

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

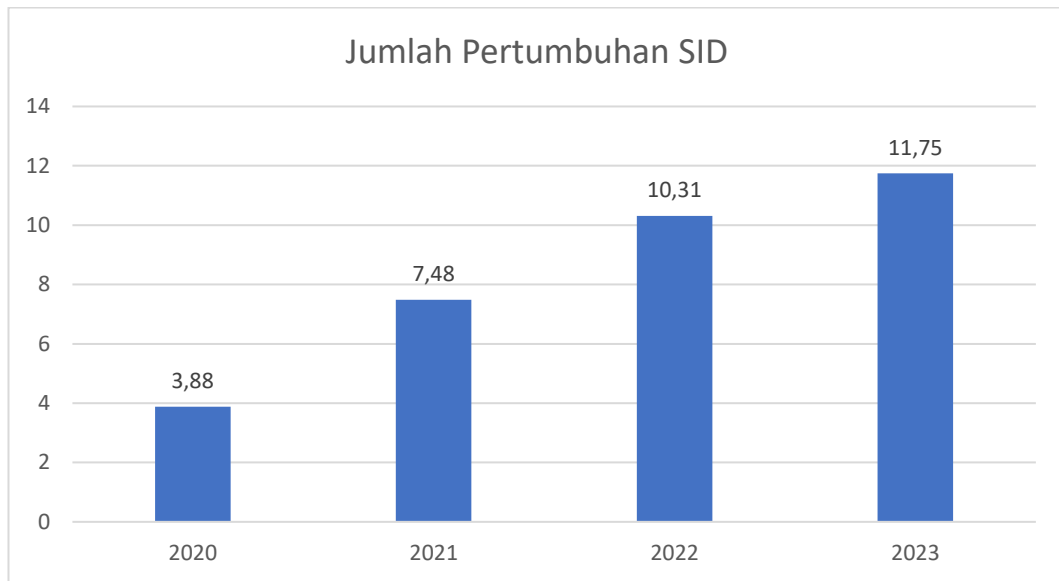
Diera pasca Covid-19 dimana masyarakat sudah terbiasa dengan media informasi yang semakin mudah diakses membuat masyarakat banyak mengkonsumsi konten dengan beragam tema mulai dari konten vlog yang dimana membahas tentang kegiatan sehari-hari *Influencer* tersebut, konten game dimana konten tersebut berisi tentang tutorial bermain game, dan ada juga konten *financial* yang dimana konten tersebut berisi tentang pembahasan keuangan. Konten *financial* juga mendorong masyarakat untuk melek tentang keuangan terutamanya generasi milenial dan generasi Z yang dimana menurut (Gilbert, 2011) dalam (Aulia.T et al. 2022) Generasi *milenial* merupakan kelompok manusia yang lahir pada tahun 1981-1996, dapat diartikan bahwa pertahun 2024 ini individu tersebut berada pada kisaran umur 27-41 tahun, dan juga generasi Z mereka yang lahir ditahun 1997-2012. Banyak generasi *milenial* dan generasi Z yang tertarik untuk menambah informasi tentang keuangan, dilain sisi mereka sudah mulai memikirkan perencanaan keuangan dimasa depan dan juga mempertimbangkan untuk berinvestasi.

Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi perencanaan keuangan dan investasi adalah pengaruh dari media sosial, termasuk *financial Influencer* di media sosial serta tingkat pemahaman keuangan yang dimiliki individu tersebut. *Financial Influencer* biasanya membagikan tentang kegiatan mereka berinvestasi dan juga terkadang memberikan tips-tips untuk mulai berinvestasi, dari cara memilih

instrumen investasi, mengenal profil risiko diri, dan juga memberikan saran untuk berinvestasi disuatu perusahaan. *Financial Influencer* juga sangat berpengaruh untuk mengedukasi masyarakat tentang investasi. Berdasarkan hasil penelitian (Abdul Ghofar et al. 2022) menyatakan *financial Influencer* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan investasi.

