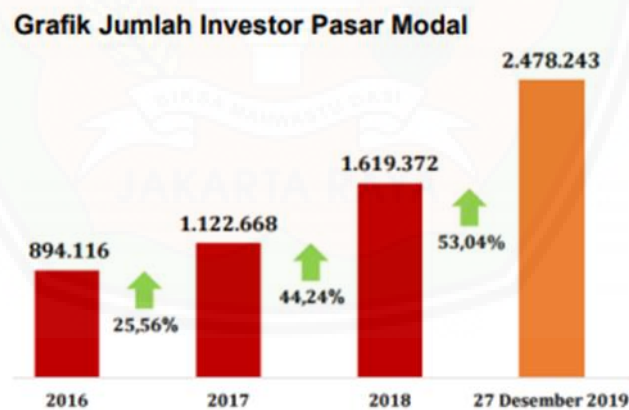


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi yang semakin berkembang saat ini pasar modal dipandang sebagai salah satu sarana yang efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional. Pasar modal sudah menjadi tujuan investasi yang menarik bagi para investor baik dalam negeri maupun luar negeri. Pertumbuhan pasar modal yang sangat pesat di Indonesia ditunjukkan dengan kenaikan jumlah investor perorangan. Dilansir dari merdeka.com (2019), PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat jumlah investor pasar modal hingga 27 Desember 2019 mencapai 2,4 juta orang. Angka ini meningkat 53,04 persen dari periode akhir Desember 2018 sebesar 1,6 juta investor. Akan tetapi jumlah investor di Indonesia masih relatif kecil dibanding dengan jumlah populasi penduduknya dengan total 264 juta orang.



Sumber : KSEI, Desember 2019

Gambar 1.1 Kenaikan Jumlah Single Investor Identification (SID) di Indonesia Pada tahun 2016 – 2019

Dilansir dari cnbcindonesia.com (2019), PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat kepemilikan investor lokal mencapai 48,79% dari total nilai aset. Sementara itu, nilai aset yang dimiliki oleh investor asing mencapai 51,21%.

Perkembangan pasar modal di Indonesia juga ditandai dengan meningkatnya kinerja Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) dari tahun ke tahun. Berdasarkan data statistik pasar modal Otoritas Jasa Keuangan (OJK), kenaikan jumlah Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) pada tahun 2019 ditutup dengan minus 0,47%, menguat 1,70% dari tahun 2018 yaitu sebesar 2,54%.

Adanya perkembangan yang pesat di era globalisasi sekarang ini sangat diperlukan wawasan dan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang teliti dan cermat. Setiap individu harus memiliki kemampuan dan pengetahuan yang cukup untuk mengelola keuangan dan kekayaan yang dimiliki. Seorang individu yang setiap harinya bergelut dengan masalah ekonomi akan sangat besar kemungkinannya memiliki pengetahuan yang lebih tentang keuangan dan dapat mengambil keputusan yang tepat pada sumber keuangan sehingga memperoleh hasil yang diinginkan. Dalam dunia investasi perlu dilakukan sebuah perencanaan. Perencanaan investasi merupakan hal utama dalam mengelola keuangan karena dengan memilih investasi yang tepat akan dapat memberikan keuntungan yang berkelanjutan bagi individu (Susdiani, 2017). Pengetahuan keuangan atau Financial Literacy harus dimiliki setiap individu ketika ingin merencanakan suatu investasi agar keputusan yang dibuat memiliki arah yang jelas dan tepat.

