

BAB 1

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi setiap tahun semakin bertumbuh dan berkembang. *Financial Technology (FinTech)* merupakan salah satu bentuk inovasi perkembangan teknologi yang bergerak di bidang keuangan atau finansial. *FinTech* hadir sebagai jawaban atas perubahan gaya dan tuntutan hidup yang serba cepat pada masa kini. *FinTech* mendapat perhatian besar seluruh dunia karena teknologi ini terbukti mempermudah individu dalam melakukan berbagai aktivitas yang berkaitan dengan kegiatan keuangan atau finansial. Fitur yang terdapat pada teknologi *FinTech* mendorong kegiatan ekonomi menjadi lebih mudah untuk diakses (Narayan, 2019). Salah satu produk *FinTech* adalah aplikasi pasar modal. Aplikasi pasar modal hadir sebagai jembatan antara investor (individu atau badan usaha) dengan perusahaan. Setiap penyedia aplikasi pasar modal memberikan fitur yang berbeda-beda pada aplikasinya. Berbagai fitur yang disediakan menjadi gambaran bahwa kehadiran *FinTech* memberi efek positif dengan mempermudah pengguna untuk melakukan aktivitas yang berkaitan dengan pasar modal.

Pertumbuhan dan perkembangan pasar modal di Indonesia dapat dilihat dari jumlah investor yang semakin banyak per tahunnya. Tercatat hingga bulan juli 2022, *Single Investor Identification (SID)* yang dilaporkan PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) menyentuh angka 9.318.746 investor. Pertumbuhan terbesar investor Indonesia selama enam tahun terakhir terjadi pada tahun 2021 dengan pertumbuhan mencapai 92,99% dari tahun sebelumnya. KSEI (2022) melaporkan data demografi investor individu terbanyak berasal dari kategori usia ≤ 30 tahun sebesar 59% dan pelajar (kategori investor berdasarkan pekerjaan) sebagai kategori investor terbanyak kedua setelah pegawai dengan total 27,71% per juli 2022. Walaupun demikian, persentase jumlah penduduk Indonesia yang berinvestasi di pasar modal masih tergolong sedikit dibandingkan negara tetangga Malaysia dan Singapura. KSEI (2022) mencatat persentase jumlah penduduk Indonesia yang berinvestasi di pasar modal hanya sekitar 3,3% dari total penduduk Indonesia,

sedangkan negara Singapura sebanyak 16,2% dan Malaysia mencapai 8,7%

Perkembangan jumlah investor pasar modal di Indonesia tidak terlepas dari dukungan pemerintah dalam menghadapi era globalisasi dan industri 4.0. Salah satu bentuk dukungan pemerintah adalah dengan adanya inovasi di bidang teknologi keuangan agar masyarakat mampu melakukan aktivitas ekonomi yang lebih efektif dan efisien. Pasar modal memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Secara lebih spesifik, penelitian yang dilakukan oleh Narayan (2019) menunjukkan bahwa peningkatan kapitalisasi pasar modal mampu mendorong laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Modal tambahan yang diterima perusahaan atas kelebihan dana yang diinvestasikan oleh investor diharapkan mampu mendukung kegiatan atau aktivitas operasional perusahaan serta mendukung perusahaan dalam memperluas jaringan usahanya (Rath & Hermawan, 2019).

Dari segi empiris, riset mengenai intensi berinvestasi di pasar modal juga telah meningkat. Akhtar & Das (2019) menjelaskan beberapa alasan terkait peningkatan investor individu yang berinvestasi di pasar modal antara lain profitabilitas, fleksibilitas dan diversifikasi. Profitabilitas berkaitan dengan kemungkinan manfaat yang dapat diperoleh investor atas dana yang telah diinvestasikan. Fleksibilitas pada investor individu terlihat dari kemudahan untuk melikuidasi dana yang telah diinvestasikan. Diversifikasi terlihat dari bagaimana investor individu dapat menemukan aset yang sesuai dengan tujuan investasinya di antara berbagai aset keuangan yang tersedia. Walaupun jumlah investor individu mengalami peningkatan, Lai (2019) menjelaskan bahwa terdapat keterbatasan investor individu jika dibandingkan dengan investor institusional seperti keterbatasan perhatian, memori, waktu, profesi, dan teknologi dalam berinvestasi.

