

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi sudah membuat banyak hal terdisrupsi. Itulah mengapa era tersebut dinamakan era disrupsi karena keadaan sudah banyak berubah karena kehadiran gangguan sehingga hal yang sudah biasa dilakukan berubah alih entah itu dalam bentuk persaingan baru atau bisa juga dalam hal kemajuan teknologi.¹ Hal ini berimplikasi terhadap cara manusia bertransaksi dan termasuk di antaranya yaitu investasi digital.

Menurut data yang dirilis oleh situs website Bareksa, terjadi konsistensi kenaikan jumlah investor di Indonesia dan bahkan terjadi lonjakan pada beberapa tahun terakhir.²



Sumber: Website Bareksa

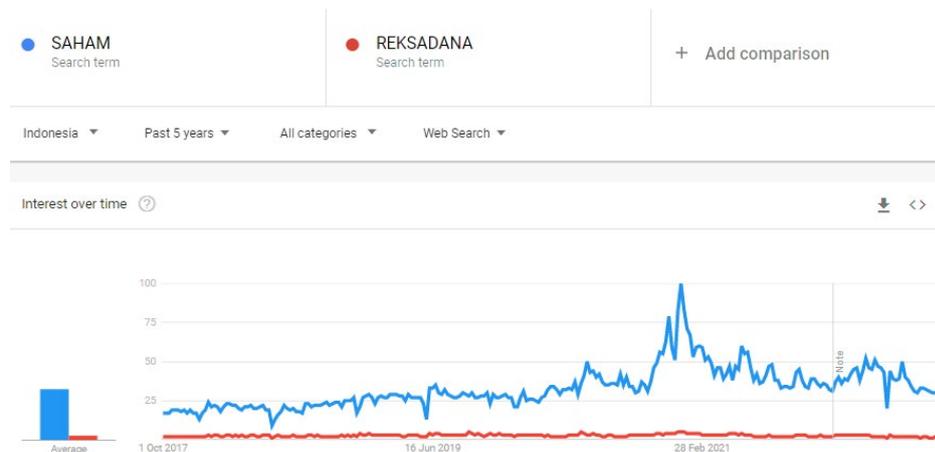
Gambar 1.1 Kenaikan Investor pada 2017 – 2022

¹ Magister Ilmu Komunikasi Unpad, *Komunikasi Organisasi dalam Era Post-Modern* (Sumedang: Unpad Press, 2020), hal. 2

² Abdul Malik, "OJK: Awal Juni 2022, Jumlah Investor Pasar Modal Tembus 8,88 Juta Orang", (<https://www.bareksa.com/berita/pasar-modal/2022-06-15/ojk-awal-juni-2022-jumlah-investor-pasar-modal-tembus-888-juta-orang>, 21 Oktober 2022)

Dari grafik tersebut, dapat dilihat adanya lonjakan terbesar yaitu pada tahun 2021 dimana covid sedang dalam fase pasca *second wave* dan pada tahun itu juga mulai naik tren berinvestasi.

Dalam Pasar Modal, ada dua instrumen yang paling dikenal luas oleh masyarakat yaitu Saham dan Reksa Dana. Senada dengan grafik kenaikan investor, kenaikan tren Saham dan Reksa Dana pun juga turut mengalami lonjakan dengan Saham yang menjadi pemimpin dari tren berinvestasi.³



Sumber: Google Trend

Gambar 1.2 Grafik Tren Saham dan Reksa Dana

Tren tersebut kemudian dimanfaatkan oleh *developer fintech* sebagai potensi. Sebagaimana dilansir oleh Databoks yang menyatakan bahwa aplikasi Ajaib adalah platform investasi terfavorit⁴ dengan jumlah investor terbanyak yaitu satu juta pengguna. Ajaib juga tercatat sebagai *Unicorn* pertama di bidang investasi di Asia Tenggara dengan perolehan

³ Google, *Saham & Reksadana* (<https://trends.google.co.id/trends/explore?geo=ID&q=saham,reksadana>, 21 Oktober 2022)

⁴ Reza Pahlevi, "Survei KIC: Ajaib Jadi Platform Investasi Saham Favorit di Indonesia" (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/11/survei-kic-ajaib-jadi-platform-investasi-saham-favorit-di-indonesia>, 21 Oktober 2022)

lima juta transaksi perbulan⁵. Dengan jumlah investor dan transaksi sebesar itu, tidak jarang broker Ajaib menjadi *trand maker* yang bisa menaikkan atau menurunkan harga suatu emiten.

