasi Keuangan pada tahun 2020 hingga 2023 semakin meningkat dapat dilihat pada grafik dibawah ini.

Grafik 6 Survei Indeks Literasi Keuangan



Sumber : DataBooks Katadata Insight Center

Menurut hasil penelitian Katadata Insight Center (KIC), pada tahun 2023 indeks literasi keuangan Indonesia mencapai 69,7 poin dari skala 0-100 poin. Angka ini mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2020 yang sebesar 66,5 poin. Riset ini menggunakan tiga komponen untuk menilai literasi keuangan. Pertama, perilaku keuangan (behavior) mencetak skor 34,3 poin dari skala 0-45 poin. Kedua, pengetahuan keuangan (knowledge) mencapai 23,3 poin dari skala 0-35 poin. Ketiga, sikap terkait keuangan (attitude) mencapai 12,1 poin dari skala 0-20 poin.

Secara keseluruhan, semua komponen literasi keuangan mengalami peningkatan pada tahun 2023 dibandingkan dengan tahun 2020. Perilaku keuangan

meningkat menjadi 31,5 poin, pengetahuan keuangan mencapai 18,5 poin, dan sikap terkait keuangan mencapai 16,5 poin pada tahun 2020.

Dengan kenaikan signifikan dari literasi keuangan, seharusnya generasi milenial dan generasi Z paham akan pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang yang sehat. Sayangnya, data perilaku keuangan pada kedua generasi tersebut tidak menunjukkan hal demikian. Mereka cenderung mengarah pada perilaku konsumtif, dengan kebutuhan konsumsi yang tinggi setiap bulannya. Alokasi dana terbesar bukan pada perencanaan jangka panjang, seperti menabung atau berinvestasi, melainkan pada perilaku konsumtif. Bahkan, generasi Z dinilai paling tidak siap dalam hal menabung dan berinvestasi dibandingkan dengan generasi milenial. Hal ini menimbulkan kontradiksi. Seharusnya, peningkatan literasi keuangan yang signifikan dibarengi dengan perencanaan keuangan jangka panjang yang sehat. Namun, fakta menunjukkan hal yang sebaliknya. Oleh karena itu, menarik untuk menjadi fokus bahasan mengenai minat investasi yang dipengaruhi oleh literasi keuangan, efikasi keuangan, persepsi return, dan persepsi risiko.

Theory of Planned Behaviour yang dikembangkan oleh (Ajzen, 1985). *Theory of Planned Behavior* adalah suatu kerangka teoritis yang menjelaskan perilaku individu dengan menghubungkan keyakinan dan sikap secara spesifik. Sedangkan Faktor yang dapat mempengaruhi secara besar terhadap *Planned Behavior* yaitu ada tiga faktor, target perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku yang diterima. Sikap dari *Planned Behavior* ini akan menghasilkan dari tindakan yang dilakukan oleh perilaku tersebut. Bahwa minat investasi dipengaruhi oleh

sikap, norma subjektif, dan persepsi yang akan mempengaruhi niat perilaku individu untuk melakukan suatu tindakan seseorang atau individu dalam melakukan investasi. Dalam (Seni & Ratnadi, 2017), Teori *Planned Behavior* relevan saat menggambarkan tindakan apa pun yang membutuhkan perencanaan, seperti yang dijelaskan oleh (Ajzen, 1991).

Minat didefinisikan sebagai perasaan terdorong untuk terlibat dalam sesuatu tanpa adanya tekanan dari pihak lain, yang ditandai dengan usaha yang direncanakan dan perasaan positif. Minat berinvestasi merujuk pada ketertarikan seseorang untuk terlibat dalam aktivitas investasi, dengan upaya untuk mencari informasi terkait investasi dan selanjutnya membuat keputusan untuk berinvestasi (Fajrinty, 2022).

Literasi keuangan diartikan sebagai pemahaman dan kapabilitas yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan dalam kehidupan. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan, tetapi juga berhubungan dengan kebiasaan, perilaku, dan pengaruh faktor eksternal yang membentuk pengambilan keputusan finansial seseorang (Naufal & Purwanto, 2022). Beberapa penelitian terkait Literasi Keuangan oleh peneliti (Lestari et al., 2022) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa bahwa pengetahuan mahasiswa dalam pengambilan Keputusan sangat membantu yang menyebabkan Literasi Keuangan yang tinggi berpengaruh terhadap Minat Investasi Mahasiswa, Namun terdapat perbedaan pada peneliti (Savanah & Takarini, 2021) yang berpendapat bahwa Literasi Keuangan tidak berpengaruh positif terhadap Minat Investasi

Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur, Tingkat literasi keuangan yang tinggi mungkin memiliki pengaruh terhadap minat investasi, tetapi tidak dapat secara langsung dianggap bahwa tingginya literasi keuangan akan secara langsung berpengaruh, karena literasi keuangan hanya mengukur pengetahuan keuangan dan tidak selalu menjadi acuan dengan minat investasi.

