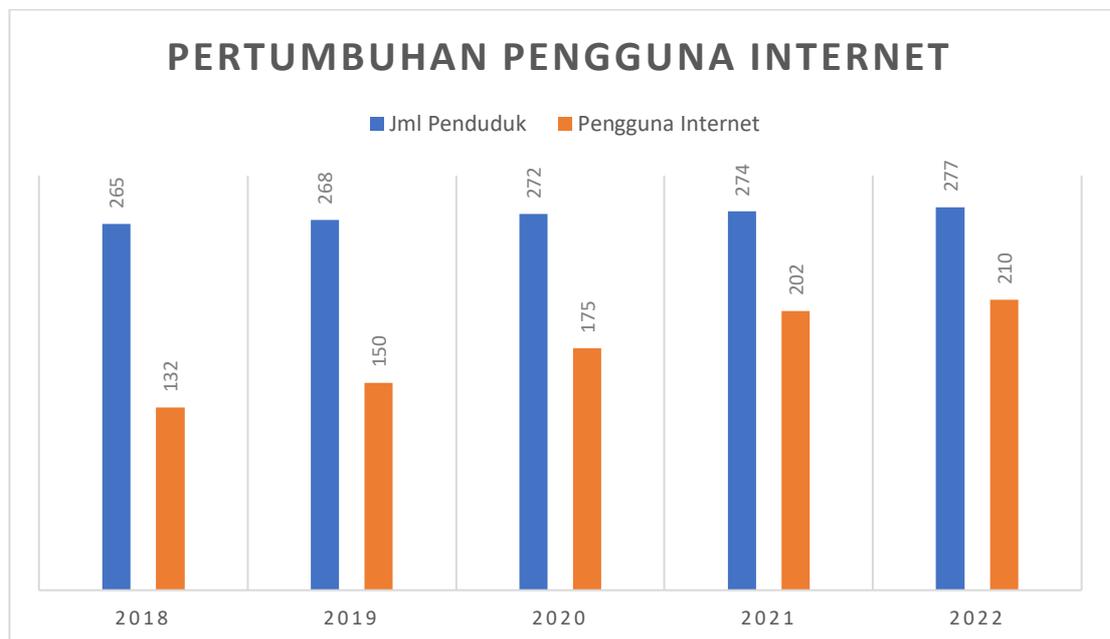


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

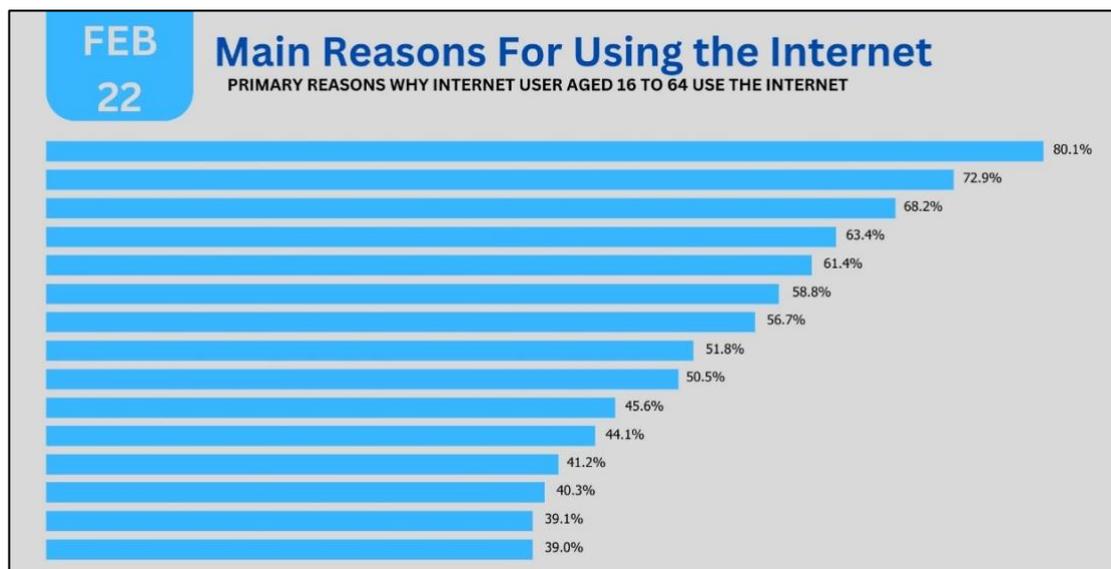
Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi mengalami peningkatan yang signifikan pada masa pandemi Covid-19. Hal ini disebabkan karena terjadinya perubahan kebiasaan masyarakat dalam pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi. Seiring dengan terjadinya perubahan kebiasaan akibat pandemi Covid-19, teknologi internet tetap menjadi hal yang paling dibutuhkan, hal ini dapat dilihat dari penggunaan internet di Indonesia yang terus mengalami peningkatan. Pada Gambar 1.1 menunjukkan di tahun 2021-2022, tercatat 210 juta penduduk Indonesia telah terkoneksi dengan internet. Sedangkan, sebelum adanya pandemi Covid-19 jumlah pengguna internet di Indonesia hanya mencapai 175 juta penduduk.