Tabel 1.1 Penelitian Platform Investasi Terfavorit oleh KIC

No	Nama	Seluruh Responden / % (Persen)	Gen X & Boomers / % (Persen)	Gen Y / % (Persen)	Gen Z / % (Persen)
1	Ajaib	35,5	31	34,1	41
2	IPOT	31,2	41,4	29,9	30,8
3	Mirae HOTS	10,6	17,2	10,3	9

Sumber: Databoks

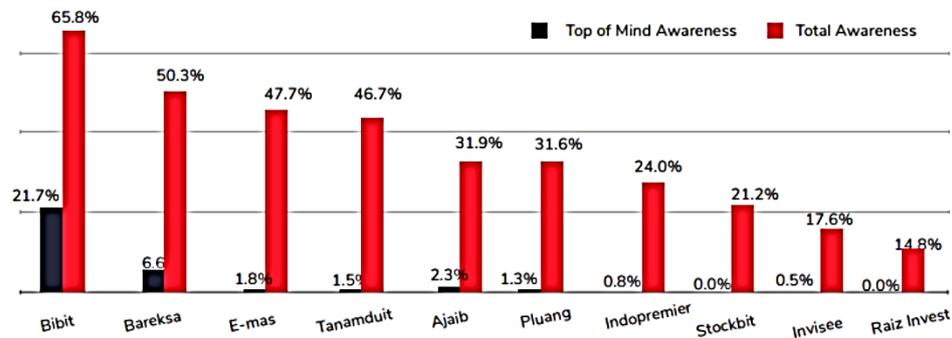
Selain karena kualitas dan keberagaman fituranya, faktor *social influence* juga banyak berpengaruh seperti *brand ambassador*, *endorse* dan juga *word of mouth*. Ajaib dinilai berani dalam *marketing* karena berkali-kali melakukan *endorse* kepada artis papan atas seperti Lisa Black Pink, Kim Seon Ho, Iqbal Ramadhan dan Ghozali.

Tren ini memiliki sisi baik dan buruk karena pada faktanya sebanyak 59% dari investor yang terdata adalah kaum milenial dengan umur dibawah 30 tahun.⁶ Hal ini menjadi kejanggalan karena pada dasarnya investasi adalah kegiatan seseorang setelah memiliki penghasilan yang lebih. Bekal pengetahuan yang minim juga membuat investor-investor baru menjadi sangat rentan terhadap gaya investasinya. Ada resiko-resiko besar yang mengintai dari banyaknya fitur yang disediakan dan bahkan ada juga transaksi yang bertentangan dengan norma keislaman.

⁵ Syahrani Putri, "Ajaib Catat Lebih dari 5 Juta Transaksi per Bulan, Mayoritas Investor Milenial" (<https://bisnis.tempo.co/read/1539831/ajaib-catat-lebih-dari-5-juta-transaksi-per-bulan-mayoritas-investor-milenial>, 21 Oktober 2022)

⁶ Ibid

Dibalik gemilangnya capaian Ajaib, tingkat *brand awareness*-nya ternyata tidak begitu tinggi dibandingkan kompetitor lainnya.⁷



Sumber: Daily Social

Gambar 1.3 Komparasi Tingkat *Brand Awareness* Platform Investasi

Pada grafik di atas terlihat bahwa urutan sebelum Ajaib ada aplikasi yang produknya hanya Reksa Dana atau investasi ringan lainnya namun tidak memiliki produk saham. Sedangkan aplikasi Ajaib yang sudah memiliki dua produk yaitu saham dan Reksa Dana pun tidak membuat tingkat *brand awareness* pada aplikasi Ajaib menjadi tinggi.

