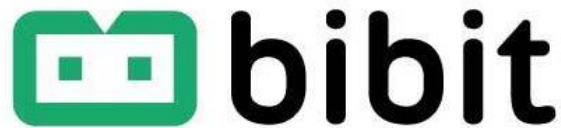


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan
sumber : situs resmi perusahaan Bibit

Bibit merupakan aplikasi investasi terutama reksa dana untuk membantu investor pemula dalam memulai berinvestasi. Dengan menyesuaikan berdasarkan level resiko tanpa bingung, tanpa pengalaman, dan terima beres.

Bibit juga telah menggunakan riset dari pemenang *Nobel Prize Modern Portfolio Theory* yang dimana akan membantu investor dalam menyesuaikan reksa dana yang cocok dengan profil resiko yang ingin di terima, sehingga investasi dapat berjalan sesuai dari kesanggupan para investor.

Kemudian tentang reksa dana yang ditawarkan oleh bibit merupakan sebuah paket investasi yang dikelola oleh manajer investasi profesional yang berpengalaman di pasar modal. Paket ini sendiri berisikan dengan beberapa jenis investasi seperti saham, obligasi, atau pasar uang.

Bibit juga telah memilih manajer investasi dengan performa yang konsisten dan bereputasi yang baik sebelum menjalin kerjasama, sehingga investor tidak perlu khawatir dengan performa dari para manajer investasi tersebut.

Bibit sendiri juga merupakan bagian dari startup investasi yaitu stockbit, yang berdiri pada tahun 2013. Stockbit pun menerbitkan bibit yang berbasis robo advisor di tahun 2019. Yang memungkinkan para investor memulai investasi dari Rp 10 ribu.

Bibit juga telah mendapatkan lisensi dari Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2018 sebagai agen yang menjual reksa dana. Di awal kemunculannya, Wellson Lo mendirikan bibit pada tahun 2019 dan stockbit pada tahun 2012. Lalu di tahun 2020, PT Bibit Tumbuh Bersama mengumumkan adanya perubahan struktur pada kepemimpinan perusahaannya. Sigit Kouwagam yang sebelumnya menduduki posisi Direktur, akhirnya ditunjuk sebagai Presiden Direktur menggantikan Wellson Lo.

Berdasarkan katadata.co.id pada Juli 2021, bahwa bibit telah mencapai satu juta pengguna dan telah mengelola dana sebesar lebih dari lima triliun rupiah. Hal ini menunjukkan sudah semakin tinggi minat masyarakat terhadap investasi.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di era modern ini telah banyak terjadi perubahan dari berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama ketika pandemi COVID - 19 melanda seluruh dunia. Dampak yang begitu dirasakan salah satunya pada sektor perekonomian, ada beberapa dampak yang terjadi seperti melemahnya daya beli masyarakat, pelemahan ekonomi daerah dan nasional, pergeseran pola bisnis serta model bisnis, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, serta menurunnya angka investasi di berbagai sektor usaha (DPRD, 2021).

Hal ini juga yang menjadikan masyarakat Indonesia mencari cara untuk tetap bisa menjaga kestabilan keuangan dalam memenuhi kebutuhan harian selama hingga setelah pandemi, dan yang menjadi sorotan adalah berbagai instrumen investasi yang bermunculan dengan penawaran yang menarik. Dikutip dari bareksa.com (2021) berdasarkan hasil studi Schroders menyebutkan pandemi telah mengubah perilaku investor secara drastis yang membuat masyarakat Indonesia banyak menghabiskan waktunya dengan fokus pada keuangan mereka (Malik, 2023).

Sehingga kondisi pandemi mempengaruhi perilaku masyarakat Indonesia terhadap keuangan dengan melakukan investasi sebagaimana yang disampaikan pada berita Liputan6.com dengan pertumbuhan dari tahun 2020-2021 mencapai

lebih dari 100 persen, namun melakukan investasi tidaklah secara asal-asalan di karenakan butuh pemahaman untuk menentukan keputusan investasi.