GAMBAR 1. 1 GRAFIK PERTUMBUHAN PENGGUNAAN INTERNET
Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
diakses pada 19 Januari 2023 pukul 12.44

Adanya internet telah mengakibatkan revolusi dalam metode komunikasi manusia. Teknologi informasi dan komunikasi sebagai media komunikasi membuat masing-masing individu dapat berhubungan dengan pihak lain yang terkoneksi dengan internet. Berdasarkan survei yang dikutip dari datareportal (Kemp, 2022), pada

Gambar 1.2 di tahun 2022 menunjukkan ada sebanyak 80.1% tujuan utama masyarakat Indonesia menggunakan internet ialah untuk mencari sebuah informasi. Disusul sebanyak 72,9% dengan alasan penggunaan internet untuk menemukan ide-ide baru dan inspirasi, selanjutnya sebanyak 68,2% beralasan untuk berhubungungan dengan teman dan keluarga dalam menggunakan internet.



GAMBAR 1. 2 PRESENTASE ALASAN MASYARAKAT INDONESIA MENGAKSES INTERNET

Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> diakses pada 27 Desember 2022, pukul 15.45

Bersamaan dengan meningkatnya jumlah pengguna internet, terdapat pula peningkatan pada jumlah investor di tanah air, data dari PT. Kustodian Sentral Efek (KSEI), jumlah investor di pasar modal meningkat sebesar 53,41% dari tahun 2018 hingga 2019, kemudian terus meningkat hingga mencapai 10.153.567 investor pada bulan November 2022 dengan peningkatan sebesar 35,57% dari tahun 2021. Peningkatan jumlah investor yang signifikan di Indonesia pada masa pandemi ditandai dengan munculnya julukan “investor angkatan korona” Disisi lain peningkatan ini menunjukkan pula peningkatan inklusi keuangan, yang bertujuan untuk menghilangkan hambatan dalam akses masyarakat terhadap layanan keuangan. Inklusi keuangan diartikan sebagai tingkat akses produk dan layanan keuangan bagi masyarakat.

Dengan pemanfaatan teknologi internet, dalam lima tahun belakangan muncul berbagai aplikasi di bidang jasa atau layanan keuangan diantaranya, 1) Bibit, aplikasi

yang ditujukan untuk membantu investor pemula dalam memulai berinvestasi melalui reksa dana 2) Pintu, aplikasi yang melayani jual-beli uang crypto 3) Taralite, perusahaan keuangan yang memberikan pinjaman tanpa jaminan kepada merchant online. 4) Ajaib, aplikasi yang menawarkan produk keuangan untuk investasi di reksa dana dan saham secara online 5) Zipmex, aplikasi yang menyediakan jasa jual-beli berbagai aset digital. Aplikasi keuangan tersebut memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi produk atau aset digital maupun peminjaman uang secara online. Namun, minimnya informasi terkait keuangan dalam aplikasi tersebut membuat masyarakat membutuhkan media lain dalam pemenuhan kebutuhan informasi mengenai transaksi keuangan yang akan dilakukan.

