

# BAB I

## PENDAHULUAN

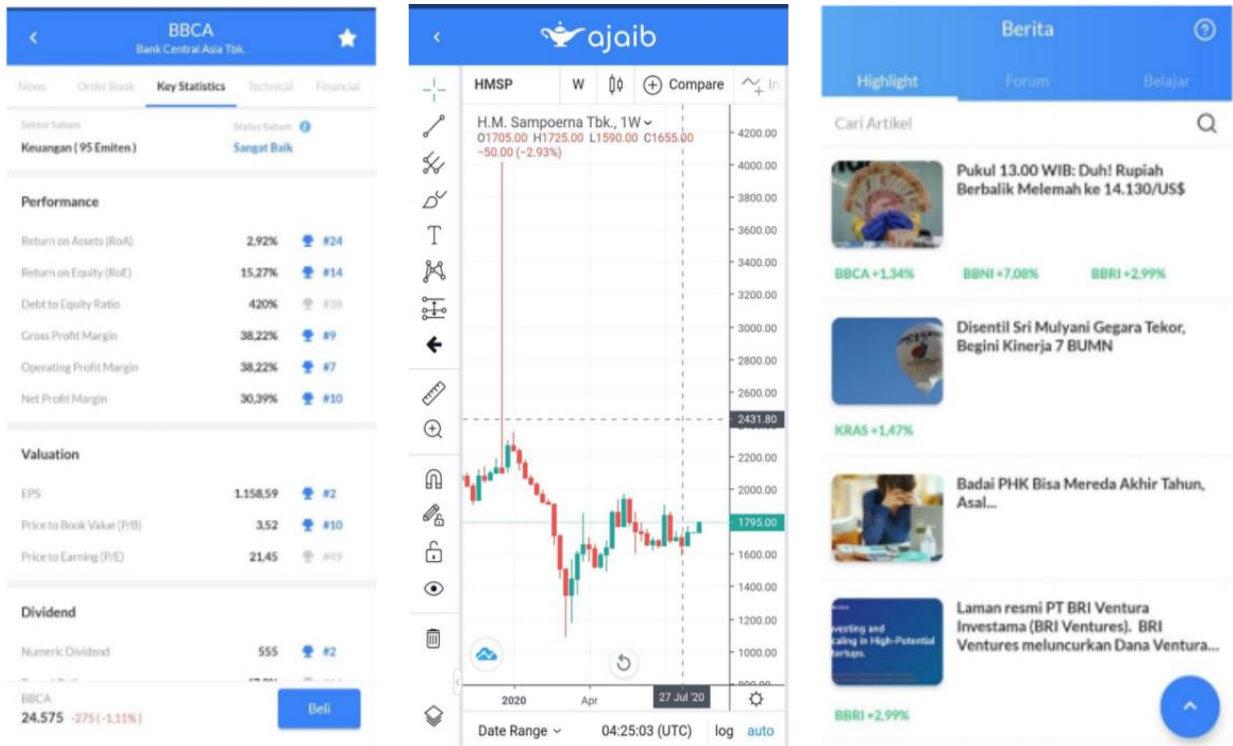
### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### A. Profil Perusahaan Ajaib

Perusahaan Ajaib Group merupakan sebuah *startup* yang bergerak dibidang *Financial Technology (Fintech)* yang menyediakan jasa layanan platform investasi untuk menjual maupun membeli saham atau reksadana secara *online*. Ajaib Group adalah sebuah perusahaan yang menaungi Ajaib Sekuritas (PT. Ajaib Sekuritas Asia) dan Ajaib Reksadana (PT. Takjub Teknologi Indonesia).

Ajaib sekuritas telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 4 September 1989 sedangkan Ajaib Group berdiri pada tahun 2018 dengan melibatkan PT. Takjub Teknologi Indonesia sebagai Ajaib Reksadana. Setelah mengakuisisi perusahaan sekuritas PT. Primasia Unggul Sekuritas ada tanggal 26 Juni 2020, Ajaib Group mulai merintis aplikasi Ajaib. Akuisisi ini bertujuan sebagai sarana kerjasama antara pengalaman Primasia sebagai pialang dan Ajaib Group sebagai ranah *digital*. Dalam kerjasama ini tentu diharapkan dapat menciptakan solusi dan menambah pengetahuan masyarakat untuk investasi yang aman, terpercaya, dan terjangkau.

Aplikasi Ajaib yang dikembangkan oleh Ajaib Group memfasilitasi para pengguna dengan menawarkan produk investasi berupa saham maupun reksadana, dan juga menawarkan fitur-fitur lainnya yang disediakan di dalam aplikasi tersebut. Aplikasi Ajaib menawarkan penggunaanya untuk membuka rekening investasi secara online yang dapat mempermudah proses pendaftaran pengguna untuk mulai berinvestasi. Modal awal berinvestasi di aplikasi Ajaib hanya sebesar minimal Rp. 10.000 sehingga calon investor dapat menyesuaikan harga saham yang ingin dibeli. Biaya transaksi saham di aplikasi Ajaib yaitu *fee* beli sebesar 0,15% begitu juga *fee* jual sebesar 0,25% dan biaya pembelian reksadana di atas Rp. 199.999 sebesar 1,5%.



**Gambar 1. 1 Tampilan Aplikasi Ajaib**

*Sumber : Ajaib.co.id*

**a) Visi dan Misi Perusahaan**

Ajaib memiliki visi dan misi sebagai berikut :

**a. VISI**

Meningkatkan angka inklusi keuangan masyarakat Indonesia melalui investasi serta berkomitmen untuk membuka pintu akses terhadap instrumen investasi yang aman, terpercaya, dan terjangkau.

**b. MISI**

Mendukung masyarakat akan pentingnya investasi di masa mendatang.

