

BAB I

PENDAHULUAN

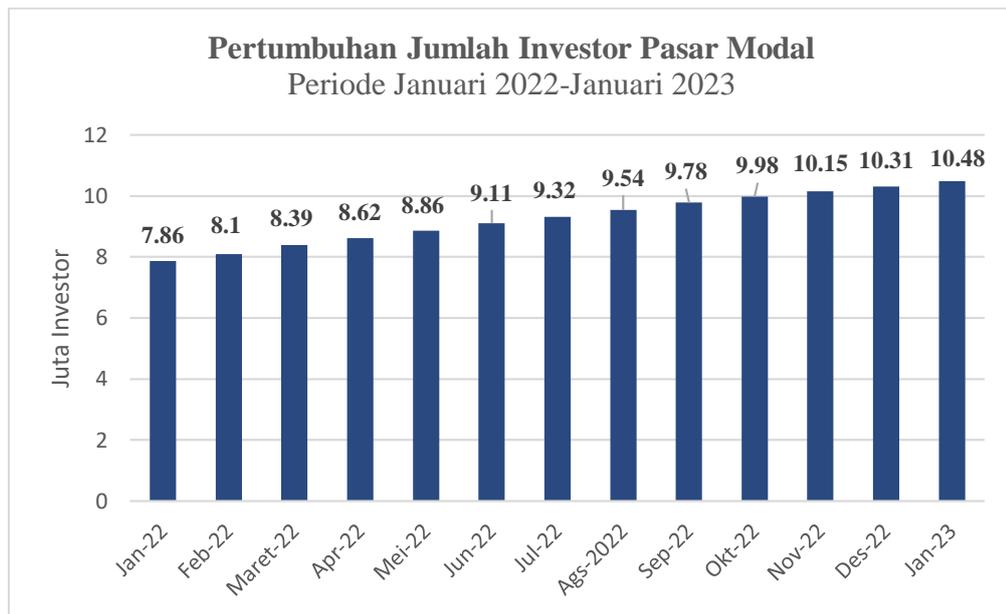
1.1 Latar Belakang

Investasi global saat ini sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi, politik, dan sosial yang berdampak besar pada pasar keuangan di seluruh dunia. Dalam beberapa tahun terakhir, pasar saham global mengalami fluktuasi yang signifikan, terutama akibat ketidakpastian yang berlanjut dari pandemi COVID-19. Tingkat suku bunga global yang tinggi juga mempengaruhi preferensi investor. Sebagian memilih untuk mencari imbal hasil yang lebih tinggi melalui investasi berisiko seperti saham, sementara yang lain lebih memilih aset yang lebih stabil seperti obligasi, meskipun dengan pengembalian yang lebih rendah. Ketidakpastian ini menekankan perlunya strategi investasi yang cermat dalam menghadapi dinamika pasar global.

Di Indonesia, tren investasi pasar modal menunjukkan perkembangan yang signifikan, terutama dengan meningkatnya jumlah investor lokal. PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) melaporkan bahwa jumlah investor pasar modal telah melampaui 10 juta pada 3 November 2022, dengan 99,78% di antaranya adalah investor lokal. Pertumbuhan ini menandakan peningkatan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pentingnya berinvestasi. Sejak tahun 2021, jumlah investor saham telah meningkat sebesar 15,96%, mencapai 4.002.289 pada akhir Juni 2022. Yang menarik, mayoritas investor ini berasal dari kalangan muda, yakni Gen Z dan milenial yang berusia di bawah 40 tahun, dengan nilai aset mencapai Rp144,07 triliun. Fenomena ini menunjukkan

bahwa generasi muda Indonesia semakin aktif dalam berpartisipasi di pasar modal, mencerminkan perubahan signifikan dalam lanskap investasi di Indonesia.

