

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan investasi sudah menjadi hal yang umum dan mudah diakses bagi setiap individu seiring perkembangan teknologi informasi. Hal tersebut berdampak pada bertambahnya jumlah investor di Indonesia. Kenaikan jumlah investor tersebut dipengaruhi oleh adanya kemudahan akses terhadap pembelajaran dan pembukaan rekening saham secara daring. Peningkatan jumlah investor di pasar modal Indonesia menjadi momen yang sangat penting untuk aktivitas perdagangan di pasar modal Indonesia. Setiap keputusan investasi yang diambil terutama investasi saham dapat mempengaruhi pergerakan harga saham yang dapat berakibat peningkatan ataupun penurunan.

Generasi yang memiliki akses dan kemampuan teknologi yang baik adalah generasi Z yang lahir setelah milenial. Generasi Z atau generasi *digital natives* merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995 sampai 2010. Generasi Z ini memiliki karakteristik yang tinggi akan pemahamannya menggunakan teknologi, karena sejak lahir dan dewasa generasi Z ini sudah telah mengenal teknologi, internet, sosial media, telepon dan jaringan seluler (Nainggolan, Silalahi, & Sinaga, 2022).

Bursa Efek Indonesia banyak bekerja sama dengan berbagai sekuritas untuk meningkatkan jumlah investor muda. Salah satu program yang digencarkan adalah Sekolah Pasar Modal (SPM). Program tersebut memfasilitasi pembelajaran dasar untuk berinvestasi sekaligus menawarkan pembukaan rekening saham. Bahkan pada masa pandemi program SPM maupun pembukaan rekening tetap dilaksanakan secara daring dan mampu meningkatkan jumlah investor di Indonesia.

Menurut data dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada bulan Januari 2021 terdapat peningkatan jumlah investor pasar modal yang signifikan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat, jumlah investor pasar modal hingga 3 Juni 2022 mencapai 8,88 juta orang. Pada akhir semester I tahun 2022, investor

saham didominasi oleh generasi Z dan milenial dengan perkiraan jumlah sebanyak 7,24 juta investor.



Gambar 1.1 Persentase Investor di Indonesia, Juni 2022

Sumber: PT Kustodian Sentral Efek Indonesia Diolah (2022).

Generasi Z menduduki peringkat teratas sebagai jumlah investor terbanyak. BEI mencatat dalam tiga tahun terakhir kegiatan di pasar modal didominasi oleh investor di bawah usia 25 tahun. Permasalahan muncul pada perilaku Gen Z dalam berinvestasi ketika munculnya dorongan ingin mendapatkan keuntungan secara cepat sehingga investor terdorong mengambil langkah yang salah, membeli produk investasi tanpa pertimbangan dan mengalami kerugian (Utami, Puspitasari, & Nursjanti, 2022). Keputusan investasi yang menyebabkan kerugian bisa berdampak pada psikologis investor seperti dorongan untuk tidak berinvestasi lagi agar tidak mengalami kerugian yang sama (Sinaga & Silalahi, 2022). Fenomena tersebut perlu menjadi perhatian agar jumlah investor dapat terus meningkat mengingat jumlah investor di Indonesia masih tergolong sangat rendah apabila dibandingkan dengan populasi keseluruhan penduduk yaitu berkisar di angka 0,7% (Arifin & Widjaya, 2022; Salisa, 2020).

Hasil investasi yang didapatkan dipengaruhi oleh keputusan investasi yang dibuat. Keputusan Investasi adalah suatu kebijakan yang diambil dalam menanamkan modal pada satu atau lebih aset untuk mendapatkan keuntungan di masa depan atau permasalahan bagaimana seseorang harus mengalokasikan dana dalam bentuk-bentuk investasi yang akan menguntungkan di masa

mendatang (Wulandari & Iramani, 2014). Beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan investasi dari sisi investor terutama generasi Z terdiri dari literasi keuangan (Fadilah *et al.*, 2022), *overconfidence bias* (Haryanto & Alice, 2022), dan persepsi risiko (Wulandari & Iramani, 2014; Ahmad & Shah, 2020).

Literasi keuangan seperti pengetahuan dasar investasi sangat penting untuk diketahui oleh calon investor (Merawati & Putra, 2015). Hal tersebut diperlukan agar mereka terhindar dari praktik-praktik investasi irasional, penilaian bias, penipuan, dan risiko kerugian. Generasi Z yang juga disebut sebagai generasi net sudah akrab dengan teknologi sejak kecil sehingga mampu memanfaatkan hal tersebut dalam mengumpulkan informasi untuk membuat keputusan investasi. Informasi yang diperoleh mampu mempengaruhi pengambilan keputusan seorang investor.

