

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Pada penelitian ini objek penelitian adalah Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis (FKB) Universitas Telkom.

#### **1.1.1 Profil Universitas Telkom**



Gambar 1. 1 Logo Universitas Telkom

Sumber: wikipedia

Universitas Telkom atau yang akrab dengan sebutan Tel-U berdiri pada 14 Agustus 2013 dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom. Universitas Telkom adalah lembaga pendidikan tinggi yang merupakan penggabungan dari empat perguruan tinggi yaitu:

1. Institut Teknologi Telkom
2. Institut Manajemen Telkom
3. Politenik Telkom
4. STISI Telkom

Universitas Telkom merupakan perguruan tinggi terbaik di Indonesia yang telah terakreditasi Unggul oleh BAN-PT dan terakreditasi Internasional. Saat ini, Tel-U sudah memiliki tujuh fakultas yang menawarkan 50 Program Studi, termasuk delapan Program Vokasi, satu Program Sarjana Terapan, 30 Program Sarjana, 10 Program Pasca Sarjana, dan satu program Doktoral.

### 1.1.2 Visi, Misi, Nilai, dan Tujuan Universitas Telkom

Berikut ini merupakan visi dan misi serta tujuan dari Universitas Telkom sebagai berikut:

#### A. Visi

Menjadi research and entrepreneurial university pada tahun 2023, yang berperan aktif dalam pengembangan teknologi, sains, dan seni berbasis teknologi informasi

#### B. Misi

- Menyelenggarakan dan mengembangkan pendidikan berstandar internasional berbasis teknologi informasi.
- Mengembangkan, menyebarluaskan dan menerapkan teknologi, sains, dan seni yang diakui secara internasional.
- Memanfaatkan teknologi, sains, dan seni untuk kesejahteraan dan kemajuan peradaban bangsa melalui pengembangan kompetensi entrepreneurial.

#### C. Tujuan

*"Contribute to the World"*

- Tercapainya kepercayaan dari seluruh pemangku kepentingan.
- Menghasilkan lulusan yang memiliki daya saing global.
- Menghasilkan produk inovasi yang bermanfaat dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan mendukung pembangunan ekonomi nasional melalui pengembangan budaya entrepreneurial.
- Terciptanya budaya riset multidisiplin dan atmosfer akademik lintas budaya berstandar internasional.

#### D. Nilai

- *Harmony*
- *Excellence*
- *Integrity*

### 1.1.3 Logo Administrasi Bisnis



Gambar 1. 2 Logo Administrasi Bisnis

Sumber: Wikipedia

### 1.1.4 Profil Administrasi Bisnis

Administrasi Bisnis merupakan program studi di lingkungan Universitas Telkom di bawah Fakultas Komunikasi & Bisnis. Program studi Administasi Bisnis mulai berjalan sejak tahun 2008. Program studi Administrasi Bisnis dibentuk untuk menyiapkan calon-calon tenaga ahli di bidang *entrepreneur*, *business analyst* dan *intrapreneur* yang mampu berkiprah di domestik maupun dunia.

#### Visi

Menjadi Program Studi yang berperan aktif dalam pengembangan penelitian, pengelolaan bisnis dan kewirausahaan/berbasis teknologi informasi.

#### Misi

1. Menyelenggarakan dan mengembangkan pendidikan berstandar internasional dalam bidang bisnis secara transparan dan bertanggung jawab.
2. Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan dalam bidang bisnis berbasis teknologi informasi yang mengacu pada nilai – nilai Harmony, Excellent, Integrity
3. Melaksanakan kegiatan penelitian, untuk memperkuat dan memperkaya bidang keilmuan bidang keilmuan bisnis dan kewirausahaan.