Tabel I-1
Pertumbuhan Jumlah Investor Pasar Modal 2022 -2023

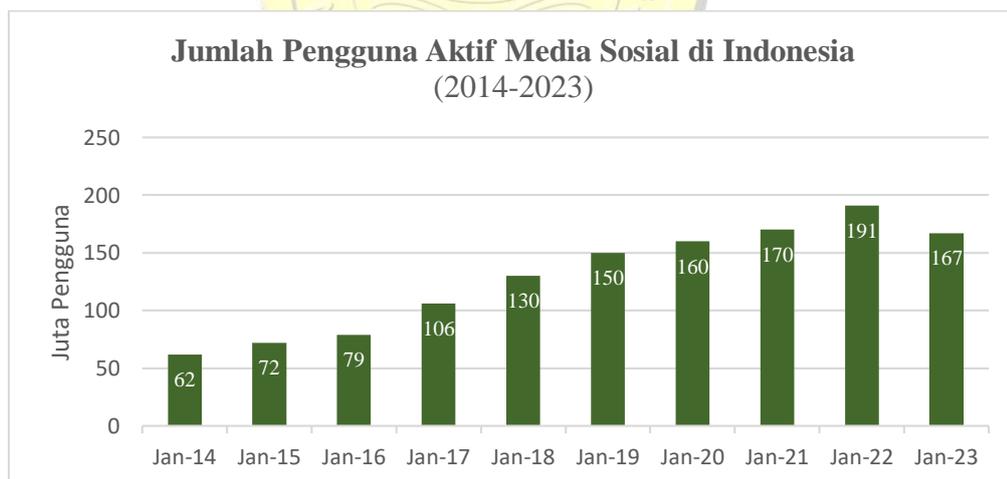


Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI)

Jumlah investor pasar modal di Indonesia terus menunjukkan tren peningkatan yang signifikan pada awal tahun 2023, mencapai 10,48 juta investor pada Januari. Peningkatan ini mencerminkan pertumbuhan konsisten setiap bulan sejak Januari 2022, berdasarkan data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Dibandingkan dengan periode yang sama pada Januari 2022, jumlah investor melonjak sebesar 33,28%, dari 7,86 juta menjadi 10,48 juta investor. Pertumbuhan yang pesat ini menandakan semakin tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap investasi di pasar modal.

Seiring dengan pertumbuhan jumlah investor, peran media sosial dalam meningkatkan literasi dan partisipasi keuangan semakin penting. Menurut Brogan (2010), media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi masyarakat umum. Data dari We Are Social pada Januari 2022 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki 204,7 juta pengguna internet, atau sekitar 76,8% dari total penduduk yang berjumlah 277,7 juta orang. Kehadiran media sosial yang masif ini membuka peluang besar bagi peningkatan literasi keuangan dan penyebaran informasi investasi, yang pada akhirnya turut mendorong pertumbuhan jumlah investor di Indonesia.

Tabel I-2
Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia 2014-2023



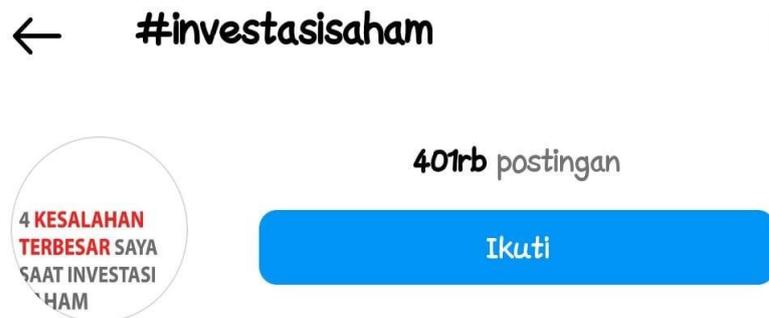
Sumber: We Are Social

Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang pada Januari 2023, yang mewakili 60,4% dari total penduduk. Angka ini menunjukkan penurunan signifikan sebesar

12,57% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, di mana jumlah pengguna aktif mencapai 191 juta orang. Ini adalah pertama kalinya dalam satu dekade terakhir terjadi penurunan dalam jumlah pengguna media sosial di Indonesia, menunjukkan perubahan signifikan dalam perilaku digital masyarakat. Penurunan ini dapat mencerminkan berbagai faktor, seperti perubahan preferensi platform digital, peningkatan kesadaran privasi, atau perubahan dalam pola konsumsi media sosial. Namun, meskipun terjadi penurunan jumlah pengguna aktif, media sosial tetap menjadi platform penting yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk literasi keuangan dan perilaku investasi di kalangan masyarakat.

