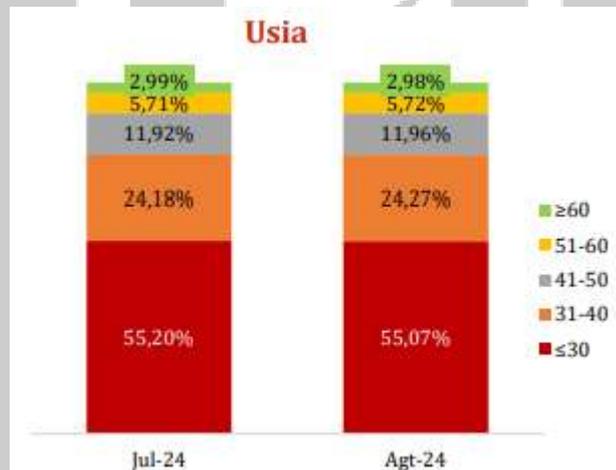


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tren investasi di kalangan masyarakat dalam beberapa tahun terakhir khususnya generasi muda mengalami peningkatan signifikan. Minat investasi di pasar modal menjadi salah satu topik yang semakin mendapatkan perhatian dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kalangan generasi muda seperti Generasi Z. Minat investasi didefinisikan sebagai ketertarikan individu untuk menempatkan dana atau aset dalam bentuk investasi dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa depan (Trisnaningsih et al, 2022).



Sumber: (KSEI Indonesia Central Securities Depository, 2024)

Gambar 1 1  
Usia Investor

Data dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) menunjukkan distribusi investor berdasarkan kelompok usia dalam dua periode, yaitu Juli 2024 dan Agustus 2024. Pada Juli 2024, kelompok usia  $\le 30$  tahun mendominasi investor dengan persentase sebesar 55,20%, namun sedikit menurun menjadi 55,07% pada Agustus 2024. Kelompok usia 31-40 tahun juga mengalami sedikit

peningkatan dari 24,18% pada Juli menjadi 24,27% pada Agustus. Sementara itu, kelompok usia 41-50 tahun meningkat tipis dari 11,92% di Juli menjadi 11,96% di Agustus. Kelompok usia 51-60 tahun hampir tidak berubah dengan persentase 5,71% di Juli dan 5,72% di Agustus. Terakhir, kelompok usia  $\geq 60$  tahun mengalami sedikit penurunan dari 2,99% pada Juli menjadi 2,98% pada Agustus. Secara keseluruhan, tidak ada perubahan signifikan dalam distribusi investor di kedua periode ini, dengan kelompok usia  $\leq 30$  tahun tetap menjadi kelompok terbesar.



SID	Pertumbuhan Investor					
	2021	2022	2023	Jun-24*	Jul-24	Agg-24
Pasar Modal	92,99%	37,68%	18,01%	1,10%	2,05%	2,35%
Reksa Dana	115,41%	40,41%	18,07%	1,14%	2,14%	2,44%
Saham dan Surat Berharga Lainnya*	103,69%	20,69%	18,37%	1,10%	1,13%	1,34%
SBN	32,73%	36,85%	28,60%	1,72%	1,59%	1,18%

Sumber: (KSEI Indonesia Central Securities Depository, 2024)

Gambar 1.2  
Pertumbuhan Investor

Gambar 1.2 menampilkan data pertumbuhan jumlah investor di berbagai instrumen investasi, yaitu pasar modal, reksa dana, saham, dan surat berharga lainnya, serta Surat Berharga Negara (SBN), dalam beberapa periode dari tahun 2021 hingga Agustus 2024. Pada 2021, jumlah investor di pasar modal mencapai 7.489.337, meningkat menjadi 10.311.152 pada 2022, dan terus naik hingga 12.406.601 di 2023. Pertumbuhan investor di pasar modal berlanjut hingga 13.706.207 pada Juni 2024, 13.844.707 pada Juli 2024, dan 13.660.707 pada

Agustus 2024.

