

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin pesat mengakibatkan perubahan di segala aspek kehidupan, salah satunya yaitu pada aspek ekonomi terutamanya pada bidang investasi. Kegiatan investasi khususnya pada pasar modal menjadi *trend* yang semakin digemari di kalangan generasi Z saat ini karena dapat menghasilkan keuntungan di masa depan. Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995 hingga 2010 (Manik *et al* , 2021) dimana generasi Z merupakan generasi yang sangat bergantung dengan internet, hal ini dikarenakan semenjak berada di usia kanak-kanak generasi Z sudah mengenal teknologi serta terbiasa melakukan aktivitas-aktivitas pada dunia maya. Juliannisa (2020) menyatakan bahwa jenis investasi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu investasi pada aset-aset finansial (*financial assets*) dan investasi pada aset-aset riil (*real assets*). Investasi pada aset-aset finansial adalah investasi yang penanaman modalnya berupa instrumen-instrumen keuangan di pasar modal maupun pasar uang. Instrumen-instrumen yang dimaksud seperti saham, obligasi, reksa dana dan lain lain.

Berdasarkan data dari PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) tentang jumlah investor pasar modal pada Desember 2022, keberadaan generasi Z yang memiliki usia dibawah 30 tahun sangat mendominasi investasi di pasar modal. Fenomena ini juga sejalan dengan peningkatan jumlah investor pasar modal tiga tahun terakhir yaitu dimulai pada bulan Desember 2020 terjadi peningkatan sebesar 56,21% dimana sebagian besar jumlah investor rata-rata

merupakan generasi Z yang berasal dari rentang usia kurang dari 30 tahun dengan jumlah 54,90%. Jumlah ini mengalami peningkatan pada Desember 2021, dimana investor pasar modal mengalami peningkatan secara signifikan sebesar 92,99% dengan usia kurang dari 30 tahun yang juga mendominasi sebesar 60,02% (Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2021). Jumlah investor khususnya pada investasi di sektor pasar modal mengalami peningkatan setiap tahunnya, pada Desember 2022 jumlah investor pasar modal mengalami peningkatan sebesar 37,68% atau 10,3 juta investor dimana 58,71% investor berusia kurang dari 30 tahun (KSEI, 2022). Peningkatan jumlah investor yang cukup tinggi khususnya dari kalangan generasi Z di pasar modal sebenarnya berbanding terbalik dengan hasil survey generasi Z yang menunjukkan jumlah sebesar 44,04% dimana jumlah survey ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang keuangan bagi generasi Z masih tergolong rendah yang artinya tingkat literasi keuangan khususnya pada pemahaman terkait produk dan layanan keuangan pada generasi Z masih kurang (Laturette, 2021).

Data akhir Mei 2023 (ksei.co.id) mengungkapkan bahwa terjadi peningkatan jumlah investor sebesar 7,28% dimana 57,81% berasal dari Generasi Z. Peningkatan jumlah investor khususnya di pulau Bali, NTT dan NTB pada bulan Mei 2023 adalah sebesar 3,35%. Berdasarkan hal tersebut, terlihat jelas bahwa antusias dalam berinvestasi di kalangan generasi Z cukup tinggi, terdapat perubahan perilaku keuangan khususnya pada generasi Z terkait kegiatan investasi di pasar modal menunjukkan adanya ketertarikan dari generasi Z untuk dapat mengelola keuangan dengan cara menginvestasikannya. Di satu sisi, *trend* yang sedang berkembang dan muncul di masyarakat terkait

investasi dapat memberikan keuntungan besar di masa depan sebagai salah satu dorongan yang kuat untuk melakukan investasi. Informasi-informasi tersebut biasanya didapatkan atau berasal dari orang-orang terdekat hingga *influencer* sebagai komunikator yang berbagi pesan, informasi, serta himbauan investasi. Sebuah informasi jika tidak diimbangi dengan edukasi, hal tersebut akan dapat memberikan sejumlah konsekuensi negatif bagi komunikan (Felencia, 2021). Faktor lain adalah adanya perkembangan teknologi yang memiliki pengaruh besar terhadap kemajuan ekonomi, tingkat penggunaan teknologi informasi semakin banyak dan jumlah platform digital mulai bermunculan untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan salah satunya adalah dalam berinvestasi (Ardani dan Sulindawati, 2021)

