

STRATEGI EDUKASI PASAR MODAL DI ERA PANDEMI KEPADA MILLENNIAL INDONESIA TAHUN 2021

Elvi Thaharrah¹⁾, Ali Masjono Muchtar²⁾, dan Zulmaita³⁾

¹⁾Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Jalan Prof. DR. G.A. Siwabessy, Depok, 16424

²⁾Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Jalan Prof. DR. G.A. Siwabessy, Depok, 16424

³⁾Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Jalan Prof. DR. G.A. Siwabessy, Depok, 16424
elvi.thaharrah.ak17@mhs.wpnj.ac.id

Abstract

Several programs have been carried out by Indonesia Stock Exchange (IDX) to increase investment literacy. There are, Capital Market Study Group (KSPM), Campaign of Yuk Nabung Saham (YNS), and Investment Gallery. The problem that identified is how the IDX programs mostly only perceived by people with an economic study background. Previous study has revealed how Influencer Media, Films, and Technology are used as strategies to grow literacy not only economic student but for the whole society. This study aims to examine whether IDX programs in the form of Knowledge, Media, and Technology have an effect to increasing investment literacy, especially for millennials in the pandemic era. This study uses a questionnaire method which is processed by using multiple linear analysis. As for the result of this study, Knowledge, Media, and Technology have a significant influence on increasing literacy.

Keywords: *Influencer, Knowledge, Media, Technology and Literacy.*

Abstrak

Beberapa program telah dijalankan Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk meningkatkan literasi investasi terhadap masyarakat Indonesia. Diantaranya, Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM), Kampanye Yuk Nabung Saham (YNS), dan Galeri Investasi. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana program – program BEI sebagian besar hanya dirasakan oleh orang-orang dengan latar belakang pendidikan ekonomi. Penelitian terdahulu mengungkapkan bagaimana media *influencer*, film, dan juga teknologi digunakan sebagai strategi untuk menumbuhkan literasi masyarakat secara menyeluruh. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah program-program BEI berupa *knowledge*, media, dan teknologi berpengaruh terhadap peningkatan literasi investasi khususnya kepada milenial di era pandemi. Penelitian ini menggunakan metode angket kuesioner yang diolah dengan program SPSS menggunakan analisis linear berganda. Adapun hasil dari penelitian ini, ketiga variabel yang diajukan peneliti yaitu *knowledge*, media, dan teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan literasi investasi milenial di Indonesia.

Kata Kunci: *Influencer, Knowledge, Media, Teknologi, dan Literasi.*

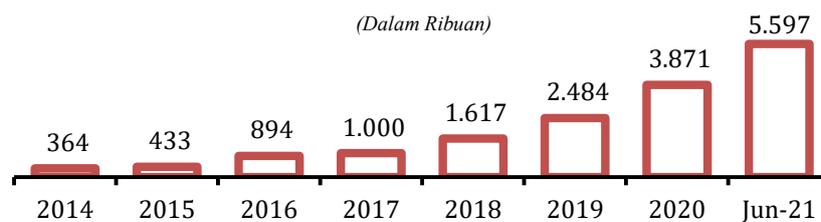
PENDAHULUAN

I. Latar Belakang

Pada 2014, industri pasar modal di Indonesia memiliki jumlah peminat yang sangat minim. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi investasi di masyarakat Indonesia pada saat itu hanyalah 0.11% (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Melihat hal ini, BEI sebagai lembaga yang memfasilitasi kegiatan

pasar modal merancang berbagai strategi untuk meningkatkan literasi masyarakat Indonesia terutama di bidang investasi.

Strategi tersebut diantaranya mengembangkan program *knowledge* yakni, penyebaran Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM), kampanye Yuk Nabung Saham (YNS), dan fasilitas galeri investasi di berbagai perguruan tinggi (Yuwono, 2015). Dadag (2017) menjelaskan keberhasilan program-program ini ditandai dengan meningkatnya jumlah *Single Investor Identification* (SID) secara signifikan dari tahun ke tahun. Adapun peningkatan tersebut dapat dilihat melalui diagram berikut.