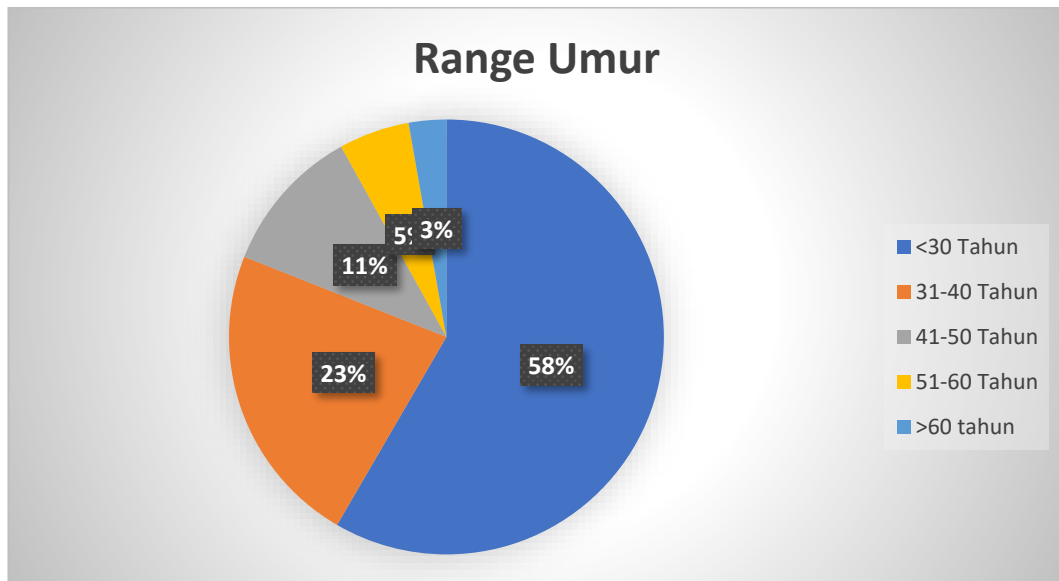
Namun tingkat pengetahuan keuangan juga merupakan faktor yang sangat penting yang bisa mempengaruhi keputusan investasi. Mahasiswa yang memiliki tingkat pemahaman keuangan yang baik tentang konsep keuangan seperti menabung, investasi, mengelola risiko, diversifikasi dan pengelolaan portofolio yang baik memiliki kecenderungan analisis yang baik. Dan juga tingkat pemahaman keuangan mahasiswa bervariasi tergantung pada latar belakang pendidikan, pengalaman, dan didikan orang tua. Menurut hasil penelitian (Sri Handini 2023) menyatakan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa.

Dikurun waktu 4 tahun terakhir jumlah investor di Bursa Efek Indonesia mengalami peningkatan secara signifikan yang dimana kondisi ini ditunjukkan oleh adanya peningkatan SID (*Single Investor Identification*), Direktur utama KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia) menyatakan bahwa jumlah SID investor pasar modal Indonesia tumbuh 14,04% secara *year on year* menjadi 11,75 juta per 5 Oktober 2023.



*Gambar 1.1 Jumlah SID (Single Investor Identification)
(Kustodian Sentral Efek Indonesia)*

Dapat di lihat dari tabel diatas pada tahun 2020 jumlah SID (*Single Investor Identification*) menunjukkan dengan jumlah 3,88 juta, selanjutnya pada tahun 2021 peningkatan jumlah SID (*Single Investor Identification*) menunjukkan peningkatan 92,99% dengan jumlah 7,48 juta, dan pada 2022 peningkatan jumlah SID (*Single Investor Identification*) menunjukkan peningkatan 37,69% dengan jumlah 7,48 juta, disusul tahun 2023 peningkatan jumlah SID (*Single Investor Identification*) menunjukkan peningkatan 3,03% dengan jumlah 11,75 juta. Peningkatan jumlah investor di Pasar Modal ternyata didominasi oleh generasi milenial sebesar 80% dari presentase investor SID, pada 3 November 2023 tercatat usia <30 tahun sebanyak 58,39%, dan usia 31-40 tahun sebanyak 22,63%.



