

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan mandiri dalam bidang finansial merupakan salah satu tujuan dan impian bagi setiap manusia. Ada banyak cara untuk mewujudkan hal tersebut dan salah satu diantaranya ialah dengan berinvestasi. (Pajar & Pustikaningsih, 2017). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Investasi merupakan penanaman modal yang biasanya dilakukan dalam jangka panjang untuk pengadaan pembelian saham-saham dan surat berharga lain untuk memperoleh keuntungan. Minimnya pengetahuan seseorang dalam berinvestasi mengakibatkan ketakutan serta hal-hal negatif yang dapat berpengaruh dalam melakukan keputusan berinvestasi. Kurangnya pengertian yang benar dalam berinvestasi juga mengakibatkan kerugian bagi investor pemula.

Melirik pada tujuan setiap manusia yang menginginkan hidup nyaman dimasa depan atau masa tua diperlukannya perencanaan keuangan secermat mungkin yang harus dimulai sejak dini. Dengan berinvestasi sejak dini, kita dapat sedini mungkin melindungi nilai aset dari inflasi yang menyebabkan turunnya daya beli uang yang kita miliki. Tidak cukup pada hal tersebut, dengan berinvestasi juga mampu membantu memenuhi kebutuhan dimasa mendatang, semakin dini melakukan keputusan dalam berinvestasi semakin siap pula dalam menghadapi tantangan dan risiko-risiko yang mungkin muncul dimasa yang akan datang. Tidak luput dengan masa pandemi yang cukup menekan masyarakat dalam hal finansial, nyatanya pandemi Covid 19 menjadi salah satu momentum bagi masyarakat Indonesia untuk semakin sadar akan pentingnya memiliki dana darurat dan pentingnya melakukan investasi. Dikutip dalam Bisnis.com hal tersebut tercermin dari minat menabung dan investasi masyarakat Indonesia yang mengalami kenaikan yang cukup pesat dalam 2 tahun terakhir.

Ketua Dewan Komisioner Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) Purbaya Yudhi Sadewa menyatakan dana simpanan masyarakat yang ada disistem perbankan mengalami pertumbuhan yang baik. Selain menyimpan data diperbankan, masyarakat juga kian tertarik untuk melakukan investasi di pasar modal. Purbaya mengungkapkan per Juli 2022 jumlah investor Indonesia mencapai

9,3 juta investor. Selain itu jumlah investor muda mencapai 59,4% dari total investor individu di Indonesia. Peningkatan ini terjadi disemua jenis investor, baik investor saham, investor reksa dana maupun investor SBN (<https://finansial.bisnis.com>). Berdasarkan data Badan Koordinasi Penanaman Modal, bahwasanya Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) mempublikasi data capaian realisasi investasi pada Triwulan I (periode Januari - Maret) untuk tahun 2022 yakni sebesar Rp. 282,4 Triliun, lebih tinggi 28,5% dibandingkan periode yang sama tahun 2021 dan capaian Triwulan I Tahun 2022 berkontribusi sebesar 23,5% dari target realisasi yang dicanangkan sebesar Rp. 1.200 Triliun.

Selain itu data yang diperoleh PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat investor di pasar modal Indonesia telah tembus 10 juta investor. Berdasarkan data KSEI pada 3 November 2022, jumlah investor pasar modal yang mengacu pada *Single Investor Identification* (SID) telah mencapai 10.000.628, dengan komposisi jumlah investor lokal sebesar 99,78% (Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2022).

Setelah mengetahui pentingnya berinvestasi sejak dini, maka diperlukannya pemahaman investasi sebagai investor pemula dalam memilih investasi apa saja yang dapat dijangkau oleh Generasi Z atau generasi *pascamilenial* yang memiliki rentang umur 1995 hingga 2010 terhitung 13-28 tahun (Agustina, 2018). Dalam hal ini peneliti memusatkan kepada rentang umur yang lebih produktif dalam hal finansial yaitu pada rentang umur 18-28 tahun. Sebagai investor pemula memahami investasi sebagai bentuk permulaan dalam menentukan investasi sangat berpengaruh kepada hasil yang ingin dituju, banyak investor yang takut akan melakukan keputusan berinvestasi dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki sehingga dapat berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam berinvestasi reksa dana. Akan tetapi *Bibit.id* hadir sebagai jawaban bagi investor pemula.