Gambar I-1

Jumlah Hashtag #Investasisaham pada postingan di Instagram

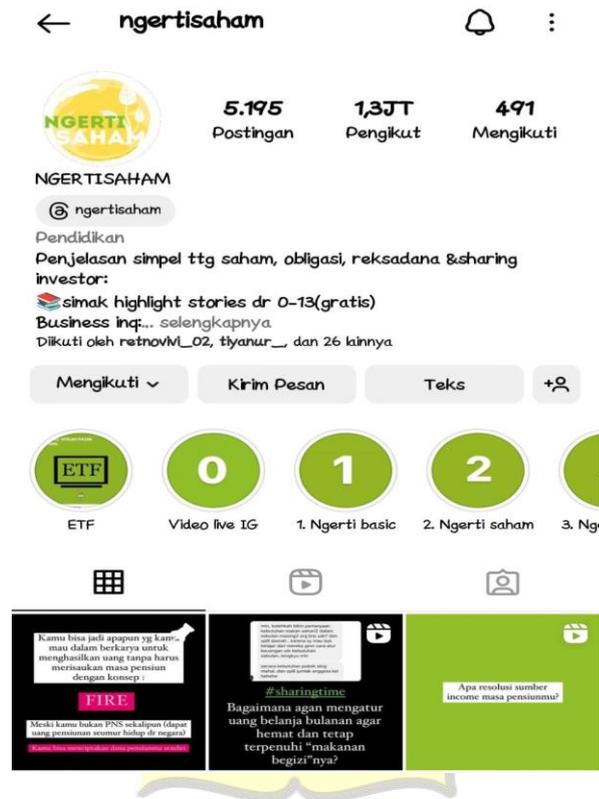


Sumber: <https://www.instagram.com/explore/tags/investasisaham/>

Data dari Instagram menunjukkan bahwa pencarian terkait postingan saham terus meningkat, mengindikasikan bahwa konten atau informasi tentang saham menjadi lebih mudah diakses oleh mereka yang tertarik dengan topik ini. Kemudahan akses ini menjadikan media sosial sebagai sumber informasi yang penting bagi para investor, terutama bagi mereka yang sedang mencari pengetahuan dan wawasan dalam bidang investasi. Peran media sosial dalam

memfasilitasi penyebaran informasi yang cepat dan tepat sasaran semakin memperkuat posisinya sebagai alat yang vital dalam literasi keuangan dan pengambilan keputusan investasi.

Gambar I-2
Akun Ngertisaham



Sumber: <https://www.instagram.com/ngertisaham/>

Ngertisaham adalah salah satu akun media sosial yang secara khusus menyajikan informasi mengenai saham, obligasi, dan reksadana melalui konten edukatif yang dirancang untuk memberikan wawasan investasi kepada penggunanya di Instagram. Akun ini menyediakan beragam konten yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang investasi, termasuk mengenai literasi keuangan pada masyarakat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan

keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku individu dalam membuat keputusan keuangan yang lebih baik dan mengelola keuangan secara efektif untuk mencapai kesejahteraan. Dengan demikian, peran akun seperti Ngertisaham sangat penting dalam mendukung peningkatan literasi keuangan dan mendorong pengambilan keputusan investasi yang lebih cerdas di kalangan pengguna media sosial.

Tabel I-3
Perbandingan Literasi dan inklusi keuangan

| Index | 2019 | 2022 |
|--------------|-------------|-------------|
| Literasi | 38,03% | 49,68% |
| Inklusi | 76,19% | 85,10% |
| Gap | 38,16% | 35,42% |

Sumber: OJK. Survei-Nasional-literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.

(Diakses pada 2022, November 22).

Untuk mengukur indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) kembali menyelenggarakan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2022, yang sebelumnya dilakukan pada tahun 2019. Hasil SNLIK 2022 menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia, dengan indeks literasi keuangan mencapai 49,68 persen, naik dari 38,03 persen pada tahun 2019, dan indeks inklusi keuangan meningkat menjadi 85,10 persen, dari 76,19 persen pada periode SNLIK sebelumnya. Meskipun terjadi peningkatan di kedua indeks tersebut, kesenjangan antara literasi dan inklusi keuangan menunjukkan penurunan, dari 38,16 persen pada tahun 2019

menjadi 35,42 persen pada tahun 2022. Penelitian oleh Susanto dan Djajanti (2022) menegaskan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat berinvestasi di kalangan mahasiswa. Dalam ekonomi yang dinamis, di mana perubahan terjadi dengan cepat, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi, seperti efikasi keuangan, menjadi sangat penting. Efikasi keuangan, yang mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengelola keuangan pribadi secara efektif, termasuk dalam perencanaan, pengelolaan utang, dan pengambilan keputusan investasi, berperan krusial dalam meningkatkan stabilitas keuangan pribadi dan kesejahteraan secara keseluruhan. Pemahaman ini dapat menjadi dasar dalam mengembangkan strategi investasi yang lebih sukses dan adaptif terhadap perubahan ekonomi.

