

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, keahlian masyarakat dalam menggunakan teknologi menjadi salah satu tanda kemajuan suatu negara. Suatu negara dikatakan maju apabila masyarakatnya mempunyai keahlian dalam menggunakan teknologi yang tinggi seiring dengan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari, karena perkembangan teknologi akan tumbuh dan berkembang bersama dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Perkembangan teknologi merupakan hal yang aplikatif dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap aktivitas ekonomi, sosial dan budaya. Perkembangan teknologi juga dapat menyebabkan perubahan diberbagai bidang, seperti halnya dalam bidang ilmu pengetahuan, komunikasi, industri, pertanian dan lainnya.

Perkembangan teknologi digital mengalami akselerasi di era industri 4.0. Populasi pengguna internet di Indonesia menduduki peringkat tiga terbesar di Asia pada tahun 2021 yakni sejumlah 212,354,070 jiwa atau setara dengan 76,8% penduduk Indonesia (Internet World Stats, 2021). Hal ini juga sejalan dengan banyaknya pengguna ponsel di Indonesia pada tahun 2020 yakni sebanyak 107,43 juta jiwa yang semakin meningkat dari tahun ke tahun (Pusparisa Yoshepa, 2021). Meningkatnya pengguna internet dan ponsel saat ini juga mempengaruhi perubahan pola perilaku masyarakat, salah satunya adalah perilaku investor dalam melakukan transaksi atau investasi saham.

Transaksi dan investasi saham yang awalnya dilakukan secara *offline* berubah menjadi transaksi *online*.

Teknologi dan keuangan memiliki hubungan yang sangat erat. Seperti saat ini teknologi kekinian yang berinovasi di bidang keuangan dengan teknologi modern di sektor jasa yang disebut *financial technology (fintech)*. Kemajuan yang sedang berlangsung dalam teknologi telekomunikasi dan komputasi saat ini menjadi kekuatan penting dalam transformasi keuangan. Kemajuan teknologi telah meningkatkan kualitas dan kecepatan pemrosesan dan membantu menurunkan biaya informasi dan biaya transaksi lainnya. Perkembangan ini memiliki implikasi bagi penyedia dan pengguna produk dan layanan keuangan (OECD, 2018).

Istilah “FinTech” merupakan bentuk frasa dari *financial technology* yakni perusahaan yang menggabungkan layanan keuangan dengan teknologi modern dan inovatif. Umumnya *fintech* hadir dengan tujuan untuk menarik pengguna dengan produk dan layanan yang lebih *user friendly*, transparan, efisien, dan otomatis. Selain itu di bidang perbankan, juga terdapat *fintech* yang menyalurkan produk asuransi serta instrumen keuangan lainnya (Dorfleitner et al., 2017).

Menurut Asosiasi Fintech Indonesia (2017) terdapat beberapa jenis *fintech* di Indonesia, diantaranya *fintech payment*, *fintech investment*, *crowd funding*, *point of sales*, dan *lending*. *Mobile payment* dan *money transfers* merupakan kategori *fintech* yang paling populer di Indonesia daripada kategori *fintech* yang

lainnya, kemudian disusul oleh *fintech investment*. Perusahaan disektor pembiayaan dan investasi pun turut berkompetisi dengan menggunakan inovasi teknologi dalam memasarkan produk dan jasa keuangannya. Salah satu kategori *fintech* yang mengembangkan teknologi dibidang investasi dikenal dengan *fintech investment management* yang menjadi platform untuk memenuhi kebutuhan pengguna untuk mengalokasikan dananya untuk membeli beberapa jenis produk investasi seperti saham dan reksadana (DSResearch, 2019).

Berdasarkan laporan *State of Finance Apps Marketing AppsFlyer 2021*, terdapat 2,7 miliar instalasi aplikasi *fintech* di Asia Pasifik dari total 4,7 miliar aplikasi *fintech* dunia antara kuartal 1 2019 dan kuartal 1 2021. Berdasarkan laporan tersebut, Indonesia menempati peringkat ketiga sebagai negara dengan instalasi aplikasi *fintech* terbanyak diantara 15 negara lainnya. Adapun aplikasi yang termasuk dalam kategori keuangan tersebut meliputi sub kategori seperti bank digital, bank tradisional, layanan keuangan, pinjaman dan investasi online (Nirmala Intan, 2021). Pasar berkembang (*developing market*) mendominasi angka instalasi *fintech* dengan top 3 *mega market* yakni India, Brazil, dan Indonesia menyumbang hampir setengah dari *global download*. Angka rata-rata pengunduhan di pasar berkembang yakni 70% lebih tinggi daripada angka rata-rata pengunduhan di pasar maju (*developed market*) (AppsFlyer, 2021).