**b) Logo Perusahaan**

Logo dari Ajaib Group digambarkan pada gambar 1.2 berikut:



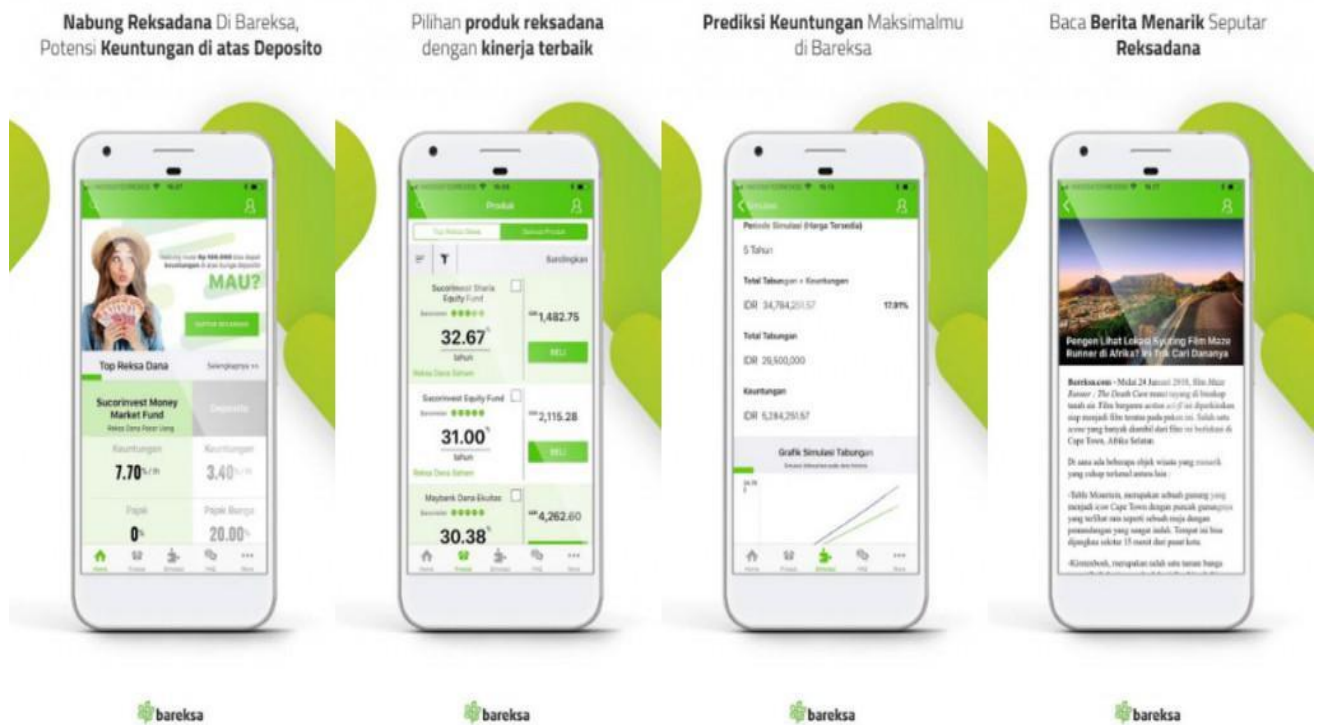
**Gambar 1. 2 Logo Aplikasi Ajaib**

*Sumber : Ajaib.co.id*

## B. Profil Perusahaan Bareksa

Bareksa merupakan sebuah perusahaan *financial technology (fintech)* yang didirikan oleh Karaniya Dharmasaputra dan Ady F. Pangerang yang merupakan mantan petinggi media Viva. Bareksa adalah perusahaan milik PT. Bareksa Portal Investasi yang menyediakan portal *marketplace* yang memperjualbelikan produk reksadana untuk investasi secara daring dari berbagai perusahaan manajemen investasi. Sejak tahun 2015, Bareksa telah menjadi *marketplace* yang memperjual-belikan reksadana dan bekerja sama dengan PT Buana Capital sebagai agen penjual. Pada tahun 2016 Bareksa juga menjadi teknologi financial pertama yang mendapatkan lisensi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk menjual produk reksadana secara langsung. Hingga kini, Bareksa menyediakan lebih dari 190 produk reksadana dari 40 manajer investasi di Indonesia dan memiliki hamper 800 ribu nasabah. Tak hanya reksadana, Bareksa juga merupakan salah satu mitra distribusi yang dipercaya oleh Kementerian Keuangan RI untuk memperjualbelikan Surat Berharga Negara (SBN) ritel secara *online*. Bareksa juga menyediakan berbagai layanan dan fitur lainnya seperti data market, online tools, riset, dan konten yang informatif, serta banyak hal lainnya.

Tak hanya sebagai wadah untuk berinvestasi dengan produk, dan menyediakan fitur lengkap yang aman, mudah, transparan, Bareksa juga menjadi sarana edukasi mengenai investasi dan pasar modal. Bareksa juga menghadirkan fitur Robo Advisor untuk membantu investor pemula yang belum percaya diri untuk berinvestasi dengan melihat profil risiko yang dimiliki oleh calon investor. Bareksa juga berkomitmen untuk memberikan saran investasi yang transparan, rekomendasi produk yang independen tanpa berpihak kepada penyedia produk investasi manapun, selain itu Bareksa juga memberikan analisa yang tidak hanya dihitung berdasarkan algoritma saja, tetapi juga disempurnakan oleh tim analis berpengalaman.



**Gambar 1. 3 Tampilan UI/UX Aplikasi Bareksa**

*Sumber: Bareksa.com*

**a) Visi dan Misi Perusahaan**

- a. Visi : Ikut menumbuh-kembangkan dunia investasi di kalangan masyarakat Indonesia dengan memanfaatkan teknologi informatika dan internet.
- b. Misi : Turut serta untuk meningkatkan eksposur dunia investasi nasional ke pasar global.