Saat ini, masyarakat dapat dengan mudah mengakses layanan jasa keuangan namun masih banyaknya masyarakat yang tidak memiliki wawasan yang cukup dalam mengelola keuangan. Berdasarkan data Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terdapat kesenjangan antara tingkat pengetahuan (literasi) dan tingkat akses produk dan layanan keuangan (inklusi) sebesar 35,42%. Dari hasil survei tersebut dapat dikatakan bahwa masyarakat membutuhkan sumber informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat banyak masyarakat yang dapat mengakses layanan dan produk keuangan, tetapi tidak memahami apa yang sedang mereka akses. Hal tersebut berdampak pada banyaknya masyarakat tertipu oleh jasa keuangan yang ditawarkan dari berbagai perusahaan. Hal tersebut ditandai dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang mendapatkan 10.109 keluhan terkait dengan penipuan berkedok investasi. Sebagai contoh beberapa kasus dari fenomena penipuan investasi tersebut yang terjadi sepanjang tahun 2022 diantaranya: DNA Pro, sebanyak 169 korban merugi miliaran rupiah, Viral Blast merugikan 12 ribu orang sebanyak Rp1,2 triliun, Fahrenheit merugikan 100 orang sebanyak Rp5 triliun, 89 Net merugikan 300 ribu orang sebanyak Rp1,2 triliun. Dari fenomena tersebut dapat dikatakan bahwa masyarakat membutuhkan sumber informasi untuk memenuhi kebutuhannya.

Hasil Survei Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional (SNLIK) pada tahun 2022 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan indeks literasi keuangan dan inklusi keuangan di Indonesia. Indeks literasi keuangan naik dari 38,03 persen menjadi 49,68 persen, sedangkan indeks inklusi keuangan meningkat dari 76,19 persen menjadi 85,10 persen. Hal ini menunjukkan adanya penurunan kesenjangan antara tingkat

literasi dan inklusi keuangan dari 38,16 persen pada 2019 menjadi 35,42 persen pada 2022. Menurut Wimboh, peningkatan ini tak terlepas dari upaya sosialisasi, edukasi, dan literasi keuangan yang dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), platform online, serta content creator untuk memberikan informasi terkait keuangan kepada masyarakat. Salah satu *content creator* yang membagikan konten terkait keuangan di antaranya: Raymond Chin, Felicia Putri Tjiasaka dan Timothy Ronald. Mereka merupakan *content creators* yang menggunakan platform video pendek sebagai media untuk menyampaikan edukasi tentang investasi. Timothy juga menjadi salah satu pembuat konten saham pertama di TikTok yang berhasil menarik perhatian generasi muda dalam hal investasi dan keuangan. Dari eksistensi Raymond Chin dan Timothy Ronald dalam membuat konten terkait keuangan, mereka berinovasi bersama menciptakan suatu platform yang memfasilitasi informasi mengenai keuangan yang didirikan pada 7 Agustus 2020 dengan nama Ternak Uang.

Ternak Uang (TU) merupakan aplikasi edukasi teknologi bagi investor pemula yang mencari cara untuk terlibat dengan komunitas dan memperdalam kemampuan investor. Aplikasi ini juga menyediakan berbagai fitur yang mudah digunakan bagi pemula untuk meminimalkan risiko dalam berinvestasi. Keahlian sebagai investor akan dipelajari melalui platform ini. Selain itu, Ternak Uang merupakan platform yang memfokuskan pada pembelajaran dan informasi tentang saham, investasi, dan topik keuangan umum lainnya. Informasi tentang investasi adalah tentang alokasi sumber daya untuk memperoleh keuntungan dengan mempertimbangkan waktu dan risiko. Menurut Syahyunan (2015:1), investasi adalah pengeluaran sumber daya pada saat ini untuk memperoleh keuntungan di masa depan (Mulyana et al., 2019). Aplikasi ini dikembangkan oleh PT Ternak Uang Nusantara pada 24 Februari 2021. Walaupun mirip dengan bimbingan belajar *online*, Ternak Uang bukanlah sebuah aplikasi investasi atau program yang menghasilkan uang. Aplikasi Ternak Uang hanya menyediakan materi keuangan. Dengan menjadi berlangganan di Ternak Uang, *para anggota* dapat mengakses materi yang disediakan oleh tim *Money Cattle*.

