

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Kegiatan penanaman modal yang mempunyai nilai ekonomi yang diperoleh dari suatu instansi dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan di masa depan atau yang disebut juga sebagai investasi (Efriyanti, 2019). Dalam Islam kegiatan berinvestasi adalah kegiatan yang dianjurkan, seperti dalam QS Al-Hasyr [59]:18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾ (الحشر/59:18)

Terjemah Kemenag 2019

18. Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan. (Al-Hasyr/59:18)

Dalam ayat di atas menjelaskan bahwa perintah untuk manusia agar berinvestasi dalam bentuk ibadah ataupun kegiatan *muāmalah māliyah* dengan tujuan untuk mengumpulkan bekal di akhirat kelak. Investasi merupakan kegiatan *muāmalah māliyah*, apabila kegiatan yang dilaksanakan menyesuaikan dengan prinsip-prinsip Syariah dan disertai dengan niat yang baik, maka kegiatan yang dilaksanakan akan bernilai pahala dan mengandung nilai ibadah (Pardiansyah, 2017).

Kegiatan berinvestasi dalam ajaran Islam mempunyai batasan-batasan seperti pengaturan dalam proses kegiatannya, tujuan yang akan dicapai, objek yang akan dibeli investor, dan juga dampak dari kegiatan investasi yang akan didapatkan oleh investor (Pardiansyah, 2017). Dalam pasar modal syariah terdapat produk-produk investasi syariah, seperti saham syariah, sukuk, dan reksa dana syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2017b). Obligasi Syariah atau yang dikenal dengan sukuk dan obligasi konvensional memiliki pandangan yang berbeda. Sistem dalam pengembalian dana atau imbal hasil yang terdapat pada sukuk adalah bagi hasil, *fee*, dan margin. Tetapi dalam obligasi konvensional, sistem pengembalian yang digunakan adalah sistem bunga, dalam Islam bunga atau riba sangat bertentangan dengan prinsip Syariah (Faniyah, 2018, p. 48).

Dalam data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tahun 2016 sampai maret tahun 2021 jumlah sukuk korporasi *outstanding* sebanyak 168 produk yang beredar (ojk.go.id, 2021). Menunjukkan bahwa semakin banyak produk investasi berbasis syariah yang dapat dimanfaatkan oleh investor terutama investor muslim. Selain produk sukuk korporasi terdapat sukuk negara yang diterbitkan oleh pemerintah Indonesia dan ditujukan untuk investor individu Warga Negara Indonesia (Kementrian Keuangan Republik Indonesia & Djppr, 2021).

Minat pada produk sukuk negara pada saat ini sedang digemari oleh generasi milenial, seperti pada produk SR-014, dimana produk tersebut merupakan produk dari investasi berbasis Syariah yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia dan tentunya memenuhi prinsip-prinsip Syariah. Modal minimal dari pembelian sukuk ritel sebesar Rp 1 juta dan tujuan dari sukuk ritel sendiri untuk pembiayaan APBN dan pembiayaan pembangunan infrastruktur Indonesia. Pada saat ini, imbalan tetap dari sukuk ritel berjenis SR014 sebesar 5,47% dengan tingkat imbalan yang tetap (Kementrian Keuangan Republik Indonesia, 2021). Terlebih lagi produk sukuk menjadi alternatif pilihan investasi yang dimana tingkat *return* atau imbal hasilnya cenderung lebih tinggi dari deposito (Pribadi, 2020).

Penawaran dari sukuk ritel berjenis SR-014 telah berhasil menghimpun dana sebesar Rp 16,71 triliun dan berhasil melampaui target. Penjualan dari SR014 menarik sebanyak 35.625 investor dari seluruh provinsi yang ada di Indonesia. Pada penawaran tersebut, generasi milenial mendominasi pembelian dari sukuk ritel berjenis SR014 dengan jumlah investor sebanyak 12.968 investor atau sebesar 36,40% investor. Tetapi pada investor yang termasuk pada generasi Z tercatat membeli sukuk berjenis SR014 hanya sebanyak 331 investor atau sebesar 0,93% investor dan masih menunjukkan angka yang berkisar dibawah 1% (Republika.id, 2021).