**b) Logo Perusahaan**

Logo dari PT. Bareksa Portal Investasi adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.4 Logo Aplikasi Bareksa**

*Sumber: Bareksa.com*

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

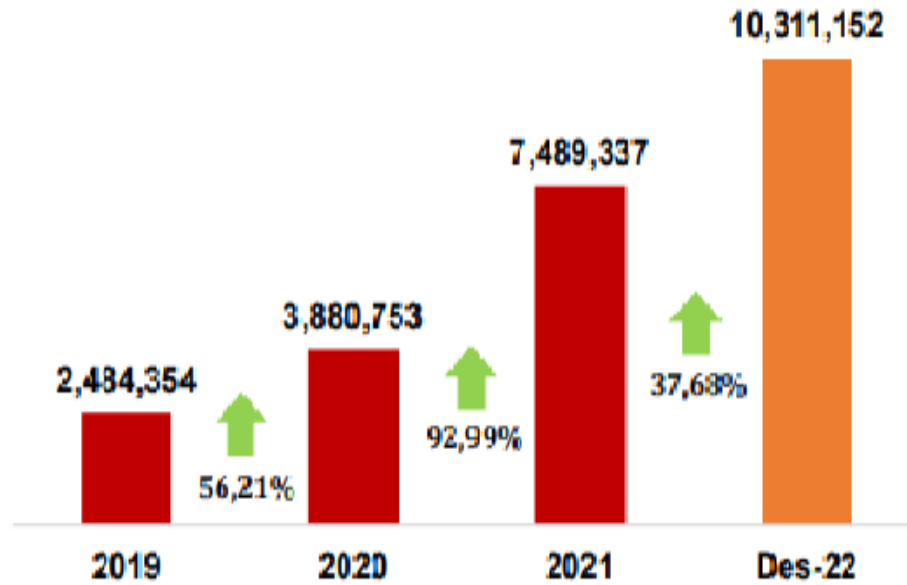
Di era yang sudah canggih ini, teknologi dan system informasi telah banyak digunakan di masyarakat. Di banyak lapisan masyarakat sekarang sedang booming dengan kegiatan investasi. Investasi sendiri adalah upaya menanamkan modal atau dana dengan harapan bisa mendapatkan keuntungan (return) di masa mendatang. Sederhananya, pengertian investasi adalah mengembangkan uang atau aset lain agar memberikan keuntungan di masa mendatang untuk mencapai tujuan tertentu. Salah satu tujuan investasi adalah kebebasan finansial atau *financial freedom*, di mana seseorang dianggap sudah seseorang bisa mendapatkan passive income dapat memenuhi kebutuhan hidup dalam jangka panjang.

Era digital ini juga berdampak pada bidang investasi baik berbentuk saham, reksadana, maupun trading yang saat ini menjadi banyak pilihan untuk generasi muda berinvestasi khususnya generasi Z. Penjualan saham dan reksadana ini biasanya dilakukan oleh perbankan dan perusahaan, menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sekuritas merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha yang menjadi perantara perdagangan efek, pihak penjamin emisi, dan kegiatan lainnya sesuai pengawas pasar modal. Dengan kata lain, perbankan sekuritas menjadi pihak perantara antar investor dan perusahaan yang melakukan kegiatan jual beli seperti BNI Sekuritas, BCA Sekuritas, BRI Sekuritas dan perbankan lainnya. Selain itu, saat ini investasi saham dan reksadana tidak hanya dilakukan di kantor perbankan tertentu, melainkan sudah didominasi oleh perusahaan yang menciptakan aplikasi yang berbasis mobile yang mana masyarakat dapat lebih mudah menggunakannya, khususnya generasi Z.

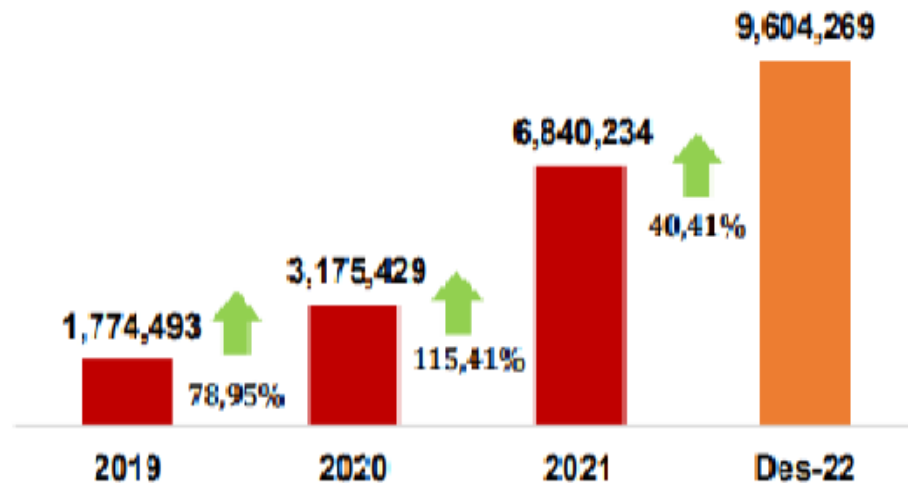
Menurut data KSEI (KSEI, 2022) jumlah investor di pasar modal mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun 2019 hingga tahun 2022 dari 2,5 juta pada tahun 2019, 3,8 juta di tahun 2020, 7,49 juta di tahun 2021, dan mencapai 10,3 juta pada desember tahun 2022 yang naik sebesar 37,69% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, termasuk di dalamnya 9,6 juta investor reksadana mengalami peningkatan 40,41%.

Berdasarkan data demografi investor pasar modal yang tercatat di KSEI (2022), pasar modal di Indonesia di masih didominasi oleh generasi Z dengan jumlah data single investor identification (SID) sebanyak 58,71% merupakan investor dengan usia 30 tahun kebawah dengan total nilai aset sebesar Rp. 83,52 triliun.

