

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Setiap orang atau individu ingin menjalani kehidupan yang nyaman di masa depan atau hari tua, karena untuk itu diperlukan perencanaan keuangan yang matang sejak dini, salah satunya melalui investasi agar setiap orang dapat melindungi nilai asetnya dari inflasi. Tidak hanya itu berinvestasi juga dapat membantu memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang, dengan melakukan investasi sejak dini, semakin siap juga seseorang yang berinvestasi menerima resiko-resiko yang akan muncul pada masa yang akan datang.

Investasi merupakan aktifitas yang berhubungan dengan keuangan atau ekonomi individu maupun organisasi. Menurut Halim (2005) “investasi merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan di masa mendatang”. Investor memanfaatkan investasi pada pasar modal sebagai sarana untuk memperbaiki taraf hidup di masa depan. Dalam berinvestasi Investor tidak hanya menggunakan estimasi atas prospek instrument investasi, Tetapi faktor psikologis sudah ikut menentukan dalam mengambil keputusan berinvestasi, Dengan adanya faktor psikologis dari investor untuk mempegaruhi berinvestasi dan hasil yang akan dicapainya maka sering disebut sebagai tingkah laku atau perilaku keuangan. perilaku keuangan dengan pendekatan rasional hipotesis mengatakan bahwa bias perilaku mempengaruhi individu.

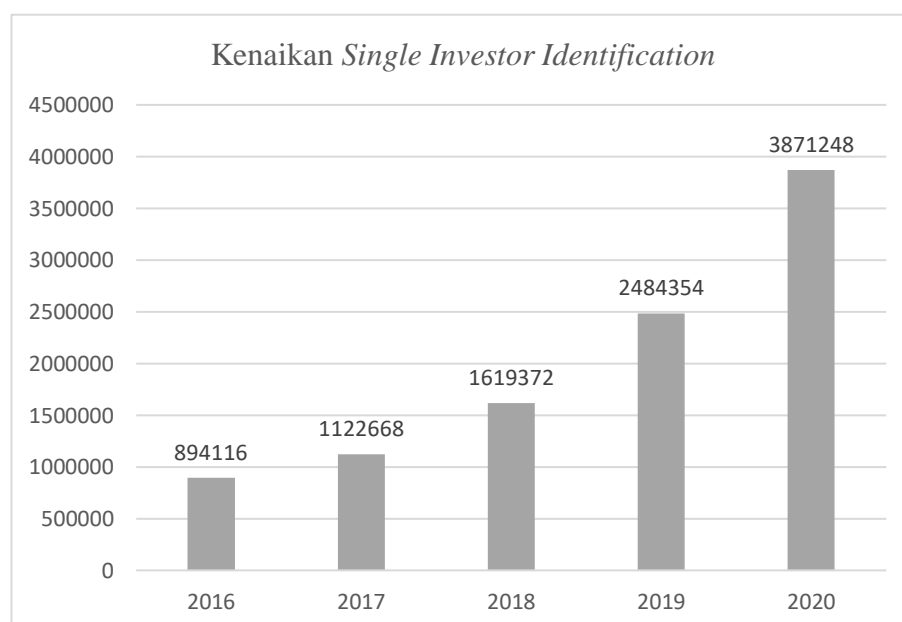
Menurut Shefrin (2000), perilaku keuangan adalah ilmu yang mempelajari tentang psikologi dan pengaruhnya terhadap perilaku keuangan. Perilaku keuangan disebut juga *Behavioral Finance*, yaitu perilaku manusia atau individu untuk mengambil keputusan keuangan melalui perencanaan dan penggunaan modal.

Keputusan investasi adalah tindakan menanamkan modal atau berinvestasi pada aset dan berharap memperoleh keuntungan (wilantika W. Putri & Hamidi, 2019). Keputusan investasi adalah langkah pengambilan keputusan berdasarkan

pengetahuan keuangan untuk memilih pilihan yang akan dipilih dalam berinvestasi. Dengan membuat rencana investasi, keputusan investasi dapat meminimalkan risiko. Jika seseorang melakukan investasi maka dibutuhkan pengetahuan finansial agar keputusan yang diambil dapat berhasil dan memenuhi ekspektasi.