SBSN yang diterbitkan memiliki tujuan untuk pembiayaan APBN dalam membiayai infrastruktur. Instrumen investasi yang satu ini menjadi komponen yang sangat penting untuk APBN dalam membiayai proyek negara (Robin et al., 2020). Contoh nyata adanya pembangunan yang berasal dari pembiayaan melalui sukuk negara adalah asrama haji Makassar, UIN Sunan Gunung Jati, Jembatan Musi 4 Palembang, dan masih banyak lagi proyek yang didanai melalui pembiayaan sukuk

negara. Sejak tahun 2013, SBSN telah membiayai proyek infrastruktur dan total Project Financing Sukuk sampai tahun 2020 telah mencapai Rp118,26 triliun dan membiayai proyek sebanyak 2.939 proyek di 34 provinsi (Kementerian Keuangan Republik Indonesia & Djppr, 2021).

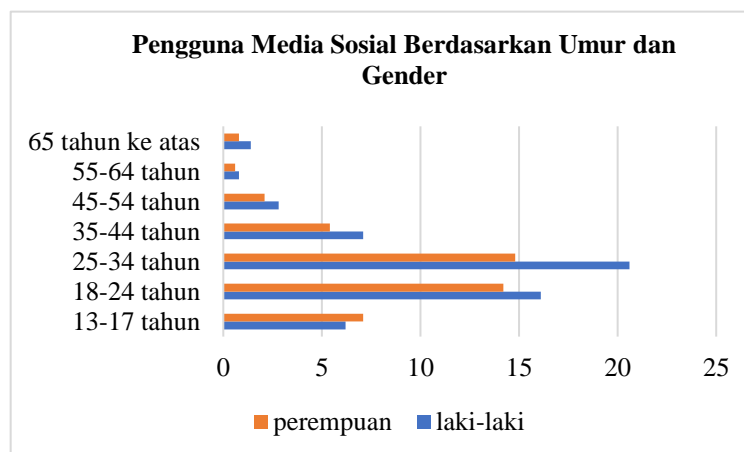
Kontribusi generasi Z dalam dunia investasi terutama sukuk sangatlah penting, tidak hanya individu tersebut yang mendapatkan keuntungan tetapi generasi tersebut juga dapat berkontribusi langsung terhadap pembangunan nasional dengan membeli produk sukuk. Seperti pada penelitian sebelumnya, banyaknya investor sukuk yang merasa bangga menjadi patriot bangsa karena memberikan kontribusi untuk membangun negeri menjadi lebih baik terutama dalam keadaan pandemic Covid-19 seperti saat ini (Aristantia, 2020). Terlebih lagi, generasi Y dan generasi Z merupakan generasi yang akan menjadi mayoritas penduduk dengan kategori usia produktif atau keadaan yang dinamakan sebagai bonus demografi, pada saat Indonesia merayakan kemerdekaan dengan usia emasnya yaitu 100 tahun pada saat tahun 2045, sangat penting dalam menanamkan nilai-nilai untuk menjadi pribadi yang cerdas, berkarakter, serta memiliki jiwa nasionalisme karena mereka yang akan memegang kepemimpinan dan menjadi penggerak perekonomian bangsa (Hasudungan & Kurniawan, 2018). Generasi Z yang juga termasuk dalam rentang tahun usia produktif, yaitu berumur 15-64 tahun (Jati, 2015), dimana pada rentang usia tersebut sangat penting untuk individu tersebut mengetahui bagaimana cara mengelola keuangan pribadi termasuk berinvestasi dengan tujuan memenuhi kebutuhan di masa depan (N. M. D. R. Putri & Rahyuda, 2017).