Bibit.id merupakan aplikasi reksa dana yang membantu investor pemula mulai berinvestasi, jenis-jenis reksa dana pada *Bibit.id* terdiri dari 3 jenis : reksa dana saham, obligasi dan pasar uang. Siapa pun bisa melakukan investasi langsung dengan optimal sesuai dengan level risiko, tanpa perlu pengalaman, tanpa harus

bingung. Dalam hal ini aplikasi *Bibit* sangat cocok bagi pemula karena telah menggunakan *robo advisor* yang dapat membantu pemula untuk memilih reksa dana berkualitas yang cocok secara otomatis berdasarkan umur, penghasilan dan toleransi terhadap risiko. Sistem dalam menggunakan aplikasi *Bibit* pun tergolong mudah, pembukaan rekening, pembelian hingga pencairan reksa dana bisa dilakukan secara *online* melalui aplikasi. Desain aplikasi juga sederhana dan mudah dipahami pengguna, membantu investor pemula untuk memulai investasi tanpa perlu pengalaman, dan dalam hal ini *Bibit.id* pula membantu para investor pemula melalui tanya jawab pada komunitas yang telah disediakan oleh *Bibit.id* guna mempermudah transaksi, memilih jenis investasi dan segala hal yang berhubungan dengan investasi reksa dana pada aplikasi *Bibit*. Hasil survei Katadata Insight Center (KIC) bersama *Sisi+* dan *Zigi.id* menunjukkan bahwa *Bibit.id* merupakan aplikasi favorit untuk investasi reksa dana. Sebanyak 71,9% responden dalam survei ini mengaku menggunakan *Bibit.id* untuk kebutuhan investasi mereka (Katadata.co.id, 2022). Investasi reksa dana juga tentunya diminati oleh investor-investor yang telah melakukan investasi, tercatat oleh KSEI industri investasi reksa dana juga merupakan sebagai penyumbang jumlah investor terbesar di pasar modal memperlihatkan tren peningkatan signifikan yaitu 36,04% menjadi 9,3 juta investor. Dari jumlah tersebut, sekitar 80% merupakan investor dari yang 99,9% nya merupakan investor individu lokal (Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2022).

Memahami pentingnya berinvestasi sebagai penunjang finansial dimasa yang akan datang maka diperlukannya edukasi dalam pengetahuan berinvestasi. Hasil survei yang dilakukan peneliti kepada beberapa investor pemula menyatakan bahwa keputusan seseorang dalam berinvestasi *Bibit.id* dipengaruhi oleh teman, kerabat terdekat dan komunikasi melalui media sosial sehingga dapat berdampak terhadap keputusan seseorang dalam menggunakan investasi *Bibit.id*. Dalam penelitian kali ini, peneliti memusatkan pada aplikasi *Bibit* sebagai media investasi, karena aplikasi *Bibit* merupakan salah satu media investasi yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia (Katadata.co.id, 2022). Hasil survei awal menunjukkan bahwa mayoritas pemula mengetahui aplikasi investasi reksa dana *Bibit.id* melalui internet (media sosial) dan kerabat terdekat. Seiring dengan perkembangan teknologi, informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan investasi seperti jenis

dan cara berinvestasi semakin mudah didapatkan terutama melalui media internet. Melalui internet atau via media sosial, para investor *Bibit.id* akan dapat lebih mudah membagikan pengalaman serta tips berinvestasi melalui laman internet, dan informasi ini dapat dimanfaatkan oleh investor pemula yang membutuhkan informasi tersebut sehingga dapat membangun keputusan seseorang dalam memulai berinvestasi *Bibit.id*. Kegiatan membagikan pengalaman/*review* melalui jejaring media internet khususnya pada media sosial dapat disebut sebagai *electronic word of mouth* atau yang biasa dikenal dengan kata e-WOM (Prayuga et al., 2022).