### Jumlah Investor Pasar Modal



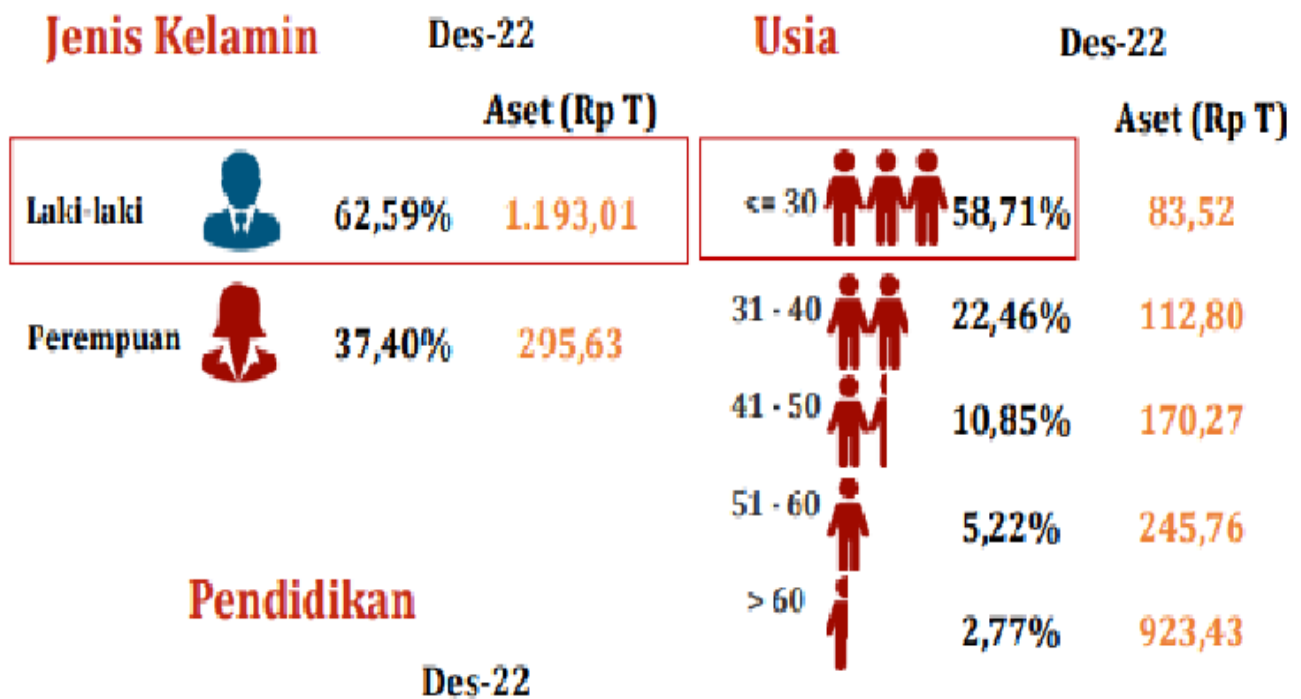
### Jumlah Investor Reksa Dana



\* Tersimpan di sistem KSEI

Gambar 1. 5 Data SID dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) 2022

Sumber : Statistik Publik Berita Pers KSEI (2022) (ksei.co.id)



Gambar 1. 6 Demografi SID dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) 2022

Sumber: Statistik Pasar Modal Indonesia (2022) (ksei.co.id)

Melihat fenomena pasar modal Indonesia yang tergolong potensial saat ini telah banyak bermunculan investasi *online* saham dan reksadana dalam bentuk aplikasi *mobile*. Investasi *online* merupakan proses penanaman modal yang akan digunakan. Hal tersebut sesuai dengan sebutan generasi Z sebagai generasi teknologi dan digital yang mengharapkan segala sesuatu lebih mudah dengan genggaman tangan atau dalam kata lain menggunakan gawai. Aplikasi Ajaib merupakan salah satu sarana investasi saham dan reksadana *online* terpercaya bagi generasi Z sebab bukan hanya sebagai sarana investasi, aplikasi Ajaib juga menjadi sarana edukasi bagi investor pemula untuk dapat pengetahuan investasi. Adapun Bareksa merupakan sebuah aplikasi penyedia layanan investasi yang tidak hanya menawarkan saham dan reksadana, tetapi juga menawarkan pilihan instrumen lengkap seperti SBN, Umroh, dan Emas dengan minimum investasi Rp. 10 ribu. Melihat adanya dominasi peminat generasi Z pada aplikasi tersebut, maka faktor apa saja yang mempengaruhi generasi Z dalam minat menggunakan aplikasi investasi berbasis mobile.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan *platform* investasi salah satunya adalah fitur layanan. Fitur layanan yang lengkap tentu merupakan

hal yang menjadi pertimbangan investor dalam memilih *platform* mana yang menjadi tujuan investasi. Menurut Kotler dan Keller (2012), fitur merupakan sebuah bentuk yang memberi kemudahan yang dapat ditonjolkan menjadi jati diri dalam sebuah aplikasi untuk menginterpretasikan produk layanan mereka. Dalam hal ini, aplikasi Ajaib dan Bareksa tentu memiliki fitur layanan yang berbeda untuk menarik minat calon penggunanya, khususnya generasi Z seperti misal aplikasi Ajaib yang menyediakan fitur layanan jual beli saham maupun reksadana dan Ajaib *alert* atau *push notification* yang memberitahukan naik turunnya harga saham hanya melalui notifikasi smartphone tanpa meminta pengguna untuk membuka aplikasi terlebih dahulu.