Minat berinvestasi adalah sebuah keinginan yang terbentuk karena adanya daya gerak yang berupa pengetahuan investasi dan motivasi investasi yang dimiliki seseorang untuk melakukan sebuah investasi (Yuliani *et al*, 2020). Timbulnya minat berinvestasi dalam diri seseorang dapat disebabkan karena keinginan untuk dapat memperoleh keuntungan yang signifikan di masa yang akan datang. Minat dalam diri seseorang juga dapat timbul karena adanya daya tarik dari luar dan juga dari dalam individu tersebut, minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk dapat mencapai tujuan yang diminati dalam hal berinvestasi khususnya pada sektor pasar modal (Bakhri, 2018). Minat berinvestasi diartikan sebagai seberapa besar seorang individu memiliki sebuah keinginan untuk mencoba dan besar usaha yang direncanakan, yang pada akhirnya akan dapat mewujudkan perilaku aktual dalam berinvestasi. Faktor internal yang mempengaruhi minat seseorang untuk melaksanakan

investasi dijelaskan melalui pendekatan *teori of planned behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1998) dan dikembangkan pada penelitian Salisa (2020) bahwa *teori of planned behavior* (TPB) juga mempertimbangkan faktor sosial dan kontrol berperilaku yang diprediksi dapat mempengaruhi minat seseorang khususnya dalam melakukan investasi. Minat berinvestasi pada dunia pasar modal menjadi sebuah *trend* di kalangan generasi Z saat ini, dimana ada beberapa jenis investasi diantaranya adalah investasi saham, obligasi, reksadana, logam mulia dan lain-lain. Penyebab yang dapat mempengaruhi minat berinvestasi generasi Z di pasar modal ada beberapa jenis, salah satu diantaranya adalah *bandwagon effect*, *financial technology*, dan literasi keuangan.

Bandwagon effect merupakan salah satu faktor ikut-ikutan dimana kecenderungan ini didasarkan pada perilaku, gaya dan *trend* yang sedang berkembang di masyarakat. Secara teori *bandwagon effect* dapat didefinisikan sebagai sebuah kecenderungan orang-orang dalam melakukan atau mempercayai sesuatu karena mayoritas orang melakukan atau mempercayai hal tersebut (Djuan dan Fadillah, 2022). Djuan dan Fadillah (2022) juga menyatakan bahwa faktor *bandwagon effect* memiliki hubungan terhadap peningkatan minat investasi mahasiswa. Mahasiswa akan memiliki minat besar untuk menjadi seorang investor apabila terdapat banyak investor di lingkungannya atau teman-teman sepergaulannya yang mempengaruhi. Efek *bandwagon effect* ini, sering ditemukan tidak hanya pada mahasiswa tetapi juga pada investor lain salah satunya adalah anak-anak remaja khususnya pada Generasi Z yang masih sulit dalam menentukan pilihan atau tujuan dalam berinvestasi. Hal ini sejalan dengan teori sikap yaitu *theory of planned behaviour* (TPB) yang dikemukakan oleh

Ajzen (1998) dan dikembangkan pada penelitian (Salisa, 2021) yang meneliti tentang sikap dan perilaku yang dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku, dimana seseorang dapat bertindak sesuai dengan norma dan persepsi yang berkembang di masyarakat. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hasanah *et al* , (2019); (Zakirullah dan Rahmawati, 2020); dan (Santoso dan Dewi, 2021) menyatakan bahwa *bandwagon effect* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. Hal ini berbanding terbalik khususnya pada penelitian (Ningrum dan Janrosi, 2023) menyatakan bahwa *bandwagon effect* memiliki pengaruh negatif dan signifikan dalam membentuk perilaku *herding* pada investor saham.

Inovasi dan kemajuan teknologi di berbagai bidang keuangan telah memberikan dampak yang signifikan, terutama dengan adanya kemajuan teknologi seperti *financial technology (fintech)*. *Financial technology* merupakan layanan berbasis internet, yang bertujuan memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas keuangan. *Financial technology* atau yang lebih dikenal dengan teknologi keuangan adalah sebuah inovasi dalam penggabungan teknologi canggih dalam aplikasi transaksi keuangan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan segala aktivitas keuangan dengan cepat, mudah dan efisien (Ferdinand & Darma, 2019). *Financial technology* adalah salah satu wujud dari kecanggihan teknologi yang bergerak pada bidang keuangan. Manfaat dari adanya kemudahan yang ditimbulkan oleh sistem transaksi keuangan tentunya dapat mempermudah setiap manusia dalam mengakses informasi terbaru dan melakukan setiap transaksi keuangan pada berbagai sektor

khususnya dalam investasi. Hal ini berkaitan dengan *theory of planned behaviour* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1998) dan dikembangkan pada penelitian Darmawan *et al* (2019) yang menyatakan bahwa niat berperilaku dalam minat investasi menunjukkan bahwa hal tersebut memberikan kemungkinan besar kepada seseorang yang akan membawa mereka pada tindakan-tindakan dalam mencapai keinginan untuk berinvestasi. Pandangan tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tumewu (2019); (Sari *et al*, 2020); (Saputra *et al*, 2021); (Khofifa *et al*, 2022); (Risnawati & Mudiarti, 2022) dan (Hariyani *et al*, 2023) menyatakan bahwa *financial technology* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan melalui literasi keuangan. Hal ini berbanding terbalik pada penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Sinanggang (2021) membuktikan bahwa perkembangan *financial technology* tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa/i di dunia pasar modal.