Generasi Z yang menjadi harapan namun sebagian besar masih mempunyai sifat konsumtif. Minat beli pada pada generasi Z didasarkan atas keunikan barang tersebut seperti kemasan yang unik dan menarik, semakin barang tersebut terbatas atau *limited edition* maka minat untuk membeli barang tersebut akan semakin besar. Bisa ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif pada generasi muda sangatlah besar, pembelian barang tidak didasarkan dengan kebutuhan tetapi hanya untuk kepuasan tersendiri (Sustiyo, 2020). Generasi Z yang menjadi generasi yang konsumtif, didukung dengan data yang menunjukkan bahwa konsumen yang berasal dari generasi Z dan generasi milenial sebesar 85% pada tahun 2019, dengan rentang umur 18-35 tahun yang menjadi penyumbang alokasi pendapatan terbesar

dalam belanja online dari seluruh total transaksi. Begitu juga dengan konsumen dengan kategori fashion sebesar 30% berasal dari rentang usia 18-25 tahun dan kelompok pendapatan Rp 3 juta - Rp 5 juta (Tempo.co, 2020).

Dengan adanya perkembangan zaman, terdapat perkembangan teknologi yang begitu cepat, penyebaran edukasi dan informasi tentang produk sukuk kepada kalangan generasi Z dapat dilakukan dengan memanfaatkan media yang ada. Regulator dapat menjangkau lebih banyak investor dari berbagai kalangan usia terutama dari golongan generasi Z dan milenial seperti mahasiswa yang merupakan calon investor muda karena mereka yang akan berkontribusi aktif untuk dunia investasi di masa yang akan datang (M. Yusuf, 2019). Contoh dari komunitas-komunitas online yang bergerak untuk mengedukasi tentang pasar modal Syariah Indonesia, seperti pada platform Instagram terdapat *Idxislamix*, *Pasar_Modal_Syariah*, *indonesiastockexchange*, dan *sikapuangmu*. Begitu juga yang terdapat di *platform youtube channel* bernama Pasar Modal Syariah.

Penelitian ini menggunakan sampel Generasi Z dikarenakan Generasi Z banyak mendapatkan informasi yang tersebar melalui media sosial dan pemakaian media sosial juga tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari kalangan remaja, seperti pada penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pemanfaatan dari media sosial berdampak positif terhadap kegiatan belajar di dalam maupun diluar kelas (Yusi Kamhar & Lestari, 2019). Seperti pada data dibawah ini yang menunjukkan banyaknya pengguna media yang berada pada rentang tahun 25-34 tahun, peringkat kedua dengan usia 18-24 tahun, dan peringkat ketiga berada pada usia 13-17 tahun (Databoks.katadata.co.id, 2020).



Gambar 1. Data Pengguna Media Sosial

Sumber : Data diolah, (Databoks.katadata.co.id, 2020)

Pemakaian media sosial sudah tidak asing lagi bagi kaum muda yang terbuka lebar pandangannya terhadap perkembangan zaman. Seperti pada penelitian sebelumnya menyatakan bahwa tingkat penggunaan media sosial pada mahasiswa dalam sampel yang diteliti menunjukkan responden mengatakan sangat setuju dalam penggunaan media sosial untuk media informasi sampai media pemasaran suatu kegiatan usaha (Sahroh, 2018). Begitu juga dengan pernyataan yang terdapat pada penelitian sebelumnya, menyatakan bahwa informan yang mempengaruhi minat generasi muda dalam berinvestasi di pasar modal Syariah dari yang tertinggi adalah dosen dan diikuti dengan media sosial, dengan media tertinggi yang berpengaruh adalah *facebook* (Mubarok, 2018).

Generasi Z yang mendapatkan informasi dengan mudah dari berbagai media terutama yang berhubungan dengan media *online*, tentunya membutuhkan suatu pemahaman akan keuangan terutama dalam pengelolaan dasar keuangan atau ilmu tentang literasi keuangan, dalam berinvestasi pada awalnya kita memerlukan ilmu untuk memahami bagaimana pengelolaan dasar keuangan individu. Seperti pada penelitian sebelumnya menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal dan literasi keuangan sangat penting dalam ilmu dasar berinvestasi di pasar modal untuk meminimalisir risiko baik pada produk investasi konvensional dan Syariah (Pangestika & Rusliati, 2019).