Adapun pada aplikasi Bareksa memiliki fitur layanan jual beli reksadana berupa *robo advisor* yang bernama BATARA (*Bareksa Tactical Robo Advisor*) yang berlisensi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berfungsi memberikan rekomendasi pembelian reksadana terbaik berdasarkan profil penggunanya. Dapat dikatakan aplikasi Ajaib dan Bareksa merupakan aplikasi sejenis yang memiliki fitur dan beberapa layanan yang berbeda hal ini tentu menjadi salah satu faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakannya. Menurut Marchelina dan Pratiwi (2018) fitur produk kerap digunakan oleh konsumen sebagai salah satu bahan pertimbangan untuk memutuskan minat masyarakat menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Alda, Salsa, dan Sibarani (2021) bahwa faktor fitur layanan mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan sebuah aplikasi. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Prastyo (2019) yang menyebutkan bahwa fitur layanan bukan salah satu pengaruh minat masyarakat menggunakan aplikasi *mobile banking*. Dorongan masyarakat dalam menggunakan *platform* investasi juga dipengaruhi oleh kemudahan investor dalam menggunakan fitur layanan di dalamnya khususnya bagi generasi z dan investor pemula lainnya.

Faktor yang biasanya menjadi bahan pertimbangan lainnya adalah harga. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Krisdayanto (2018:3) harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai tukar dari konsumen dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Dalam hal ini aplikasi Ajaib dan Bareksa dikenai harga sebesar Rp. 10 ribu untuk modal awal investasi. Aplikasi Ajaib juga dikenakan biaya transaksi saham yaitu *fee* beli sebesar 0,15% begitu juga *fee* jual



sebesar 0,25% dan biaya pembelian reksadana di atas Rp. 199.999 sebesar 1,5%, adapun aplikasi Bareksa dikenakan *fee* hanya untuk biaya penarikan jika melalui rekening yang berbeda yaitu sebesar Rp. 2.900. Harga merupakan bagian yang melekat pada produk atau layanan yang dapat mencerminkan seberapa besar kualitas produk atau layanan tersebut (Tjiptono & Candra, 2017:209). Hal tersebut tentu berdampak pada minat penggunaan aplikasi investasi *online* dengan harga yang murah dan kredibel yang mampu menarik minat masyarakat khususnya generasi z. Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lempoy, Mendey, dan Loindong (2015) faktor harga secara parsial mempengaruhi minat menggunakan jasa Taman Wisata Tour Lumimut Sonder secara signifikan. Adapun pada penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2017) variabel harga tidak menunjukkan angka signifikan yang positif terhadap minat menabung nasabah di Bank BRI Surabaya. Adanya persaingan harga ini tentu berdampak pada minat masyarakat dalam menggunakan layanan yang disediakan oleh penyedia aplikasi tersebut.

Upaya untuk menarik minat masyarakat dan generasi Z dalam menggunakan aplikasi investasi *online* ini bukan hanya melalui fitur layanan dan harga, namun juga promosi. Menurut Kasmir (2018:155) promosi adalah sarana yang paling efektif untuk menarik perhatian dan mempertahankan nasabahnya. Saat ini dapat terlihat banyak fenomena dimana *platform* investasi berlomba-lomba untuk membuat iklan dan promosi dalam bentuk digital, contohnya menggunakan *Brand Ambassador* berupa *Influencer* yang kerap didominasi oleh generasi muda khususnya generasi z. Bentuk promosi lainnya juga dapat berupa *cashback* yang disediakan melalui kode referral yang biasanya dibagikan oleh pengguna satu ke pengguna lainnya. Metode ini juga salah satu metode promosi yang dilakukan oleh aplikasi Ajaib maupun Bareksa untuk menarik minat nasabah. Aplikasi Ajaib menggunakan metode promosi berupa saham atau reksadana gratis bagi pengguna baru mereka dengan memasukan kode referral. Begitu pula dengan aplikasi Bareksa yang memberikan *cashback* OVO *Points* bagi penggunaanya yang menggunakan metode pembayaran menggunakan OVO mulai dari Rp. 25.000 hingga voucher reksa dana hingga Rp. 300.000. Hal ini tentu akan menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan penggunaanya untuk memutuskan *platform* investasi apa yang ingin digunakan sesuai dengan kebutuhan masing-masing individunya. Lupiyoadi (2013) menyatakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produk dan layanan dan sebagai alat yang mempengaruhi konsumen dalam

menggunakan produk. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Priskila dan Sitinjak (2019) hubungan promosi dan minat terbukti saling berpengaruh bahkan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *marketplace*. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang diperoleh oleh Latief dan Dirwan (2020) yang menyimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam penggunaan uang digital. Hal ini berarti bahwa promosi dapat mempengaruhi motivasi masyarakat dalam memutuskan pembelian atau penggunaan suatu produk.

Berikut tabel uraian yang berkaitan dengan faktor perbandingan dari segi fitur layanan, harga, dan promosi pada aplikasi Ajaib dan Bareksa.

**Tabel 1. 1**

**Perbandingan Fitur Layanan, Harga, dan Promosi antara Ajaib dan Bareksa**

	<b>AJAIB</b>	<b>BAREKSA</b>
<b>Fitur Layanan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sarana investasi reksadana dan saham</li> <li>2. Memiliki fitur notifikasi smartphone terkait naik turunnya harga saham</li> <li>3. Memiliki fitur layanan chat konsultasi gratis</li> <li>4. Forum komunitas</li> <li>5. Artikel dan berita terkait layanan investasi</li> <li>6. Integrasi forum</li> <li>7. Tarik dana</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sarana investasi reksadana, Obligasi, Umrah, Fund Academy, dan Emas</li> <li>2. Memiliki banyak pilihan produk reksadana sampai dengan 190</li> <li>3. Dapat Switch Portofolio jika Manajer Investasi sama</li> <li>4. Robo Advisor untuk membantu investor pemula</li> <li>5. Simulator reksadana</li> <li>6. Evaluator</li> <li>7. P/E band</li> <li>8. Matriks Saham</li> </ol>
<b>Harga</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal awal investasi mulai dari Rp. 10.000</li> <li>2. Biaya transaksi yaitu <i>fee</i> beli 0,15% begitupun <i>fee</i> jual</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal awal investasi mulai dari Rp. 10.000</li> </ol>