Kemampuan untuk mengatur keuangan dengan baik adalah sesuatu yang penting dan wajib dimiliki oleh setiap individu baik itu masyarakat umum maupun calon investor salah satunya adalah dengan peningkatan kegiatan literasi dalam bidang keuangan. Literasi keuangan adalah pengetahuan untuk mengelola keuangan dimana hal ini akan sangat membantu seseorang untuk lebih efektif dalam menggunakan uang yang dimiliki baik dalam rentan waktu jangka pendek maupun dalam waktu jangka panjang (Fadilah, 2021). Literasi keuangan merupakan sebuah rangkaian kegiatan yang wajib dilakukan sebelum memulai kegiatan investasi. Literasi keuangan memiliki tujuan yaitu memberikan pengetahuan kepada khalayak umum dan generasi penerus bangsa

dalam menentukan investasi yang ingin dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan yang dimilikinya. Literasi keuangan membantu masyarakat dalam memiliki peluang yang lebih besar untuk melakukan investasi khususnya di dunia pasar modal. Tingkat literasi keuangan yang dimiliki seorang individu, akan mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan layanan tersebut (Upadana dan Herawati, 2020). Seseorang yang dapat memahami kekurangan dan kelebihan dari sebuah produk, maka hal tersebut akan memberikan pertimbangan kepada mereka dalam menentukan keputusan investasi. Literasi keuangan merupakan sebuah instrumen dari pengetahuan dasar dalam berinvestasi dimana, pengetahuan merupakan bagian dari sikap dalam *theory of planned behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1998) dan dikembangkan pada penelitian Irmayani *et al* (2022) yang memiliki fokus pada hasil dari mencari tahu terhadap sesuatu atau segala perbuatan manusia untuk memahami sebuah objek tertentu yang dihadapinya. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pangestika dan Rusliati (2019); (Sari *et al*, 2020); (Rosdiana, 2020); (Saputra *et al*, 2021); (Utami dan Sitanggang, 2023); (Wandi *et al*, 2021); dan (Ovami dan Lubis, 2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Hal ini berbanding terbalik pada penelitian yang dilakukan oleh (Viana *et al*, 2021) membuktikan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan telah dipaparkan di latar belakang diatas, maka fokus pada penelitian ini adalah mengenai variabel *Bandwagon Effect*, *Financial Technology* dan Literasi Keuangan terhadap minat

berinvestasi generasi Z di daerah Bali. Maka dari itu, peneliti mengambil judul penelitian yaitu **“Pengaruh *Bandwagon Effect*, *Financial Technology*, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi Generasi Z di Bali”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah *bandwagon effect* berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi generasi Z di Bali ?
2. Apakah *financial technology* berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi generasi Z di Bali ?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi generasi Z di Bali ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh *bandwagon effect* terhadap minat berinvestasi generasi Z di Bali.
2. Untuk menganalisis pengaruh *financial technology* terhadap minat berinvestasi generasi Z di Bali.
3. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Bali.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Variabel *bandwagon effect*, *financial technology* dan literasi keuangan yang digunakan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengaruh terhadap perkembangan dari *teori of planned behavior* (TPB) dan *technology acceptance model* (TAM) khususnya pada penelitian tentang *behavioral finance*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan membantu generasi Z khususnya di wilayah Bali, maupun luar pulau Bali untuk dapat mempertimbangkan kembali keputusan yang akan diambil sebelum melaksanakan investasi di dunia pasar modal. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan manfaat kepada pihak Bursa Efek dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk dapat membantu memberikan edukasi terhadap masyarakat khususnya calon investor terkait informasi serta edukasi tentang karakteristik sektor jasa keuangan, layanan dan jenis produk untuk meminimalisir terjadinya investasi bodong di kalangan masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan teori yang digunakan oleh peneliti sebagai dasar penyusunan kerangka penelitian pada penelitian ini adalah :