Gambar 1
Diagram Pertumbuhan *Single Investor Identification* (SID)
di Indonesia Periode 2014 – 2020

Sumber: Data diolah Peneliti, 2021

Meskipun persentase menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun, tak dipungkiri bahwa jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia pada semester I 2021 yaitu 272.229 juta, maka persentase investor Indonesia hanyalah sebesar 2%. Menurut Uly (2020), ini sangat jauh dari negara-negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura yang memiliki 9% dan 26% investor dari jumlah penduduknya.

Memasuki masa Pandemi (*Covid-19*) pada awal 2020, dunia mulai beradaptasi dengan melahirkan fenomena-fenomena baru. Diantara fenomena tersebut, terdapat beberapa yang berhubungan dengan pasar modal di Indonesia. Diantaranya muncul berbagai *influencer* saham, film-film berlatar belakang investasi, dan fitur-fitur teknologi baru. Menurut Sidik (2021), *influencer* saham yang terkenal diantaranya Kaesang Pengarep, Raffi Ahmad, dan *Chef* Arnold. Adapun beberapa film yang dimaksud diantaranya terdapat di kanal youtube Raditya, series Netflix Startup, dan Itaweon Class.

Seperti yang sebelumnya disebutkan, fitur-fitur baru yang berperan dalam fenomena pasar modal Indonesia yakni fitur investasi secara mandiri (Fiansyah, 2020). Contohnya, fitur Reksadana pada Tokopedia, atau Buka Reksa pada Bukalapak.

Lahirnya fitur-fitur ini di berbagai aplikasi *smartphone*, membuat pengguna dengan mudahnya dapat mengakses industri pasar modal. Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor reksadana di Indonesia pada akhir 2020 sejumlah 3.16 juta investor, naik 78.38% dari tahun sebelumnya yaitu hanya 1.77 juta. Diketahui dari kenaikan jumlah tersebut, 54.52% membuka rekening reksadana secara mandiri menggunakan bantuan teknologi (PT Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2020).

Penelitian terdahulu telah meneliti bagaimana media yang terdiri dari film dan *influencer* serta teknologi dapat meningkatkan literasi seseorang. Media seperti *influencer* dan film menurut penelitian (Veirman, et al. 2017) dan (Chouduri, et al., 2016) mempengaruhi seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. Pada *influencer*, orang cenderung memiliki kepercayaan terkait apa yang disampaikan *influencer*, sedangkan film menampilkan tokoh dan plot cerita yang dapat mengubah perilaku penontonnya. Selanjutnya, penelitian terkait teknologi dalam meningkatkan literasi pernah diteliti oleh Nwokeoma, et al. (2017) dimana teknologi dapat memberi kemudahan untuk memahami sesuatu dengan cara belajar menerimanya. Kemudahan akses yang disediakan membuat orang-orang mudah menerima teknologi sebagai bagian dari hidupnya.

Berdasarkan uraian tersebut, *knowledge* (X1) yang terdiri dari program BEI yaitu KSPM, YNS, dan Galeri Investasi, media (X2) yang terdiri dari *influencer* dan film, serta teknologi (X3) yang terdiri dari kemudahan penggunaan dan penerimaan teknologi diasumsikan sebagai variabel (X) yang memiliki pengaruh terhadap peningkatan literasi investasi (Y). Adapun selain mengidentifikasi asumsi peneliti, penelitian ini juga bertujuan untuk mendesain strategi yang tepat untuk digunakan dalam meningkatkan literasi investasi di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Jenis data penelitian ini adalah data kuantitatif dengan objek generasi milenial usia 21 – 35 tahun. Jumlah responden yang ditentukan peneliti minimal 120 berdasarkan teori (Hair, Black, Babin, & Anderson, 1998). Sumber data penelitian adalah data primer dengan pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling*. Data diambil melalui kuesioner dan diolah dengan metode analisis linear berganda melalui software SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Uji Validitas dan Reabilitas**