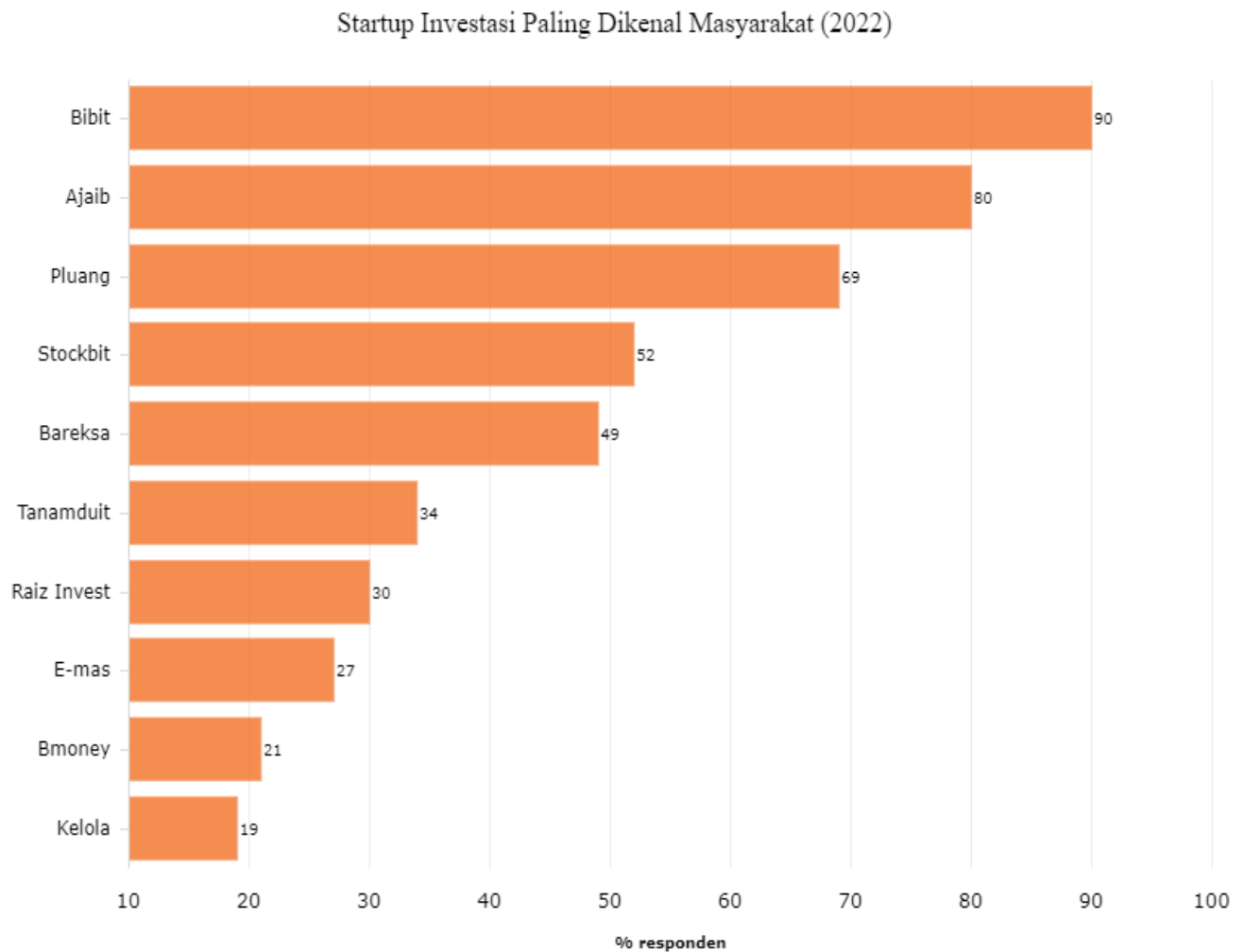
	,25% dan biaya pembelian reksadana di atas Rp. 199.999 sebesar 1,5%	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Biaya penarikan beda rekening terdapat <i>fee</i> sebesar Rp. 2.900</li> <li>3. Biaya transaksi penjualan pada produk dari PT. Sinarmas Asset Management dikenakan <i>fee</i> maksimal 1% untuk investasi &lt; 1 tahun</li> <li>4. Biaya pembelian produk reksadana PT Schroder Investment Indonesia dikenakan <i>fee</i> 1%</li> </ol>
<b>Promosi</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi di media sosial berupa <i>Brand Ambassador</i> seperti <i>Influencer</i> dan aktor-aktris internasional maupun iklan televisi</li> <li>2. Memberikan saham gratis dan reksadana gratis melalui kode referral bagi pengguna baru.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi menggunakan media sosial seperti Instagram</li> <li>2. Memberikan <i>cashback OVO Points</i> bagi pengguna yang menggunakan metode pembayaran menggunakan OVO mulai dari Rp. 25.000 hingga voucher reksadana hingga Rp. 300.000.</li> </ol>

Sumber : *Data Diolah Peneliti,(2023)*

Dilihat dari tabel diatas, melalui analisis perbandingan faktor yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan aplikasi Ajaib dan Bareksa seperti fitur layanan, harga, dan promosi, terdapat beberapa perbedaan di antara keduanya. Aplikasi Ajaib menyediakan sesuai dengan profil risiko investornya. Dari segi harga, aplikasi Ajaib dan Bareksa sama-sama menawarkan modal investasi awal dengan minimal harga Rp. 10.000 dan dalam biaya transaksi Ajaib masih dikenakan *fee* jual/beli saham dan reksadana sedangkan aplikasi Bareksa hanya membebankan *fee* jika penarikan dilakukan di rekening yang berbeda. Dalam metode promosi untuk menarik konsumen terutama generasi Z, Ajaib melakukan promosi di media sosial berupa iklan maupun *Brand Ambassador* menggunakan *Influencer* dan memberikan saham maupun reksadana gratis bagi pengguna baru, sedangkan Bareksa

melakukan promosi berupa konten di media sosial dan iklan dan memberikan *cashback* bagi pengguna yang melakukan metode pembayaran menggunakan OVO dan memberikan diskon untuk pengguna baru yang mendaftar melalui kode referral teman. Upaya yang dilakukan kedua aplikasi tersebut tentu menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih *platform* mana yang akan digunakan untuk layanan investasi saham dan reksadana dan memiliki fitur notifikasi di *smartphone* terkait naik turunnya harga saham, adapun Bareksa tidak menyediakan layanan saham tetapi memiliki produk reksadana yang lebih banyak yakni sebanyak 190 produk reksadana yang mana ini lebih banyak daripada pilihan reksadana di aplikasi Ajaib, selain itu Bareksa menyediakan produk investasi lain seperti Obligasi, Umrah, Fund Academy dan Emas. Bareksa juga memiliki layanan *robo advisor* yang berfungsi untuk memberikan rekomendasi beli reksadana terbaik berinvestasi.