Dalam menentukan keputusan diperlukannya *attention, interest, desire, decision* yang berakhir dengan *action*, seperti yang diketahui bahwa hal tersebut merupakan salah satu cara teori AIDDA dalam menjelaskan tahapan kognitif seseorang dalam menentukan keputusan, serta teori ini sangat cocok dan paling sering digunakan untuk menjelaskan perubahan sikap dan tindakan seseorang dalam proses melakukan keputusan (Gustiani, 2019). Menurut Effendi (2003) Teori AIDDA memberikan gambaran terhadap suatu kondisi dimana suatu aktivitas yang mampu menarik perhatian seseorang (*Attention*), menarik minat (*Intereset*), membangkitkan hasrat (*Desire*), menetapkan keputusan (*Decision*), hingga menghasilkan tindakan (*Action*). Situasi ini dapat menjadikan teori AIDDA untuk melihat seseorang yang tertarik kepada sesuatu berdasarkan peran *electronic word of mouth* hingga menghasilkan minat dan membangun keputusan seseorang dalam menggunakan investasi reksa dana.

Sebagai investor pemula, pengetahuan dasar mengenai investasi merupakan salah satu cara agar terhindar dari praktik-praktik investasi yang tidak rasional, budaya ikut-ikutan, penipuan dan risiko kerugian, dengan keberadaan internet terutama media sosial atau yang biasa kita sebut sebagai *electronic word of mouth* (e-WOM), investor pemula dapat mencari data serta informasi terkait berinvestasi *Bibit.id*, baik berdasarkan *review* investor berpengalaman ataupun tutor pada media sosial yang telah disiapkan oleh *Bibit.id* seperti komunitas *Bibit* yang merupakan media alternatif untuk konsultasi perihal investasi *Bibit.id*, sehingga hal ini dapat memudahkan seseorang dalam menerima informasi terutama informasi terkait berinvestasi dengan baik dan benar. Informasi seperti pengalaman berinvestasi

menjadi penting bagi investor pemula untuk dijadikan pertimbangan dalam keputusan berinvestasi.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya keterkaitannya *electronic word of mouth* terhadap beberapa variabel seperti keputusan berkunjung wisatawan (Gustiani, 2019), mendorong niat beli (Indra, 2021), dan *brand image* terhadap minat beli (Adzkie et al., 2021). Pada ketiga penelitian tersebut objek pada penelitian adalah produk yang tidak memiliki nilai risiko dalam keputusannya. Sedangkan pada penelitian kali ini adalah objek yang memiliki risiko kerugian apabila tidak ada pertimbangan dan informasi yang matang. Berkenaan dengan jumlah investor muda yang terus meningkat dan *Bibit.id* sebagai media investasi favorit masyarakat Indonesia serta bagaimana membangun keputusan berinvestasi dengan melihat jaringan informasi media internet (*review*) atau yang biasa kita kenal dengan *electronic word of mouth* bagi investor pemula, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran *Electronic Word Of Mouth* Dalam Membangun Keputusan Berinvestasi Reksa Dana *Bibit.id*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dideskripsikan diatas, maka dapat ditetapkan masalah yang terkait didalamnya, yaitu :

1. Bagaimana dimensi *electronic word of mouth* dalam membangun minat berinvestasi reksa dana *Bibit.id* kepada investor pemula?
2. Bagaimana peran *electronic word of mouth* dalam membangun keputusan berinvestasi pada investor pemula melalui teori AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision dan Action*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dideskripsikan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana dimensi *electronic word of mouth* dalam membangun minat berinvestasi reksa dana *Bibit.id* kepada investor pemula.

2. Untuk mengetahui bagaimana peran *electronic word of mouth* dalam membangun keputusan berinvestasi pada investor pemula melalui teori AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision* dan *Action*).

1.4 Manfaat

Manfaat yang diharapkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta dijadikan masukan yang baik bagi *Bibit.id* serta investor pemula untuk terus mengembangkan dan memanfaatkan *electronic word of mouth* dalam upaya menarik minat investasi sebagai menunjang finansial dimasa yang akan mendatang.

2. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi untuk penelitian berikutnya serta menambah teori-teori baru dan bahan pertimbangan bagi peneliti lain khususnya dalam bidang komunikasi.

3. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dalam kajian komunikasi yang bersangkutan dalam pembahasan kali ini.