Berdasarkan laporan Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) , mencatat bahwa sejak akhir tahun 2021 hingga Februari 2022 jumlah *Single Investor Identification* (SID) investor pasar modal indonesia tumbuh sebesar 8,20% menjadi 8.103.795 SID. Jumlah tersebut merupakan SID gabungan dengan

komposisi 3.654.042 SID merupakan investor saham, 7.448.879 juta SID merupakan investor reksa dana dan 649.332 merupakan SID investor SBN (Surat Berharga Negara). Direktur KSEI Supranoto Prajogo menyampaikan bahwa pada tahun 2021 sebanyak 73,61% SID melakukan pembukaan rekening melalui *selling agent fintech (financial technology)*. Jumlah investor pasar modal saat ini didominasi oleh milenial yang berusia 30 tahun ke bawah dengan persentase sebesar 60.32% dari total investor (KSEI, 2022). Sehingga, dengan adanya platform digital dapat menjadi sarana yang banyak dimanfaatkan oleh investor untuk berinvestasi di pasar modal (Mahardika, 2021).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh DSResearch (2019), terdapat top 10 *fintech investment* yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2019. Beberapa diantaranya adalah E-mas, Bareksa, Invistree, Tanam duit, Bibit, Ajaib, Pluang, Raizinvest, Kelola dan Stockbit. Survei yang sama juga dilakukan oleh KIC (*Katadata Insight center*) pada September 2021 menunjukkan bahwa Ajaib menjadi *platform* investasi saham yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 35,5% dari total responden yang tersebar di seluruh Indonesia. Kemudian disusul oleh IPOT dari Indopremier dengan persentase pengguna sebesar 32,2% dari total responden. HOTS dari Mirae Sekuritas Indonesia berada di peringkat ketiga dengan persentase pengguna sebesar 10,6% (KIC et al., 2021). *Fintech* yang disebutkan di atas merupakan aplikasi yang sangat populer di Indonesia selama sepuluh tahun terakhir ini.

Ajaib merupakan aplikasi investasi online yang dinaungi oleh Ajaib Group (Tim CNBC Indonesia, 2021). Ajaib group berdiri sejak tahun 2018 dan menaungi Ajaib sekuritas (PT. Ajaib Sekuritas Asia) dan Ajaib Reksa Dana (PT. Takjub Teknologi Indonesia). Ajaib merupakan fintech investasi saham dan reksadana yang dapat diakses secara *online* oleh berbagai generasi di Indonesia. Aplikasi dengan identitas warna biru muda ini sudah mengantongi Izin Perantara Perdagangan Efek dan izin Penjualan Efek Reksa Dana dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Izin Transaksi *Online* dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) serta bagian dari anggota Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Dana Pelindungan Modal SIPF Indoneisa. Ajaib telah memberikan pengaruh positif terhadap generasi muda dalam mengakses atau memasuki pasar modal Indonesia.

Ajaib telah memberikan pengaruh positif terhadap generasi muda untuk mengakses dan memasuki pasar modal Indonesia. Sampai saat ini sudah terdapat sebanyak 1.032.833 investor yang melakukan investasi atau transaksi melalui aplikasi Ajaib (Ajaib, n.d.). Dikutip dari Tempo.co *Director of Sctock Brokerage* Ajaib mengatakan bahwa dari total investor di Ajaib 90 persen didominasi oleh milenial dan 96 persen investor pemula. Mayoritas pengguna aplikasi Ajaib ini berasal dari Jakarta, Bandung, Makassar, Surabaya, dan Medan (Putri, 2021). Inovasi dan terobosan Ajaib menawarkan keunggulan yang diminati oleh milenial. Mulai dari kemudahan, fleksibilitasnya, kekayaan informasi sampai biaya yang terjangkau bagi milenial. Hal tersebut

menjadikan Ajaib Sekuritas Asia dinobatkan sebagai *Best Retail Brokerage Firm* pada malam puncak CNBC Indonesia Awards 2021 (Purwanti, 2021).

Milenial merupakan konsumen yang saat ini mendominasi pasar. Sebagian besar milenial menyukai hal-hal yang bersifat praktis dan efisien (Rizkiana & Satria, 2021). Generasi milenial adalah generasi yang lahir di antara tahun 1981-1996 (BPS, 2021). Generasi milenial juga dikenal sebagai Generasi Y atau sekelompok demografis yang lahir setelah generasi X. Pada tahun 2022 generasi *milenial* ini berada pada rentang usia mulai dari 26 hingga 41 tahun. Usia tersebut merupakan usia produktif yang akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia (Purwandi & Ali, 2016).

Terdapat satu generasi lagi mendominasi penduduk di Indonesia serta sangat dekat dengan teknologi, yakni generasi Z. Generasi Z merupakan penduduk yang lahir pada tahun 1997 sampai tahun 2012 dan saat ini diperkirakan berusia 10 sampai 25 tahun (BPS, 2021). Generasi Z ini tumbuh di dunia sarana komunikasi pilihan mereka. Rata-rata mereka menghabiskan tiga jam sehari dengan gadget mereka. Gen Z ini juga berpotensi mampu belajar tentang keuangan pribadi lebih cepat dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Z Mereka memiliki orientasi yang kuat untuk melek keuangan dan membuka rekening tabungan pada usia yang lebih muda dari generasi sebelumnya (Ratriani, 2021). Sehingga, kedua generasi di atas dapat menjadi salah satu target potensial dari berbagai perkembangan teknologi dan informasi.