Seperti halnya investor perorangan, *Single Investor Identification* (SID) di Indonesia yang tidak pernah mengalami penurunan. *Single Investor Identification* (SID) di Indonesia tidak menurun bahkan naik jumlahnya dan didominasi oleh investor lokal, walau sejak pandemi covid-19 masuk di Indonesia yang berdampak pada perekonomian global, pada tahun 2019-2020 kaum generasi Z dan Milenial mendominasi pasar modal. Jumlah ini didominasi oleh investor muda. Data KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia) menunjukkan bahwa dunia investasi tidak lagi identik dengan orang tua.

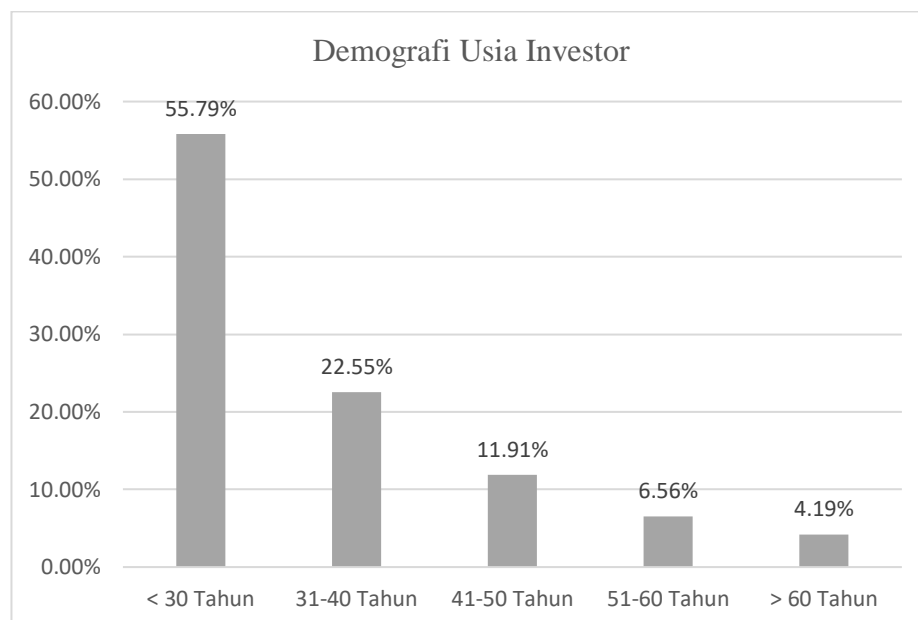
Di tengah pandemi Covid-19, investor pasar modal tanah air terus mencatat pertumbuhan. Data KSEI 2020, jumlah *Single Investor Identification* (SID) saham mencapai 3 juta akun atau tepatnya 3.871.248. Jumlah investor Pasar Modal Indonesia sesuai dengan data yang tercatat di KSEI per tanggal 29 Desember 2020 naik lebih dari 50% menjadi 3.871.248 dari sebelumnya 2.484.354 pada akhir tahun 2019 (Sandono et al., 2020 Berita Press Release Idx)



Sumber: KSEI (2020) data diolah.

Gambar 1. Grafik kenaikan jumlah *Single Investor Identification*

Pada data diatas peningkatan jumlah *Single Investor Identification* (SID) di pasar modal mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun ke tahun yakni mengalami peningkatan 50% pada tahun 2020 sebesar 3.871.248 dari tahun sebelumnya. Grafik ini mengambar pasar modal di Indonesia mulai dari tahun 2016 sampai dengan 2020 mengalami peningkatan, pada tahun 2016 jumlah SID yang tercatat di KSEI baru mencapai 894.116, mengalami peningkatan dari tahun 2016.