Dalam menentukan keputusan investasi yang akan diambil, memerlukan pemahaman literasi keuangan yang baik secara mendasar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada tahun 2013 oleh OJK diperlukan pelaksanaan edukasi untuk meningkat literasi keuangan masyarakat. Dikutip dari ojk.go.id (2022) telah membagi tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia menjadi empat, yaitu:

1. *Well literate* (21,84 %), yakni memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan (*Literasi Keuangan, 2017*).
2. *Sufficient literate* (75,69 %), memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan (*Literasi Keuangan, 2017*).
3. *Less literate* (2,06 %), hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan (*Literasi Keuangan, 2017*).
4. *Not literate* (0,41%), tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan (*Literasi Keuangan, 2017*).

Berdasarkan pernyataan Ketua Dewan Komisioner Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) Purbaya Yudhi Sadewa menyatakan dana simpanan masyarakat yang ada di sistem perbankan mengalami pertumbuhan yang baik. Data per Juni 2022 menunjukkan bahwa simpanan masyarakat mampu bertumbuh hingga sebesar 9,1 persen secara tahunan (*year-on-year/yoy*), masyarakat pun juga kian tertarik dengan melakukan investasi di pasar modal. Purbaya juga mengungkapkan per Juli 2022, bahwa jumlah investor Indonesia mencapai 9,3 juta investor, yang dimana

peningkatan ini terjadi di semua jenis investor, baik investor saham, investor reksa dana, maupun investor SBN (Anggraeni, 2022).

Dilansir dari bkpm.go.id, bahwa nilai investasi telah meningkat 3,7% pada kuartal ketiga 2021 dibandingkan 2020. Bahlil Lahidalia selaku Menteri Investasi menyatakan bahwa realisasi investasi Indonesia mencapai Rp216,7 triliun. Bertambahnya investasi ini juga menciptakan lapangan kerja. Dan menurut Bahlil, investasi asing pernah menyerap 1,1 juta pekerja langsung dan kemungkinan bertambah tiga kali lipat. Sebelumnya, target investasi bukanlah prioritas utama namun peluang yang ada memudahkan investor dalam berkontribusi pada rencana pembangunan nasional (*Tingkatkan Inovasi Dan Kualitas Investasi, BKPM Siap Menyongsong 2022*, 2017).

Berdasarkan ekon.go.id, bahwa Standard Chartered melakukan survei terhadap lebih dari 1.000 *Chief Financial Officer* (CFO) dan profesional keuangan senior pada perusahaan yang memiliki omset di atas USD 500 juta. Studi ini mengungkapkan, terlepas dari ketidakjelasan dikarenakan pandemi, pasar luar negeri tetap menjadi kunci utama pertumbuhan. Pada studi ini juga mengungkapkan adanya perhatian yang lebih besar pada investasi dalam teknologi digital. Survei tersebut juga mengungkapkan bahwa sebanyak 35 persen korporasi secara menyeluruh dan 43 persen korporasi di Amerika Serikat mengindikasikan soal persyaratan regulasi yang menjadi perhatian nomor satu diantara responden yang ingin berekspansi ke Indonesia (*Indonesia Jadi Tujuan Investasi Favorit, Pemerintah Terus Dorong Kemudahan Berinvestasi*, 2021).

Dilansir dari djkn.kemenkeu.go.id, menyatakan berdasarkan Data statistik publik yang dikeluarkan oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada bulan Januari 2021 menunjukkan bahwa terdapat peningkatan jumlah investor pasar modal yang signifikan. Data pada akhir tahun 2018 hingga akhir tahun 2019 menunjukkan kenaikan jumlah investor dari 1.619.372 menjadi 2.484.354. Peningkatan sebesar 53,41% ini masih lebih rendah dari data akhir tahun 2019 hingga 2020. Pada akhir tahun 2020, jumlah investor sudah mencapai 3.880.753 meskipun pandemi sedang berlangsung. Hal ini menandakan bisnis di pasar modal lebih menjadi pilihan masyarakat daripada bisnis *real* yang sedang terpuruk saat

pandemi ini karena adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) (Fadly, 2021).