Penelitian serupa terjadi pada aplikasi kompetitor yaitu Bibit yang membuktikan bahwa faktor *social influence* berpengaruh terhadap minat penggunaan sedangkan variabel *facilitating condition* dan minat penggunaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan. Sebaliknya, variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonis motivation* dan *price value* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Bibit⁸. Hal ini menimbulkan pertanyaan baru dimana transaksi investasi kerap dikaitkan

⁷ Yenny Yusra, (<https://dailysocial.id/post/ajaib-rampungkan-pendanaan-seri-a-356-miliar-rupiah-gencarkan-edukasi-dan-akuisisi-pengguna-milenial>, 21 Oktober 2022)

⁸ Salwa Nabila Nuraeni, “Analisis Faktor Pengaruh Behavioural Intention Pada Aplikasi Bibit Menggunakan Model UTAUT 2”, Jurnal Ekonomika dan Bisnis, Vol. 9 No. 1, 2022, Hal 189

dengan biaya admin, strata sosial dan kondisi ekonomi yang tinggi namun dalam hasil penelitian membuktikan aspek-aspek tersebut tidak berpengaruh secara signifikan.

Provinsi Jawa Barat mengalami kenaikan jumlah investor yang sangat tinggi pada tahun 2022, yaitu mencapai 153%⁹. Priangan Timur sendiri adalah wilayah yang mencakup Garut, Tasikmalaya dan Ciamis.¹⁰ Wilayah ini termasuk dalam wilayah yang kurang tumbuh perekonomiannya, bahkan Tasikmalaya sendiri masuk kedalam nominasi daerah termiskin di Jawa Barat¹¹. Hal ini cukup menarik perhatian penulis apakah Priangan Timur ini juga memiliki tingkat *acceptance* yang besar juga? Selain karena hal itu penulis juga dihadapkan pada keterbatasan waktu, tempat, akses dan mengingat cakupan Priangan Timur ini dinilai cukup untuk memenuhi data yang penulis butuhkan. Penulis juga sudah melakukan survei studi pendahuluan dimana variabel *Performance Expectancy* dan *Facilitating Condition* yang menjadi faktor utama penerimaan dan penggunaan aplikasi Ajaib ini. Lalu kemudian disusul dengan faktor *Social Influence*.

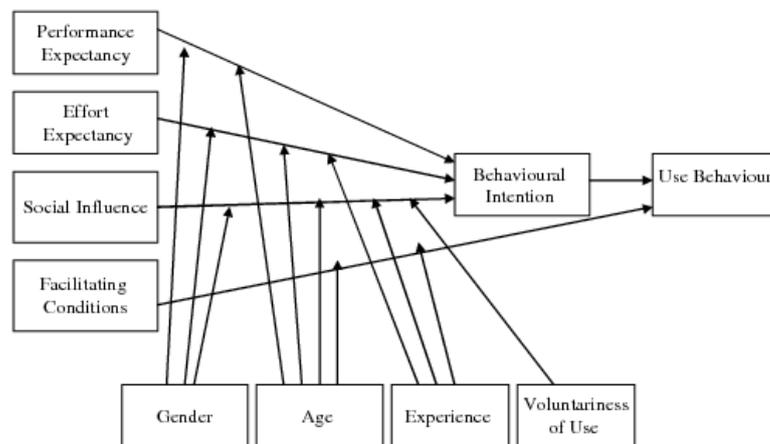
Dan salah satu model yang bisa menganalisis penerimaan dan penggunaan teknologi yaitu model penelitian UTAUT yang mana model

⁹ Hakim Baihaqi, "Wow! Jumlah Investor Saham di Jawa Barat naik 153.07 Persen" (<https://bandung.bisnis.com/read/20220120/550/1491380/wow-jumlah-investor-saham-di-jawa-barat-naik-15307-persen> , 21 Oktober 2022)