Terdapat lima kategori materi yang dapat dipelajari, mulai dari *personal finance*, proteksi, investasi, ekonomi, bisnis & karir. Para mentor yang terlibat juga merupakan para profesional yang berpengalaman di bidangnya. Terdapat berbagai fitur yang ada di dalam aplikasi ini diantaranya, fitur *Insight* untuk mendapatkan informasi terkini mengenai perkembangan pasar dari sumber yang terpercaya. Fitur ini tersedia secara gratis untuk semua pengguna Ternak Uang. Lalu di fitur *Academy*,

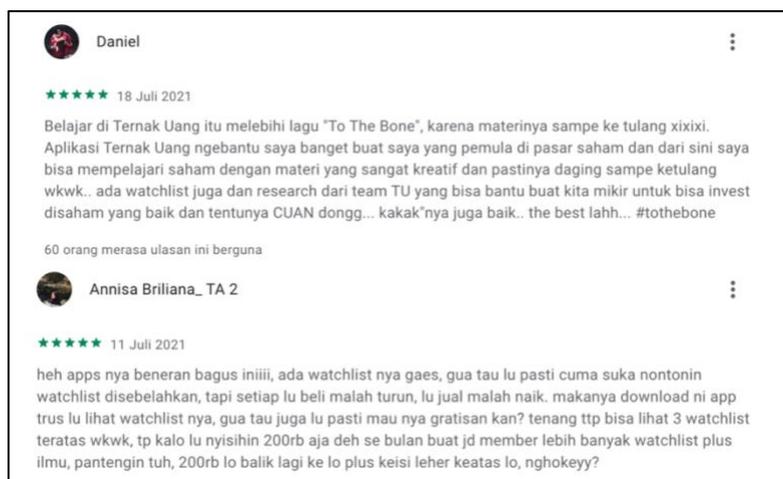
pengguna akan mendapatkan lebih dari 700 video pembelajaran serta *live event* yang membahas topik-topik keuangan yang sedang *trending*. Ada pula fitur *Stockpick* yang merupakan evaluasi nilai intrinsik terhadap saham emiten yang dipilih oleh Tim Analisis Ternak Uang. Selain Ternak Uang, terdapat pula aplikasi yang menyediakan informasi terkait keuangan. Berikut pada Tabel 1.1 merupakan rangkuman aplikasi edukasi keuangan beserta tahun didirikannya:

TABEL 1.1 APLIKASI EDUKASI KEUANGAN

Nama Aplikasi	Logo	Fitur	Tahun didirikan
Ternak Uang		<ul style="list-style-type: none"> - Ternak Uang Academy - Stockpick - Insight - Kelas interaktif 	2021
Emtrade		<ul style="list-style-type: none"> - Edukasi - Stock Picks - Analisis - Tanya saham - Shop event - Chart tools 	2019
Sikapiuangmu		<ul style="list-style-type: none"> - Portal waspada investasi - Informasi keuangan - Kegiatan edukasi - Rencana keuangan 	2015