Banyaknya investor yang melakukan transaksi dan investasi melalui aplikasi *fintech asset management* ini mengindikasikan tingginya tingkat penerimaan teknologi yang dicerminkan oleh niat perilaku (*behavior intention*) milenial dan generasi Z dalam menggunakan *fintech asset management*. Niat perilaku (*behavioral intention*) pengguna merupakan ukuran penting dari penerimaan pengguna, penggunaan berkelanjutan, dan penggunaan tidak berkelanjutan (Ming et al., 2021). Salah satu konstruksi model yang dapat membuktikan niat perilaku (*behavior intention*) pengguna *fintech asset management/investment* adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) (Pangestu & Pasaribu, 2022).

UTAUT atau *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* merupakan model yang dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi yang dikembangkan oleh Venkatesh dkk. UTAUT memberikan pandangan yang halus tentang bagaimana penentu niat perilaku (*behavior intention*) dan perilaku pengguna (*use behavior*) berkembang dari waktu ke waktu (Venkatesh et al., 2003). Model UTAUT menunjukkan bahwa terdapat empat variabel utama yang mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) dan perilaku pengguna (*use behavior*) yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*. Keempat faktor tersebut dimoderasi oleh berdasarkan jenis kelamin (*gender*), usia (*age*), pengalaman (*experience*), dan kesukarelaan penggunaan (*Voluntariness of Use*) (Sutanto et al., 2018).

Penelitian mengenai niat perilaku (*behavior intention*) dalam menggunakan Go-Pay yang termasuk salah satu jenis *fintech payment* dengan menggunakan model UTAUT yang dilakukan oleh Huwaydi Y. (2017) menjelaskan bahwa *performance expectancy* dan *facilitating condition* berpengaruh positif terhadap niat perilaku (*behavior intention*). Penelitian lain dengan model yang sama juga dilakukan oleh Wijaya & Handriyantini (2020) hasil penelitian yang dilakukan terhadap variabel niat perilaku (*behavior intention*) dalam penggunaan Shopee menunjukkan hasil bahwa *performance expectancy* dan *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Sedangkan, *effort expectancy* dan *facilitating condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna Ajaib.

Penelitian menggunakan model UTAUT juga dilakukan oleh Aljabbaru dan Sari (2020) terhadap niat perilaku (*behavior intention*) dalam penggunaan LinkAja. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa *performance expectancy*, *social influence*, dan *percieved cost* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. *Effort expectancy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *behavioral intention*. *Behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*, sedangkan *facilitating condition* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *use behavior* dalam penggunaan *fintech mobile payment* LinkAja .

Beberapa penelitian yang terdahulu sudah banyak peneliti yang meneliti niat perilaku (*behavior intention*) dalam menggunakan *fintech payment* dengan model UTAUT. Belum banyak riset yang membahas *behavioral intention* pada

fintech investment khususnya Ajaib. Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk menggali lebih dalam mengenai niat perilaku (*behavioral intention*) milenial dan generasi Z dalam menggunakan *fintech asset management* melalui aplikasi Ajaib dengan menggunakan model UTAUT. Penelitian ini akan menggunakan harapan kerja (*performa expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kondisi yang memfasilitas (*facilitating condition*) sebagai variabel independen dan niat perilaku (*behavioral intention*) sebagai variabel dependen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah harapan kerja (*performa expectancy*) berpengaruh terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) generasi milenial dan generasi Z dalam menggunakan Ajaib ?
2. Apakah harapan usaha (*effort expectancy*) berpengaruh terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) generasi milenial dan generasi Z dalam menggunakan Ajaib?
3. Apakah pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) generasi milenial dan generasi Z dalam menggunakan Ajaib?

4. Apakah kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) berpengaruh terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) generasi milenial dan generasi Z dalam menggunakan Ajaib?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diuraikan bahwa penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis pengaruh harapan kerja (*performa expectancy*) terhadap niat perilaku (*behavior intention*) generasi milenial dan generasi Z dalam menggunakan Ajaib.
2. Menganalisis pengaruh usaha (*effort expectancy*) terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) generasi milenial dan generasi Z dalam menggunakan Ajaib.
3. Menganalisis pengaruh sosial (*social influence*) terhadap niat perilaku (*behavioral intention*) generasi milenial dan generasi Z dalam menggunakan Ajaib.
4. Menganalisis pengaruh kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) berpengaruh terhadap niat atau minat perilaku (*behavioral intention*) generasi milenial dan generasi Z dalam menggunakan Ajaib.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian di atas, maka dapat dijabarkan bagaimana manfaat dari penelitian ini, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang *financial technology*. Serta diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat untuk menggunakan *financial technology*.

2. Bagi akademisi

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai salah satu bentuk penerapan ilmu pengetahuan yang diaplikasikan di lapangan serta sarana untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan, dan pengalaman tentang industri keuangan.

b. Bagi Instansi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi untuk terus meningkatkan niat dan penggunaan *financial technology* dan sebagai evaluasi untuk terus memperbaiki layanan.