2.1.1 *Theory of Planned Behaviour*

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah teori yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Teori ini merupakan sebuah pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dicetuskan pertama kali oleh Ajzen pada tahun 1980. Tahun 1988, Ajzen kemudian menambahkan 1 persepsi kontrol perilaku yang kemudian mengubah *Theory of Reasoned Action* menjadi *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori *Theory of Planned Behavior* kemudian disebarkan dan diperluas oleh Ajzen dan Fishbein, adapun fokus dari model ini yaitu menyatakan bahwa niat untuk melakukan sesuatu disebabkan oleh 2 faktor yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku (Fishbein dan Ajzen, 1975). *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa sebuah sikap terhadap perilaku adalah pokok penting yang mampu memperkirakan suatu perbuatan. Pertimbangan yang utama dalam melakukan pengujian antara norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku adalah sikap seseorang tersebut. Sikap yang positif yang ditunjukkan akan membawa dukungan dari orang-orang sekitar serta adanya persepsi kemudahan dan tidak adanya hambatan menjadikan niat seseorang untuk berperilaku semakin tinggi.

Theory of Planned Behaviour menempatkan minat seseorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku (Salisa, 2020). Teori ini dimaksudkan untuk menjelaskan semua perilaku di mana orang memiliki kemampuan untuk melakukan pengendalian diri. Komponen kunci dari model ini adalah niat berperilaku; niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap tentang kemungkinan bahwa perilaku akan memiliki hasil yang diharapkan dan evaluasi subjektif dari risiko dan manfaat dari hasil itu (Hasyim & Nurohman, 2021). *Theory of Planned Behaviour* sejalan dengan penelitian yang akan dilakukan karena digunakan untuk menjelaskan mengenai niat dari seseorang dimana hal tersebut akan mempengaruhi perilaku seseorang yang dilakukan sebab didasari oleh niat dan sikap serta kontrol perilaku yang dilaksanakan (Cantika dan Suci, 2021). *Theory of planned behaviour* (TPB) digunakan untuk dapat memprediksi faktor-faktor yang menyebabkan perilaku keuangan timbul antar individu, khususnya pada peningkatan minat berinvestasi. Variabel yang dapat digunakan adalah variabel *bandwagon effect*, *financial technology*, literasi keuangan dan minat berinvestasi.

Beberapa teori telah berkembang untuk menjelaskan niat seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi sistem informasi, salah satu teori tersebut adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan model yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan sistem khususnya sistem informasi. TAM merupakan pengembangan dari teori TRA yang berfungsi untuk menjelaskan penerimaan teknologi yang akan digunakan oleh seorang individu. TAM

menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA. Dua konstruk utama ini adalah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) (Davis *et al*, 1989: 320). Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) keduanya mempunyai pengaruh ke niat perilaku yang dilakukan oleh seseorang (*behavioral intention*). Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) mempengaruhi kegunaan persepsian (*perceived usefulness*), dimana dalam model TAM menunjukkan secara spesifik bahwa persepsi kemudahan pengguna dan manfaat yang akan dirasakan dari suatu teknologi dapat mempengaruhi niat perilaku seseorang dan pada akhirnya dapat mencapai tujuan yang diharapkan (Davis, 1989).

Investasi pada era saat ini dapat dilaksanakan dengan mudah salah satunya melalui *smartphone* dan internet, hal ini perlu dilaksanakan penelitian lebih lanjut terkait pengaruh teknologi yang dapat mempengaruhi perilaku minat dan keputusan seseorang untuk melaksanakan investasi di pasar modal (Purboyo *et al*, 2020). Tujuan dari model ini adalah untuk menggambarkan faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku pengguna terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi. Kemudahan pengguna merupakan keyakinan dari seorang individu terkait proses pengambilan keputusan.

Dasar teori dari TPB ini dapat digunakan untuk menjelaskan mengenai niat dari seseorang yang akan mempengaruhi perilaku yang didasari oleh niat dan sikap serta kontrol perilaku yang dipersepsikan atau dilaksanakan (Saputri dan Kiswara, 2019). *Theory of planned behaviour* (TPB) digunakan untuk

dapat memprediksi faktor-faktor yang menyebabkan perilaku keuangan timbul antar individu, khususnya pada peningkatan minat berinvestasi generasi Z di Bali. *Technology Acceptance Model* (TAM) digunakan untuk memprediksi kemudahan dari suatu layanan akan mempengaruhi sikap individu terhadap kegunaan sehingga membentuk niat untuk menggunakan teknologi khususnya pada kegiatan investasi. Variabel yang dapat digunakan adalah *bandwagon effect*, *financial technology*, literasi keuangan dan minat berinvestasi.

