

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

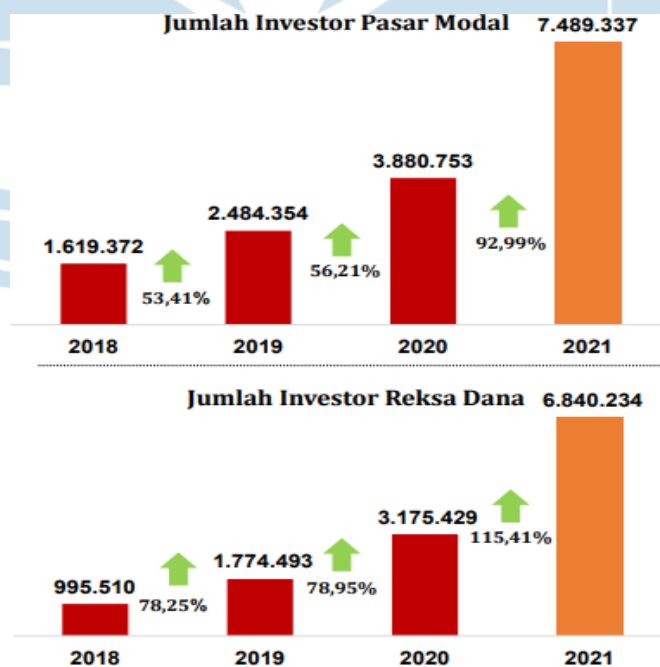
Pada zaman modern saat ini dengan kemajuan teknologi yang semakin cepat membuat masyarakat termasuk generasi milenial sangatlah memerlukan adanya suatu pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan. Salah satunya, yakni dengan melakukan suatu investasi.

Investasi ialah sebuah istilah yang sudah sangat tidak asing lagi bagi masyarakat umum termasuk generasi milenial, dimana upaya untuk menanamkan modal atau dana dengan harapan dapat mendapatkan keuntungan atau pengembalian di masa yang akan mendatang. Definisi lainnya mengenai investasi berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah penanaman modal yang biasanya dalam jangka panjang untuk pengadaan aktiva lengkap atau pembelian saham dan surat berharga lainnya untuk memperoleh suatu keuntungan.

Berdasarkan hasil sensus penduduk yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 menyatakan bahwa jumlah penduduk Indonesia didominasi oleh generasi milenial dengan sebanyak 69,9 juta jiwa atau 25,87 persen dari 270,20 juta jiwa total penduduk Indonesia. Berdasarkan dengan meningkatnya jumlah penduduk generasi milenial ini membawa akibat pada besarnya pengaruh dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Pembedaan kategori penduduk berdasarkan generasi

oleh BPS, dilakukan untuk membedakan karakteristik dari masing-masing generasi yang tentunya berbeda dalam beberapa aspek.

Perkembangan investasi di pasar modal Indonesia saat ini meningkat dengan cukup signifikan dibandingkan dengan periode-periode sebelumnya. Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per 31 Desember 2021 menunjukkan bahwa jumlah investor pasar modal Indonesia dapat mencapai sekitar 7.489.337 juta *single investor identification* (SID) dimana mengalami kenaikan yang drastis sebesar 92,99 persen dari realisasi tahun 2020 yang hanya sebanyak 3.880.753 juta *single investor identification* (SID) yang hanya mengalami kenaikan sebesar 56,21 persen dari tahun 2019.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan SID

Sumber : KSEI (2021)

Milenial ialah sekelompok orang yang lahir pada kisaran tahun 1980-an hingga 2000-an. Berdasarkan data KSEI pada per 31 Desember tahun 2021, generasi milenial yang kebanyakan dari kalangan yang berusia 21-30 tahun mendominasi atau berada diposisi pertama investor individu sebesar 60,02 persen dengan total aset sebanyak Rp 45,01 triliun. Selanjutnya, disusul oleh kalangan yang berusia 31-40 tahun sebesar 21,46 persen.