Peningkatan pada jumlah investor, terkhusus investor ritel, dapat memberikan dampak yang baik pada dunia pasar modal. Harapan di tahun-tahun yang akan datang, transaksi yang ada di pasar modal dapat lebih sehat dengan semakin menjamurnya investor ritel. Maka dari itu, investor ritel perlu juga memperhatikan alasan-alasan melakukan transaksi, tidak hanya sekedar asal jual dan beli namun juga perlu mencari informasi lebih detail mengenai emiten tersebut berdasarkan informasi fundamental dan teknikal. Selain itu para investor harus selalu siap dengan kondisi yang tidak terduga, kondisi emosional yang stabil diperlukan untuk menghadapi situasi tersebut, dan dihibau memakai uang “dingin” dalam mengambil keputusan investasi, yakni yang tidak digunakan untuk tanggungan sehari-hari serta tetap jaga kesadaran saat bertransaksi di pasar modal (Fadly, 2021).

Berbagai instrumen investasi yang ada, yang sangat sesuai dengan tingkat kondisi literasi masyarakat Indonesia yang sudah mengetahui dan yakin terhadap lembaga keuangan serta produk dan jasa keuangan namun tidak memiliki kemampuan yang mumpuni adalah reksadana.

Reksadana adalah paket investasi yang berisikan berbagai instrumen investasi mulai dari saham, obligasi, hingga pasar uang dan dikelola secara professional oleh Manajer Investasi yang berpengalaman (bibit, 2022)

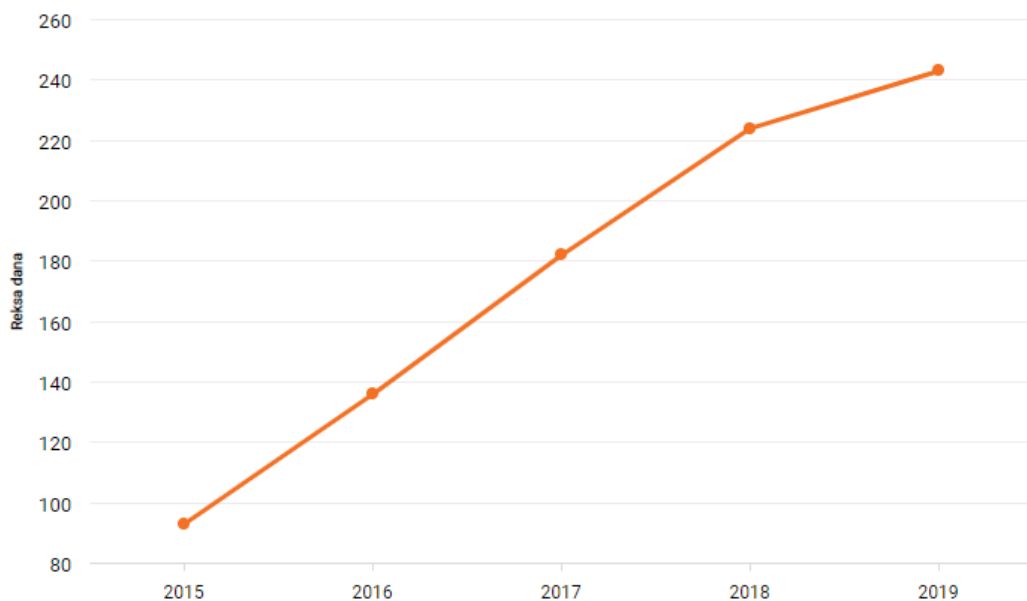
Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan investasi juga bukan hanya sekedar menjalankan namun juga sudah mulai menyadari aturan-aturan investasi yang sesuai syariat teruntuk bagi yang beragama Islam. Banyaknya potensi-potensi terjadinya pelanggaran syariat dalam investasi seperti riba dan sebagainya, menciptakan harapan bagi umat Islam untuk berinvestasi secara aman, terpercaya, mudah dan yang paling penting keberkahannya.