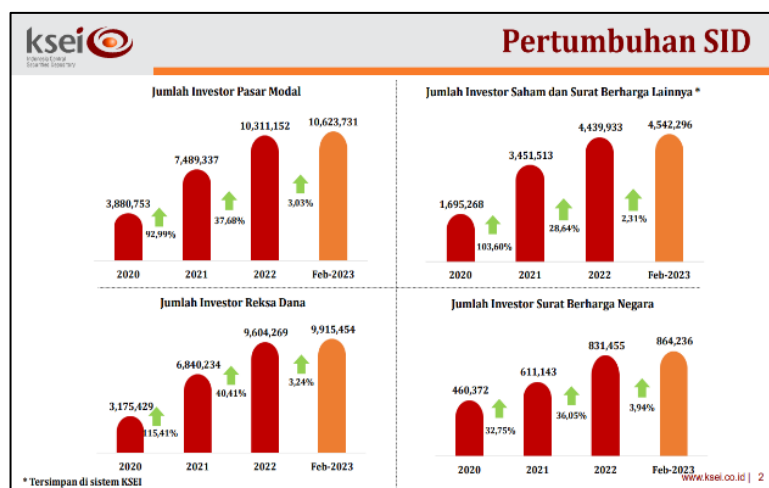
4. Melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam bentuk konsultasi, pelatihan dan bimbingan untuk memecahkan masalah – masalah bisnis dan kewirausahaan.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi, pengaruh luar dan perkembangan teknologi pesat mengubah perilaku manusia, termasuk dalam berinvestasi. Masyarakat Indonesia, termasuk anak muda, semakin sadar akan pentingnya investasi untuk mengelola keuangan dan meraih keuntungan di masa depan. Menurut Pritazahara & Sriwidodo dalam (Upadana & Herawati, 2020) merencanakan sebuah investasi dalam pengelolaan keuangan pribadi merupakan hal yang krusial bagi setiap individu pada saat ini, dikarenakan investasi juga termasuk sebuah proses belajar untuk mengatur keuangan di masa sekarang dan masa depan.

Mahasiswa adalah komponen masyarakat yang jumlahnya cukup besar dan berperan penting dalam perubahan bangsa (*agent of chan*). Pada dasarnya memiliki kesadaran yang lebih dominan terhadap keputusan keuangan pribadi. Melihat literasi keuangan dan minat investasi dalam konteks perkembangan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana literasi keuangan sangat berpengaruh.

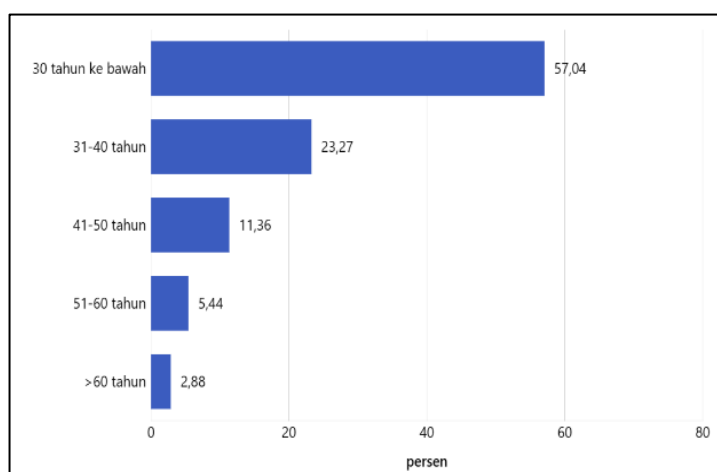
Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Telkom Bandung telah mempersiapkan mahasiswanya secara khusus untuk mengembangkan diri dalam berinvestasi melalui program pendidikan yang berorientasi pada pembentukan jiwa *entrepreneur*. Hal ini dibuktikan dengan adanya mata kuliah peminatan yang terbagi menjadi tiga yaitu *entrepreneurship*, *business analyst*, dan *entrepreneur*. Kemudian program studi tersebut dirancang untuk mahasiswa agar mampu memahami konsep manajemen keuangan, sehingga mereka bisa terjun dalam dunia investasi dan kewirausahaan. Dengan menggabungkan kemampuan manajemen keuangan yang dengan jiwa wirausaha, mahasiswa siap mencapai tujuan keuangan mereka. Pada penelitian ini penulis akan menggunakan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Telkom sebagai objek penelitian karena dalam era transformasi digital, Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Telkom mencerminkan kelompok yang terlibat dalam perkembangan ekonomi digital.