Menurut Sulastyawati et al., (2017) Investasi dapat dikatakan sebagai suatu penanaman modal yang berupa pembelian saham-saham atau surat berharga, biasanya dilakukan dalam jangka panjang untuk memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang. Oleh karena itu masyarakat kini dituntut untuk berani berinvestasi di pasar modal agar mendapatkan sumber pemasukan dan keuntungan berkelanjutan. Untuk itu masyarakat perlu mempunyai rencana untuk menghindari kerugian dalam berinvestasi. Agar sebuah perencanaan berjalan dengan lancar maka setiap individu diperlukan memiliki dan meningkatkan pengetahuan tentang literasi keuangan mulai dari usia produktif sehingga pembuatan rencana ini akan berjalan dengan baik dan akan mencapai kesejahteraan di usia yang sudah tidak lagi produktif dan dapat menjaga stabilitas keuangan nasional. Kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat guna mencapai kesejahteraan keuangan

individu. Kombinasi tersebut dapat dikatakan sebagai literasi keuangan atau Financial Literacy (Ariani et al, 2016).

Berdasarkan Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) menunjukkan indeks literasi keuangan mencapai 38,03% . Angka tersebut menunjukkan adanya peningkatan dibanding hasil survei OJK tahun 2016 yaitu Indeks literasi keuangan 29,7%. Dengan demikian dalam 3 tahun terakhir terdapat peningkatan pemahaman keuangan (literasi) masyarakat sebesar 8,33% (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah mulai berusaha untuk mempelajari pengetahuan tentang literasi keuangan yang berkaitan dengan bagaimana merencanakan dan mengoptimalkan uang untuk kegiatan produktif. Yang demikian hal ini tentunya juga akan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam berinvestasi.

Perkembangan teknologi yang kian pesat, memicu pertumbuhan pasar modal di Indonesia agar mampu menyokong kebutuhan pasar yang ada. Berinvestasi di pasar modal merupakan suatu pilihan terbaik, jika dilihat dari resiko, keuntungan dan likuiditas. salah satu contoh berinvestasi dalam bentuk saham yang dapat memberikan keuntungan berupa kenaikan harga (Capital Gain) dan pembagian dividen tiap tahunnya oleh perusahaan. Dengan potensi keuntungan investasi yang jauh lebih baik dibandingkan dengan produk investasi lain, dapat dikatakan bahwa dengan berinvestasi masyarakat juga bisa memiliki pendapatan lain selain pendapatan aktif yang akan meningkatkan kesejahteraan. Seharusnya pasar modal menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk berinvestasi.

Partisipasi masyarakat tentang pasar modal dapat dilihat dari sisi demografi usia. Dilansir dari Bisnis.com jumlah investor yang mendominasi diantaranya adalah investor – investor milenial atau dibawah 30 tahun yaitu sebesar 43,28%. Selanjutnya investor dengan rentang usia 31-40 tahun mencapai 24,91%, usia 41-50 tahun sebesar 16,84 %, usia 51-60 tahun sebanyak 9,9% dan diatas usia 60 tahun sebesar 5,08%. Berdasarkan presentase diatas menunjukkan bahwa jumlah investor dengan rentang usia semakin tua semakin mengecil. Jumlah investor milenial khususnya pemuda atau mahasiswa cenderung meningkat. Cenderung meningkatnya jumlah investor milenial atau pada