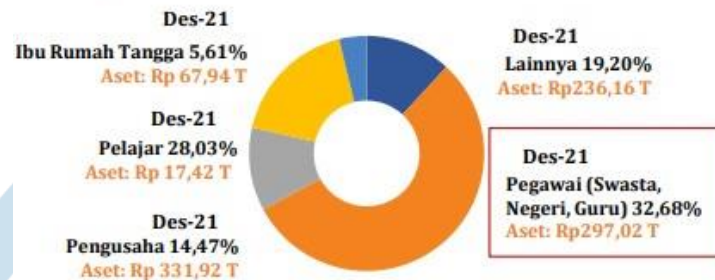
Gambar 1. 2 Persentase Demografi Investor Individu Berdasarkan Usia Per Des 2021

Sumber : KSEI (2021)

Berdasarkan persentase demografi investor individu berdasarkan usia yang didominasi oleh investor kalangan yang berusia kurang lebih dibawah 30 tahun dimana berdasarkan data KSEI per 31 Desember 2021 pekerjaan didominasi oleh pegawai

(swasta negeri, guru) sebesar 32,68 persen dengan aset sebesar Rp 297,02 triliun dan pelajar sebesar 28,03 persen dengan aset sebesar Rp 17,42 triliun.

Pekerjaan



Gambar 1. 3 Persentase Demografi Investor Individu Berdasarkan Pekerjaan

Sumber : KSEI (2021)

Berdasarkan data KSEI per 31 Desember 2021 didominasi oleh investor yang berpendidikan kurang lebih SMA sebesar 58,65 persen kemudian disusul oleh S1 sebesar 31,05 persen.

Pendidikan



Gambar 1. 4 Persentase Demografi Investor Individu Berdasarkan Pendidikan Per Des 2021

Pendidikan Per Des 2021

Sumber : KSEI (2021)

Kinerja bursa saham yang terbilang cukup bagus dan relatif stabil pada saat ini membuat kaum milenial merasa tertarik untuk mencoba melakukan sesuatu yang menguntungkan melalui pasar saham yang luas dan informasi yang lebih baik, dan adanya kecenderungan untuk berinvestasi pada investor muda. Timbulnya niat kaum milenial dalam kegiatan menabung dan berinvestasi untuk masa depan makin meningkat. Oleh karena itu, tidak asing lagi jika peluang satu ini dimanfaatkan oleh banyak *platform* investasi digital yang mulai marak bermunculan.

Salah satunya, yakni aplikasi Ajaib. Ajaib Group yang menaungi Ajaib Sekuritas (PT Ajaib Sekuritas Asia) dan Ajaib Reksa Dana (PT Takjub Teknologi Indonesia) merupakan perusahaan efek nasional yang memberikan layanan saham dan reksa dana yang dapat diakses secara *online* oleh berbagai lapisan masyarakat. Aplikasi Ajaib juga menawarkan gaya baru dalam membeli ataupun menjual saham dengan cara yang lebih *simple* melalui tampilan yang dapat dimengerti oleh investor pemula, contohnya generasi milenial yang berminat untuk bergabung sebagai investor saham dengan alur yang lebih mudah, dapat dilakukan secara *online* dimanapun tanpa perlu harus ke cabang sekuritas.

Generasi milenial yang bertumbuh dan berkembang pada era *booming* internet secara tidak langsung memiliki karakteristik yang menyukai segala sesuatu serba instan dan cepat, seperti halnya surat elektronik ataupun *instant messaging*. Generasi milenial juga memiliki karakter yang cenderung merasa sangat percaya diri, berorientasi pada pencapaian, mudah beradaptasi serta bersikap reaktif terhadap perubahan lingkungan

yang terjadi, menyukai adanya tantangan, dapat lebih terbuka akan hal-hal baru, namun sebaliknya dapat cepat merasa bosan.

Hampir seluruh generasi milenial mempunyai ponsel pintar dan menggunakannya dalam kegiatan sehari-hari, seperti belajar *online*, melakukan transaksi *online*, bahkan memesan makanan ataupun transportasi *online*. Hal ini memberikan kesempatan kepada generasi milenial untuk menjadi pribadi yang lebih produktif dan efisien. Begitu pula dalam pergaulannya yang sangat pandai bersosialisasi terutama dengan menggunakan akses informasi dari internet dan aktif dalam media sosial.