Dilansir dari bareksa.com tahun 2021, bahwa berdasarkan pernyataan *Vice President of Public Policy and Government Relation* Tokopedia Salam Astri Wahyuni, menyatakan transaksi reksadana syariah dan emas, mengalami pertumbuhan tidak hanya di masa Ramadhan namun juga terjadi peningkatan

hingga 68 kali dalam waktu kurun dua tahun terakhir. Astri memprediksi bahwa transaksi keuangan syariah ini akan lebih meningkat lagi, apalagi transaksi bisa dengan mudah dilakukan melalui *virtual account* dan *e-wallet*. Selain itu, pembukaan rekening bank syariah juga semakin mudah dengan menggunakan teknologi digital (Malik, 2021).

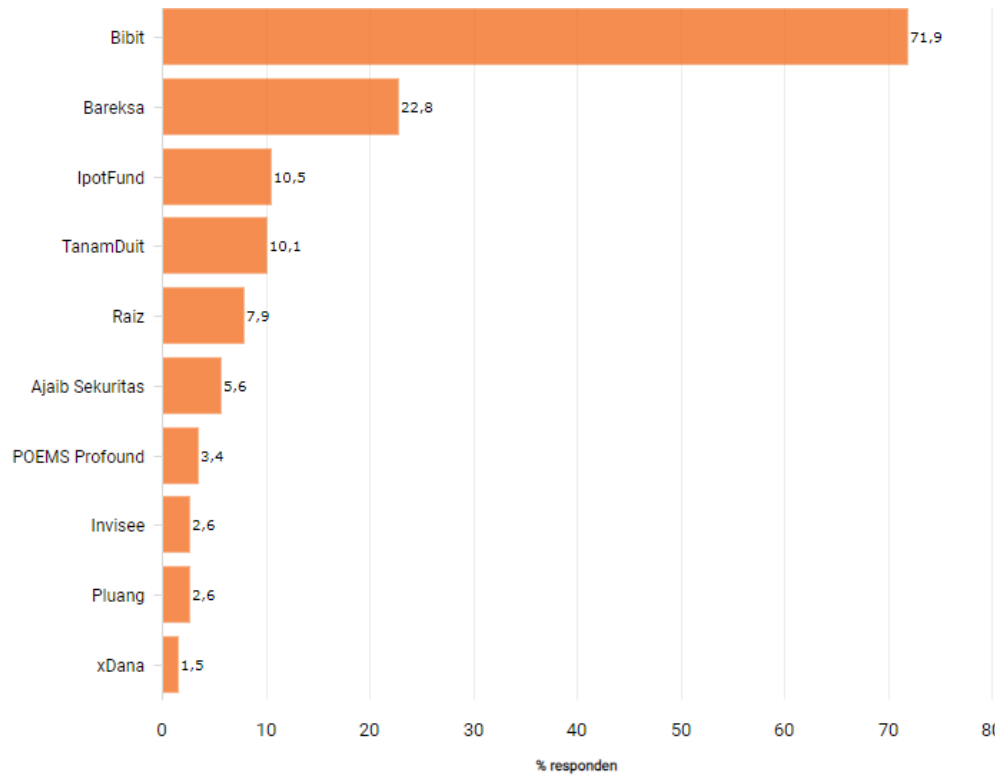
Dilansir dari suaramerdeka.com, melalui Komite KNEKS, pemerintah Indonesia masih terus berusaha dalam mengembangkan sektor keuangan syariah untuk mewujudkan Indonesia sebagai pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia. Pasar modal syariah pun memiliki potensi yang besar dalam mendukung kemajuan ekonomi syariah di Indonesia. Yang terlihat pada kontribusi pasar modal syariah terhadap produk domestik bruto (PDB) yang mencapai 29% pada tahun 2020, serta jika dilihat dari peningkatan jumlah investor di pasar modal saat ini menunjukkan peluang peningkatan kapitalisasi pasar modal syariah sangat tinggi (Red, 2021).