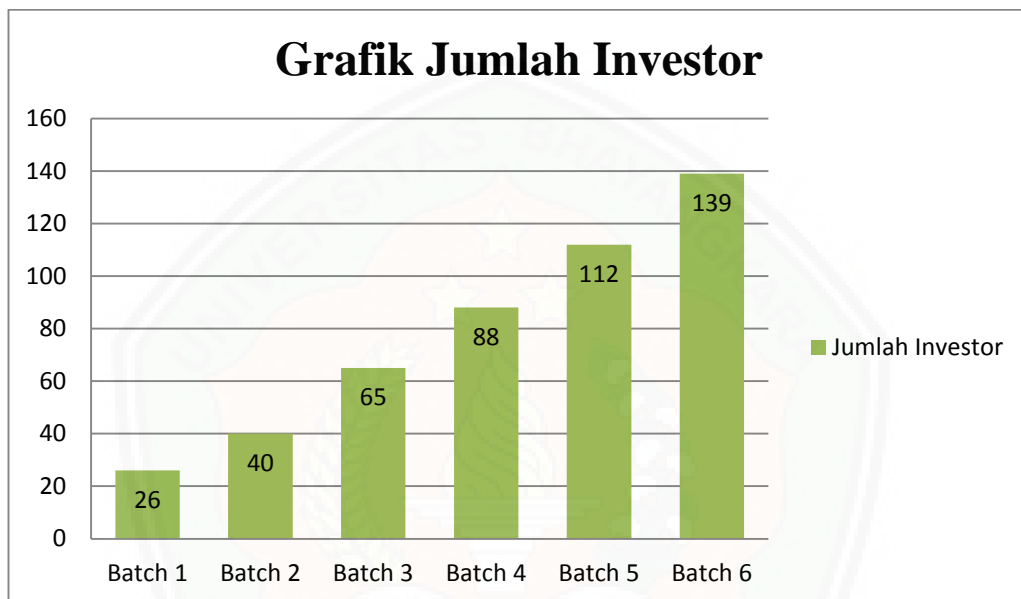
mahasiswa dikarenakan gencarnya strategi-strategi yang dilakukan oleh BEI dan OJK dengan mensosialisasikan edukasi pasar modal di kampus-kampus.

Sebagai upaya dalam mengembangkan industri pasar modal di Indonesia, PT Bursa Efek Indonesia (BEI) senantiasa mengedukasi dan mengembangkan industri ke arah yang lebih baik. Tujuan BEI tidak semata fokus pada penambahan jumlah investor baru, namun juga berupaya untuk menanamkan kebutuhan berinvestasi di pasar modal, yang secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah investor aktif di pasar modal Indonesia. Rendahnya tingkat pemahaman mengenai pasar modal di Indonesia membuat Bursa Efek Indonesia (BEI) melakukan edukasi pasar modal. Edukasi ini dilakukan BEI dan OJK dengan melakukan beberapa strategi sosialisai pasar modal yaitu : Kampanye “Yuk Nabung Saham” dan Sekolah Pasar Modal (SPM). Salah satu kalangan yang paling mudah diakses adalah pelajar dan mahasiswa karena BEI dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan dan mengadakan acara yang dapat diikuti oleh siswa atau mahasiswa pada lembaga pendidikan tersebut (Perdana et al., 2019).

Kampanye “Yuk Nabung Saham” merupakan kampanye yang diselenggarakan oleh PT Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk mengajak masyarakat sebagai calon investor untuk berinvestasi di pasar modal dengan membeli saham secara rutin dan berkala. Ini merupakan sebuah kampanye yang mengajak mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Hanya dengan berbekal mulai Rp.100.000,- mahasiswa dapat membeli saham melalui perusahaan sekuritas. Modal yang disetorkan untuk membuka account tidak harus dibelanjakan seluruhnya. Kampanye “Yuk Nabung Saham” ini juga di barengi dengan tujuan OJK dan BEI untuk melakukan pengedukasian terhadap mahasiswa tentang pasar modal dengan melakukan Sekolah Pasar Modal (SPM) yang terbuka untuk umum dan juga dilakukan di Universitas atau Instansi pendidikan di Indonesia. Dengan adanya Sekolah Pasar Modal (SPM) diharapkan dapat menjadi salah satu sarana untuk mengenalkan pasar modal ke mahasiswa.

Berdasarkan observasi jumlah pertumbuhan investor di Galeri Investasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya diketahui meningkat. Meningkatnya jumlah investor ini dilihat dari hasil jumlah pembukaan akun rekening efek yang

dilakukan oleh mahasiswa/i fakultas ekonomi dari mengikuti sosialisasi edukasi Sekolah Pasar Modal dari batch 1 sampai dengan batch 6. Hasil ini menunjukkan bahwa jumlah investor mengalami kenaikan yang signifikan dan menunjukkan bahwa pengaruh sosialisasi edukasi Sekolah Pasar Modal membawa dampak yang cukup baik dalam menumbuhkan keputusan mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Akan tetapi hal ini relatif kecil dibandingkan dengan jumlah mahasiswa/i fakultas ekonomi yaitu sebanyak 1.398 hanya 10% dari mahasiswa/i fakultas ekonomi yang sudah memutuskan untuk ikut berinvestasi di pasar modal.