Pada reksa dana, terdapat pertumbuhan signifikan dari 5.148.515 investor pada 2021 menjadi 6.949.933 di 2022 dan 8.611.435 pada 2023. Jumlah ini terus naik hingga 12.376.622 pada Juni 2024, 12.457.888 pada Juli 2024, dan 12.286.618 pada Agustus 2024. Instrumen saham dan surat berharga lainnya juga menunjukkan peningkatan dari 4.919.933 investor pada 2021 menjadi 6.022.72 di 2023, dengan jumlah mencapai 10.086.555 pada Juli 2024. Jumlah investor di SBN terus meningkat, dari 611.143 pada 2021 menjadi 1.002.227 pada 2023, dan hingga 1.753.353 pada Agustus 2024.

Tabel di bawah grafik pada gambar 1.2 menunjukkan persentase pertumbuhan investor. Pada pasar modal, terjadi pertumbuhan sebesar 92,99% pada 2021, yang menurun menjadi 37,68% pada 2022, dan 18,01% pada 2023. Pertumbuhan pada reksa dana mencapai 115,41% pada 2021, dengan pertumbuhan yang konsisten pada 2022 sebesar 40,41% dan 18,87% pada 2023. Instrumen saham dan surat berharga lainnya juga menunjukkan pertumbuhan yang kuat, sementara SBN mengalami pertumbuhan yang konsisten, dari 32,75% pada 2021 hingga 36,05% pada 2022 dan 20,60% pada 2023. Pertumbuhan berlanjut secara stabil di bulan-bulan berikutnya hingga Agustus 2024.

Faktor pertama yang mempengaruhi minat investasi yaitu *Influencer* terutama di media sosial yang memegang perananan penting dalam membentuk minat investasi di pasar modal pada Generasi Z. Dengan adanya *influencer* yang mempromosikan edukasi keuangan dan menawarkan panduan investasi, generasi muda cenderung lebih tertarik untuk mengeksplorasi dunia investasi di pasar

modal. Banyak *influencer* yang membagikan pengalaman pribadi mereka terkait investasi di pasar modal, serta memberikan pandangan terkait peluang dan risiko yang ada. *Influencer* adalah individu yang memiliki pengaruh besar di media sosial melalui konten yang mereka bagikan. Mereka mampu memengaruhi pandangan, sikap dan keputusan *audiens* mereka, termasuk dalam bidang investasi di pasar modal. Hal ini mempengaruhi persepsi dan keyakinan calon investor muda, dimana mereka menganggap bahwa investasi di pasar modal dapat memberikan keuntungan finansial yang signifikan dalam jangka panjang (Fauzianti & Retnosari, 2022).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Trisnaningsih et al., (2022); Wiyono & Asyik, (2023); dan Cahyani & Sinarwati., (2023), menunjukkan bahwa *influencer* memiliki dampak positif terhadap minat investasi. Namun, penelitian-terdahulu lebih fokus pada populasi mahasiswa di universitas tertentu dan tidak mempertimbangkan perbedaan karakteristik demografis serta perilaku Generasi Z yang lebih luas. Maka dari itu penelitian saat ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji bagaimana *influencer* di media sosial mempengaruhi minat investasi di kalangan Generasi Z yang lebih beragam di Surabaya.

Faktor kedua yaitu motivasi investasi yang juga menjadi salah satu faktor pendorong Generasi Z untuk mulai berinvestasi di pasar modal. Keinginan untuk mencapai kebebasan finansial, meningkatkan kualitas hidup, serta mengamankan masa depan menjadi dorongan penting bagi mereka. Motivasi ini kian kuat dengan banyaknya informasi yang tersedia mengenai manfaat investasi, baik dari segi pertumbuhan aset maupun diversifikasi risiko (Rahman & Subroto, 2022).

Beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Cahya & Kusuma., (2019); Sari et al, (2021); dan Ryandana et al., (2023), menunjukkan bahwa motivasi investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi. Sedangkan, penelitian oleh Burhanudin et al., (2021) menunjukkan bahwa motivasi investasi tidak signifikan terhadap minat investasi. Penelitian terdahulu tidak menjelaskan faktor-faktor spesifik yang memotivasi Generasi Z untuk berinvestasi, seperti kebutuhan untuk mencapai kebebasan finansial atau pengaruh lingkungan sosial. Maka dari itu penelitian saat ini akan mengeksplorasi motivasi investasi yang lebih mendalam dan spesifik dalam konteks generasi Z di Surabaya.