Keputusan untuk berinvestasi di pasar modal menjadi salah satu topik yang perlu dipelajari serta dipikirkan secara jernih dan rasional. Hal ini berkaitan dengan semakin banyaknya individu yang menggunakan pasar modal bukan hanya sebagai wadah untuk investasi atas kelebihan dana yang tidak digunakan, melainkan pasar modal dijadikan sebagai sebuah pekerjaan. Perkembangan zaman yang semakin cepat memberikan peluang bagi para individu untuk menjadikan pasar modal

sebagai sumber pekerjaan baru melalui *full trader*. *Full trader* merupakan pekerjaan yang memberikan peluang besar di masa depan (Wira, 2019). Hal ini disebabkan karena pekerjaan ini mampu memberikan keuntungan yang sangat besar. Walaupun keuntungan yang kemungkinan diterima sangat besar oleh *full trader*, pekerjaan ini tentunya memiliki risiko besar juga (Widiatmodjo, 2015).

Sebelum terjun ke dunia pasar modal, investor harus memahami apa tujuan dan niat dari investasi yang akan dilakukan. Penelitian yang dilakukan NATIXIS (2016) dengan melibatkan 7.100 investor individu dari 22 negara pada tahun 2016 menemukan sebanyak 32% investor individu gagal memahami tujuan dari investasi yang mereka lakukan. Sebanyak 30% investor individu percaya bahwa mereka dapat membuat keputusan yang benar terkait investasi tetapi gagal mencapai tujuan dari investasi yang mereka lakukan (NATIXIS, 2016). Investor individu gagal memproses semua informasi yang tersedia di pasar karena kondisi psikologis individu (kognitif dan heuristik) yang terganggu (Tauni et al., 2017). Yang et al (2021) menegaskan bahwa pemahaman akan perilaku manusia dalam mengambil keputusan dan faktor yang memengaruhi niat investasi di pasar modal sangat penting untuk diteliti. Perlunya melakukan penelitian terkait faktor perilaku yang mendasari investor individu untuk berpartisipasi di pasar modal karena implikasinya luas di tingkat mikro (investor) maupun di tingkat makro (pasar dan ekonomi) (Misra et al., 2021).

Pendekatan pembelajaran kognitif terdiri dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), *Theory of Planned Behaviour* (TPB), dan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Khan et al., 2021). Beberapa penelitian terdahulu telah mengidentifikasi niat investasi individu dengan menggunakan tiga teori ini (Akhtar & Das, 2019; Handoko & Mozes, 2021; Misra et al., 2021). Namun demikian, TRA mendapat kritikan karena tidak cukup menjelaskan perilaku individu dalam bertindak atau mengendalikan sesuatu. Beberapa ahli telah mengkritik teori TPB ini karena dianggap tidak mencerminkan secara maksimal terkait sikap atau perilaku dari individu itu sendiri. Sebagai contoh, Snichotta et al (2014) tidak percaya bahwa TPB mampu menjelaskan lebih dalam terkait niat perilaku manusia untuk melakukan sesuatu. Khan et al (2020) menyatakan bahwa TPB memiliki masalah

dalam penerapannya. Dalam hal adopsi teknologi dan informasi, sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Namun demikian, kritik terhadap TAM dikemukakan karena kesederhanaannya dalam menurunkan pemahaman komprehensif tentang niat perilaku. Boateng et al (2016) menyatakan bahwa TAM terlalu sederhana dan tidak mampu/tidak cukup untuk menjelaskan atau memperhitungkan dinamika perilaku individu.