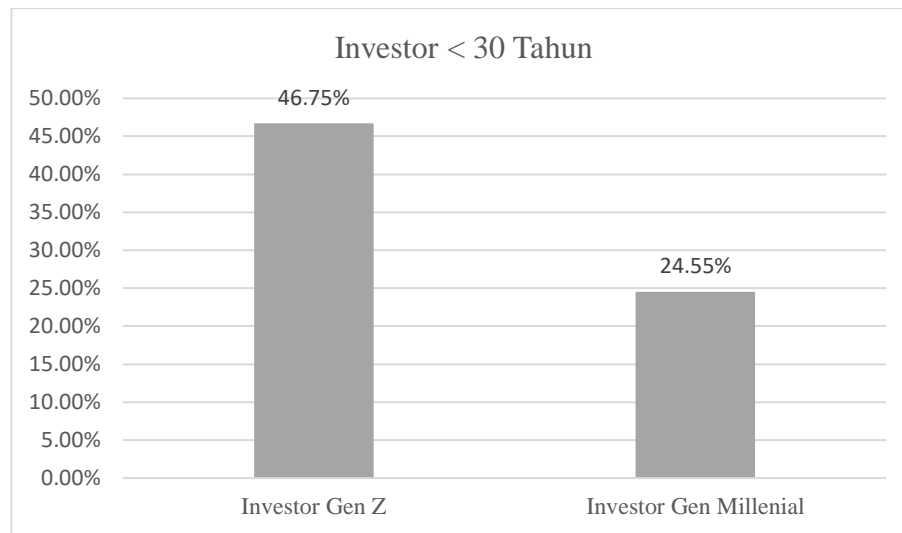
Sumber: (KSEI, 2020) data diolah

Gambar 2. Grafik demografi usia investor dipasar modal

Berdasarkan data (KSEI, 2020) per 29 Desember 2020, jumlah investor berusia kurang dari 30 tahun sebesar 55.79%, usia 30-40 tahun sebesar 22.55% 41-50 tahun sebesar 11.91%, 51-60 tahun sebesar 6.56% dan usia lebih dari 60 tahun sebesar 4.19%, usia dibawah 30 tahun sampai dengan 40 tahun telah mencapai lebih dari 70 persen. Pada grafik diatas menggambarkan demografi usia investor di pasar modal pada tahun 2020 di dominasi oleh usia kurang dari 30 tahun dengan jumlah 55.79%.

Direktur Pengembangan BEI, Hasan Fawzi mengatakan, “Pertumbuhan terbesar ada dari investor di bawah usia 25 tahun, kemudian pertumbuhan tertinggi berikutnya adalah investor di antara 26 sampai 30 tahun, berikutnya

investor dengan usia 31-40 tahun dan terakhir investor di atas 40 tahun” (Okezone 2021).



Sumber: (Katadata, 2020) data diolah

Gambar 3. Investor < 30 Tahun

Berdasarkan data jumlah investor pasar modal berdasarkan *Single Investor Identification* (SID), kelompok investor berusia di bawah 30 tahun atau gen Z mendominasi di pasar modal. Kelompok umur ini Sebanyak 1,46 juta orang atau 46,75% dari total SID. Sedangkan generasi milenial di urutan kedua dengan jumlah 770 ribu orang atau 24,55% (Katadata, 2020). Maka Objek dari penelitian ini adalah investor Gen Z yang berusia 18-25 Tahun pada tahun ini.

Peningkatan jumlah investor mengindikasikan peningkatan aktivitas investasi di Indonesia. Ini akan mempengaruhi keputusan investasi investor. Bertambahnya jumlah investor otomatis akan meningkatkan keputusan investasi yang akan diambil. “Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan keputusan investasi juga akan semakin meningkat sehingga mempengaruhi perilaku investor dalam mengambil keputusan investasi”. (Budiarto & Susanti, 2017).

Jumlah investor generasi Z ini mengalami kenaikan tiap tahunnya. Meski jumlah generasi Z menguasai pasar modal, namun secara penguasaan asset dan literasi mereka sangat kecil dibandingkan dengan investor yang lebih matang dan telah lebih lama menyelami pasar modal (Yuliyawati, 2020). Bank Dunia menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan Indonesia hanya berkisar

29,7%.Ini lebih rendah dari negara-negara ASEAN seperti Malaysia 66%, Thailand 73%, dan Singapura pada 98% (Rosdiana, 2020).

Jika diperhatikan sekarang ini banyak generasi Z yang FOMO (*Fear Of Missing Out*) akan saham, FOMO merupakan fenomena saat harga saham terus naik banyaknya investor atau trader membeli di harga tinggi, walaupun tidak memiliki pengetahuan atau hanya memiliki sedikit literasi keuangan mengenai saham, mereka hanya ikut-ikutan pelaku investor yang sudah lebih dulu/influence untuk membeli saham berharap kaya mendadak. Ketika margin naik, menyebabkan investor senior yang sudah lebih dulu berinvestasi mendapatkan keuntungan. Hal ini terjadi karena mereka atau investor baru takut tidak kebagian profit dan membeli saham sehingga harga saham mengalami kenaikan. Padahal trading takut ketinggalan ini sangat berbahaya, mereka tidak memikirkan fundamental dan teknikal suatu saham terlebih dahulu, dan hanya ikut-ikutan membeli saham.