Berbagai inovasi yang menjadi kelebihan masing-masing aplikasi telah dilakukan oleh sebagian besar *platform* investasi digital yang ada di Indonesia, khususnya Ajaib dan Bareksa. Kedua aplikasi tersebut merupakan *platform* investasi yang tergolong mendominasi pasar modal di Indonesia khususnya bagi generasi Z. Aplikasi Bareksa tergolong agen penjual reksadana pertama yang ada di Indonesia yang mulai populer pada tahun 2013 dan sebuah *marketplace* reksadana *online* satu-satunya yang memiliki lebih dari 100 produk reksadana yang dapat dibeli dalam satu platform. Sedangkan aplikasi Ajaib dirilis pada tahun 2019 yang mengedepankan produk saham dan reksadana yang murah dan cocok dikalangan generasi Z. Namun fenomena yang terjadi berdasarkan survey dan riset yang dilakukan oleh *DailySocial* pada tahun 2022 menunjukkan bahwa aplikasi Ajaib memiliki pengguna yang lebih tinggi dan menduduki peringkat kedua sebagai *startup* investasi yang paling dikenal di Indonesia setelah aplikasi Bibit, dengan angka mencapai 80%. Sedangkan aplikasi Bareksa yang dirilis beberapa tahun sebelumnya menduduki posisi kelima dengan angka hanya sebesar 49% (Reza, 2022). Selengkapnya akan didefinisikan melalui gambar dibawah ini:



**Gambar 1.7 Data Aplikasi Investasi Paling Dikenal Masyarakat Tahun 2022**

*Sumber : Pahlevi (2022) (databoks.katadata.co.id)*

Pada penelitian ini penulis juga melakukan pra survey awal berbentuk kuesioner untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari fitur layanan, harga, dan promosi dari aplikasi Ajaib dan Bareksa dalam menarik minat masyarakat untuk berinvestasi *online*. Pra kuesioner ini berisikan 30 responden dengan menggunakan google formulir sebagai saranya. Kuesioner ini terdiri dari masing-masing variabel faktor pengaruh yaitu; fitur layanan, harga, dan promosi. Kuesioner ini ditujukan untuk mengetahui dan membandingkan bagian mana yang belum maksimal dan belum terpenuhi antara aplikasi Ajaib dan aplikasi Bareksa untuk mempengaruhi minat konsumen. Dari hasil observasi tersebut penulis memperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**HASIL KUESIONER PRA-SURVEY PADA FITUR LAYANAN (X1)**  
**APLIKASI AJAIB DAN APLIKASI BAREKSA**

No	Pernyataan	AJAIB		BAREKSA	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
1	Fitur Layanan pada aplikasi membantu saya untuk mengakses informasi mengenai produk dan pengetahuan investasi	80 %	20%	75%	25%
2	Saya merasa fitur layanan pada aplikasi memiliki keragaman dalam membantu melayani setiap transaksi investasi	80%	20%	70%	30%

Sumber: *data diolah peneliti, 2023*

Berdasarkan pra-survey diatas kepada 30 responden pengguna aplikasi Ajaib dan Bareksa dari generasi Z menunjukkan bahwa pada aplikasi Ajaib 80% responden setuju bahwa fitur layanan membantu mereka untuk mengakses segala informasi mengenai produk investasi, dan 80% setuju bahwa ragam fitur membantu mereka dalam melayani setiap proses transaksi. Disisi lain pada aplikasi Bareksa menunjukkan bahwa sebanyak 75% responden setuju fitur layanan membantu mereka untuk mengakses segala informasi mengenai produk investasi dan 70% setuju bahwa keragaman fitur dari Bareksa membantu mereka dalam setiap kegiatan transaksi untuk berinvestasi. Dilihat dari angka persentase kedua aplikasi diatas, menunjukkan bahwa terjadi perbedaan dalam minat masyarakat khususnya generasi Z dalam berinvestasi *online* menggunakan aplikasi Ajaib dan Bareksa dari segi fitur layanan.

Kemudian dari segi harga peneliti melakukan pra-survei untuk mengetahui tingkat ketertarikan konsumen untuk berinvestasi di aplikasi investasi *online* yang diperoleh seperti tabel berikut:

**Tabel 1.3**  
**HASIL PRA-SURVEY PADA HARGA (X2)**  
**APLIKASI AJAIB DAN APLIKASI BAREKSA**

No	Pernyataan	AJAIB		BAREKSA	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
1	Aplikasi menetapkan harga sesuai dengan fitur dan kualitas layanan yang saya dapatkan	78%	22%	70%	30%
2	Harga yang ditawarkan terasa sebanding dengan manfaat dan layanan yang saya rasakan	73%	27%	77%	23%

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan pra-survey diatas kepada 30 responden pengguna aplikasi Ajaib dan Bareksa dari generasi Z menunjukkan bahwa pada aplikasi Ajaib 78% responden setuju bahwa harga yang ditawarkan terbilang masih sesuai dengan kualitas layanannya kepada nasabah , dan 73% setuju bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan manfaat yang dirasakan. Disisi lain pada aplikasi Bareksa menunjukkan bahwa sebanyak 70% responden setuju harga yang ditawarkan terbilang masih sesuai dengan kualitas layanannya kepada investor Bareksa, 77% setuju bahwa harga yang ditawarkan cukup sebanding dengan manfaat yang dirasakan oleh nasabahnya. Dilihat dari angka persentase kedua aplikasi diatas, menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan cukup bersaing dan terjadi perbedaan dalam minat masyarakat khususnya generasi Z dalam berinvestasi *online* menggunakan aplikasi Ajaib dan Bareksa dari segi harga.