Kemudian dengan melihat perkembangan yang terjadi dari tahun ke tahun dari jumlah reksa dana syariah yang diterbitkan berdasarkan laporan perkembangan pasar modal syariah yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui databoks. Dengan statistik pertumbuhan tahunan sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Grafik pertumbuhan jumlah reksa dana syariah yang diterbitkan
Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan riset yang telah dilakukan databoks , bibit merupakan aplikasi investasi reksa dana yang menjadi favorit serta paling banyak digunakan di Indonesia. Dengan statistik pengguna berdasarkan riset adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 3 Grafik Pengguna Aplikasi Reksa Dana di Indonesia
sumber: databoks.katadata.co.id

Oleh karena itu, penulis memilih aplikasi bibit sebagai objek penelitian. Bibit telah mengantongi izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yang melegalkan bibit sebagai penjual reksa dana. Pada bibit sendiri telah ada penggunaan teknologi untuk mempelajari profil pengguna yang menyesuaikan investasi berdasarkan umur, penghasilan serta toleransi terhadap resiko.

Sehingga dengan adanya data yang menunjukkan aplikasi bibit sebagai platform berinvestasi reksa dana serta terdapat pertumbuhan dengan tren positif penerbitan reksa dana syariah, dapat disimpulkan terdapat korelasi dengan penjualan reksa dana pada aplikasi bibit.

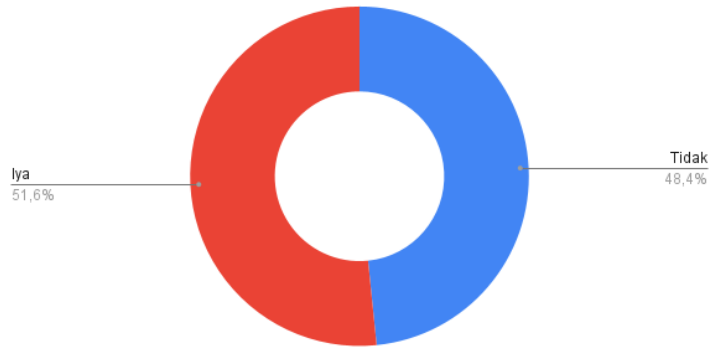
Namun di saat yang bersamaan tetap perlu adanya pengenalan kepada masyarakat bahwa sudah tersedianya platform berinvestasi sesuai syariat di

Indonesia, pada era ini juga penyampaian informasi sudah umum dilakukan melalui sosial media.

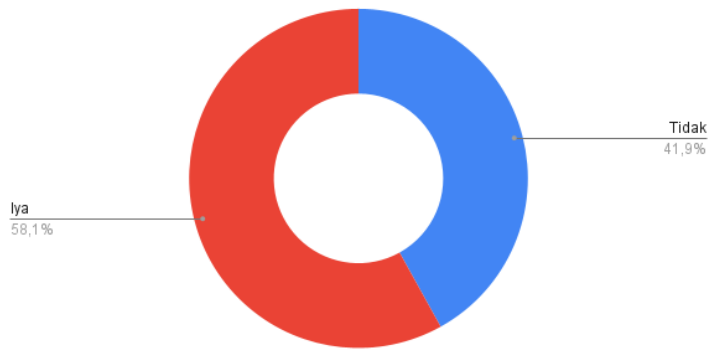
Berdasarkan dari buku konsep pemasaran *digital* oleh Ryan Kristo menjelaskan pentingnya melakukan pemasaran terutama secara internet karena pengguna mendapatkan kemampuan untuk berkomunikasi secara dua arah bahkan dapat langsung dilakukan kepada merek/usaha/penjual. Sehingga ini juga sejalan dengan yang disampaikan oleh Dave Chaffey seorang pelatih dan konsultan pemasaran *digital* dalam buku *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* tahun 2019

No	Pernyataan
1.	Apakah anda pernah membeli reksa dana syariah ?
2.	Apakah anda pernah mendapatkan informasi reksa dana syariah dari sosial media ?
3.	Apakah informasi sosial media menjadi faktor keputusan pembelian reksa dana syariah anda ?