Dengan mengamati tren ini, kaum milenial sudah terbiasa mengontrol sikap keuangannya sejak dini. Milenial perlu berinvestasi tidak hanya dalam berbelanja dan bersenang-senang, tetapi juga dalam menabung dan membelanjakan uang untuk hal-hal yang bermanfaat. Layanan yang paling mudah diakses adalah peluang investasi keuangan. Investor milenial bersedia untuk mengambil risiko dan membuat keputusan investasi yang lebih berkelanjutan karena generasi milenial percaya bahwa investasi membuat perubahan positif dan mencari lebih banyak bukti kinerja, tetapi tetap melakukan komitmen untuk investasi berkelanjutan.

Dengan adanya permintaan investasi yang semakin meningkat disertai dengan perkembangan dunia investasi yang cepat pula hal ini tentu akan berkaitan dengan pengambilan keputusan suatu investasi yang akan dilakukan oleh seorang calon investor. Dimana keputusan investasi merupakan suatu tindakan yang diambil dalam

kegiatan penanaman modal pada satu aset ataupun lebih untuk menghasilkan pengembalian yang tentu saja bersifat menguntungkan di masa yang akan datang (Wulandari dan Iramani, 2014).

Fenomena yang terjadi detik ini sangat sering ditemukan bahwa individu memiliki perilaku tidak rasional dan juga melakukan kesalahan sistematis dalam prediksinya. Investor masih akan gagal jika keputusan yang diambil masih banyak dipengaruhi oleh bias psikologis. Pengambilan keputusan sangat kompleks karena ada banyak cara untuk membuat keputusan. Fenomena investor pemula dan calon investor berkaitan erat dengan *behavioral finance*. Ilmu ekonomi bukan hanya salah satu unsur pengambilan keputusan, tetapi juga beberapa ilmu lainnya. Pada kasus ini, dengan melakukan pendekatan secara psikologis untuk mengamati perilaku individu saat membuat keputusan.

Behavioral finance adalah ilmu yang mempelajari bagaimana seseorang membuat keputusan keuangan berdasarkan aspek kognitif dan emosional yang ada dalam diri sehingga muncul perilaku keuangan. Bias kognitif merupakan suatu kesalahpahaman dalam penerimaan informasi, mengelola informasi, dan juga pengambilan keputusan akhir dalam fakta maupun informasi, lain halnya dengan bias emosional, yakni kesalahpahaman yang disebabkan oleh perasaan dan juga kata hati.

Perilaku bias sering terjadi karena kaum milenial relatif masih muda, sehingga kaum milenial cenderung memiliki tingkat emosi yang tinggi dan tidak terkendali, serta kaum milenial dapat mengambil keputusan investasi dengan cepat.

Seperti halnya karakteristik dari generasi milenial yang cenderung sangat percaya diri, dan berorientasi pada pencapaian. *Overconfidence bias* adalah rasa yakin yang berlebihan dan tidak memiliki dasar dalam suatu penilaian, kemampuan kognitif, penalaran rasional dan juga dalam hal intelektualitas yang akhirnya menyebabkan beberapa orang terlalu merasa yakin dalam kemampuan memprediksi dan juga keakuratan informasi yang disampaikan (Pompian, 2012). Maka, *overconfidence* akan membuat investor muda misalnya generasi milenial memiliki sikap *overestimate* pada ilmu yang dimiliki oleh investor itu sendiri, dan *underestimate* prediksi yang dibuat, karena investor muda seperti kaum milenial melebih-lebihkan kemampuan yang dimiliki.