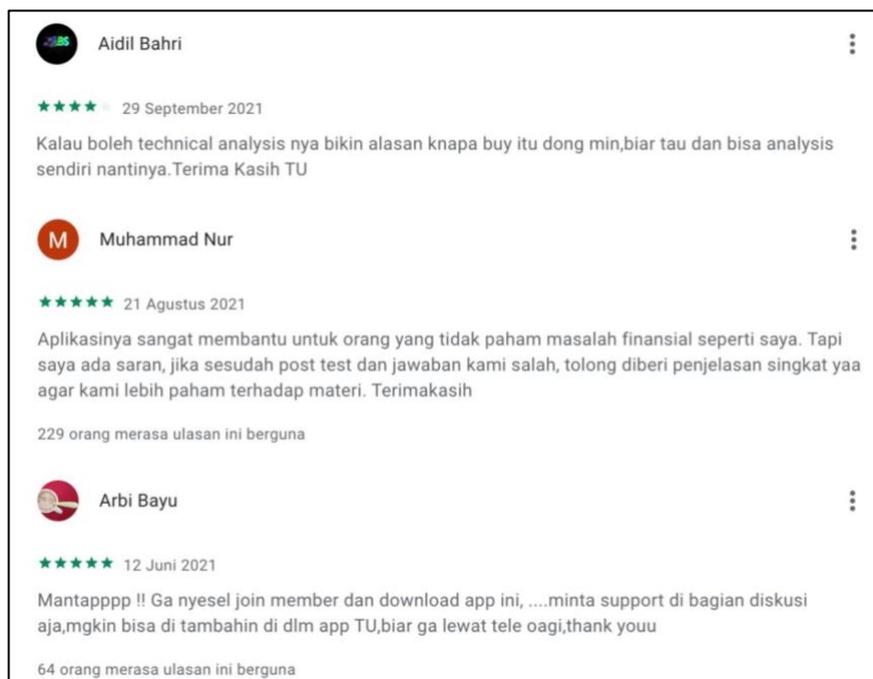
		<ul style="list-style-type: none"> - Kalkulator keuangan - Survey singkat 	
Ticmiedu		<ul style="list-style-type: none"> - Program Workshop - Exam parathionion - Program Pendidikan Berkelanjutan - Investor Awareness - Pengajaran - Active Investor Awareness - Pengembangan Referensi 	2022

Berdasarkan Tabel 1.1, aplikasi Ternak Uang terbilang aplikasi yang berusia cukup muda dibandingkan dengan Sikapiuangmu dan Emtrade namun, berkat kenyamanan dan kemudahan dalam mengakses aplikasi ini, pada tahun pertama setelah didirikan Ternak Uang telah diunduh oleh lebih dar 351.000 pengguna dan 11 ribu *para anggota* (CNBC Indonesia TV, 2021). Pada Gambar 1.3, menunjukan terdapat beberapa ulasan mengenai penggunaan aplikasi Ternak Uang di *play store*, diantaranya materinya sangat berguna, materinya menarik dan masih banyak lagi. Berikut adalah contoh dari ulasan pengguna tentang aplikasi Ternak Uang:



GAMBAR 1.3 ULASAN APLIKASI TERNAK UANG DI PLAY STORE
 Sumber: Google Play Store diakses pada 22 Januari 2023 pukul 15.50

Selain itu terdapat pula ulasan mengenai harapan para anggota terkait informasi yang mereka dapatkan Ketika mengakses aplikasi Ternak Uang, sebagai berikut:

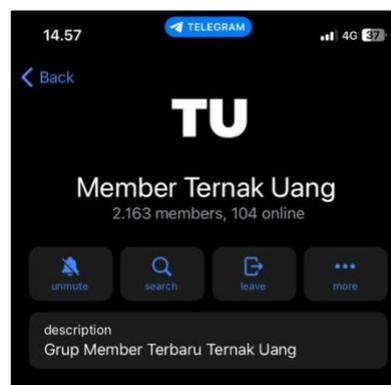


GAMBAR 1. 4 ULASAN APLIKASI TERNAK UANG DI PLAY STORE
 Sumber: Google Play Store diakses pada 9 Mei 2023 pukul 20.19

Pada gambar 1.4 di atas menunjukkan harapan para anggota terhadap informasi yang diberikan aplikasi ternak uang. Pada aplikasi ternak uang terdapat fitur watchlist yang menyuguhkan informasi terkait rekomendasi saham mana yang baik untuk dibeli. Berdasarkan ulasan dari Aidil bahri, ia berharap untuk mendapatkan informasi

tambahan terkait alasan yang mendasari para anggota untuk membeli saham yang direkomendasikan oleh tim Ternak Uang. Selanjutnya, Muhammad Nur dalam ulasannya mengharapkan bahwa terdapat informasi tambahan berupa kunci jawaban dari setiap test yang telah dilakukan para anggota. Pada ulasan terakhir dari Arbi bayu, ia mengharapkan bahwa terdapat fitur diskusi dengan member lainnya untuk saling bertukar informasi terkait investasi pada satu aplikasi tersebut, pasalnya hingga sekarang Ternak Uang masih menggunakan aplikasi tambahan berupa telegram sebagai tempat diskusi para anggota.