Banyak media, termasuk media sosial, juga telah memperluas pengaruh FOMO di dunia perdagangan dan investasi. Informasi mengenai harga saham emiten terus meningkat, dan diskusi diadakan dalam kelompok, forum dan komunitas, yang juga berdampak pada banyak orang. Termasuk Generasi Z yang kaitannya erat dengan media sosial. Ketakutan akan kehilangan peluang atau FOMO semakin kuat. Dengan informasi ini, mereka merasa harus melakukan sesuatu, yaitu terjun dan tidak ingin kehilangan peluang.

Pada awal pandemi harga saham mengalami penurunan yang drastis menyetuh angka 3000-an pada bulan Maret 2020. Setelah bulan ramadhan tahun lalu, tepatnya bulan April, Investor melihat volatilitas harga saham yang baik, Pada akhir tahun 2020 harga saham kian naik dan menyebabkan investor senior yang lebih dulu membeli saham mengalami keuntungan, hal ini yang menarik para investor generasi Z berbondong-bondong untuk berinvestasi sembarang dan membuat nilai jual semakin meningkat pada saham.

Banyak investor generasi Z berinvestasi, apalagi pendapatan generasi Z tidak terlalu kena dampak pandemi meski ditetapkan WFH (*Work From Home*) Justru kebijakan pemerintah menerapkan PSSB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) membuat pengeluaran mereka menurun dan mereka gunakan untuk

berinvestasi karena menurut generasi Z potensi *returnnya* lebih besar dibandingkan tabungan (Yuliyawati, 2020) Generasi Z lebih cenderung suka menabung uang yang mereka miliki. (Wijoyo, Indrawan, Cahyono, Handoko, & Santamoko, 2020). Kebutuhan investasi meningkat secara umum di masyarakat (Budiarto & Susanti, 2017). Hal ini dapat diartikan bahwa keputusan investasi menjadi topik yang penting dan akan terus diteliti secara intensif untuk menemukan bahwa faktor-faktor tertentu mempengaruhi keputusan investasi pada Generasi Z. Setiap orang berperilaku berbeda saat mengambil keputusan, dan pemahaman finansial bukanlah menjadi acuan bagi seseorang atau investor saat mengambil keputusan (Masrurun & Yanto, 2015)

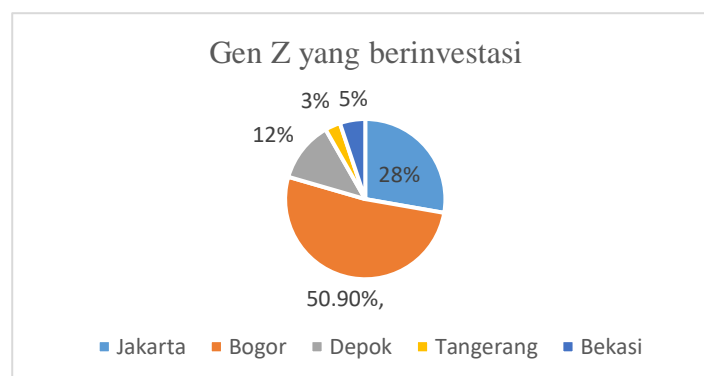
Pengambilan keputusan investasi merupakan sebuah langkah guna menarik kesimpulan atau membuat keputusan tentang beberapa masalah, memilih alternatif investasi. Dengan adanya perencanaan pada saat pengambilan keputusan investasi maka keputusan investasi dapat meminimalisir resiko yang ada. Pada saat seseorang melakukan investasi diperlukan pengetahuan keuangan agar nantinya keputusan investasi dapat berhasil dan sesuai dengan yang diharapkan.

Generasi Z membutuhkan pengetahuan keuangan agar keputusan di masa depan dapat dibuat tanpa kesalahan. Definisi literasi keuangan, merupakan kemampuan untuk memahami dan mengelola dana yang dimiliki untuk pertumbuhan dan perkembangan jangka panjang. Literasi keuangan, merupakan pemahaman, keterampilan serta kepercayaan seseorang terhadap lembaga, produk, serta jasa pada bidang keuangan (OJK, 2019). Tingginya pemahaman seseorang mengenai Literasi Keuangan akan menghasilkan keputusan yang baik. Pada penelitian Fridana & Asandimitra, (2020) dan Rosdiana (2020) yang menghasilkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri & Yuyun (2020) yang menyebutkan bahwa literasi keuangan tidak mempengaruhi keputusan investasi.