Kemudahan akses generasi Z terhadap informasi karena perkembangan teknologi yang pesat berpengaruh terhadap literasi keuangan. Berdasarkan penelitian Fadillah, Indriwan, Khoirunnisa, & Mulyantini (2022), literasi keuangan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan investasi. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan literasi keuangan sebagai rangkaian aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan dalam mengelola keuangan. Direktur Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) Uriep Budhi Prasetyo menyatakan bahwa kenaikan jumlah investor harus dibarengi dengan kenaikan literasi keuangan agar keputusan investasi tidak hanya mengikuti irasionalitas.

Tabel 1.1
Indeks Literasi Keuangan

Keterangan	Tahun 2019	Tahun 2022
Literasi Keuangan Nasional	38.03%	49.68%
Literasi Keuangan Pasar Modal	4.92%	4.11%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan Diolah (2022).

Kenaikan jumlah literasi keuangan nasional investor dari 38.03% di tahun 2019 menjadi 49.68% di tahun 2022 tidak dibarengi dengan kenaikan literasi keuangan sektor pasar modal. Literasi keuangan pasar modal mengalami

penurunan dari 4.92% di tahun 2019 menjadi 4.11% di tahun 2022. Hal ini tentu dikhawatirkan dapat menyebabkan kerugian sehingga literasi perlu ditingkatkan (OJK, 2022; KSEI, 2022).

Perilaku keuangan seseorang juga dapat mempengaruhi keputusan investasi yang diambil. Setiap individu memiliki perilaku keuangan yang berbeda-beda. Perilaku keuangan adalah kebiasaan dan tingkah laku seseorang saat mengatur keuangan pribadinya (Suryanto, 2017). Menurut penelitian Prawirasasra & Dialysa (2015) perilaku keuangan berperan pada saat seseorang mengambil keputusan investasi.

Perilaku keuangan investor pemula cenderung ingin cepat dalam mendapatkan *return* yang tinggi dengan kepercayaan pada pendiriannya sendiri sehingga menimbulkan *overconfidence bias* (Verma, 2016). Pasar modal Indonesia dalam hal ini IHSG menyentuh titik terendahnya selama lima tahun belakangan dan dapat dilihat dari jangka waktu tiga bulan pertama tahun 2020 IHSG mengalami penurunan sebesar 37,72% sebagai akibat dari pandemi COVID-19. Hadrian & Adiputra (2020) melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh dari *overconfidence* terhadap keputusan investasi. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh *overconfidence*, *herding effect*, dan *self-monitoring* terhadap pengambilan keputusan investasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa investor cenderung melakukan keputusan secara irasional sehingga menyebabkan pasar menjadi tidak efisien.

Keputusan Investasi juga dipengaruhi oleh persepsi seseorang terhadap suatu risiko. Persepsi adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensor mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka (Robbins & Judge, 2008). Keputusan investasi oleh seorang investor yang berbasis kepercayaan diri berlebihan akan membuatnya merendahkan pandangan terhadap risiko. Di sisi lain, literasi keuangan juga mempengaruhi pandangan investor mengenai pengambilan risiko (Ahmad & Shah, 2020). Berdasarkan penelitian Wulandari & Iramani (2014), persepsi risiko berpengaruh dalam pengambilan keputusan investasi dan hasilnya

menunjukkan lamanya masa investasi membuat para investor mengambil keputusan investasi berdasarkan pengalamannya dengan pandangan risiko yang dimiliki. Persepsi risiko dalam penelitian Ahmad & Shah (2020) mampu memediasi hubungan antara literasi keuangan dan *overconfidence bias* terhadap keputusan investasi. Hal tersebut dikarenakan literasi keuangan dan bias yang mempengaruhi persepsi risiko akan mempengaruhi juga keputusan investasi seorang investor.