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	r hit	r tabel	Ket.
Knowledge (X1)	X1.1	0.529	0.361	Valid
	X1.2	0.620	0.361	Valid
	X1.3	0.581	0.361	Valid
	X1.4	0.579	0.361	Valid
	X1.5	0.572	0.361	Valid
	X1.6	0.370	0.361	Valid
	X1.7	0.461	0.361	Valid
	X1.8	0.674	0.361	Valid
	X1.9	0.452	0.361	Valid
Media (X2)	X2.1	0.778	0.361	Valid
	X2.2	0.706	0.361	Valid
	X2.3	0.731	0.361	Valid
	X2.4	0.624	0.361	Valid
	X2.5	0.756	0.361	Valid
	X2.6	0.634	0.361	Valid
Teknologi (X3)	X3.1	0.725	0.361	Valid
	X3.2	0.819	0.361	Valid
	X3.3	0.785	0.361	Valid
	X3.4	0.879	0.361	Valid
	X3.5	0.886	0.361	Valid
	X3.6	0.566	0.361	Valid
Literasi Investasi (Y)	Y.1	0.846	0.361	Valid
	Y.2	0.767	0.361	Valid
	Y.3	0.845	0.361	Valid

Sumber : Output SPSS, data diolah Peneliti 2021.

Tabel 3
Hasil Uji Reabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standard	Ket.
Knowledge	0.683	0.600	Reliabel
Media	0.795	0.600	Reliabel
Teknologi	0.867	0.600	Reliabel
Literasi Investasi	0.754	0.600	Reliabel

Sumber: Output SPSS, data diolah Peneliti, 2021.

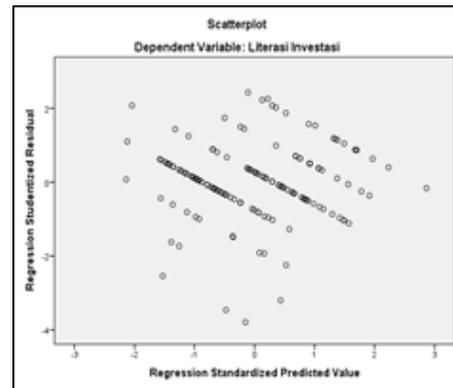
Hasil uji validitas dengan Korelasi *Pearson* terhadap variabel X1, X2, X3 dan Y diperoleh nilai r hitung setiap item memenuhi syarat yaitu > 0.361 sehingga semua item pertanyaan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* terhadap variabel X1, X2, X3 dan Y diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* memenuhi syarat yaitu > 0.6 sehingga variabel yang digunakan adalah reliabel. Uji selanjutnya adalah uji asumsi klasik.

Uji Normalitas dan Uji Heterokedastisitas

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas dengan Uji
Kolmogorov - Smirnov

		Unstandardized Residual
<i>N</i>		152
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.96856229
	Absolute	0.092
Most Extreme Differences	Positive	0.075
	Negative	-0.092
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		1.131
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0.155

Sumber: Output SPSS, data diolah Peneliti, 2021.



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatter Plot ZPRED dan SRESID

Sumber: Output SPSS, data diolah Peneliti, 2021.

Hasil uji normalitas residual menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,155 sehingga nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($p > 0,05$) artinya residual mengikuti distribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi. Selanjutnya, hasil uji asumsi heterokedastisitas menggunakan grafik *Scatterplot* antara *Regression Standardized Predicted Value* (ZPRED) dengan *Regression Studentized Residual* (SRESID) diketahui titik-titik plot tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu sehingga asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

Uji Multikolinieritas dan Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5
Uji Multikolinieritas dengan Uji VIF

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
1 Knowledge	.868	1.152
Media	.916	1.092
Teknologi	.895	1.118

Sumber: Output SPSS, data diolah Peneliti, 2021.