Menurut Alfia (2020), efikasi keuangan merujuk pada keyakinan positif seseorang terhadap kemampuannya dalam mengelola dana dengan baik. Individu dengan tingkat efikasi keuangan yang tinggi biasanya merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi dan mampu mengatasi ketakutan atau kecemasan yang mungkin dirasakan oleh mereka dengan efikasi keuangan yang rendah. Penelitian oleh Hariyani et al. (2023) menunjukkan bahwa efikasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Sugara dan Purba (2023), yang menemukan bahwa efikasi keuangan berdampak positif pada keputusan investasi mahasiswa di Kota Batam. Namun,

penelitian Dewi et al. (2022) mencatat bahwa efikasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Informasi Media Sosial Terhadap Minat Investasi Saham: Peran Efikasi Keuangan Dan Literasi Keuangan Sebagai Intervening (Studi Pada Followers Instagram Ngertisaham)”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, perumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah informasi media sosial memiliki pengaruh terhadap minat investasi saham?
2. Apakah informasi media sosial memiliki pengaruh terhadap Literasi Keuangan?
3. Apakah informasi media sosial memiliki pengaruh terhadap Efikasi Keuangan?
4. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat investasi saham?
5. Apakah Efikasi Keuangan berpengaruh terhadap minat investasi saham?
6. Apakah Informasi media sosial berpengaruh terhadap minat investasi saham melalui Literasi Keuangan sebagai variabel intervening?
7. Apakah Informasi media sosial berpengaruh terhadap minat investasi saham melalui Efikasi Keuangan sebagai variabel intervening?

1.3 Batasan Masalah

Untuk mempermudah pembahasan pada penelitian ini, maka perlu dibatasi ruang lingkupnya sehingga didapatkan penyelesaian yang lebih fokus, sehingga penelitian ini dapat lebih efektif dan efisien. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan berfokus pada pengaruh informasi media sosial terhadap minat berinvestasi.
2. Variabel utama yang akan diteliti adalah informasi media sosial, minat berinvestasi, efikasi keuangan, dan literasi keuangan.
3. Penelitian ini akan memfokuskan pada *followers* (pengikut) Instagram NgertiSaham sebagai subjek penelitian.
4. Penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh informasi media sosial terhadap minat investasi saham.
2. Untuk mengetahui pengaruh informasi media sosial terhadap Literasi Keuangan.
3. Untuk mengetahui pengaruh informasi yang diperoleh dari media sosial terhadap Efikasi Keuangan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap minat investasi saham.

5. Untuk mengetahui pengaruh Efikasi Keuangan terhadap minat investasi saham.
6. Untuk mengetahui pengaruh Informasi media sosial terhadap minat investasi saham melalui Literasi Keuangan sebagai variabel intervening.
7. Untuk mengetahui pengaruh Informasi media sosial terhadap minat investasi saham melalui Efikasi Keuangan sebagai variabel intervening.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca, peneliti, kampus dan lainya yaitu sebagai berikut:

- Manfaat Teoritis

1. Kontribusi pada *Theory of Planned Behavior*.

Penelitian ini dapat memberikan wawasan tambahan terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi saham berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, terutama dengan memasukkan peran efikasi keuangan dan literasi keuangan sebagai variabel intervening.

2. Landasan untuk Penelitian Lanjutan.

Temuan dari penelitian ini dapat menjadi landasan untuk penelitian lanjutan dalam eksplorasi faktor-faktor lain yang dapat memoderasi atau mempengaruhi hubungan antara informasi media sosial, efikasi keuangan, literasi keuangan, dan minat investasi saham.

- Manfaat Praktis

1. Pengembangan Strategi pemasaran dan Edukasi.

Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan dan institusi keuangan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan program edukasi yang dapat meningkatkan pemahaman dan minat investasi saham melalui media sosial.

2. Panduan untuk Praktisi Keuangan.

Penelitian ini memberikan panduan berharga bagi praktisi keuangan, terutama mereka yang terlibat dalam pemasaran investasi saham melalui media sosial. Dengan pemahaman tentang efikasi keuangan dan literasi keuangan, praktisi dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

3. Penyuluhan Masyarakat.

Penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan untuk kegiatan penyuluhan masyarakat tentang pentingnya efikasi keuangan dan literasi keuangan dalam menghadapi informasi media sosial terkait investasi saham.