Pengambilan keputusan investasi juga dipengaruhi faktor lain. Ada banyak faktor seseorang atau individu melakukan sebuah keputusan investasi. Beberapa bias yang sering mereka lakukan untuk membuat keputusan seperti

halnya yaitu perilaku psikologis irasional atau perilaku terlalu percaya diri akan kemampuan yang mereka miliki atau yang sering disebut sebagai *Overconfidence* (Terlalu percaya diri). *Overconfidence* adalah terlalu percaya diri dengan pengetahuan yang dimiliki saat melakukan investasi (Budiarto & Susanti, 2017). Generasi Z memiliki rasa percaya diri yang tinggi akan kemampuannya dalam mengambil keputusan. Sehingga mendefinisikan bahwa keputusan yang mereka ambil sudah tepat dan baik. Mereka yakin dengan keputusan yang mereka ambil itu akurat tanpa mempertimbangkan hal lainnya. Dapat dikatakan bahwa keinginan orang untuk mencari keuntungan seringkali membuat orang tidak dapat berpikir secara rasional.

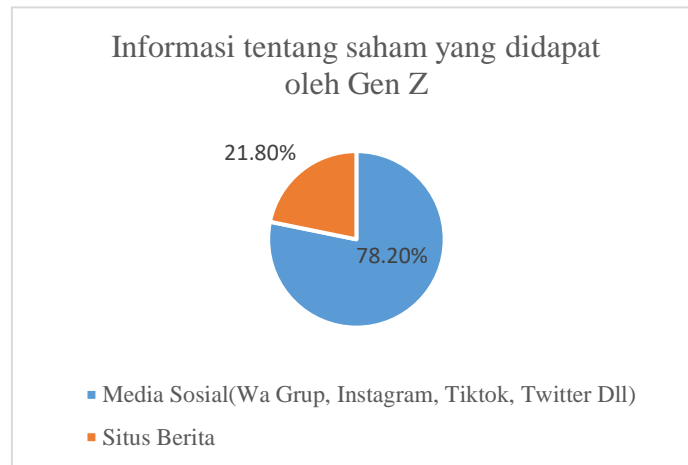
Perilaku irasional lainnya dalam mengambil keputusan investasi pada generasi Z adalah *Herding* yaitu perilaku investor yang mengikuti investor lain untuk berinvestasi. *Herding* merupakan kecenderungan perilaku investor untuk mengikuti Investor lain (Mutawally & Asandimitra, 2019). Gen Z mengandalkan informasi yang mereka peroleh dari orang-orang di sekitar mereka atau influence dan media sosial, melihat orang lain mendapatkan keuntungan dari investasi tersebut, dan cenderung melakukan investasi tersebut berdasarkan keputusan orang lain.



Sumber: Hasil Pra Survei data diolah

Gambar 4. Hasil Data Responden Pra Survei

Untuk mendukung fenomena dan permasalahan peneliti melakukan pra survei, Pada gambar diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Gen Z yang berinvestasi di dominasi oleh Bogor berdasarkan hasil penyebaran kuesioner berupa link google form kepada 55 Responden investor yang berdomisili di JABODETABEK, yang disebar luaskan melalui grup-grup investasi, serta sosial media peneliti. Untuk



Sumber: Hasil Pra Survei data diolah

Gambar 5. Informasi tentang saham yang didapat Gen Z

mengetahui masalah dan penyebab pengambilan Keputusan Investasi. Dan hasil menunjukan bahwa investor Gen Z yang berdomisili Bogor sebanyak 50.90% dominan dibandingkan daerah lain seperti Jakarta, Depok Tangerang dan Bekasi. Maka dari itu hasil wilayah pra survei dalam penelitian ini Gen Z Kota Bogor Sebagai Objek dalam penelitian. dalam penelitian ini peneliti ingin melihat keputusan investasi yang dilakukan Gen Z yang berdomisili di Bogor.

Berdasarkan pada grafik diatas menurut hasil pra survey 78.20% Gen Z lebih banyak mendapatkan informasi di sosial media seperti Tiktok, Whatsapp Grup, Twitter, Instagram, Dll, dimana social media sendiri memperluas pengaruh FOMO dikalangan Gen Z, Sehingga memicu *Herding* dan FOMO yang tinggi pada Gen Z. Gen Z cenderung banyak mendapatkan informasi mengenai saham di social media ketimbang mencarinya di situs berita. Informasi yang mereka dapatkan di medial sosial ini meningkatkan FOMO atau rasa takut ketinggalan dan harus melakukan sesuatu dengan terjun langsung berinvestasi.