Tabel 6
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3.615	.864		4.185	.000
Knowledge	.111	.024	.308	4.634	.000
Media	.054	.021	.169	2.606	.010
Teknologi	.196	.031	.420	6.407	.000

Sumber: Output SPSS, data diolah Peneliti, 2021.

Hasil uji multikolinieritas menggunakan uji VIF diperoleh nilai VIF variabel bebas X1, X2, dan X3 kurang dari 10 ($VIF < 10$) artinya tidak ditemukan masalah multikolinieritas dalam model sehingga asumsi multikolinieritas terpenuhi. Selanjutnya, berdasarkan tabel hasil regresi maka diperoleh kesimpulan berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 3,615 menunjukkan tanpa adanya pengaruh dari *knowledge* (X1), media (X2), dan teknologi (X3) maka nilai literasi investasi (Y) adalah 3,615.
2. Nilai koefisien *knowledge* (X1) sebesar 0,111 menunjukkan adanya pengaruh positif antara *knowledge* (X1) terhadap literasi investasi (Y), artinya setiap peningkatan nilai *knowledge* (X1) akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai literasi investasi (Y).
3. Nilai koefisien media (X2) sebesar 0,054 menunjukkan adanya pengaruh positif antara media (X2) terhadap literasi investasi (Y), artinya setiap peningkatan nilai media (X2) akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai literasi investasi (Y).
4. Nilai koefisien teknologi (X3) sebesar 0,196 menunjukkan adanya pengaruh positif antara teknologi (X3) terhadap literasi investasi (Y), artinya setiap peningkatan nilai teknologi (X3) akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai literasi investasi (Y).

Uji Hipotesis

Uji Parsial dan Uji Simultan

Tabel 7
Hasil Uji Parsial

Model	t	Sig.
(Constant)	4.185	.000
1 <i>Knowledge</i>	4.634	.000
Media	2.606	.010
Teknologi	6.407	.000

Tabel 8
Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	107.819	3	35.940	37.549	.000 ^b
Residual	141.655	148	.957		
Total	249.474	151			

Sumber: Output SPSS, data diolah Peneliti, 2021.

Sumber: Output SPSS, data diolah Peneliti, 2021.

Dari tabel 7 dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. *Knowledge* (X1)
Nilai t hitung (4,634) lebih dari t tabel (1,976) artinya terdapat pengaruh signifikan antara *knowledge* (X1) terhadap literasi investasi (Y).
2. Media (X2)
Nilai t hitung (2,606) lebih dari t tabel (1,976) artinya terdapat pengaruh signifikan antara media (X2) terhadap literasi investasi (Y).
3. Teknologi (X3)

Nilai t hitung (6,407) lebih dari t tabel (1,976) artinya terdapat pengaruh signifikan antara teknologi (X3) terhadap literasi investasi (Y).

Selanjutnya, hasil pengujian secara simultan (Tabel 8) dengan uji F didapatkan nilai F hitung (37,549) lebih dari F tabel (2,666) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara *knowledge* (X1), media (X2), dan teknologi (X3) terhadap literasi investasi (Y) secara simultan.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.432	.421	.9783

Sumber: Output SPSS, data diolah Peneliti, 2021.

Hasil koefisien determinasi didapatkan nilai R Square sebesar 0,432 artinya bahwa besar pengaruh terhadap variabel literasi investasi (Y) yang dijelaskan oleh variabel *knowledge* (X1), media (X2), dan teknologi (X3) adalah sebesar 43,2 persen, sedangkan sisanya 56,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *knowledge*, media, dan teknologi sama-sama memiliki pengaruh terhadap peningkatan literasi investasi baik secara simultan maupun parsial. Selanjutnya, berdasarkan hal ini hasil penelitian, peneliti membuat desain strategi yang dapat diterapkan oleh BEI maupun lembaga investasi lainnya sebagai berikut:

Tabel 10
Desain Strategi Edukasi Pasar Modal

No.	Variabel	Inovasi Strategi yang direkomendasikan Peneliti	Implementasi
1	<i>Knowledge</i> (X1)	<ol style="list-style-type: none"> Memperluas target KSPM dari mahasiswa ekonomi menjadi mahasiswa setiap jurusan. Pengenalan KSPM dapat dilakukan dengan “<i>Bottom to Top</i>” atau dimulai dari jurusan yang ada, lalu ke tingkat kampus, serta menjadi <i>influencer</i> bagi kampus-kampus lain. Dalam hal ini, KSPM dapat bertugas sebagai <i>influencer</i> dari akademis langsung. Memperluas target KSPM ke siswa-siswa SMA/K sederajat sebagaimana sesuai dengan kurikulum yang baru, sebagian telah mempelajari dasar-dasar pasar modal. KSPM dapat mengadakan kompetensi, webinar, dan sebagainya. 	<ol style="list-style-type: none"> BEI mengadakan kerjasama dengan berbagai perusahaan sekuritas untuk mengadakan kegiatan praktik secara online terhadap KSPM dan dibina langsung oleh ahlinya. BEI bekerja sama dengan Pihak Kampus untuk memperluas relasi KSPM dari yang sebelumnya hanya di jurusan ekonomi menjadi lebih umum. Membuat Galeri Investasi Virtual menjadi program perguruan tinggi di masa Pandemi. Dengan begitu, kegiatan praktik bersama tetap terlaksana dengan efektif tanpa mengurangi intensitas pembelajaran.

No.	Variabel	Inovasi Strategi yang direkomendasikan Peneliti	Implementasi
2	Media	Mewujudkan wacana kerjasama dengan <i>influencer</i> dan industri film Indonesia untuk mengangkat latar belakang investasi sebagai konten edukasi dan mengemasnya melalui film atau unggahan yang lebih menarik.	1. Menjadikan <i>influencer</i> dan film sebagai media belajar investasi yang interaktif. Seperti mengajak <i>influencer</i> sebagai <i>brand ambassador</i> suatu program BEI dan ikut mengkampanyekannya melalui webinar dan kegiatan-kegiatan lainnya. 2. Bekerja sama dengan berbagai penulis film untuk banyak mengangkat latar belakang investasi melalui film.
3	Teknologi	Menjadikan setiap <i>smartphone</i> yang luncur di Indonesia secara otomatis memiliki widget atau aplikasi untuk memantau pergerakan harga pasar modal seperti yang dilakukan Amerika pada <i>Iphone</i> .	Melakukan kerjasama dengan berbagai perusahaan <i>smartphone</i> untuk melakukan install pabrik secara default widget pemantau harga dan pergerakan saham serta analisa ekonomi secara singkat.

Sumber: Data diolah Peneliti, 2021.

DAFTAR PUSTAKA

Chouduri, G., Ojha, R., Negi, T., Varun, G., Saxena, S., Chouburi, A., et al. (2016).

A school-based intervention of screening a movie to increase hepatitis B vaccination evels among students in Uttar Pradesh, India: impact on knowledge, awareness, attitudes and vaccination levels. *Hepatology, Medicine and Policy*, 2.

Hair, Black, Babin, & Anderson. (1998).

Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2021, Juni). *Statistik Publik*. Retrieved September 27, 2021, from <http://ksei.co.id>

Nwokeoma, M., Ibrahim, N. A., Ogiamien, L. O., Olawoyin, O. R., Nwokeoma, N. M., Ilo, P. I., et al. (2019). Effect of Perceived Ease of Use on Librarian's E-Skills : Basis for Library Technology Acceptace . *Elsevier, Library and Information Science Research* .

Otoritas Jasa Keuangan. (2019). Hasil Survei Literasi Dan Inklusi Keuangan Nasional Meningkat. Retrieved Juni 8, 2021, from <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20549>

Veirman, D. M., Caurberghe, V., & Hudders, L. (2017, Juli 14). Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*(10.1080/02650487.2017.1348035).

We Are Social. (2021, Februari 11). Digital 2021: Indonesia.

Yuwono. (2015).