Kompetitor Aplikasi Ternak uang saat ini adalah Emtrade. Berdasarkan data dari *Google Play Store* dapat dibandingkan peringkat dan pengguna. Dari segi peringkat, Aplikasi Ternak Uang lebih unggul dibandingkan dengan Emtrade, di mana Ternak Uang memiliki rating 3,8 dari 2,47jt ulasan sedangkan Emtrade 3,7 dari 2,5jt. Sedangkan dari sisi pengguna, keduanya sudah diunduh oleh lebih dari 100jt orang. Sehingga, saat ini dapat dikatakan aplikasi Ternak Uang lebih unggul dibandingkan dengan aplikasi Emtrade dalam hal edukasi keuangan. Selain mendapatkan *rating* yang lebih tinggi dari Emtrade sebagai kompetitornya, Ternak Uang juga mendapatkan predikat sebagai Platform edukasi investasi dan keuangan pertama karena masuk ke dalam daftar LinkedIn Top Startups



GAMBAR 1. 5 JUMLAH ANGGOTA TERNAK UANG
Sumber: Group Telegram *Para anggota* Ternak Uang
diakses pada 23 Januari 2023, pukul 14.57

Dari 100jt lebih masyarakat yang telah mengunduh aplikasi ternak uang, terdapat sebanyak lebih dari 2.000 member aktif. Berdasarkan data Gambar 1.4, *para anggota* inilah yang akan dijadikan sebagai populasi pada penelitian ini. Para anggota disini ditujukan kepada pengguna yang telah melakukan transaksi untuk berlangganan dan mendapatkan keuntungan lebih dapat mengakses semua informasi yang terdapat

pada aplikasi Ternak Uang. Adapun karakteristik dari pengguna aplikasi ini diantaranya, pengguna yang hanya mengunggah aplikasi, pengguna yang telah melakukan registrasi dan pengguna yang telah melakukan transaksi registrasi. Penelitian ini akan membahas tentang penggunaan aplikasi Ternak Uang dan kepuasan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Yang mana terdapat kaitannya dengan teori Uses and Gratification. Teori *Uses and Gratifications* berfokus pada penggunaan (*uses*) sebuah media yang dapat memenuhi kepuasan (*gratifications*) atas pemenuhan kebutuhan seseorang. Menurut (Rohmah, 2022), Keputusan masyarakat terhadap penggunaan media berlandaskan mengenai masalah yang dirasakan terkait kondisi sosial psikologis oleh masyarakat dan dalam hal ini aplikasi sebagai media digunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Teori ini dianggap tepat dan relevan untuk dijadikan dasar penelitian ini guna melihat pengaruh dari penggunaan aplikasi Ternak Uang terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *para anggota*.

Menurut Rakhmat (dalam Puspitadewi et al., 2016) kebutuhan adalah faktor internal yang menyebabkan seseorang merasa perlu untuk memuaskannya. Selain itu, kebutuhan juga menjadi dasar dari motivasi seseorang dalam melakukan Tindakan. Oleh karena itu, jika seseorang memiliki suatu kebutuhan, ia akan terdorong untuk menyelesaikannya baik secara fisiologis seperti rasa haus atau lapar, maupun secara psikologis seperti ingin belajar, memiliki rasa dicintai atau ingin diakui. Manusia juga memiliki kebutuhan akan informasi, karena kebutuhan tersebut menjadi hal yang sangat penting bagi setiap orang. Informasi diperlukan untuk meningkatkan pengetahuan, ilmu, dan memuaskan diri. Menurut Guha (dalam Puspitadewi et al., 2016), indikator yang digunakan untuk mengukur kebutuhan informasi adalah *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaustive need approach*, dan *catching up need approach*.

Pendekatan "*current need approach*" menekankan pada interaksi yang berkesinambungan antara pengguna dan sistem informasi. Informasi yang diberikan tidak spesifik dan hanya berupa informasi umum. Sementara pendekatan "*everyday need approach*" lebih menitikberatkan pada kebutuhan informasi yang digunakan secara rutin dalam penggunaan sistem informasi. Pendekatan "*exhaustive need approach*" memprioritaskan informasi spesifik, lengkap dan relevan, sehingga pengguna sangat bergantung pada informasi tersebut. Terakhir pedektana "*catching-up need approach*" difokuskan pada pemberian informasi singkat dan lengkap dalam

studi ini, keempat pendekatan tersebut digunakan untuk mengetahui kebutuhan informasi pada anggota aplikasi Ternak Uang (TU).