Efikasi keuangan merupakan tingkat keyakinan dan kepercayaan diri seseorang dalam kemampuannya untuk mengelola keuangan dengan berhasil. Pengaruh efikasi keuangan sangat besar terhadap setiap keputusan keuangan yang dibuat. Efikasi keuangan mencerminkan pemikiran positif dan optimisme seseorang mengenai kemampuannya dalam mengelola keuangan dengan baik. Pemikiran dan kemampuan positif ini dapat membantu seseorang dalam menentukan arah dan pengaruh pada tindakan keuangan yang akan diambil. Dengan kata lain, efikasi keuangan yang tinggi akan mendorong seseorang untuk membuat keputusan-keputusan keuangan yang lebih baik dan produktif (Pangestika & Rusliati, 2019). Dengan meningkatnya efikasi keuangan, seseorang cenderung memiliki dorongan yang lebih besar untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan dalam mengelola investasi mereka, sesuai dengan tujuan keuangan yang ingin dicapai (Kempson et al., 2005). Penelitian oleh (Kelly & Pamungkas, 2022) menyatakan bahwa efikasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi dan Penelitian oleh (Pangestika & Rusliati, 2019) menyatakan bahwa efikasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa. Namun bertentangan dengan penelitian oleh (Wahyuningtyas et al., 2022) berpendapat bahwa efikasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Persepsi Return adalah Tindakan seseorang dalam memproyeksikan imbal hasil atau capital gain dalam Tindakan investasinya yang dipengaruhi oleh informasi informasi di sekitar sehingga memiliki gambaran untuk memprediksi kenaikan suatu instrumen investasi. Salah satu alasan orang-orang terjun ke dalam dunia investasi adalah harapan mereka untuk mendapatkan keuntungan dari aktivitas tersebut. Hal ini di dukung oleh penelitian oleh (Prasetio et al., 2023) bahwa persepsi return berpengaruh positif terhadap minat investasi. Tetapi bertentangan dengan penelitian oleh (Wicaksono, 2019) bahwa hasil penelitian tersebut persepsi return tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Persepsi risiko adalah pandangan yang dimiliki oleh seorang calon investor mengenai ketidakpastian dan kemungkinan konsekuensi yang dapat terjadi saat melakukan suatu kegiatan (Novia et al., 2023). Persepsi risiko merupakan faktor penting dalam investasi yang mengukur tingkat risiko berdasarkan data empiris dan keyakinan investor. Hal ini berfungsi sebagai tolak ukur tingkat risiko investasi, karena setiap investor memiliki toleransi risiko yang berbeda-beda. Ada investor yang berani mengambil risiko besar (risk taker), sementara investor lain cenderung menghindari risiko besar dan lebih konservatif (risk averse) (Sihotang & Pertiwi, 2021). Menurut (Mitchell, 1999), pemahaman yang disampaikan adalah bahwa persepsi risiko dianggap sebagai variabel yang kuat dalam investasi. Risiko dianggap sebagai faktor yang berpengaruh karena mayoritas individu yang tertarik untuk berinvestasi cenderung lebih memprioritaskan untuk mengendalikan risiko yang ada daripada mencari keuntungan maksimal yang bisa diperoleh dalam

berinvestasi. Pendapat bahwa Persepsi Risiko berpengaruh terhadap Minat Investasi ini di dukung oleh penelitian (Novia et al., 2023), Namun pendapat itu ditentang oleh penelitian (Kelly & Pamungkas, 2022) dan penelitian oleh (Savanah & Takarini, 2021) yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi.

Berdasarkan uraian diatas, penulis menentukan topik penelitian “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Persepsi Return dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur”. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pasar investasi yang di dominasi generasi Zenial dengan menggunakan objek mahasiswa manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur dapat memberikan pengaruh terhadap minat investasi dengan mempertimbangkan Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Persepsi Return, dan Persepsi Risiko.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang timbul adalah sebagai berikut :

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur ?
2. Apakah Efikasi Keuangan berpengaruh terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur ?
3. Apakah Persepsi Return berpengaruh terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur ?
4. Apakah Persepsi Risiko berpengaruh terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Efikasi Keuangan terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Persepsi Return terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini akan berguna untuk memperluas pengetahuan tentang pengaruh literasi keuangan, efikasi keuangan, persepsi return, dan persepsi risiko terhadap minat investasi pada mahasiswa manajemen di UPN "Veteran" Jawa Timur.

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian yang telah dilakukan sebelumnya, menjadi sumber referensi tambahan bagi penelitian dengan topik yang serupa, serta dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan penelitian di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Temuan dari penelitian ini dapat digunakan di masa depan untuk memberikan gambaran mengenai perilaku mahasiswa manajemen di UPN "Veteran" Jawa Timur, yang dapat dijadikan sebagai landasan dalam pengambilan keputusan berinvestasi melalui Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Persepsi Return, dan Persepsi Risiko.