Sumber : Data di olah oleh penulis

Gambar 1.2 Kenaikan Jumlah Single Investor Galeri Investasi Ubhara Berdasarkan Sosialisasi Edukasi Sekolah Pasar Modal (SPM)

Penelitian ini sudah dilakukan oleh banyak peneliti terdahulu sehingga ditemukan adanya *research gap*. Penelitian yang dilakukan oleh (Rasuma putri Dwiyanita & Rahyuda, 2017) yang berjudul “Pengaruh Tingkat *Financial Literacy* dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu”. Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa variabel *financial literacy* (literasi keuangan) berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku keputusan investasi individu. artinya semakin tinggi *financial literacy* seseorang, maka semakin baik perilaku keputusan investasi individunya. Sejalan dengan penelitian (Mertha Dewi & Purbawangsa, 2018) yang berjudul “Pengaruh Literasi

Keuangan, Pendapatan Serta Masa Bekerja Terhadap Perilaku Keputusan Investasi” yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan investasi. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ariani et al, 2016) Literasi keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Oktapia & Andrian, 2019) yang berjudul “Analisis Strategi Sosialisasi Pasar Modal dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Masyarakat Berinvestasi di Era Industri 4.0”. Penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa variabel kampanye “Yuk Nabung Saham” tidak mempengaruhi keputusan berinvestasi di pasar modal secara parsial. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Azizi & Sanaji, 2018) menunjukkan bahwa Kampanye “Yuk Nabung Saham” tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk berinvestasi. Hal ini dikarenakan kampanye “Yuk Nabung Saham” atau Kampanye social marketing yuk nabung saham pada dasarnya berfokus untuk memunculkan niat dan tidak membawa perubahan perilaku.

Penelitian yang dilakukan oleh (Listyani et al., 2019) yang berjudul “Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal (Studi Kasus pada PT Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang)”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa edukasi pasar modal melalui pelatihan pasar modal berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saputra, 2018) yang menunjukkan bahwa edukasi melalui Sekolah Pasar Modal tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan dengan mewawancarai beberapa mahasiswa yang sudah mengikuti Sekolah Pasar Modal (SPM), ditemukan bahwa sebagian besar mahasiswa belum cukup mengenal pasar modal dengan baik. Wawancara ini memiliki pertanyaan-pertanyaan tentang pengetahuan literasi keuangan, pengaruh kampanye “Yuk Nabung Saham” terhadap keputusan mereka berinvestasi, dan bagaimana acara sosialisasi edukasi seperti sekolah pasar modal mampu berpengaruh pada keputusan mereka untuk

berinvestasi di pasar modal. Hasil wawancara ini menemukan bahwa mahasiswa masih kurang mampu mengatur dan merencanakan keuangan mereka dengan baik yang menyebabkan mereka tidak memiliki perencanaan apa-apa untuk berinvestasi di pasar modal, disamping itu juga mahasiswa tidak memiliki rasa ingin tahu tentang pendanaan, pasar modal, dan investasi. Wawancara ini menunjukkan bahwa kampanye “Yuk Nabung Saham” tidak memberikan niat kepada mahasiswa untuk melakukan investasi dan juga kurang tertariknya mahasiswa akan acara sosialisasi yang diselenggarakan oleh BEI ini. Karena pada dasarnya kampanye ini hanya memunculkan niat dan mengajak mahasiswa untuk berinvestasi, sedangkan banyak mahasiswa yang belum memiliki pengetahuan yang banyak tentang pasar modal. Oleh sebab itu dalam wawancara ini mahasiswa merasa sekolah pasar modal memberikan niat untuk mereka memutuskan berinvestasi, dikarenakan penyelenggaraan sosialisasi edukasi sekolah pasar modal ini memiliki materi serta penyampaian yang cukup baik.