Berikutnya merupakan bias yang paling umum terjadi atau dialami oleh generasi milenial, yakni *loss aversion* dimana sebuah bias yang memungkinkan individu untuk sebisa mungkin menghindari kerugian dan terus meraup keuntungan sesuai dengan karakteristik generasi milenial yang selalu berorientasi pada pencapaian. Hal ini disebabkan oleh tingkat kepuasan ketika mendapatkan keuntungan lebih kecil daripada tingkat kesedihan ketika mengalami kerugian. Para investor lebih memilih meminimalisir kerugian yang memiliki dampak berlebih pada saat melakukan investasi daripada keuntungan itu sendiri (Pompian, 2012). Akibatnya, investor cenderung menjualnya saat investasi yang dilakukan sudah tidak aman lagi. Wajar bagi seseorang untuk berinvestasi untuk mencapai keuntungan maksimum dan kerugian minimum, tetapi investor perlu berhati-hati dengan keinginan untuk menghilangkan kerugian

yang sebenarnya tidak besar dengan menunda *cut loss* (menjual saham sebelum kehilangan lebih banyak).

Selain itu, *disposition effect* juga menjadi pertimbangan dalam mengelola investasinya. Dimana *disposition effect* pertama kali diidentifikasi oleh Meir Statman dan Hersh Shefrin dalam paper yang berjudul “*The Disposition to Sell Winners Too Early and Ride Losers Too Long : Theory and Evidence*” (1985). Dalam papernya didefinisikan *disposition effect* sebagai suatu keengganan seorang investor untuk melakukan penjualan aset yang sedang mengalami rugi, serta adanya suatu kemungkinan menjual aset yang sudah menghasilkan keuntungan meski baru mendapatkan keuntungan kecil. Hal tersebut sering terjadi pada kalangan investor muda terutama generasi milenial yang memiliki karakteristik dimana cepat merasa puas, misalnya, jika seseorang investor mendapat untung dan kemudian menjual sehubungan dengan keputusan investasi. Padahal, investor cenderung menghindari kerugian karena investasi bisa terus naik dan mencapai titik tertingginya, yang disebut investor dengan *profit taking*.

Oleh sebab itu, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan Pengaruh Psikologi Investor : *Behavioral Bias (Overconfidence, Loss Aversion, dan Disposition Effect)* terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Milenial di Aplikasi Ajaib.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan dalam peneltian ini sebagai berikut:

1. Apakah *overconfidence* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi pada generasi milenial di aplikasi Ajaib?
2. Apakah *loss aversion* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi pada generasi milenial di aplikasi Ajaib?
3. Apakah *disposition effect* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi pada generasi milenial di aplikasi Ajaib?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ingin di teliti oleh peneliti maka yang menjadi tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh *overconfidence* terhadap pengambilan keputusan investasi pada generasi milenial di aplikasi Ajaib.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh *loss aversion* terhadap pengambilan keputusan investasi pada generasi milenial di aplikasi Ajaib.
3. Untuk menganalisis adanya pengaruh *disposition effect* terhadap pengambilan keputusan investasi pada generasi milenial di aplikasi Ajaib.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut:

1) Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi mahasiswa tentang Pengaruh Psikologi Investor : *Behavioral Bias (Overconfidence, Loss Aversion, dan Disposition Effect)* terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Milenial.

2) Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan juga rekomendasi bagi penelitian selanjutnya tentang Pengaruh Psikologi Investor : *Behavioral Bias (Overconfidence, Loss Aversion, dan Disposition Effect)* terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Milenial.

3) Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat untuk meningkatkan wawasan tentang Pengaruh Psikologi Investor : *Behavioral Bias (Overconfidence, Loss Aversion, dan Disposition Effect)* terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Milenial.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Dalam bab pendahuluan ini berisi mengenai uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Dalam bab II menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan dalam penelitian, terutama tentang Aplikasi Ajaib, *overconfidence bias*, *loss aversion*, *disposition effect*, generasi milenial. Adapun selanjutnya, membahas informasi penelitian terdahulu, penjabaran pengembangan hipotesis serta kerangka penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab III ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, objek dan subjek penelitian yang digunakan, metode *sampling* beserta teknik pengumpulan data, variable yang digunakan dalam penelitian, metode pengujian instrumen, metode analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab IV menjelaskan tentang hasil dari analisis deskriptif responden, uji hasil beda antar responden, uji data kuesioner penelitian, dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

Bab V Penutup

Bab V menjelaskan mengenai kesimpulan, kemudian keterbatasan beserta saran yang ditujukan untuk peneliti selanjutnya.