Pemahaman lebih luas atas perilaku individu dalam mengadopsi sesuatu dibangun Bandura (1986) dengan mengembangkan *Social Cognitive Theory* (SCT). SCT merupakan salah satu teori perilaku yang terkenal, penting dan relevan karena membahas komponen kognitif yang memengaruhi perilaku individu (Rana & Dwivedi, 2015). SCT hadir sebagai jawaban atas kritikan terhadap TPB mengenai faktor kognitif seseorang yang dibahas secara lebih mendalam (Sniehotta et al., 2014). Boateng et al (2016) menyatakan SCT hadir sebagai teori adopsi teknologi yang mampu memprediksi dengan lebih baik atas perubahan perilaku manusia terhadap penggunaan atau adopsi teknologi informasi. SCT sangat layak diterapkan untuk menganalisis kognitif pribadi individu dalam mengadopsi sebuah teknologi komunikasi baru dan kemampuan untuk menggunakan media baru secara produktif (Hoffmann et al., 2015).

Argumen utama penggunaan SCT adalah bahwa niat perilaku individu tidak hanya ditentukan oleh perilaku individu tersebut, tetapi juga faktor kognitif pribadi dan lingkungan (Boateng et al., 2016). SCT menekankan bahwa faktor kognisi memainkan peran penting dalam membangun realitas, mengatur diri sendiri, mengkodekan informasi, dan melakukan tindakan (Bandura, 1986). SCT menjelaskan bahwa setiap individu memilih melakukan berbagai tindakan berdasarkan preferensi dan kompetensi mereka, berpusat pada pemangku kepentingan dan pengaruh lingkungan dan budaya yang membentuk mereka (Font et al., 2016). Penggunaan SCT dalam menilai faktor apa saja yang memengaruhi perilaku individu untuk melakukan sesuatu telah diteliti di berbagai aspek kehidupan. Teori ini diterapkan di berbagai aspek kehidupan seperti adopsi sistem *e-government* (Rana & Dwivedi, 2015), informasi keamanan (Gulenko, 2014), ilmu informasi (Middleton et al., 2019), pilihan pekerjaan/karir (Mozahem, 2022),

pariwisata (Font et al., 2016), konservasi air (Valizadeh et al., 2019) dan aspek kehidupan lainnya. Hal ini terjadi karena SCT dianggap sebagai teori yang adaptif dan mengikuti perkembangan perilaku individu itu sendiri (Valizadeh et al., 2019). SCT perlu diadopsi karena teori kognitif ini mengakui pembelajaran memerlukan pemrosesan informasi yang cukup besar daripada hanya menjadi respons langsung terhadap sesuatu di lingkungan eksternal (Khan et al., 2021).

Fokus utama SCT adalah proses pembelajaran, interaksi antara berbagai faktor (Middleton et al., 2019) dan bagaimana individu belajar dalam menanggapi rangsangan di lingkungan mereka (Khan et al., 2021). Middleton et al (2019) menggambarkan interaksi timbal balik antara faktor pribadi kognitif (*person*), faktor lingkungan (*environment*), dan faktor perilaku (*behavior*) merupakan ciri khas dari *Social Cognitive Theory*. Perilaku manusia (niat investasi individu) tidak bisa hanya dijelaskan melalui salah satu faktor saja. Walaupun saling memengaruhi, ketiga faktor timbal balik ini memiliki daya atau kekuatan yang berbeda-beda tergantung aktivitas dan situasi dari individu itu sendiri.

SCT berpendapat bahwa faktor kognitif pribadi (*person*) merupakan komponen kunci yang menentukan tindakan individu. Niat investor untuk berinvestasi juga dipengaruhi oleh persepsinya terhadap sejauh mana alternatif investasi berguna dan sesuai dengan tujuan hidupnya. Boateng dkk (2016) menjelaskan faktor kognitif pribadi berkaitan dengan gaya hidup untuk mengadopsi sebuah perilaku atau tindakan. Kompatibilitas sebagai situasi di mana seseorang merasakan produk baru sebagai relevan dengan tindakan, gaya hidup, dan cara berpikir mereka (Khan, Khan, et al., 2020). Dengan demikian, kompatibilitas merupakan salah satu komponen kunci yang memegang pengaruh penting sebagai perwujudan faktor pribadi kognitif (*person*) individu dalam melakukan sesuatu.