Salah satu tujuan di dirikannya Galeri Investasi BEI di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya adalah untuk mendekatkan Pengetahuan pasar modal di kalangan mahasiswa, meningkatkan pengetahuan investasi dan menjadi wahana informasi bagi mahasiswa yang tertarik menjadi investor. Di kesempatan ini BEI dan OJK juga melakukan Kampanye “Yuk Nabung Saham” dan juga menjalankan strategi sosialisasi berupa Sekolah Pasar Modal (SPM) yang saat ini sudah sampai pada Batch 7 dan diikuti oleh 159 mahasiswa Fakultas Ekonomi.

Pasar modal merupakan lembaga keuangan non bank atau dikenal dengan istilah Industri Keuangan non Bank (IKNB). Permasalahan yang dihadapi IKNB pasar modal adalah bahwa pasar modal masih belum begitu dikenal masyarakat. Dengan beberapa strategi sosialisasi dan investasi yang dilakukan BEI dan OJK diantaranya : Kampanye “Yuk Nabung Saham” dan Sekolah Pasar Modal (SPM) strategi manakah dari kedua strategi tersebut yang lebih efektif dalam memberikan pemahaman mengenai pasar modal dan juga bagaimakah pengetahuan keuangan (literasi keuangan) yang baik berpengaruh dalam pengambilan keputusan investasi mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dengan ini penulis melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Strategi Sosialisasi Pasar Modal Terhadap Keputusan Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”**.

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan secara parsial terhadap keputusan investasi mahasiswa ?
2. Bagaimana pengaruh strategi sosialisasi pasar modal kampanye “Yuk Nabung Saham” secara parsial terhadap keputusan investasi mahasiswa ?
3. Bagaimana pengaruh strategi sosialisasi sekolah pasar modal (SPM) secara parsial terhadap keputusan investasi mahasiswa ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan secara parsial terhadap keputusan investasi mahasiswa
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi sosialisasi pasar modal kampanye “Yuk Nabung Saham” secara parsial terhadap keputusan investasi mahasiswa
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi sosialisasi Sekolah Pasar Modal (SPM) secara parsial terhadap keputusan investasi mahasiswa .

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sarana untuk memperluas wawasan dan pengembangan tentang literasi keuangan dan strategi

sosialisasi pasar modal yang dapat mempengaruhi keputusan investasi terhadap mahasiswa dan masyarakat luas.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan mahasiswa untuk lebih mengetahui pentingnya literasi keuangan dan strategi sosialisasi pasar modal yang dapat berpengaruh pada keputusan investasi.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk menambah wawasan mengenai literasi keuangan dan strategi sosialisasi pasar modal dan dapat meningkatkan pemahaman dan keyakinan masyarakat untuk investasi di pasar modal.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi serta menjadi rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh literasi keuangan dan strategi sosialisasi pasar modal terhadap keputusan investasi.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan permasalahan diatas, maka penelitian ini difokuskan untuk menganalisa Pengaruh Literasi Keuangan (*Financial Literacy*) dan Strategi Sosialisasi Pasar Modal terhadap keputusan mahasiswa berinvestasi di pasar modal pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi .

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penulisan dan mendapatkan gambaran secara ringkas mengenai skripsi ini, maka sistem penulisannya dibagi dalam tiga bab yang secara garis besar disusun sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini terdiri dari landasan teori yang menguraikan teori – teori yang digunakan sebagai tinjauan atau landasan dalam menganalisis batasan masalah yang telah dikemukakan kemudian kerangka berpikir dan hipotesis.

Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, dan metode analisis data.

Bab IV : Analisis dan Pembahasan

Bab ini membahas hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V : Penutupan

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan implikasi manajerial untuk penelitian selanjutnya yang dianggap sama.