Gambar 1.2 Umur Investor Pasar Modal 2023
(Kustodian Sentral Efek Indonesia)

Dapat di lihat diagram diatas generasi milenial mendominasi dari presentase investor SID (*Single Investor Identification*) pada umur <30 tahun sebanyak 58,39%, pada umur 31-40 Tahun 22,63%, pada umur 41-50 Tahun sebanyak 10,95%, pada 51-60 Tahun sebanyak 5,25%, dan pada usia >60 Tahun sebanyak 2,79%. Dalam era digital dan informasi ini membuat kesadaran mahasiswa akan Investasi meningkat dikarenakan asupan informasi dari konten *financial Influencer* dan pengaruh *financial knowledge* yang mereka miliki.

Beberapa penelitian tentang pengaruh *financial Influencer* dan pemahaman keuangan terhadap investasi terdahulu, menurut (Kemal Sandi et al.2020) menyatakan *financial knowledge* berpengaruh terhadap minat investasi. Sedangkan menurut Asyarofah, et al. (2023) sebagian generasi milenial masih belum faham dalam memahami investasi, ada beberapa informan yang faham karena latar belakang pendidikan yang cukup tinggi. Sedangkan *Morning Consult* sebuah

perusahaan dari amerika menyatakan bahwa sebanyak 49% kaum muda memperoleh saran keuangan dari *Influencer* diusia *range* 13-38 tahun dari 2000 *interview* yang dilakukan. *National Endowment for Financial Education* (NEFE) menyatakan bahwa hanya 24% mahasiswa yang memiliki pengetahuan dasar tentang keuangan.

Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasikan bahwa media sosial termasuk *financial Influencer* memiliki peran yang berpengaruh dalam membentuk persepsi dan minat investasi dalam berbagai konteks, termasuk pemahaman keuangan. Namun, terdapat kekurangan penelitian yang lebih spesifik mengenai pengaruh konten *financial Influencer* terhadap investasi mahasiswa, terutama dalam konteks keuangan personal mahasiswa dan investasi jangka panjang. Sementara itu, penelitian tentang pengaruh tingkat pengetahuan keuangan terhadap perilaku investasi mahasiswa juga penting untuk dipelajari. Mahasiswa kerap dihadapkan dengan keadaan keuangan yang unik, seperti keterbatasan keuangan, pengeluaran sehari-hari, pinjaman pendidikan dan persiapan masa depan. Dengan memahami tingkat pemahaman keuangan mereka, kita dapat mengidentifikasikan potensi atau faktor yang mempengaruhi keputusan investasi mereka serta merancang strategi pendidikan yang lebih efektif.

Dalam konteks ini, peneliti bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan dengan menyelidiki “Pengaruh *Influencer* Keuangan dan Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Investasi (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Trunojoyo Madura)”. Dengan cara memahami dinamika interaksi antara kedua faktor ini, diharapkan dapat memberikan dasar yang lebih kuat untuk

pengembangan pendekatan pendidikan keuangan yang lebih baik di kalangan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang peneliti membuat pokok permasalahan pada penelitian ini adalah :

1. Apakah *Influencer* Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Trunojoyo Madura?
2. Apakah Pengetahuan Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Trunojoyo Madura?
3. Apakah *Influencer* Keuangan dan Pengetahuan Keuangan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Trunojoyo Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Influencer* Keuangan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Trunojoyo Madura.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Trunojoyo Madura.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Influencer* Keuangan dan Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Trunojoyo Madura.

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi penulis penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan tentang Pengaruh *Financial Influencer* dan *Financial Knowledge* terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Bagi akademik dengan adanya penelitian ini mampu memberikan sebuah informasi dan pengetahuan yang lebih luas memahami pembelajaran mengenai Investasi sehingga dapat memberikan referensi yang dapat digunakan oleh mahasiswa/mahasiswi lain untuk melakukan sebuah penelitian.

1.5 Batasan Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini dibatasi oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang masih aktif di Universitas Trunojoyo Madura periode 2023-2024. Serta pendekatan metodologi yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfungsi sebagai alat ukur untuk menguji hipotesis.