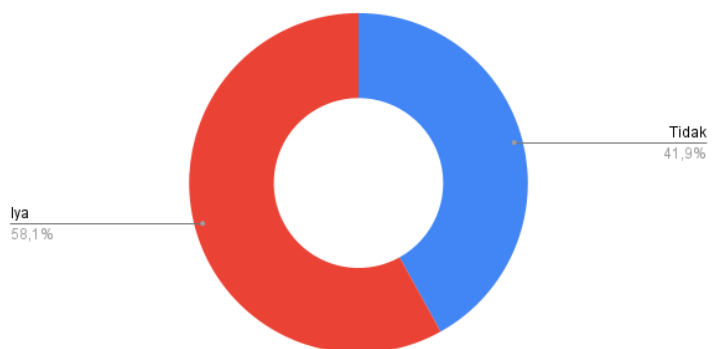
Berdasarkan pra-survey yang dilakukan kepada oleh penulis untuk mendapatkan gambaran terkait pengaruh dari media sosial terhadap keputusan pembelian reksa dana syariah yang dijabarkan kedalam tiga pertanyaan yaitu: "Apakah anda pernah membeli reksa dana syariah?" menghasilkan 51,6% menjawab "iya" pada gambar 1.4, lalu "Apakah anda sering mendapatkan informasi reksa dana syariah dari sosial media?" menghasilkan 58,1% menjawab "iya" pada gambar 1.5, dan "Apakah informasi sosial media menjadi faktor keputusan pembelian reksa dana syariah anda?" menghasilkan 58,1% menjawab "iya" pada gambar 1.6, sehingga berdasarkan hasil yang didapat menggambarkan bahwa sebagian besar pengguna bibit melakukan keputusan pembelian di karenakan pengaruh dari media sosial bibit.



Gambar 1. 4 Persentase jawaban sumber: di olah oleh penulis

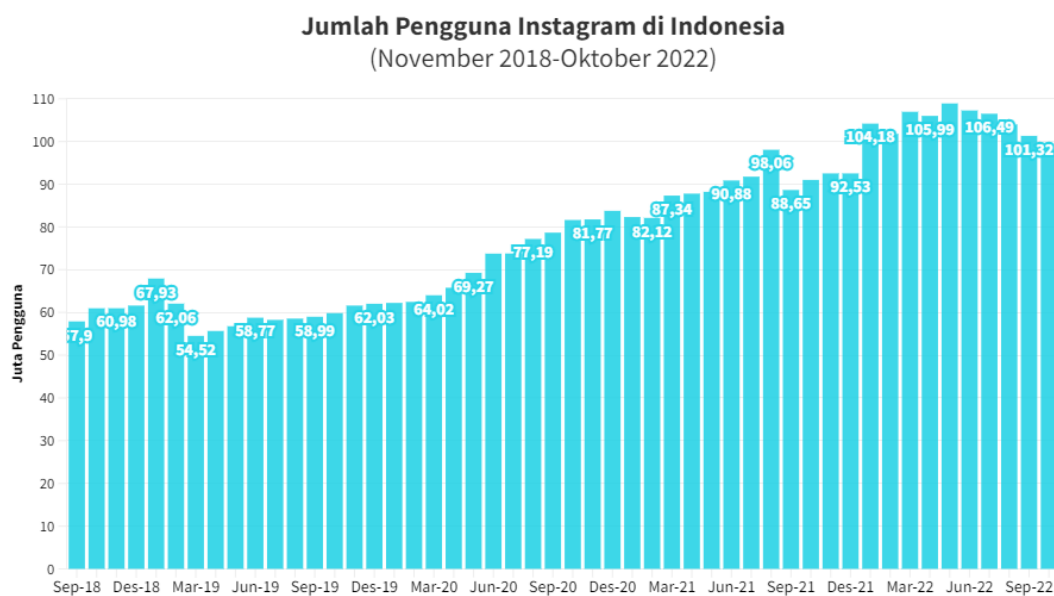


Gambar 1. 5 Persentase jawaban sumber: di olah oleh penulis



Gambar 1. 6 Persentase jawaban sumber: di olah oleh penulis

Berdasarkan penelitian Rulianti (2021), bahwa terdapat juga faktor-faktor lain seperti kemudahan, manfaat, resiko, dan pengaruh lingkungan juga berada dibawah pengawasan Dewan Pengawas Syariah serta di evaluasi secara berkala. Namun pada penelitian ini, penulis ingin melihat faktor-faktor tersebut dapat tersampaikan dan di kemas melalui pemasaran media sosial bibit.