2.1.2 *Bandwagon Effect*

Bandwagon effect adalah sebuah kondisi dimana semua orang melakukan hal yang sama hanya karena melihat orang-orang lain juga melakukan hal tersebut (Chyntia *et al*, 2021). *Bandwagon effect* merupakan fenomena psikologis dimana seseorang memiliki kecenderungan untuk mengikuti atau mengadopsi *trend*, gaya, perilaku, sikap dan hal-hal lain sebagainya yang berkembang di masyarakat. Lingkungan pergaulan seseorang akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah tindakan, khususnya jika dalam lingkungan pergaulan terdapat banyak rekan-rekan yang menjadi seorang investor maka hal tersebut dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menjadi investor (Ningrum dan Janros, 2023).

Yudistira (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *bandwagon effect* terdiri dari tiga aspek, diantaranya yaitu *conformity* yang merupakan sebuah kecenderungan individu untuk mengubah persepsi, opini, serta perilaku mereka agar sesuai dengan norma-norma yang berlaku pada suatu kelompok. *Interpersonal influence* yang merupakan salah satu faktor penting dalam

perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh dorongan dari orang lain, hal ini dapat berperan besar terhadap pengambilan keputusan seseorang. Status *seeking* yang merupakan sebuah hasrat individu untuk mendapatkan posisi yang lebih tinggi dalam hierarki sosial dalam hal penghargaan, rasa hormat dan pengaruh.

Efek *bandwagon effect* biasanya dijumpai dan dirasakan oleh berbagai kalangan tetapi lebih cenderung kepada kalangan generasi muda khususnya generasi Z yang masih bingung dalam menentukan pilihan dan mengambil sebuah keputusan. Indikator dari *bandwagon effect* menurut penelitian (Dewi dan Gayatri, 2021) meliputi:

- 1) Tingkat keinginan berinvestasi dikarenakan lingkungan keluarga dan teman.
- 2) Tingkat keinginan berinvestasi dikarenakan dorongan dari dosen, keluarga dan teman.

Penelitian yang dilakukan oleh Zakirullah dan Rahmawati (2020) menyatakan bahwa adapun indikator *bandwagon effect* adalah sebagai berikut:

- 1) Berinvestasi pada perusahaan yang dikenal.
- 2) Mudah meniru perilaku orang lain.

2.1.3 *Financial Technology*

Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PB/2017 tentang perkembangan teknologi finansial, teknologi finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan teknologi, dan atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas

sistem keuangan dan atau efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem pembayaran. *Financial technology* merupakan sebuah bentuk inovasi perkembangan teknologi dalam layanan transaksi keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan *financial technology* sebagai sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Produk *financial technology* biasanya berupa suatu sistem yang dibangun untuk menjalankan mekanisme transaksi keuangan yang spesifik. *Financial technology* memberikan sebuah harapan baru dalam berbagai macam transaksi keuangan di berbagai sektor yang ada. *Financial technology* biasanya merupakan suatu sistem yang dirancang dalam mempermudah pelaksanaan transaksi keuangan.

Industri *financial technology* dapat dikelompokkan menjadi empat bagian utama yang telah sesuai dengan model bisnisnya, yaitu bagian pembiayaan (*financing*), manajemen aset (*asset management*), pembayaran (*payments*), dan fungsi *financial technology* lainnya. *E-wallet* (dompet digital) merupakan salah satu klasifikasi dalam transaksi pembayaran digital. Dompet digital dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan pembayaran karena dompet digital merupakan alat pembayaran *online* yang menggunakan sistem aplikasi atau kartu (Putri *et al.*, 2022).

Indikator *financial technology* menurut penelitian (Choiriyah dan Purwanto, 2022) meliputi:

- 1) Mencoba.
- 2) Selalu menggunakan.
- 3) Kecenderungan untuk terus menggunakan.

Penelitian yang dilakukan (Ferdiansyah dan Triwahyuningtyas, 2021) dan (Fadila *et al.*, 2022) menyatakan bahwa adapun indikator dari *financial technology* adalah sebagai berikut:

- 1) *E-payment*
- 2) Digital banking
- 3) *Peer to peer landing*
- 4) *Crowdfunding*

Indikator dari *financial technology* menurut penelitian (Mahardhika dan Asandimitra, 2023) adalah sebagai berikut:

- 1) Efisien
- 2) Efektif

2.1.4 Literasi Keuangan

Literasi keuangan mengacu pada kemampuan atau tingkat pemahaman seseorang maupun masyarakat tentang bagaimana uang bekerja. Arianti (2021) menyatakan literasi keuangan erat kaitannya dengan manajemen keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka semakin baik pula manajemen keuangan seseorang tersebut. Pengelolaan keuangan yang efektif dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari untuk kebijakan pengambilan keputusan keuangan. Literasi keuangan penting khususnya bagi setiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada *trade off* yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas

dalam meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), keyakinan (*confidence*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan pribadi lebih baik. Literasi keuangan sangat membantu khalayak luas dalam menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan, manfaat serta resiko, dan meyakini bahwa produk dan layanan jasa keuangan yang dipilih dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Indikator dari literasi keuangan menurut penelitian (Faidah, 2019) yaitu meliputi:

- 1) Konsep bunga (*interest*).
- 2) Pengaruh inflasi terhadap nilai uang.
- 3) Risiko dan diversifikasi saham.