Bandura (1986) menyatakan aktivitas yang berada di luar individu adalah bagian dari lingkungan individu (*environment*) itu sendiri. Lingkungan sosial terdiri dari keluarga, teman, kerabat, masyarakat dan pihak-pihak yang berada dekat dengan individu itu sendiri. Faktor lingkungan lainnya selain masyarakat adalah media massa. Ratten (2011) mengembangkan media massa sebagai bentuk lingkungan eksternal yang mampu memengaruhi niat adopsi individu. Selain media

massa, fitur/situs yang terdapat di dalam jejaring sosial merupakan salah satu pengembangan lingkungan sosial (Park & Kim, 2014).

Motivasi intrinsik mengacu pada aktivitas yang dilakukan secara inheren karena menyenangkan dan menarik (Akhlaiq & Ahmed, 2013), sedangkan motivasi ekstrinsik terkait dengan insentif yang memotivasi individu untuk melakukan perilaku tertentu (promosi, uang, pangkat, gaji dll) (Khan, Khan, et al., 2020). Motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik merupakan pengembangan faktor perilaku (*behavior*) individu dalam melakukan suatu tindakan.

Selain interaksi timbal balik dari tiga faktor tersebut, Bandura (1986) menyoroti kepercayaan (*trust*) sebagai faktor penting lainnya yang harus dipertimbangkan dalam SCT. Chen et al (2015) menjelaskan bahwa perbedaan dalam kecenderungan memercayai sebuah produk dapat menghasilkan perbedaan dalam mengambil sebuah keputusan/perilaku. Dalam konteks lingkungan virtual, Khan, Liu, et al (2020) menjelaskan pentingnya kepercayaan karena faktor ini berguna untuk meningkatkan niat perilaku dalam mengadopsi sebuah teknologi. Kepercayaan menjadi kunci utama dalam mengadopsi sebuah teknologi (aplikasi sekuritas). Tingginya tingkat ketidakpastian akan risiko yang dirasakan dalam sebuah teknologi menjadikan kepercayaan sebagai faktor penting dalam proses adopsi teknologi tersebut (Malaquias & Hwang, 2016).

Manfaat yang dirasakan merupakan faktor penting lainnya dalam adopsi sebuah teknologi (Boateng et al., 2016). Adopsi sebuah teknologi (aplikasi sekuritas) merupakan bagian penting yang perlu dipertimbangkan selain faktor pribadi, lingkungan dan perilaku individu. Manfaat yang dirasakan mencerminkan manfaat langsung dan manfaat tidak langsung (Khan et al., 2021). Manfaat tidak langsung dari adanya sebuah aplikasi sekuritas salah satunya adalah aksesibilitas waktu. Manfaat langsung dari sebuah aplikasi sekuritas adalah investor dapat melakukan transaksi lebih cepat dengan biaya transaksi yang rendah.

Faktor apa saja yang memengaruhi niat investasi individu telah dilakukan beberapa peneliti (Akhtar & Das, 2019; Ashidiqi & Arundina, 2017; Changwony et al., 2015; Misra et al., 2021; Sumiati et al., 2021). Kompatibilitas (faktor kognitif pribadi) memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku (Boateng et al., 2016;