Faktor ketiga yaitu Kemajuan teknologi juga memainkan peran krusial dalam memfasilitasi akses ke investasi di pasar modal. Pengembangan aplikasi investasi yang mudah digunakan dan diakses kapan saja menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi muda yang selalu terhubung dengan teknologi. Dengan teknologi, proses investasi menjadi lebih cepat, transparan, dan fleksibel, memungkinkan Generasi Z untuk mengelola portofolio mereka secara mandiri tanpa harus bergantung pada lembaga keuangan tradisional (Cahya & Kusuma, 2019).

Penelitian oleh Cahya & Kusuma., (2019); Negara & Febrianto., (2020); dan Sari et al., (2021) menunjukkan bahwa kemajuan teknologi berpengaruh positif terhadap minat investasi. Namun, belum banyak penelitian terdahulu yang mengkaji bagaimana kemajuan teknologi dalam bentuk aplikasi investasi digital mempengaruhi minat investasi Generasi Z yang sangat akrab dengan teknologi. Maka dari itu penelitian saat ini akan meneliti secara spesifik bagaimana

kemudahan akses dan fitur-fitur dalam aplikasi investasi digital dapat mempengaruhi minat investasi Generasi Z di Surabaya.

Generasi Z yang terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang tumbuh dengan teknologi digital dan memiliki karakteristik unik. Generasi Z memiliki potensi besar sebagai investor, namun mereka juga dihadapkan pada tantangan dan hambatan yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Minat investasi Generasi Z dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengaruh *influencer* di media sosial, motivasi investasi yang kuat, dan kemajuan teknologi yang memudahkan akses penggunaan *platform* investasi. Dengan pendekatan yang tepat dan pemanfaatan teknologi yang sesuai, Generasi Z dapat menjadi lebih tertarik dan terlibat dalam investasi sebagai upaya untuk mempersiapkan masa depan keuangan mereka (Widhiastuti & Novianda, 2024).

Sebagian besar penelitian yang ada berfokus pada populasi di kota-kota besar lain di Indonesia, seperti Jakarta atau Yogyakarta. Penelitian ini akan memberikan perspektif baru dengan fokus pada Generasi Z di Surabaya, yang memiliki karakteristik dan perilaku investasi yang mungkin berbeda. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi di kalangan Generasi Z di Surabaya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada sub bab sebelumnya, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah:

1. Apakah *influencer* berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Surabaya?
2. Apakah Motivasi Investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Surabaya?
3. Apakah kemajuan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian mengacu pada rumusan masalah yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *influencer* terhadap minat investasi generasi Z di Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh motivasi investasi terhadap minat investasi generasi Z di Surabaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh kemajuan teknologi terhadap minat investasi generasi Z di Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Diharapkan penelitian ini dapat dipublikasikan dalam artikel ilmiah serta dapat menjadi tambahan referensi yang berisi mengenai perilaku minat investasi generasi Z sehingga dapat memperkaya bidang manajemen khususnya manajemen keuangan.

## 2. Bagi masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat. Dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana pentingnya *influencer*, Motivasi Investasi, dan kemajuan teknologi terhadap minat investasi generasi Z dan mendorong pengetahuan generasi Z terhadap investasi.

## 3. Bagi penulis

Penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti untuk memahami pentingnya *influencer*, motivasi investasi, dan kemajuan teknologi terhadap minat investasi generasi Z.

## 4. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan akan menambah referensi dan menjadi ilmu pengetahuan baru untuk pembaca dan memberikan kontribusi sebagai rujukan terbaru untuk mendukung penelitian selanjutnya.

### **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Pembahasan dalam penelitian ini disusun secara sistematis dan terperinci ke dalam lima bab utama, yaitu sebagai berikut

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan dasar penelitian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi berbagai teori yang relevan sebagai landasan penelitian. Teori-teori tersebut digunakan untuk mendukung pengembangan kerangka pemikiran dan penyusunan hipotesis. Selain itu, bab ini juga memuat ulasan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang diajukan.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan langkah-langkah penelitian, meliputi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, serta metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis.

**BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini menyajikan deskripsi subjek penelitian, hasil analisis data, serta pembahasan hasil penelitian berdasarkan data yang diperoleh.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan yang ditemukan selama proses penelitian, dan saran yang dapat diberikan kepada pihak terkait berdasarkan hasil penelitian.