Penelitian yang dilakukan oleh Fadila *et al.*, (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki beberapa indikator diantaranya adalah:

- 1) Pengetahuan keuangan dasar.
- 2) Tabungan dan pinjaman.
- 3) Investasi.
- 4) Asuransi.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Khoiroh *et al.*, (2019) menyatakan bahwa indikator literasi keuangan meliputi:

- 1) Kemampuan memahami angka dan nominal.
- 2) Transparansi kegiatan usaha.
- 3) Pemahaman terhadap manfaat literasi keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pangestika dan Rusliati (2019) menyatakan bahwa literasi keuangan yang baik diukur dengan indikator di bawah ini, yaitu:

- 1) Pentingnya perencanaan keuangan.
- 2) Memahami instrumen keuangan.
- 3) Mengetahui dan memahami berbagai produk untuk menabung.
- 4) Mengetahui manfaat dan pentingnya asuransi.
- 5) Mengetahui waktu pembelian/penjualan investasi.
- 6) Mengetahui kriteria investasi yang digunakan.
- 7) Mengetahui produk investasi yang akan digunakan.

2.1.5 Minat Berinvestasi

Minat investasi adalah sebuah keinginan, ketertarikan atau dorongan yang kuat untuk melakukan sebuah kegiatan investasi dengan menanamkan modal pada satu atau lebih aktiva untuk memperoleh keuntungan (Darmawan *et al*, 2019). Investasi adalah salah satu alternatif untuk mendapatkan keuntungan yang efektif. Investasi dapat dilakukan dalam berbagai bentuk salah satunya adalah bentuk riil maupun non riil. Kecenderungan untuk mengetahui kegiatan dan aktivitas investasi, maka hal tersebut akan meningkatkan minat berinvestasi calon investor dan investor khususnya di kalangan generasi Z yang merupakan generasi muda.

Meningkatnya pengetahuan mengenai investasi tentu sangat penting dalam meningkatkan minat berinvestasi calon investor yang akan melaksanakan kegiatan investasi di pasar modal. Minat berinvestasi adalah niat yang terbentuk karena adanya daya gerak berupa pengetahuan investasi dan

motivasi investasi yang dimiliki seseorang (Yuliani *et al.*, 2020). Penelitian yang dilaksanakan oleh Andriani dan Pohan (2019) menyatakan bahwa minat investasi ditentukan oleh beberapa indikator meliputi:

- 1) Sarana dan prasarana
- 2) Kualitas sumber daya manusia (SDM)
- 3) Kualitas sosialisasi dan pelatihan
- 4) Harga dan minimal investasi
- 5) Minat

Penelitian Pangestika dan Rusliati (2019) tentang minat investasi mahasiswa ditentukan oleh beberapa indikator-indikator diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Mengetahui manfaat investasi.
- 2) Prosedur investasi.
- 3) Keuntungan setiap investasi.
- 4) Kemampuan berinvestasi.
- 5) Berbagai keuntungan investasi.

UNMAS DENPASAR

Dewi dan Gayatri (2021) dan Irmayani *et al* (2022) menyatakan bahwa minat investasi ditentukan oleh beberapa indikator yaitu :

- 1) Kemauan untuk mencari tahu mengenai instrumen-instrumen investasi.
- 2) Kemauan untuk meluangkan waktu mengikuti seminar dan pelatihan investasi.
- 3) Mencoba berinvestasi.

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu khususnya penelitian yang mengambil bahasan mengenai pengaruh *bandwagon effect*, *financial technology*, dan literasi keuangan sebagai variabel dalam pembahasan penelitiannya yang sudah dipublikasikan dan dijadikan acuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasanah *et al* (2019) dengan penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh *Bandwagon Effect* dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal dengan metode analisis data yaitu regresi linier berganda hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *bandwagon effect* dan pengetahuan investasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan variabel independen yaitu *badwagon effect* dan minat berinvestasi sebagai variabel dependen selain itu, topik yang diambil adalah mengenai perilaku keuangan. Perbedaan penelitian terdahulu tersebut menggunakan sampel yang berasal dari mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan sampel generasi Z yang ada di Bali.
2. Tumewu (2019) dengan penelitian yang berjudul Minat Investor Muda untuk Berinvestasi di Pasar Modal melalui Teknologi *Fintech*, dengan model penelitian kuantitatif dengan menguji hipotesis dari responden,

hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial technology* memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan minat berinvestasi. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan variabel *financial technology* serta meneliti bidang yang sama yaitu keuangan perilaku. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah tempat pelaksanaan penelitian yang berbeda yaitu di Bali dan sampel yang digunakan adalah generasi Z.