Generasi Z didorong oleh motivasi, gaya belajar, karakteristik, keahlian, dan kepedulian sosial yang berbeda dari generasi sebelumnya (Seemiller & Grace, 2016). Berdasarkan pernyataan tersebut, keputusan investasi yang dibuat Generasi Z berdasarkan faktor literasi keuangan, kepercayaan diri dan persepsi risiko tentunya berbeda dari generasi sebelumnya. Oleh karena itu, dari konteks yang sudah dipaparkan penulis tertarik untuk meneliti mengenai **Pengaruh Literasi Keuangan dan *Overconfidence Bias* terhadap Keputusan Investasi oleh Generasi Z dengan Persepsi Risiko sebagai Variabel Mediasi.**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Pernyataan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diketahui bahwa peningkatan jumlah investor semakin pesat dan sebagian besarnya berasal dari generasi Z. Kenaikan jumlah investor membuat transaksi di pasar modal semakin banyak setiap hari dan banyak keputusan investasi generasi Z yang menghasilkan kerugian. Kerugian ini dapat mempengaruhi psikologis gen Z untuk tidak berinvestasi lagi. Keputusan investasi yang menimbulkan kerugian pada gen Z bisa diakibatkan oleh faktor-faktor yang telah dipaparkan sebelumnya pada latar belakang. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan investasi generasi Z, yaitu literasi keuangan dan *overconfidence bias* dengan persepsi risiko sebagai variabel mediasi.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan masalah penelitian di atas, maka diperoleh pertanyaan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap persepsi risiko?
- 2) Apakah *overconfidence bias* berpengaruh terhadap persepsi risiko?
- 3) Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi oleh generasi Z?
- 4) Apakah *overconfidence bias* berpengaruh terhadap keputusan investasi oleh generasi Z?
- 5) Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi oleh generasi Z?
- 6) Apakah persepsi risiko mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi oleh generasi Z?
- 7) Apakah persepsi risiko mampu memediasi pengaruh *overconfidence bias* terhadap keputusan investasi oleh generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dikemukakanlah tujuan penelitian sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan *overconfidence bias* terhadap keputusan investasi oleh generasi Z dengan persepsi risiko sebagai variabel mediasi.

1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menguji dan melakukan analisis pengaruh literasi keuangan terhadap persepsi risiko.
- 2) Untuk menguji dan melakukan analisis pengaruh *overconfidence bias* terhadap persepsi risiko.
- 3) Untuk menguji dan melakukan analisis pengaruh literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi oleh generasi Z.
- 4) Untuk menguji dan melakukan analisis pengaruh *overconfidence bias* terhadap pengambilan keputusan investasi oleh generasi Z.

- 5) Untuk menguji dan melakukan analisis pengaruh persepsi risiko terhadap pengambilan keputusan investasi oleh generasi Z.
- 6) Untuk menguji dan melakukan analisis kemampuan persepsi risiko dalam memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan investasi oleh generasi Z.
- 7) Untuk menguji dan melakukan analisis kemampuan persepsi risiko dalam memediasi pengaruh *overconfidence bias* terhadap pengambilan keputusan investasi oleh generasi Z.

1.4 Kontribusi Penelitian

1.4.1 Kontribusi Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu manajemen keuangan terkhususnya dalam kajian mengenai pengambilan keputusan investasi oleh generasi Z dengan pengaruh dari literasi keuangan dan *overconfidence bias* serta persepsi risiko sebagai variabel mediasi.

1.4.2 Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi investor terutama generasi Z mengenai pengambilan keputusan investasi saham di pasar modal yang baik.

1.5 Gambaran Kontekstual Penelitian

Keputusan investasi oleh generasi Z merupakan suatu strategi yang sebagian besarnya berbasis daring dengan dipengaruhi oleh psikologis juga. Generasi Z atau generasi *digital natives* merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995 sampai 2010. Generasi Z ini memiliki karakteristik yang tinggi akan pemahamannya menggunakan teknologi, karena sejak lahir dan dewasa generasi Z ini sudah telah mengenal teknologi, internet, sosial media, telepon dan jaringan seluler (Nainggolan *et al.*, 2022). Kemudahan akses teknologi oleh generasi tersebut mempercepat mereka dalam mendapatkan informasi. Adanya perbedaan akses dalam teknologi membuat motivasi, gaya belajar, karakteristik, keahlian, dan kepedulian sosial berbeda dari generasi sebelumnya sehingga keputusan investasi yang dibuat akan dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Menurut OJK peningkatan pemanfaatan teknologi selama pandemi

meningkatkan akses terhadap informasi investasi. Generasi muda yang lebih melek teknologi seperti generasi Z, mampu mengakses dan dipengaruhi oleh informasi yang ada. Dengan kemudahan tersebut, generasi muda menjadi lebih leluasa membuat keputusan investasi.