Khan, Khan, et al., 2020; Njuguna, 2018). Masyarakat sebagai bentuk lingkungan sosial individu ditemukan secara positif memengaruhi niat perilaku (Rana & Dwivedi, 2015) dan didukung oleh penelitian (Bin-Nashwan et al., 2022). Fitur yang terdapat pada situs web (lingkungan eksternal) berpengaruh positif terhadap niat individu mengadopsi internet banking (Boateng et al., 2016). Namun demikian, Alalwan et al (2017) tidak menemukan adanya pengaruh antara lingkungan sosial terhadap niat perilaku individu. Motivasi intrinsik berpengaruh positif terhadap niat perilaku individu (Akhlaq & Ahmed, 2013; Khan, Khan, et al., 2020). Selain itu, motivasi hedonis (pengembangan motivasi intrinsik) diketahui memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku individu (Alalwan et al., 2017). Harapan akan hasil (pengembangan motivasi ekstrinsik) berpengaruh secara positif terhadap perilaku individu mengadopsi sistem *e-government* (Rana & Dwivedi, 2015). Bin-Nashwan et al (2022) menjelaskan kepercayaan terhadap aplikasi penyedia layanan mampu mendorong investasi online dan meningkatkan peluang untuk berinvestasi. Penelitian ini didukung Alalwan et al (2017) dan Bashir & Madhavaiah (2015), dimana kepercayaan mampu memengaruhi niat perilaku individu. Namun demikian, Hsu & Lin (2016) memiliki pemahaman yang lain dengan menyatakan bahwa kepercayaan terhadap aplikasi bukanlah faktor yang memengaruhi individu untuk melakukan sebuah tindakan. Selain itu, kepercayaan mampu memediasi niat perilaku individu dalam melakukan sebuah tindakan. Manfaat yang dirasakan dengan adanya aplikasi mampu memengaruhi perilaku individu dalam mengadopsi sesuatu tindakan (Alalwan et al., 2017; Khan et al., 2021).

Penggunaan *Social Cognitive Theory* dan implementasinya terhadap perilaku/niat investasi di pasar modal masih tergolong sedikit diteliti di Indonesia. Penelitian dengan adopsi *Social Cognitive Theory* masih terbatas dengan penggunaan salah satu dari tiga faktor timbal balik (kognitif pribadi, lingkungan, dan perilaku). Hal inilah yang menggerakkan penulis untuk mengisi kesenjangan yang terjadi dengan melakukan penelitian terkait niat investasi mahasiswa akuntansi di pasar modal menggunakan interaksi triadik antara faktor pribadi kognitif (*person*), faktor lingkungan (*environment*), dan faktor perilaku (*behavior*) sesuai ajaran SCT. Penulis mengembangkan variabel independen yang memengaruhi niat

investasi mahasiswa meliputi kompatibilitas, lingkungan sosial, media massa, motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Selain interaksi timbal balik dari variabel independen ini, penulis menambahkan kepercayaan (*trust*) terhadap aplikasi sekuritas dan manfaat yang dirasakan dari aplikasi sekuritas sebagai variabel mediasi. Selain itu, jenis kelamin, usia, pengalaman investasi dan penghasilan dijadikan variabel kontrol dalam penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan menambah literatur terkait adopsi *Social Cognitive Theory* dan pengaruhnya terhadap niat investasi mahasiswa akuntansi. Penelitian ini menggunakan pemodelan persamaan struktural (SEM) melalui estimasi kuadrat terkecil parsial (PLS) dengan bantuan aplikasi Smart-PLS 3. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kompatibilitas, lingkungan sosial, media massa, motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik terhadap niat investasi mahasiswa akuntansi. Kepercayaan terhadap aplikasi sekuritas dan manfaat yang dirasakan dari aplikasi sekuritas dapat memediasi secara parsial pada pengaruh kompatibilitas, lingkungan sosial, motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik terhadap niat investasi mahasiswa.

Sistematika penulisan dalam skripsi ini dibagi menjadi lima bagian yang saling terkait dan disusun sesuai kaidah atau aturan penulisan pada buku pedoman penulisan skripsi Universitas Airlangga. Bagian selanjutnya membahas mengenai tinjauan pustaka yang berkaitan dengan teori dan hasil penelitian terdahulu. Bagian ketiga memuat metode penelitian. Setelah metode penelitian, bagian keempat adalah hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan. Bagian terakhir adalah simpulan dan saran dari penulis.