Gambar 1. 3 Grafik Perkembangan Investor

Sumber: <https://www.ksei.co.id/>

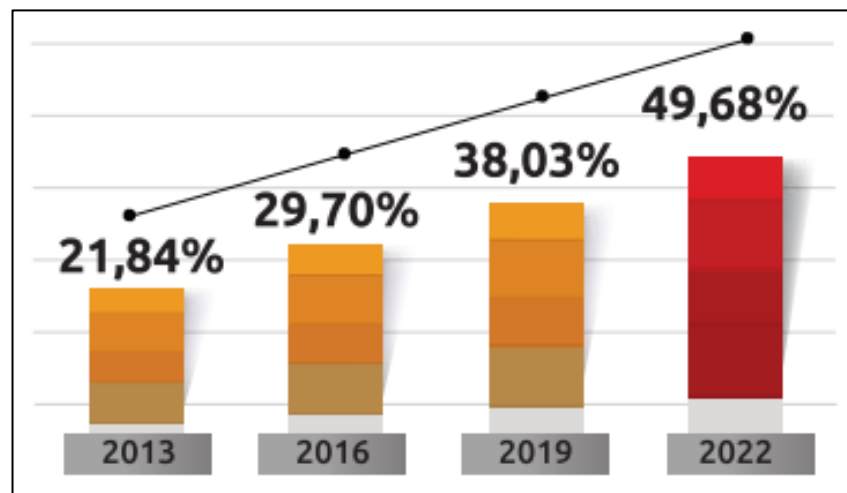
Pada grafik diatas menunjukkan perkembangan investor dalam berbagai di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Tren positif ini mencerminkan transformasi masyarakat Indonesia menuju ke arah *financial literacy* yang baik, serta dorongan untuk mengoptimalkan potensi pertumbuhan ekonomi. Hal ini terlihat sangat jelas pada Single Investor Identification (SID) grafik perkembangan sejak tahun 2020 jumlah investor saham meningkat 15,96% dari 3.451.513 begitu besar menjadi 10,623,731 pada Februari tahun 2023. Tren positif ini mencerminkan transformasi masyarakat Indonesia menuju ke arah *financial literacy* yang baik, serta dorongan untuk mengoptimalkan potensi pertumbuhan ekonomi. Peningkatan jumlah investor ini menjelaskan bahwa masyarakat Indonesia mulai menyadari pentingnya mengelola keuangan secara bijak dan mencari peluang investasi sebagai cara untuk meningkatkan jumlah kekayaan.



Gambar 1. 4 Proporsi Investor Pasar Modal Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia  
(Agustus 2023)

Sumber: Investor Pasar Modal Indonesia Didominasi Gen Z dan Milenial  
([katadata.co.id](http://katadata.co.id))

Fenomena peningkatan investor ini, anak muda atau Gen-Z mendominasi total investor. Pertumbuhan investor muda sebesar 57,26% dari total investor ini merupakan angka yang sangat besar dimana setengah investor didominasi oleh golongan muda ((IDX (Indonesia Stock Exchange))). Kemudian ada Gen Y 23,27%, Gen X 11,36% dan Baby Boomers 8,23%. Berdasarkan data PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per 8 Agustus 2023, tercatat investor yang berusia dibawah 30 tahun sebesar 57,26% dengan total jumlah aset yang dimiliki sebesar Rp 50,08 triliun (CNBC Indonesia, 2023).



Gambar 1. 5 Grafik indeks literasi keuangan di Indonesia

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Berdasarkan hasil survei Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional terakhir oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022 terjadi peningkatan indeks literasi keuangan dan inklusi keuangan di Indonesia. Indeks literasi keuangan di Indonesia mencapai 49,68% mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. sedangkan indeks inklusi keuangan meningkat dari 76,19 persen menjadi 85,10 persen. Hal ini menunjukkan bahwa dari masyarakat Indonesia sudah memahami konsep dari literasi keuangan namun ini belum mencapai target yang diinginkan. Dikatakan oleh OJK bahwa target literasi keuangan Indonesia 65% pada tahun 2027

mendatang. peningkatan ini tak terlepas dari upaya sosialisasi, edukasi, dan literasi keuangan yang dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), platform online, serta content creator untuk memberikan informasi terkait keuangan kepada masyarakat. Pra-survei dilakukan terhadap 15 orang yang berada di Universitas Telkom. Dari survei tersebut memperoleh hasil yang ada pada tabel 1.1 berikut:

**Table 1. 1 Tabel Pra Survey**

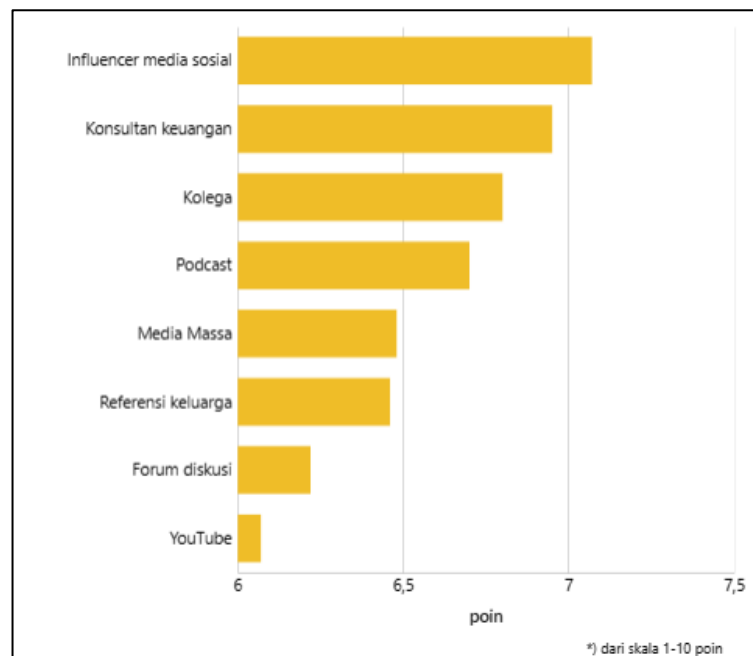
| Pertanyaan                                                            | YA     |            | TIDAK  |            |
|-----------------------------------------------------------------------|--------|------------|--------|------------|
|                                                                       | Jumlah | Presentase | Jumlah | Presentase |
| Apakah memiliki ketertarikan dalam berinvestasi                       | 13     | 86,67%     | 2      | 13,3%      |
| Terpengaruh oleh <i>Influencer Investasi</i> untuk minat berinvestasi | 10     | 66,7%      | 5      | 33,3%      |
| Sudah mengetahui dengan baik tentang Investasi                        | 9      | 60%        | 6      | 40%        |

Sumber: Data Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap 15 orang terdapat 86,67% mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Universitas Telkom yang memiliki ketertarikan terhadap investasi dan sebanyak 13,3% mahasiswa tidak tertarik pada investasi. Pada variabel influencer investasi terpengaruh oleh influencer dan sebanyak 66,7% dan 33,3% tidak terpengaruh oleh *influencer*. Adapun yang sudah mengetahui baik tentang investasi sebanyak 60% mahasiswa.

Sebenarnya mahasiswa memiliki keterikan terhadap investasi. Namun, kurangnya pemahaman atau literasi keuangan yang cukup untuk investor pemula. Pengetahuan dasar mengenai investasi sangat penting bagi investor untuk menjauhi dari praktik yang tidak rasional, fomo (ikut-ikutan) dan mengurangi resiko kerugian. Diperlukan pengetahuan dan pengalaman yang cukup untuk menganalisis pasar investasi.

Adapun pengaruh dari perkembangan yang pesat membuat media sosial sebagai wadah informasi yang cepat untuk diterima. Jika zaman dulu televisi, buku dan koran sebagai wadah informasi maka, sekarang media sosial menggantikan semua itu. Banyak orang-orang menjadi *content creator* yang menarik sehingga menjadi *influencer* bagi banyak orang. Menurut (Halriyalnti & Wiralpraljal, 2018) *Influencer* adalah seseorang atau figur dalam medial sosial dimana seseorang tersebut mempunyai jumlah pengikut yang banyak, kemudian hal yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi perilaku dari pengikutnya (*followers*). Terdapat berbagai macam influencer, seperti di bidang kecantikan, kesehatan, olahraga, dan masih banyak lagi. Influencer investasi merupakan salah satu yang bergerak di bidang edukasi literasi keuangan.



Gambar 1. 6 Tingkat Kepercayaan Warga Terhadap Berbagai Sumber Sebelum Memutuskan Investasi (2022)

Sumber: databoks



Dari gambar 1.6 di atas menjelaskan *influencer* investasi di media sosial merupakan sumber informasi yang paling dipercaya dengan nilai 7 dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Sementara itu *influencer* youtube berada di paling bawah dengan nilai 6. Berdasarkan hasil survei tersebut bisa dilihat *influencer* investasi di media sosial menjadi sumber utama informasi untuk pengambilan keputusan.

Dalam penelitian (Pratiwi, 2020) investasi, dan *social media influencer* mempengaruhi minat berinvestasi mahasiswa. *Influencer* didefinisikan seseorang yang memiliki peran penting terhadap apa yang mereka influen kepada followers. Konten atau aktivitas yang influencer lakukan sangat berdampak banyak terhadap followersnya. Pasalnya influencer dan followersnya memiliki kedekatan yang cukup baik dan banyak sebagian followers fanatik terhadap influencer idolanya.

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini, hasil penelitian Nadia B Tehupelasuri (2021) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang” hasil penelitian menunjukkan variabel literasi keuangan dan perilaku keuangan berpengaruh positif signifikan pada variabel minat investasi mahasiswa.

Temuan selanjutnya penelitian Handry Valentio Saiang (2022) dengan judul “Pengaruh *Influencer* Saham terhadap Minat Investasi Generasi Milenial pada Pasar Modal” hasil penelitian menunjukkan bahwa influencer saham dapat mempengaruhi minat generasi milenial dalam berinvestasi. Dilihat dari hasil penelitian ini *influencer* untuk pada saat ini sangat berpengaruh dan berperan penting untuk mendorong mahasiswa atau masyarakat untuk berinvestasi.

Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan diatas, dengan ini penulis ingin melakukan penelitian tentang **“Analisis Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Dengan Mediasi *Influencer* Investasi (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Telkom)”**

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan sebelumnya, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa?
2. Bagaimana pengaruh influencer investasi terhadap literasi keuangan mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh influencer investasi terhadap minat investasi mahasiswa?
4. Apakah ada pengaruh mediasi influencer investasi terhadap literasi keuangan dan minat investasi?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang diuraikan maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui besar pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi
2. Untuk mengetahui besar pengaruh influencer investasi terhadap literasi keuangan
3. Untuk mengetahui besar pengaruh influencer investasi terhadap minat investasi
4. Untuk mengetahui pengaruh mediasi influencer investasi terhadap literasi keuangan dan minat investasi

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan atau manfaat dari penelitian ini dapat dijabarkan menjadi 2 bagian yaitu sebagai berikut:

a. Aspek Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat mengaplikasikan pengetahuan selama masa perkuliahan, dan juga berkontribusi dalam pengembangan pentingnya literasi keuangan dalam mengambil keputusan investasi dan keuangan. Kemudian menjadikan influencer menjadi mediator untuk lebih mengenal literasi keuangan dan minat investasi.

b. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan dasar untuk pengembangan literasi keuangan dan menjadi referensi bagi mahasiswa. Kemudian tudi ini dapat memberikan manfaat serta pandangan baru dan menjadi acuan oleh perusahaan dan investor.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran mengenai penulisan laporan penelitian ini, akan dijelaskan model operasional penelitiannya sebagai berikut:

- a. BAB I: PENDAHULUAN Bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian, serta sistematika penelitian.
- b. BAB II: TINJAUAN PUSTAKA Dalam bab ini dijelaskan mengenai tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan ruang lingkup penelitian.
- c. BAB III: METODE PENELITIAN Bab ini menjelaskan variabel penelitian, tahapan penelitian, populasi dan sampel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan uji reliabilitas, serta teknik analisis data yang akan digunakan.
- d. BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan identifikasi masalah serta tujuan penelitian. Dalam bab ini berisikan karakteristik responden, dan pembahasan.
- e. BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang disusun berdasarkan hasil pembahasan, serta saran yang diberikan kepada pihak terkait