Selain melakukan survey pada fitur layanan dan harga, penulis juga melakukan survey terhadap promosi yang dilakukan oleh aplikasi Ajaib dan Bareksa, hasil observasi tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 1.4**  
**HASIL PRA-SURVEY PADA PROMOSI (X3)**  
**APLIKASI AJAIB DAN APLIKASI BAREKSA**

No	Pernyataan	AJAIB		BAREKSA	
		Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju
1	Saya merasa iklan yang ditawarkan melalui sosial media memberikan informasi yang mudah dipahami	70%	30%	67%	33%
2	Saya tertarik menggunakan aplikasi karena banyaknya tawaran diskon berupa cashback atau voucher potongan harga dalam bertransaksi	75%	25%	67%	33%

Sumber: data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan pra-survey tabel 1.4 diatas kepada 30 responden pengguna aplikasi Ajaib dan Bareksa dari generasi Z menunjukkan bahwa pada aplikasi Ajaib 70% responden setuju bahwa informasi dari iklan yang disiarkan di sosial media oleh aplikasi Ajaib memudahkan mereka dalam mencari informasi mengenai investasi, sedangkan 30% lainnya belum merasakan manfaat yang sama. Kemudian 75% responden tertarik dengan banyaknya diskon dan voucher yang ditawarkan oleh Ajaib sehingga mereka dapat berinvestasi sesuai dengan daya beli mereka. Disisi lain sebanyak 67% responden setuju bahwa iklan yang disiarkan di sosial media oleh aplikasi Bareksa memudahkan mereka untuk mendapat informasi tentang investasi, sementara 33% lainnya belum merasakan manfaat yang sama. Kemudian sebanyak 67% dari responden tertarik dengan adanya penawaran berupa diskon, *cashback*, dan voucher yang ada di aplikasi Bareksa dan membantu mereka bertransaksi sesuai dengan daya beli mereka. Melihat dari segi promosi, ada perbedaan persentase minat konsumen yang menggunakan dua aplikasi tersebut, sehingga penulis berasumsi bahwa terdapat beberapa keunggulan dan kelebihan masing-masing aplikasi yang membuat konsumen, khususnya generasi Z dalam melakukan investasi *online* kepada dua aplikasi tersebut

Melihat adanya gap dan fenomena pertumbuhan *platform* investasi yang semakin marak, data-data primer yang diperoleh penulis, dan pesatnya kemunculan jasa layanan sejenis, aplikasi Ajaib menduduki peringkat kedua aplikasi paling dikenal dan diminati di Indonesia sebagai *platform* investasi reksadana dan saham sebaliknya dengan aplikasi Bareksa yang menjadi aplikasi investasi berbasis *online* pertama yang mendapat lisensi dari OJK justru



menduduki posisi kelima dengan angka pengguna lebih rendah dari aplikasi Ajaib. Maka dengan adanya fenomena tersebut peneliti ingin meneliti lebih lanjut perbandingan faktor yang mempengaruhi minat individu menggunakan aplikasi Ajaib dan Bareksa dengan judul **“Analisis Perbandingan Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Dalam Berinvestasi Online Menggunakan Aplikasi Ajaib dan Bareksa (Studi Kasus Pada Generasi Z.”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang terjadi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat perbedaan minat yang signifikan dari masyarakat dalam menggunakan aplikasi Ajaib dan Bareksa dari segi fitur layanan?
- b. Apakah terdapat perbedaan minat yang signifikan dari masyarakat dalam menggunakan aplikasi Ajaib dan Bareksa dari segi harga?
- c. Apakah terdapat perbedaan minat yang signifikan dari masyarakat dalam menggunakan aplikasi Ajaib dan Bareksa dari segi promosi?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian, dan perumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah ingin meneliti dan mengetahui adakah perbedaan yang signifikan terhadap faktor yang mempengaruhi minat individu menggunakan aplikasi Ajaib dan Bareksa dari segi fitur layanan, harga, dan promosi.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Dengan penelitian yang dilakukan ini, mampu memberikan manfaat yang antara lain adalah:

- a. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan acuan sebagai bahan pertimbangan untuk memperbaiki dan mengambil kebijakan layanan yang disediakan untuk masyarakat khususnya generasi z mengenai faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan aplikasi investasi
- b. Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi, serta melatih menulis, berpikir secara ilmiah dan kritis, memberikan wawasan tambahan, serta

menjadi pertimbangan pribadi penulis dalam melakukan keputusan untuk menggunakan aplikasi investasi *online*.

- c. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, referensi, informasi, dan acuan sebagai pendukung penelitian selanjutnya yang membahas terkait permasalahan dan lingkup penelitian yang sama.

## **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dalam waktu 4 bulan (Desember 2022 hingga Mei 2023).

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar dapat lebih mudah memahami penelitian ini, maka dibawah ini penulis memaparkan sistematika penulisan pada tugas akhir ini diantaranya adalah:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang penjelasan umum objek penelitian, latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta sistematika penelitian.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang penjelasan secara jelas dan ringkas hasil dari kajian pustaka terkait dengan topik dan variabel penelitian dan menjadi dasar untuk penyusunan kerangka pemikiran.

### **BAB III ; METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi penjelasan tentang metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan serta menganalisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang objek penelitian, hasil penelitian, dan analisis dari penelitian yang telah dilakukan.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang diajukan berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan analisis