Tabel 1. Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Keputusan Investasi Gen Z

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda yakin dengan kemampuan yang anda miliki tentang saham akan membuat keputusan yang baik?	78.20%	21.80%
2.	Apakah anda yakin dengan dengan keputusan yang anda buat akan menghasilkan keuntungan atas investasi.	89.10%	10.90%
3.	Apakah anda tertarik berinvestasi karena melihat orang mendapatkan profit yang besar dan ingin mendapatkan profit yang besar juga (melihat influence di sosial media)	80.00%	20.00%
4.	Jika Influence yang anda ikuti update mengenai profit yang mereka dapatkan dari suatu saham, apakah anda tertarik juga pada saham tersebut	63.60%	36.40%
5.	Dalam melakukan keputusan investasi anda mengikuti keputusan mayoritas untuk melakukan investasi	65.50%	34.50%

Sumber: Hasil Pra Survei, data dioalah

Pada Tabel 1 berdasarkan hasil pra survei peneliti mengajukan pertanyaan terbuka mengenai keputusan investasi dengan indikator *overconfidence* dan *herding*, dapat dilihat banyaknya investor Gen Z dominan menjawab Ya dalam mengambil keputusan investasinya dan berdasarkan hasil pra survei Gen Z dominan mengikuti keputusan orang lain, bagi mereka keputusan yang di ambil oleh mayoritas lebih baik daripada keputusan yang mereka buat, karena kurangnya literasi yang di miliki oleh Gen Z membuat mereka lebih cenderung melakukan investasi yang dibuat oleh orang lain, hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Ariad et al, 2015) Tingkat pemahaman literasi seseorang yang tinggi akan mendorong investor untuk mengambil keputusan berisiko yang lebih baik. Serta *Overconfidence* (percaya diri tinggi) akan mendapatkan keuntungan atas keputusan yang mereka buat, Gen Z cenderung berasumsi bahwa harga saham yang tinggi akan selalu naik, Padahal pada kenyataannya harga saham tidak selalu naik bahkan bisa sebaliknya. Hal ini juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Budiarto & Susanti, 2017) Terlalu percaya diri mempengaruhi Individu lebih bersedia untuk melakukan trading.

Berdasarkan data dan hasil pra survei latar belakang masalah penelitian diatas, peneliti ingin membuktikan bahwa Literasi Keuangan, *Overconfidence* dan *Herding* berpengaruh terhadap keputusan investasi gen Z. Peneliti memiliki ketertarikan untuk meneliti permasalahan ini dengan judul **“Analisis Keputusan Investasi Gen Z di Bogor Pada Masa Pandemi Covid-19”**

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan landasan dan permasalahan tersebut, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Literasi Keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi Gen Z di Bogor Pada Masa Pandemi Covid-19?
2. Apakah *Overconfidence* memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi Gen Z di Bogor Pada Masa Pandemi Covid-19?
3. Apakah *Herding* memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi Gen Z di Bogor Pada Masa Pandemi Covid-19?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Literasi Keuangan dalam pengambilan keputusan investasi Gen Z di Bogor Pada Masa Pandemi Covid-19
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Overconfidence* dalam pengambilan keputusan investasi Gen Z di Bogor Pada Masa Pandemi Covid-19
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Herding* dalam pengambilan keputusan investasi Gen Z di Bogor Pada Masa Pandemi Covid-19

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan diatas, diharapkan kajian-kajian tersebut membawa manfaat diantaranya:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan kepada pembaca tentang, perilaku keuangan, literasi keuangan dalam mengambil keputusan investasi, serta dapat memotivasi perilaku para generasi Z dalam mengambil keputusan investasi

- b. Manfaat Praktis

1. Untuk para investor generasi Z, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengedukasi pemahaman para investor generasi Z dalam merencanakan, mengelola dan mengambil keputusan berinvestasi.
2. Untuk pemerintah, diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan pemerintah dalam meningkatkan literasi keuangan kepada investor generasi Z kedepannya agar tidak salah dalam mengambil keputusan berinvestasi.
3. Bagi Pihak Lain, diharapkan hasil ini dapat digunakan oleh pihak lain yang berkepentingan baik sebagai patokan maupun bahan teori untuk penelitian selanjutnya.