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini, seperti penelitian yang dilakukan oleh Musyifah dan Lydia yang bertajuk “Pemanfaatan Line Today terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang”. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fahri Ramadhan, Muhammad Ramdhani dan Wahyu Utamidewi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z” menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari penggunaan media sosial terhadap informasi seks edukasi pada generasi Z. besarnya pengaruh dari intensitas penggunaan Tiktok terhadap informasi seks edukasi sebesar 6,75%, besarnya pengaruh isi pesan infografis sebesar 33,26%, dan besarnya pengaruh daya Tarik sebesar 15,02%.

Peneliti memilih Aplikasi Ternak Uang menjadi objek penelitian ini adalah karena aplikasi Ternak uang merupakan satu-satunya startup edukasi financial-technology yang masuk top startups di Indonesia dan Ternak Uang memiliki rating lebih tinggi dibandingkan aplikasi edukasi financial yang lainnya seperti Aplikasi Emtrade. Melihat penggunaan teknologi internet, kebutuhan masyarakat akan informasi, munculnya media massa dalam bentuk digital, dan kebutuhan informasi *para anggota*, serta faktor-faktor lain yang terkait dengan aplikasi Ternak Uang, memberikan pandangan bagi peneliti untuk mengevaluasi pengaruh penggunaan aplikasi Ternak Uang terhadap kebutuhan informasi *para anggota*. Sehingga, judul pada penelitian ini yaitu **Pengaruh Penggunaan Aplikasi Ternak Uang Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berinvestasi Para anggota.**

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan melihat latar belakang dan tujuan penelitian dapat diperoleh pertanyaan dalam penelitian ini yaitu, apakah terdapat pengaruh dari penggunaan aplikasi ternak uang terhadap pemenuhan kebutuhan informasi berinvestasi *para anggota*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti, tujuan masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari penggunaan aplikasi Ternak Uang terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi *Para anggota*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

1. Penelitian ini dapat memperluas konsep edukasi investasi yang dikonsumsi oleh masyarakat.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan ilmu pengetahuan dan beasiswa bagi kalangan akademisi serta sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.
3. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan konsep dan teori tentang penggunaan media informasi online ditinjau dari dampaknya terhadap kebutuhan informasi masyarakat.

1.4.2 Aspek Praktis

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media informasi online terhadap kebutuhan informasi masyarakat.
2. Penelitian ini juga bertujuan memberikan saran atau masukan bagi platform edukasi investasi untuk meningkatkan efektivitas penggunaannya yang diimplementasikan di kalangan masyarakat.
3. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai acuan bagi masyarakat dalam mengetahui sejauh mana kebutuhan informasi tentang penggunaan platform edukasi investasi.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Bandung, dengan menggunakan kuesioner yang akan dibagikan secara online kepada responden. Dari tahap perencanaan hingga penyelesaian skripsi, penelitian ini akan dilakukan pada Desember 2022 hingga Mei 2023. Adapun rencana kerja penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 1.2 RENCANA KERJA PENELITIAN

Kegiatan	Bulan					
	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
Penelitian Pendahuluan	■	■				
<i>Seminar Judul</i>			■			
Penyusunan Proposal	■	■	■			
Seminar Proposal			■			
Pengumpulan data			■	■		
Pengolahan dan Analisis Data					■	
Ujian Skripsi						■

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang Penelitian
- 1.2 Identifikasi Masalah
- 1.3 Tujuan Penelitian
- 1.4 Kegunaan Penelitian
- 1.5 Waktu dan Periode Penelitian
- 1.6 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1 Tinjauan Pustaka
- 2.2 Penelitian Terdahulu
- 2.3 Kerangka Pemikiran
- 2.4 Hipotesis Penelitian
- 2.5 Ruang Lingkup Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran

3.3 Populasi dan Sample

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6 Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

4.2 Hasil Penelitian

4.3 Pembahasan Penelitian

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran