

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini perkembangan teknologi dan internet telah berkembang dengan pesat dan memberikan kemudahan dalam mendapatkan sesuatu yang sudah terintegrasi satu sama lain. Perkembangan ini memiliki dampak besar terhadap generasi yang hidup dan besar pada zaman dengan teknologi dan internet yang berkembang secara pesat seperti saat ini terjadi, salah satunya ialah generasi Z.



*Gambar 1. 1 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*

Sumber: Ginee.com

Berdasarkan Gambar 1.1 Dilansir dari (Populix) menyatakan bahwa sebanyak 94 % generasi z menghabiskan waktunya untuk penggunaan internet. Sehingga generasi z menjadi generasi paling dominan dalam menggunakan internet di Indonesia. Hal ini harus disikapi dengan bijak sehingga dampak yang diberikan bisa dimanfaatkan secara positif. Salah satunya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang yang berkaitan dengan gaya hidup seseorang. Pulungan & Febriaty (2018) menjelaskan gaya hidup melihatkan bagaimana setiap individu membelanjakan uangnya, mengalokasikan waktu, dan bagaimana mereka hidup. Kecenderungan buruk dari perkembangan teknologi dan internet yang berdampak terhadap gaya hidup seseorang dengan adanya pola gaya hidup yang disebut dengan *FoMo*. Menurut Jannah & Rosyidiani (2022) yang dikutip dari laman Kompas menyatakan *FoMo* atau *Fear of Missing Out* diartikan sebagai kekhawatiran seseorang yang pervasive yang memiliki arti melakukan kesalahan yang memiliki dampak yang luas karena disebabkan khawatir tidak memiliki pengalaman orang lain yang memuaskan. Berdasarkan artikel dari laman Finansialku (2021) menyatakan bahwa dengan menerapkan gaya hidup yang didasarkan pada sindrom FoMo, dapat mendorong mengambil keputusan keuangan dan keputusan investasi yang buruk. Selain itu dijelaskan secara detail bahwa FoMo dalam dampaknya terhadap keputusan keuangan akan mendorong seseorang oleh rasa kekhawatiran untuk mendapatkan sesuatu agar bisa mengikuti tren dan tidak ragu untuk mengeluarkan uang untuk mendapatkan hal tersebut. Berdasarkan artikel dari laman Finansialku (2021) sama halnya dengan melakukan investasi, melakukan investasi hanya karena ikut tren yang ada. Hal ini tentunya menjadi

buruk dikarenakan tidak melakukan analisis secara matang sehingga berdampak dalam keputusan investasi yang buruk.

Fenomena *FoMo* ini sangat erat kaitanya terhadap generasi yang hidup dan besar pada perkembangan teknologi yang pesat salah satunya generasi Z. Felicia Putri Tjiasaka seorang *Investment storyteller* menyatakan bahwa generasi milenial dan gen Z di Indonesia, memiliki kemampuan manajemen keuangan yang payah akibat gaya hidup yang cenderung lebih boros, sulit menabung, serta tidak terlalu mempedulikan investasi untuk kebutuhan mendatang. Hal ini salah satunya dipengaruhi oleh tren *FoMo* yang dialami oleh generasi Z. Sehingga banyak generasi Z yang memiliki kesulitan dalam melakukan manajemen keuangan. seseorang tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan. Chairani (2019) menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh besar terhadap perilaku keuangan pada mahasiswa artinya semakin baik mahasiswa mengatur gaya hidup yang benar maka akan semakin baik pula perilaku dalam mengelola keuangannya. Sehingga penting bagi seseorang untuk bisa menjaga gaya hidup sehingga dapat mengelola keuangan lebih baik

Dalam mengelola keuangan yang baik dibutuhkan pengetahuan terhadap keuangan sehingga peran literasi keuangan mempunyai peran penting. Ketidaktahuan seorang individu akan *financial literacy* akan membuat seorang individu mengelola keuangannya dengan tidak bijak (Marheni, 2020). Sehingga diperlukan peningkatan literasi keuangan sehingga seseorang bisa secara bijak mengelola keuangannya.



**Gambar 1. 2 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia**

Sumber: Sikapiuangmu.ojk.go.id

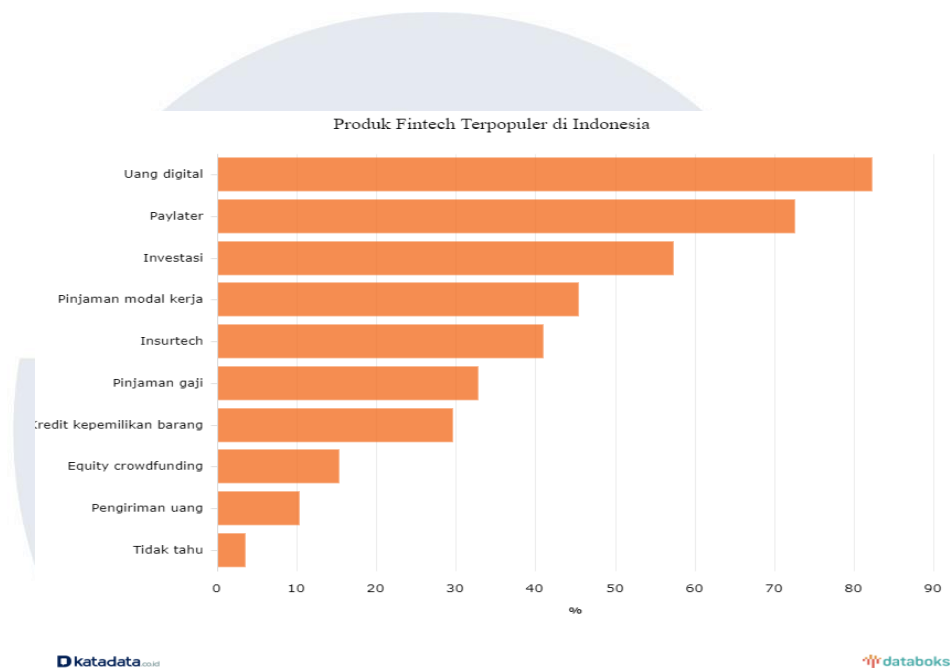
Berdasarkan Gambar 1.2 Dilansir dari (Sikapiuangmu.ojk.go.id), pada tahun 2019 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia masing masing sebesar 38.03% dan 76.19%. Literasi keuangan masih rendah dan masih harus ditingkatkan lagi. Dari angka tersebut menandakan bahwa masyarakat sudah banyak mengakses jasa keuangan tetapi masih belum secara penuh memahami risiko dan cara kerjanya. Hal ini ditandai dengan angka literasi keuangan yang berbeda jauh dari inklusi keuangan. Hal ini dibuktikan yang dirilis OCBC NISP

bekerja sama dengan NielsenIQ Indonesia dengan hasil survei Financial Fitness Index 2022 menyebutkan, 78 persen anak muda tidak memahami cara kerja dan risiko produk investasi. Hal ini menandakan bahwa literasi keuangan masih rendah dan masih harus ditingkatkan lagi secara khusus bagi generasi muda. Hasil riset OCBC NISP Financial Fitness Index menunjukkan generasi muda Indonesia menjadi salah satu yang memiliki literasi keuangan yang rendah dengan rata-rata kesehatan finansial hanya mencapai 37,72, jauh dibandingkan Singapura yang mencapai 61. Sehingga hal ini harus menjadi perhatian dikarenakan meningkatnya akses masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan tidak selalu membawa dampak positif, khususnya pada generasi muda jika tidak dibekali dengan literasi keuangan yang baik. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan tinggi cenderung lebih cerdas dalam perilaku keuangannya dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan rendah (Kusnandar & Rinandiyana, 2019). Selain itu *financial literacy* atau literasi keuangan sangat penting untuk dimiliki semua orang dalam membuat keputusan terkait perencanaan keuangan dengan bijak dan terhindar dari permasalahan keuangan (Wahono & Pertiwi, 2020). Sehingga dengan literasi keuangan yang baik menjadi indikator pengetahuan dan keterampilan mengenai keuangan untuk membuat keputusan finansial yang tepat serta mengendalikan keuangan pribadi dengan bijaksana. Khususnya dalam melakukan investasi yang dipengaruhi dengan tingkat *financial literacy* karena dapat mempengaruhi keputusan tentang pembelian dan kepemilikan aset produktif, mengelola pengeluaran, berhati-hati dengan hutang dan menyisihkan uang untuk masa depan (Wijayanti et al., 2022).

Berdasarkan Gambar 1.2 Indeks Inklusi Keuangan memiliki presentase sebesar 76.19 %. Tingkat inklusi keuangan yang tinggi menandakan bahwa semakin mudah seseorang mengakses jasa keuangan. Hal ini diperanguhi salah satunya oleh perkembangan *fintech* di Indonesia yang memanfaatkan teknologi dan internet sehingga mampu menjangkau hampir seluruh wilayah Indonesia dalam akses terhadap lembaga, produk dan jasa keuangan. Perkembangan *fintech* ini semakin pesat ketika pandemik covid-19 yang membatasi pergerakan masyarakat salah satunya dalam melakukan transaksi pembelian. Hal ini menyebabkan banyak orang yang beralih menggunakan teknologi digital dalam melakukan transaksi dengan memanfaatkan *fintech*. Hal ini karena *fintech* mampu secara efektif dan efisien. Hal ini tentunya membuat *fintech* tetap digunakan dalam kehidupan yang memiliki gaya hidup serba cepat seperti saat ini. Selain itu manfaat dari model bisnis *fintech* yang secara langsung mengurangi biaya layanan keuangan, selain itu dapat meningkatkan akses dan kualitas layanan keuangan, serta terciptanya banyak *financial landscape* sehingga hal ini membuat eksistensi penggunaan *fintech* meningkat di masyarakat (Lee & Shin, 2018). Menurut OJK, industri *fintech* terbagi menjadi 4 jenis terdiri dari *payment*, *clearing dan settlement*, manajemen resiko dan investasi, *e-aggregator* dan *peer to peer lending* (P2P). Dilansir dari laman CNBC Indonesia, bahwa pemain pada *fintech payment* mempunyai persentase sebesar 39% pada tahun 2017. Angka tersebut menjadi persentase terbesar dibandingkan jenis *fintech* lain. Hal ini juga banyak yang meyakini bahwa bisnis *fintech payment* akan terus bertumbuh. Sehingga potensi yang diberikan, membuat banyak pemain bisnis yang ingin masuk dalam bisnis *fintech payment*. Menurut Kusumar & Mendari (2021) bahwa *fintech payment* merupakan *fintech*

yang memiliki sistem pembayaran secara online melalui sebuah dompet elektronik atau uang digital, Menurut *DailySocial.id fintech payment* paling populer ialah dana, gopay, ovo, shopeepay dan link aja. Selain itu Kusumar & Mendari (2021) menyatakan bahwa *fintech payment* merupakan *fintech* yang mampu melakukan pembayaran mudah dan praktis yang mendukung adanya *cashless* dengan disimpan dalam aplikasi untuk melakukan pembayaran. Dengan adanya *fintech payment* mengubah gaya hidup masyarakat untuk *cashless* dengan menyimpannya melalui dompet digital. Hal ini bisa berkembang jika banyak *merchant* yang telah mengadaptasi metode pembayaran ini. Fenomena *merchant* yang menerima metode pembayaran ini juga semakin banyak dari pedagang kecil seperti penjual kopi keliling hingga pedagang besar. Perkembangan yang pesat ini dikarenakan *fintech payment* memiliki *use case* yang dapat menjawab kebutuhan dasar masyarakat dalam melakukan transaksi sehari-hari tanpa harus perlu menyimpan uang secara banyak didalam dompet dan juga dapat melakukan pembayaran secara cepat dan mudah.





**Gambar 1.3 Produk Fintech Terpopuler di Indonesia**  
 Sumber: Katadata.co.id

Berdasarkan Gambar 1.3 Dilansir dari (DailySocial.id), dompet [digital](#) menjadi produk *financial technology* ([fintech](#)) terpopuler di Indonesia. Ada 82,2% responden dalam survei tersebut yang mengetahui produk *fintech* tersebut. Hal ini memperkuat bahwa mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan *fintech payment*. Banyaknya masyarakat yang menggunakan, hal ini menandakan bahwa *fintech payment* dapat diterima oleh masyarakat. Dalam teori TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) bahwa salah satu sebab penerimaan teknologi dapat dilakukan jika mampu membantu dalam melakukan tugas-tugas dengan lebih baik yang disebut dengan *Perceived Usefulness*. Dengan banyaknya manfaat dan fitur yang diberikan sehingga banyak masyarakat yang menggunakannya

Dengan perkembangan teknologi dan internet yang semakin pesat dan memiliki dampak dalam pola perilaku masyarakat. Hal ini membuat penulis tertarik



melihat pengaruhnya terhadap keputusan investasi khususnya terhadap generasi yang hidup dan besar pada zaman ini yaitu generasi Z. Keputusan investasi merupakan bagian dari konsep perilaku manajemen keuangan. Saat ini dalam melakukan investasi sudah sangat mudah dengan adanya teknologi dan internet. Dahulu seseorang jika seseorang ingin melakukan investasi sangat ribet dan susah karena harus datang langsung menuju bank ataupun perusahaan sekuritas dan membawa banyak berkas untuk mendaftar. Hal ini tentunya sudah mengalami perkembangan jika dilihat pada zaman ini, bahwa seseorang bisa dengan mudahnya melakukan investasi melalui ponsel pintar dengan mengakses aplikasi kapan dan dimana saja. Selain itu juga, investasi dahulu dikenal hanya untuk orang kaya saja tetapi sekarang setiap orang sudah bisa berinvestasi dengan nominal yang kecil. Dengan mudahnya melakukan investasi seharusnya seseorang bisa menjadikannya sebagai prioritas dikarenakan setiap orang pasti ingin memiliki masa depan yang cerah dan sukses. Dikarenakan mayoritas seseorang dalam melakukan investasi dengan tujuan agar memiliki hidup yang nyaman serta mampu membantu memenuhi kebutuhan di masa mendatang. Selain itu juga nilai uang akan terus menyusut oleh inflasi berbeda jika melakukan investasi yang akan membuat uang terus bertumbuh dengan bijak melihat risiko yang ada. Melihat manfaat dari investasi, hal ini seharusnya bisa menjadi prioritas bagi generasi Z. Hal ini juga didukung bahwa generasi Z memiliki pengetahuan teknologi dan internet yang baik sehingga seharusnya bisa dengan mudah mengakses investasi. Berdasarkan riset oleh Luno yang bekerjasama dengan Dalia research dengan hasil riset "*The Future of Money*" menyatakan bahwa 69% generasi milenial dan Z di Indonesia tidak memiliki strategi investasi. Bahwa dalam melakukan

investasi pada dasarnya diperlukan strategi dengan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat membuat keputusan investasi secara bijak. Menurut Tandelilin (2010) menjelaskan bahwa hal mendasar dalam proses keputusan investasi adalah pemahaman hubungan antara return harapan dan risiko suatu investasi. Selain itu teori keuangan standar menjelaskan bahwa perilaku individu dalam mengambil keputusan keuangan bersikap rasional (Nofsinger, 2018). Sehingga dalam melakukan investasi diperlukan pikiran rasional dengan pemahan akan risiko dan *return* sehingga dibutuhkan strategi dalam melakukan investasi bukan hanya ikut ikutan saja. Selain itu penelitian Tirto pada tahun 2019 bahwa sebanyak 44% generasi milenial dan Z hanya berinvestasi sekali dalam satu atau dua tahun dengan 20% di antaranya tidak memiliki investasi apapun. Selain itu hal ini juga sejalan dengan pernyataan Felicia Putri Tjiasaka seorang *Investment storyteller* menyatakan bahwa generasi milenial dan gen Z di Indonesia,memiliki kemampuan manajemen keuangan yang payah akibat gaya hidup yang cenderung lebih boros, sulit menabung, serta tidak terlalu mempedulikan investasi untuk kebutuhan mendatang. Dalam hal ini kesadaran investasi masih harus ditingkatkan dan menjadi perhatian besar untuk terus ditingkatkan bagi generasi muda terutama generasi Z. Sehingga dengan permasalahan investasi yang ada dengan dipengaruhi oleh literasi keuangan, fenomena gaya hidup *fomo* dan *perceived usefulness* dari *fintech payment* Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut menganalisis pengaruh *financial literacy*, *fomo lifestyle*, dan *payment fintech perceived usefulness* terhadap perilaku investasi generasi Z. Penulis akan mengambil responden generasi Z yang sudah

melakukan investasi dengan umur 17-24 tahun yang berdomisili di Tangerang Raya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena gaya hidup yang terjadi pada generasi Z. Berdasarkan artikel dari laman Finansialku (2021) menyatakan bahwa dengan menerapkan gaya hidup yang didasarkan pada sindrom FoMo, dapat mendorong mengambil keputusan keuangan dan keputusan investasi yang buruk. FoMo yang dapat memberikan pengaruh buruk terhadap keputusan keuangan dikarenakan takut ketinggalan tren sehingga memutuskan membeli sesuatu yang tidak dipikir secara panjang sehingga berdampak terhadap pengeluaran yang berlebihan. Selain itu FoMo memberikan dampak terhadap keputusan investasi yang buruk, hal ini dikarenakan investasi yang dilakukan berdasarkan ikut-ikutan tren saja tanpa melakukan analisis dan tidak mengerti yang diinvestasikan. Selain itu permasalahan investasi juga terjadi dengan adanya data dari riset oleh Luno yang bekerjasama dengan Dalia research dengan hasil riset "*The Future of Money*" menyatakan bahwa 69% generasi milenial dan Z di Indonesia tidak memiliki strategi investasi. Hal ini menjadi masalah dalam melakukan investasi yang diperlukan pengetahuan. Menurut Nofsinger (2018) menyatakan bahwa teori keuangan standar menjelaskan bahwa perilaku individu dalam mengambil keputusan keuangan bersikap rasional. Investasi sendiri merupakan salah keputusan keuangan sehingga dibutuhkan pikiran rasional dalam melakukannya. Permasalahan investasi juga ditemukan oleh Felicia Putri Tjiasaka seorang *Investment storyteller* menyatakan bahwa generasi milenial dan gen Z di Indonesia, memiliki kemampuan manajemen keuangan yang payah akibat gaya hidup yang

cenderung lebih boros, sulit menabung, serta tidak terlalu mempedulikan investasi untuk kebutuhan mendatang. Hal ini menandakan bahwa investasi tidak menjadi prioritas, Dalam laman mandiri investasi menyatakan bahwa sekalipun orang kaya tetap membutuhkan investasi karena untuk melindungi asetnya dari penurunan nilai akibat inflasi. Selain itu menurut investasi, menurut Tandelilin (2010) merupakan komitmen untuk menanamkan sejumlah dana pada saat ini dengan tujuan memperoleh keuntungan dimasa depan. Hal ini tentunya menyatakan bahwa investasi memberikan keuntungan bagi pelaku investasi sehingga hal ini bisa membantu banyak jika diterapkan secara masif. Dalam melihat permasalahan ini setiap individu dapat meningkatkan literasi keuangannya agar dapat membuat keputusan yang baik dan mampu mengoptimalkan keuangan pribadinya (Wahono & Pertiwi, 2020). Hal ini khususnya terhadap generasi z bahwa dalam penelitian Kusnandar & Rinandiyana (2019) mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan tinggi cenderung lebih cerdas dalam perilaku keuangannya dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan rendah. Sehingga seharusnya peran literasi keuangan sangat penting dalam fenomena ini. Selain itu pada zaman ini, teknologi dan internet sudah sangat memudahkan masyarakat dengan adanya *fintech payment*. *Fintech payment* sangat populer karena dapat menjawab kebutuhan mendasar masyarakat. Dalam melakukan investasi juga sudah bisa dilakukan secara online dengan hadirnya *platform* seperti bibit, ajaib, dan pluang. Transaksi bisa dilakukan pada platform tersebut dan pembayaran bisa dilakukan dengan adanya *fintech payment*. Dengan perkembangan investasi yang dapat dilakukan secara online. Dalam laman glints (2023) generasi Z sebagai *digital natives* yang hidup dan besar ditengah perkembangan

teknologi sehingga generasi ini cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Sehingga dengan permasalahan investasi yang ada khususnya pada generasi z sebagai generasi *digital natives* sehingga kemudahan dengan adanya investasi online bisa menjadikan investasi menjadi prioritas untuk mengembangkan keuangan pribadi. Tetapi nyatanya masih terjadi masalah dengan keputusan investasi generasi z meskipun sudah banyak kemudahan yang didapatkan dalam melakukan investasi saat ini.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan penjabaran rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian yang dapat disimpulkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah *FoMo Lifestyle* memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi?
2. Apakah *financial literacy* memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi?
3. Apakah *payment fintech perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *fomo lifestyle* terhadap keputusan investasi
2. Mengetahui pengaruh *financial literacy* terhadap keputusan investasi
3. Mengetahui pengaruh *payment fintech perceived usefulness* terhadap keputusan investasi

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi universitas dalam merumuskan kurikulum. Selain itu juga bisa menjadi referensi dalam membuat program kerja dan kegiatan kampus yang bisa berdampak terhadap mahasiswa.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini dapat memberikan referensi bagi generasi Z dalam menciptakan gaya hidup yang bijak. Selain itu juga diharapkan bisa menambah pengetahuan dan menjadi bahan pertimbangan generasi Z dalam melakukan keputusan investasi. Selain itu juga bisa menjadi pertimbangan dalam pentingnya penggunaan *fintech payment*

### **1.5.3 Kegunaan Sosial**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat dan memberikan informasi kepada masyarakat bahwa literasi keuangan dan gaya hidup merupakan isu sosial yang perlu dipertimbangkan dalam zaman dengan perkembangan teknologi yang pesat. Selain itu bahwa masyarakat bisa lebih terbuka lagi terkait dengan fintech khususnya *fintech payment* dan bisa memanfaatkan hal tersebut dalam menjalankan fungsi pembayaran, penyimpanan, dan pemindahan dana. Hal ini juga bisa berlaku bagi para pemilik usaha untuk melihat potensi dari *fintech payment*.

#### 1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Untuk menyelesaikan rumusan masalah, terdapat beberapa batasan yang diberikan agar penelitian lebih fokus, jelas dan akurat. Batasan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Responden berasal dari generasi Z yang memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP)
2. Responden hanya berdomisili di Tangerang Raya
3. Generasi Z yang telah melakukan Investasi
4. Menggunakan *fintech payment*

Dalam melakukan seleksi tersebut, kuisisioner penulis hanya bisa diolah jika responden sudah pernah melakukan investasi. Untuk *fintech payment* sendiri seperti dana, gopay, ovo, shopee pay, link aja dan lainnya yang sejenis