3. Pangestika & Ruslati (2019) dengan penelitian berjudul Literasi dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal dengan metode analisis data yaitu regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi, literasi keuangan dan efikasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan variabel literasi keuangan dalam penelitian yang akan dilaksanakan. Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah jumlah sampel dan tempat pelaksanaan penelitian. penelitian ini akan dilaksanakan di daerah Bali dengan sampel yaitu generasi Z yang ada di Bali.
4. Sari *et al* (2020) dengan penelitian berjudul Pengaruh Literasi, Inklusi Keuangan dan Perkembangan *Financial Technology* terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro)

dengan metode analisis data yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan, inklusi keuangan dan perkembangan *financial technology* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan variabel *financial technology* dan literasi keuangan serta topik yang diambil adalah mengenai perilaku keuangan. Perbedaan penelitian terdahulu tersebut menggunakan sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro serta jumlah sampel yang digunakan cukup terbatas, sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan sampel generasi Z di Bali. Selain itu.

5. Zakirual & Rahmawati (2020) dengan penelitian yang berjudul Faktor-faktor yang Berkontribusi terhadap Perilaku *Herding* pada Investor Saham Ritel di Bursa Efek Indonesia dengan teknik *purposive sampling* dalam penentuan sampel, dimana hasil penelitian menunjukkan ada dua faktor yang membentuk perilaku *herding* yaitu *social proof* dan *bandwagon effect*. *Bandwagon effect* memiliki pengaruh positif signifikan dalam membentuk perilaku *hearing* pada investor saham ritel di bursa efek Indonesia. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan teknik penentuan sampel berupa *purposive sampling* dan meneliti variabel *bandwagon effect*. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini

adalah tempat pelaksanaan penelitian dan sampel yang akan digunakan, adapun sampel dari penelitian saat ini adalah generasi Z di Bali.

6. Rosdiana (2020) dengan penelitian berjudul *Investment Behavior in Generation Z and Millennial Generation* dengan teknik *non-probability sampling* khususnya *accidental sampling* dalam penentuan jumlah sampel. Hasil penelitian menunjukkan faktor literasi keuangan, perilaku tidak rasional, resiko minimal, dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama meneliti mengenai faktor literasi keuangan terhadap minat berinvestasi. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah tempat pelaksanaan penelitian dan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah generasi Z di Bali.
7. Utami & Sinanggang (2021) dengan penelitian berjudul *The Analysis of Financial Literacy and its Impact on Investment Decisions : A Study on Generation Z in Jakarta* dengan pengumpulan sampel melalui teknik *convenience sample*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama meneliti mengenai pengaruh variabel literasi keuangan terhadap peningkatan minat berinvestasi Generasi Z di pasar modal. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini

adalah tempat pelaksanaan penelitian dan sampel yang akan digunakan dalam penelitian saat ini yaitu generasi Z di Bali.

8. Saputra *et al* (2021) dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal dengan Perkembangan Teknologi Digital sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro) dengan metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dimana hasil dari penelitian menunjukkan literasi keuangan, inklusi keuangan dan perkembangan *financial technology* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan variabel *financial technology* dan topik yang diambil adalah mengenai perilaku keuangan. Perbedaan penelitian terdahulu yaitu menggunakan sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan sampel generasi Z di Bali.

9. Gunawan *et al* (2021) dengan penelitian berjudul Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung dengan teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap peningkatan minat berinvestasi di pasar modal. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama

menggunakan variabel literasi keuangan dan topik yang diambil adalah mengenai perilaku keuangan. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah populasi, sampel serta tempat pelaksanaan penelitian. penelitian akan dilaksanakan di daerah Bali dan sampel yang digunakan adalah generasi Z di Bali.

10. Viana *et al* (2021) dengan penelitian berjudul Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek dengan teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi, sedangkan inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan minat investasi. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan variabel penelitian yaitu literasi keuangan dan topik yang diambil adalah mengenai perilaku keuangan. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah tempat pelaksanaan penelitian dan sampel yang akan digunakan. Penelitian saat ini dilaksanakan di daerah Bali dan sampel dari penelitian yang digunakan adalah generasi Z di Bali.