¹⁰ Miftahul Falah, Nina Herlina dan Kunto Sofianto, "*Morfologi Kota-Kota di Priangan Timur pada Abad XX-XXI; Studi Kasus Kota Garut, Ciamis dan Tasikmalaya*", Patanjala, Vol.9 No. 1, 2017, Hal. 5

¹¹ Nova Nugraha, "*Termiskin di Jawa Barat, Wali Kota Tasikmalaya: Banyak yang Pura-Pura Miskin*" (<https://rri.co.id/bandung/lain-lain/61810/termiskin-di-jawa-barat-wali-kota-tasikmalaya--banyak-yang-pura-pura-miskin>, 15 November 2022)

ini memiliki empat indikator utama di dalamnya yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition*.¹²



Sumber: Semantic Scholar¹³

Gambar 1.4 Skema Model UTAUT

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penerimaan dan penggunaan aplikasi menggunakan model UTAUT dengan mengambil 4 (empat) variabel yaitu *Behavioural Intention* dan *Use Behaviour* sebagai variabel Z dan Y kemudian *Performance Expectancy* dan *Facilitating Condition* sebagai variabel X₁ dan X₂. Dengan itu penulis berharap penelitian ini berguna untuk sektor *Fintech* sebagai bahan kajian dan evaluasi perusahaan yang memiliki kesamaan aspek-aspek yang ada dalam penelitian ini. Berdasarkan hal diatas, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi Investasi Pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (Studi Kasus Investor Ajaib di Priangan Timur)”.

¹² Nur Ali Farabi, “Analisis Penerapan Sistem Informasi ZISW dengan Menggunakan Metode UTAUT”, *Jurnal On Computer and Information Technology*, Vol 1, 2016, Hal. 73

¹³ Jayantha Rajapakse, “Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model”, *The 4th International Conference on Interaction Sciences*, 2011, Hal. 47 – 52

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dirumuskan masalah yang akan diselesaikan yaitu sebagaimana berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioural Intention* pada investor Ajaib?
2. Apakah terdapat pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavioural Intention* pada investor Ajaib?
3. Apakah terdapat pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Use Behaviour* pada investor Ajaib?
4. Apakah terdapat pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behaviour* pada investor Ajaib?
5. Apakah terdapat pengaruh *Behavioural Intention* terhadap *Use Behaviour* pada investor Ajaib?
6. Apakah terdapat pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Use Behaviour* melalui *Behavioural Intention* sebagai variabel intervening pada investor Ajaib?
7. Apakah terdapat pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behaviour* melalui *Behavioural Intention* sebagai variabel intervening pada investor Ajaib?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioural Intention* pada investor Ajaib
2. Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Behavioural Intention* pada investor Ajaib
3. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Use Behaviour* pada investor Ajaib
4. Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behaviour* pada investor Ajaib
5. Pengaruh *Behavioural Intention* terhadap *Use Behaviour* pada investor Ajaib
6. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Use Behaviour* melalui *Behavioural Intention* sebagai variabel intervening pada investor Ajaib
7. Pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Use Behaviour* melalui *Behavioural Intention* sebagai variabel intervening pada investor Ajaib

D. Kegunaan Penelitian

Penulis memiliki harapan untuk terealisasinya karya tulis yang bermanfaat bagi pembaca, kegunaan yang diharapkan tersebut antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan manfaat khususnya dalam pengembangan teknologi aplikasi pasar modal dan model penelitian UTAUT. Serta bisa menjadi referensi ataupun rujukan yang dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan kepada penulis selanjutnya yang membahas topik yang sama.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dari penelitian ini mampu memberikan solusi dari pemecahan masalah mengenai penerimaan dan penggunaan pada aplikasi pasar modal yang kemudian bisa digunakan pada setiap perusahaan yang ingin mendapat penerimaan teknologi secara maksimal serta mampu memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dari model penelitian UTAUT.