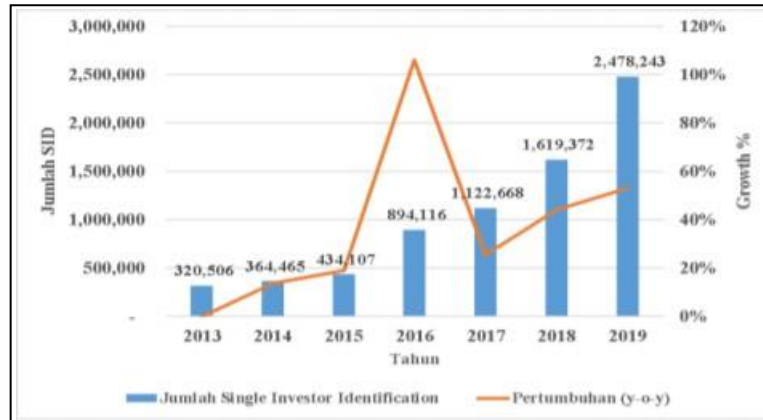


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas perdagangan di pasar modal ditentukan oleh jumlah orang yang berinvestasi di pasar modal. Sampai saat ini keinginan masyarakat Indonesia untuk berinvestasi di dalam pasar modal masih sangat rendah dibandingkan negara tetangga Indonesia seperti Australia dan Malaysia. Dari 240 juta penduduk Indonesia, hanya sekitar satu juta penduduk yang berinvestasi di surat-surat berharga. Keinginan masyarakat yang masih rendah untuk berinvestasi di pasar modal disebabkan oleh rendahnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap pasar modal itu sendiri serta sosialisasi pasar modal yang masih minim, (Khotimah, dkk, 2016). Berdasarkan grafik pertumbuhan jumlah SID di Indonesia dapat kita lihat bahwa jumlah *single investor identification* (SID) di Indonesia pada tahun 2019 masih tergolong sedikit dengan jumlah 2.478.243 (< 1% jumlah penduduk) meski mengalami pertumbuhan sebesar 673,23% selama periode 2013 – 2019 (Gambar 1.1.) apabila dibandingkan dengan Negara Asia Tenggara lainnya, seperti Malaysia (7,8%) dan Singapura (26%) (Rahman, 2019)



Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah SID Pasar Modal Tahun 2013 - 2019

Sumber: Data Olahan dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (2019)

Selain faktor pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang pasar modal, menurut Averina (2018) meskipun banyak pilihan investasi yang sangat beragam, masyarakat Indonesia masih merupakan *saving society* yang lebih terbiasa dengan menabung. Hasil survey yang dilakukan oleh Averina (2018) menunjukkan bahwa generasi *milenial* mayoritas belum berinvestasi di jasa keuangan. Salah satu penyebab dari fenomena ini adalah rendahnya tingkat literasi keuangan dan inklusi dari instrumen investasi. Selain itu, masyarakat masih berpikir bahwa investasi di pasar modal itu sulit dan membutuhkan modal yang besar. Padahal menurut Averina (2018), berinvestasi di pasar modal tidak sesulit yang dibayangkan serta modal yang dibutuhkan tidak terlalu besar karena investasi di pasar modal juga dapat dilakukan secara tidak langsung misalkan dengan melalui reksa dana saham.

Dari permasalahan diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia masih memiliki literasi keuangan yang rendah dan kurangnya pemahaman masyarakat Indonesia, terutama mengenai pasar modal. Maka dari itu di Indonesia Bursa Efek Indonesia (BEI) sedang gencar-gencarnya melakukan edukasi pasar

modal untuk berbagai kalangan (OJK, 2017). Edukasi dilakukan BEI dengan berbagai cara seperti pelatihan, modul, seminar, sampai acara rakyat. Salah satu kalangan yang paling mudah diakses adalah pelajar dan mahasiswa karena BEI dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan untuk mengadakan acara yang dapat diikuti oleh pelajar atau mahasiswa pada lembaga pendidikan tersebut. Dengan berkembangnya teknologi informasi yang sangat pesat pada saat ini, berbagai bidang keilmuan tidak lepas dari perkembangan teknologi. Seperti bidang pembelajaran yang bergantung juga pada teknologi untuk mengatur semua kebutuhan dan mengatasi masalah-masalah yang terjadi pada bidang tersebut. Salah satu masalah pada bidang pembelajaran pasar modal adalah orang-orang yang malas untuk melakukan seminar dan membaca buku-buku yang berhubungan dengan pasar modal, maka dari itu digunakanlah metode gamifikasi untuk membuat aplikasi pengenalan pasar modal yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat.

Gamifikasi merupakan konsep yang berasal dari domain media. Gamifikasi ini mulai digunakan pada tahun 2008, tetapi baru dapat pengakuan luas pada tahun sekitar 2010 ketika menjadi topik presentasi konferensi dan diadopsi oleh industri (Widya Pradana, dkk, 2016). Definisi gamifikasi adalah penerapan elemen-elemen dari sebuah *game* ke dalam konteks *non-game* untuk menyelesaikan masalah dengan tujuan memotivasi (Heni Jusuf, 2016).

Menurut Huotari dan Hitari (2012) gamifikasi adalah suatu proses untuk meningkatkan *service* agar menjangkau *gameful experience* sehingga pengguna termotivasi untuk meningkatkan keseluruhan penciptaan nilai. Gamifikasi biasanya diterapkan pada perangkat-perangkat lunak untuk meningkatkan tingkat penggunaan perangkat lunak tersebut. Dalam pelaksanaannya gamifikasi dapat

diterapkan menggunakan *game dynamics* untuk menciptakan pengalaman menari dan memotivasi pengguna untuk dapat menggunakan aplikasi seperti: Reward, Status, Achievement, Self-expression, Competition dan Altruism (Bunchball, 2010).

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa gamifikasi merupakan penerapan teknik dan strategi dari suatu permainan ke dalam konteks nonpermainan yang bertujuan untuk menyelesaikan sebuah masalah. Metode seperti ini bekerja dengan cara membuat materi atau teknologi menjadi lebih menarik dengan mendorong pengguna untuk ikut terlibat dalam perilaku yang diinginkan. Oleh karena itu, penggunaan proses gamifikasi pada aplikasi ini digunakan untuk meningkatkan partisipasi, motivasi, dan prestasi dari para penggunanya.

Dibuatnya aplikasi pengenalan pasar modal berbasis *mobile* dapat mendorong minat orang-orang yang ingin mengenal pasar modal. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Heni Jusuf (2016) didapatkan hasil bahwa penggunaan gamifikasi dalam proses pembelajaran memberikan alternatif untuk membuat proses belajar lebih menarik, menyenangkan, dan efektif.

Firdayanti Juwono (2019), melakukan penelitian menggunakan metode gamifikasi pada aplikasi pencatatan uang pribadi. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan hasil sebesar 82.73% pengguna yang sangat setuju bahwa aplikasi dapat meningkatkan penggunaan kembali dan 66.56% yang menyatakan setuju jika aplikasi dapat meningkatkan perasaan dari pengguna agar terbawa suasana di dalam aplikasi. Maka dari itu metode gamifikasi menjadi pilihan untuk diaplikasikan ke

aplikasi pengenalan pasar modal agar dapat meningkatkan penggunaan kembali dari pengguna sebelumnya.

Penelitian tentang gamifikasi yang diteliti oleh Willy Janitra (2014) menyarankan untuk mengembangkan sistem gamifikasi pada gawai yang berbasis *mobile*. Hal ini dikarenakan riset mengenai loyalitas pengguna Android dan iOS dari Consumer Intelligence Research Partners (CIRO) yang dikutip dari Kumparan.com (Razqa, 2018) mengatakan bahwa sejak Januari 2016 hingga Desember 2017, nilai loyalitas pengguna Android lebih unggul dibandingkan nilai loyalitas pengguna iOS. Dikarenakan riset diatas aplikasi pengenalan pasar modal dibuat menggunakan sistem operasi Android.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka dirancang dan dibangun sebuah aplikasi pengenalan pasar modal menggunakan metode gamifikasi berbasis *mobile*. Penelitian ini menggunakan metode gamifikasi untuk meningkatkan partisipasi, motivasi dan prestasi dari para penggunanya. Diharapkan pembuatan aplikasi pengenalan pasar modal berbasis *mobile* ini dapat menarik orang-orang yang ingin mengenal instrumen-instrumen pasar modal dan mampu untuk melakukan investasi di dalam pasar modal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut.

- a. Bagaimana merancang dan membangun aplikasi pengenalan pasar modal menggunakan metode gamifikasi berbasis *mobile* ?

- b. Berapakah tingkat *behavioral intention to use* dan *immersion* dari aplikasi pengenalan pasar modal dengan metode gamifikasi berbasis Android?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini ada beberapa batasan masalah yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a. Elemen *game* yang diimplementasikan antara lain coins, leaderboard, rewards, dan badges.
- b. Soal dan materi yang dibuat berdasarkan dari acuan buku Investasi Saham Ala Swing Trader Dunia (Filbert, 2014).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dicapai oleh penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Merancang dan membangun aplikasi pengenalan pasar modal dengan metode gamifikasi berbasis android.
- b. Mengetahui berapa tingkat *behavioral intention to use* dan *immersion* dari aplikasi pengenalan pasar modal dengan metode gamifikasi berbasis Android.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat yaitu menarik minat kalangan muda sampai dewasa untuk mengenal pasar modal dan memotivasi masyarakat untuk melakukan investasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan pada skripsi ini adalah sebagai berikut.

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tentang penelitian yang dilakukan.

2. BAB II LADASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan tentang teori-teori maupun metode yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Teori-teori maupun metode yang dipakai adalah teori tentang Pasar Modal, Gamifikasi, Marczewski *Gamification Framework*, *Game Mechanics*, *Game Dynamics*, *Hedonic Motivation System Adoption Model* (HMSAM), dan Skala Likert.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang penjelasan dari metode penelitian dan perancangan aplikasi yang diperlukan dalam pembuatan aplikasi pengenalan pasar modal dengan metode gamifikasi berbasis android.

4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Bab ini berisi tentang implementasi dan pengujian dari aplikasi pengenalan pasar modal dengan metode gamifikasi berbasis android. Hasil pengujian yang telah dilakukan juga dijelaskan pada bab ini.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran untuk pengembangan penelitian lebih lanjut tentang penelitian sejenis.