Dalam kegiatan berinvestasi terkait dengan risiko dan *return*. Tujuan dalam berinvestasi tentunya ingin mendapatkan keuntungan, tetapi seringkali investor

yang mendapatkan level keuntungan sebenarnya (*actual return*) yang tidak sebanding dengan adanya level keuntungan yang diinginkan (*expected return*) karena kemungkinan adanya risiko yang terjadi dalam kegiatan investasi di pasar modal (Mulyana et al., 2019). Seperti pada penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa semakin tinggi risiko berinvestasi menyebabkan rendahnya minat berinvestasi pada kalangan mahasiswa (K. R. A. Saraswati & Wirakusuma, 2018). Begitu juga dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *return* berpengaruh signifikan pada variabel minat investasi yang didukung dengan teori semakin tinggi *return* yang diperoleh maka semakin tinggi tingkat minat berinvestasi (Yonar et al., 2018)

Selain faktor imbal hasil atau *return* dan risiko, pengaruh karakter juga mendorong seseorang dalam minat berinvestasi, pada produk pasar modal Syariah yang tentunya berkaitan dengan nilai religiusitas pada diri seseorang mempengaruhi perilaku, kegiatan, serta aktivitas dari individu tersebut. Apabila seseorang tersebut memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, maka kecenderungan dalam berkonsumsi pada kehidupan sehari-hari akan cenderung memilih produk-produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Produk yang dimaksud tidak hanya pada produk makanan, tetapi juga pada produk lembaga keuangan ataupun lembaga mikro Syariah (Romdhoni & Sari, 2018). Seperti pada penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa variabel religiusitas dengan nilai yang diteliti, yaitu komitmen dan kepribadian berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menabung di bank Syariah (Triuspitorini, 2019).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka sangat menarik bagi peneliti untuk mengetahui pengaruh dari media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas dalam mempengaruhi minat berinvestasi terutama pada generasi Z pada produk investasi sukuk.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, peneliti ingin memfokuskan penelitian dengan meneliti permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta pada produk sukuk ?

2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta pada produk sukuk ?
3. Bagaimana pengaruh risiko terhadap minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta pada produk sukuk ?
4. Bagaimana pengaruh imbal hasil terhadap minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta pada produk sukuk ?
5. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada sukuk ?
6. Bagaimana pengaruh media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas secara bersamaan terhadap Minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta pada produk sukuk ?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pernyataan latar belakang di atas, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta pada produk sukuk.
2. Untuk pengaruh literasi keuangan terhadap minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta pada produk sukuk.
3. Untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta pada produk sukuk.
4. Untuk mengetahui pengaruh imbal hasil terhadap minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta pada produk sukuk.
5. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada sukuk
6. Untuk mengetahui pengaruh media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas secara bersamaan terhadap Minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta pada produk sukuk.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka peneliti mengelompokkan manfaat dari penelitian sebagai berikut :

1. Aspek Teoritis

Dalam aspek teoritis penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi bagi kajian Ekonomi Islam khususnya dalam bidang investasi Pasar Modal Syariah mengenai komponen-komponen yang dapat mempengaruhi minat berinvestasi di Pasar Modal Syariah pada produk sukuk.

2. Aspek Praktis

1) Bagi Regulator

Peneliti berharap penelitian ini bagi perusahaan bermanfaat untuk menjadi kajian dan saran bagi regulator penerbit sukuk, dalam menentukan dan mengambil langkah-langkah yang harus diambil oleh perusahaan terkait media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas terhadap kepentingan untuk menarik minat investor terutama pada investor generasi Z pada produk investasi sukuk.

2) Bagi Investor

Hasil yang terdapat pada penelitian yang ditulis ini, diharapkan menjadi sarana informasi bagi investor dalam mencari informasi tentang pengaruh media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas terhadap minat dalam berinvestasi di pasar modal Syariah pada produk sukuk.