11. Ovami & Lubis (2021) dengan penelitian berjudul Peningkatan Minat Berinvestasi melalui Literasi Keuangan Pasar Modal dengan metode pelaksanaan klasikal dan individual. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan minat berinvestasi siswa maupun guru dalam melaksanakan investasi di pasar modal. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini

adalah sama-sama meneliti mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap minat berinvestasi. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah tempat pelaksanaan penelitian dan sampel yang akan digunakan. Penelitian saat ini dilaksanakan di daerah Bali dan sampel dari penelitian yang digunakan adalah generasi Z di Bali.

12. Utami & Sinanggang (2021) dengan penelitian berjudul Peran Literasi Keuangan dan Perkembangan Teknologi *Finansial* terhadap Minat Berinvestasi pada Masa Pandemi Covid-19 dengan metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi *financial* (*fintech*) tidak memiliki pengaruh terhadap investasi, sedangkan literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama meneliti mengenai pengaruh variabel *financial technology* dan literasi keuangan terhadap peningkatan minat berinvestasi di pasar modal. Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah tempat pelaksanaan penelitian dan sampel yang akan digunakan.

13. Khofifa *et al* (2022) dengan penelitian berjudul Pengaruh *Financial Technology* terhadap Perilaku Keuangan dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo dengan teknik pengolahan data menggunakan analisis Smart PLS (*Partial Least Square*) dimana hasil penelitian menunjukkan dengan adanya *financial*

technology memudahkan kegiatan mahasiswa dalam melakukan transaksi dan hal tersebut mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa dalam menabung atau melakukan investasi. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan variabel *financial technology* dalam penelitiannya. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu penelitian terdahulu menggunakan sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan sampel generasi Z di Bali.

14. Risnawati & Mudiarti (2022) dengan penelitian yang berjudul Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial untuk Investasi di Pasar Modal melalui Teknologi *Fintech* dengan teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya perkembangan *financial technology* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi mahasiswa karena memudahkan pelaksanaan investasi tidak hanya melalui *smartphone*. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan variabel *financial technology*. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah populasi, sampel dan tempat pelaksanaan penelitian. Penelitian saat ini dilaksanakan di daerah Bali dan sampel dari penelitian yang digunakan adalah generasi Z di Bali.

15. Santoso & Dewi (2022) dengan penelitian berjudul Pengaruh Strategi *Dollar Cost Averaging*, Persepsi Risiko, dan *Bandwagon Effect* terhadap Minat Berinvestasi Saham pada Mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha dengan metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *dollar cost averaging*, *bandwagon effect* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham, sedangkan faktor persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa S1 Akuntansi Undiksha. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama meneliti pengaruh variabel *bandwagon effect* terhadap minat berinvestasi. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah tempat pelaksanaan penelitian dan sampel yang akan digunakan dalam penelitian saat ini adalah generasi Z di Bali. Penelitian saat ini dilaksanakan di daerah Bali dan sampel dari penelitian yang digunakan adalah generasi Z di Bali.

16. Ningrum & Janrosi (2023) dengan penelitian berjudul Analisis Pengetahuan, Pemahaman dan *Bandwagon Effect* terhadap Minat Investasi Mahasiswa pada Prodi Akuntansi di Kota Batam dengan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pengetahuan dan pemahaman investasi secara bersama berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa sedangkan *bandwagon effect* berpengaruh

negatif signifikan terhadap minat berinvestasi. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama menggunakan faktor penelitian yaitu *bandwagon effect* terhadap minat berinvestasi. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah tempat pelaksanaan penelitian dan sampel yang akan digunakan. Penelitian saat ini dilaksanakan di daerah Bali dan sampel dari penelitian yang digunakan adalah generasi Z di Bali.

17. Hariyani *et al* (2023) dengan penelitian berjudul *The Influence of Financial Technology, Financial Literacy and Financial Efficacy on Student's Interest in Investing* dengan metode analisis data yang digunakan adalah *multiple linier regression*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *financial technology* dan *financial efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan minat berinvestasi, sedangkan literasi keuangan menunjukkan pengaruh negatif atau tidak signifikan terhadap minat berinvestasi pada dunia pasar modal. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama meneliti mengenai variabel *financial technology* dan literasi keuangan dalam peningkatan minat berinvestasi di pasar modal. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah tempat pelaksanaan penelitian dan sampel yang akan digunakan. Penelitian saat ini dilaksanakan di daerah Bali dan sampel dari penelitian yang digunakan adalah generasi Z di Bali.