Gambar 1. 7 Grafik Pertumbuhan Pengguna Instagram di Indonesia
sumber: dataindonesia.id

Pada fokus sosial media Bibit yang akan diteliti adalah Instagram, di karenakan di lansir dari *dataindonesia.id* berdasarkan survei yang dilakukan Napoleon Cat dan We Are Social telah mencapai lebih dari 90 juta pengguna dan menjadi terbesar keempat di dunia, hal ini juga karena Instagram sebagai platform yang memberikan dan menyajikan konten-konten yang menarik dengan fokus kepada visual daripada teks serta fitur yang interaktif seperti reply story, mention, dan sebagainya untuk para pengguna aplikasi bibit, tidak luput juga termasuk pemasaran reksa dana syariah melalui konten sosial media Instagram yang di kemas secara baik dan rapi.

Istilah-istilah dalam Reksa Dana Syariah



Bibit Syariah

Pekan Nabung Syariah

Nabung Berkah, Cashback Berlimpah!

Bank	Period	Cashback %	Minimum Transaction
BP	17-19 Okt	10%	Rp10.000
Bank Mandiri	20-22 Okt	10%	Rp10.000
Bank Rakyat	23-25 Okt	25%	Rp.750.000
Bank Jawa	26-28 Okt	30%	Rp1.000.000
BNI	29-31 Okt	50%	Rp.500.000
Suica	1-5 Nov	20%	Rp600.000

*S&K berlaku

Baca ini Kalau Kamu Investor dengan Preferensi Syariah





Gambar 1. 8 Screenshot konten media sosial Instagram Bibit
sumber: Instagram Bibit

Kemudian studi yang dilakukan memilih Bandung Raya sebagai objek penelitiannya, di karenakan termasuk kedalam wilayah yang diketahui oleh penulis serta memperkecil jangkauan penelitian untuk memudahkan penelitian atau memberikan batasan penelitian dan berdasarkan jabarprov.go.id bahwa Jawa Barat dinobatkan oleh Bursa Efek Indonesia sebagai provinsi dengan investor syariah terbanyak se-Indonesia pada tahun 2022, dengan menunjukkan Bandung Raya sebagai investor terbanyak pada statistik pasar modal yang diterbitkan oleh OJK september 2022.

Berdasarkan dari uraian-uraian diatas dan jawaban pra-survey yang dilakukan oleh penulis, maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Reksa Dana Syariah Pada Platform Bibit (Studi Pada Masyarakat Umum Di Bandung Raya)”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran pemasaran media sosial Bibit di Instagram pada masyarakat umum di Bandung Raya?
2. Bagaimana keputusan pembelian reksadana syariah pada masyarakat umum di Bandung Raya?
3. Seberapa besar pengaruh pemasaran media sosial Bibit di Instagram terhadap keputusan pembelian reksa dana syariah masyarakat umum di Bandung Raya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran pemasaran media sosial Bibit di Instagram pada masyarakat umum di Bandung Raya
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian reksadana syariah pada masyarakat umum di Bandung Raya
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemasaran media sosial Bibit di Instagram terhadap keputusan pembelian reksa dana syariah masyarakat umum di Bandung Raya

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir untuk memenuhi syarat lulus dari prodi S1 Administrasi Bisnis, di saat yang bersamaan juga mendapatkan wawasan terkait pengaruh sosial media dalam pemasaran.

2. Bagi perusahaan

Perusahaan mengetahui seberapa penting pemasaran menggunakan sosial media dalam mempengaruhi keputusan yang diharapkan perusahaan dapat memaksimalkan potensi pemasaran melalui sosial media

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam penulisan penelitian tugas akhir ini, terdapat sistematika penulisan penelitian yang telah diringkas terdiri dari Bab I sampai Bab V yang diuraikan sebagai berikut :

a. Bab I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan penelitian secara ringkas, umum, serta padat. Yang meliputi : Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. Bab II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang teori yang umum sampai khusus dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian.

c. Bab III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang pendekatan, metode, serta teknik penelitian yang akan digunakan untuk menganalisis agar menjawab masalah penelitian.