
STUDI perilaku KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM BERINVESTASI PADA PLATFORM BINOMO

Electra

Universitas Widya Kartika

Abstrak

Latar belakang dalam penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui alasan para konsumen dalam keputusan berinvestasi di platform Binomo dan tidak memilih produk keuangan lainnya. Sedangkan seiring berkembangnya zaman, di era globalisasi ini banyak sekali produk keuangan yang legal dan sah di mata hukum. Rumusan masalah dalam penelitian kali ini adalah bagaimana perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan berinvestasi di Binomo dan faktor-faktor apakah yang menjadi penghambat dan pendorong dalam pengambilan keputusan konsumen dalam berinvestasi di Binomo. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengambil 10 orang sebagai informan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa terdapat 2 faktor yang membentuk konsumen dalam memutuskan untuk berinvestasi di Binomo yaitu faktor sosial dan faktor psikologis. Kemudian terdapat faktor pelayanan, faktor harga, faktor iklan dan faktor kurangnya literasi keuangan yang menjadi faktor pendorong dalam keputusan berinvestasi di Binomo. Sedangkan faktor penghambatnya adalah faktor ketidakpercayaan dan faktor resiko.

Kata Kunci: perilaku Konsumen, Keputusan Investasi, Investasi Ilegal

Abstract

The background in this research is that researchers want to know the reasons for consumers in the decision to invest on the Binomo platform and not choose other financial products. Meanwhile, along with the development of the times, in this era of globalization there are many financial products that are legal and legal in the eyes of the law. The formulation of the problem in this research is how consumers behave in making investment decisions in Binomo and what factors are the obstacles and drivers in consumer decision making in investing in Binomo. The research methodology used qualitative methods by taking 10 people as informants. Data collection techniques in this study used interviews and data analysis techniques in this study used descriptive analysis with a purposive sampling technique. The results of this study found that there are 2 factors that shape consumers in deciding to invest in Binomo, namely social factors and psychological factors. Then for the supporting factors there are service factors, price factors, advertising factors and factors of lack of financial literacy. While the inhibiting factors are distrust factors and risk factors.

Keywords: Consumer Behaviour, Investment decision, Illegal investment

1. PENDAHULUAN

Era digital adalah keadaan kehidupan di mana kehadiran teknologi yang maju dapat mendorong segala aktivitas penunjang kehidupan. Era digital juga dapat dimaksud sebagai suatu masa yang sudah mengalami perkembangan dalam segala aspek kehidupan dari yang tadinya analog menjadi serba digital atau menggunakan teknologi. Seperti yang kita ketahui, saat ini telah banyak kegiatan manusia yang mulai digantikan dengan menggunakan teknologi contohnya seperti membaca berita tidak perlu lagi membeli koran melainkan cukup dengan menggunakan telepon genggam dan mencari berita yang ingin dibaca melalui laman internet, kemudian agen travel yang saat ini sudah jarang digunakan karena diganti dengan aplikasi travel seperti Traveloka, mengirim surat melalui kantor pos

diganti dengan mengirim melalui *email* dan masih banyak lagi pekerjaan yang dulunya dikerjakan oleh manusia sekarang sudah diganti dengan teknologi.

Era yang modern ini menuntut transformasi digital di dalam setiap lini kehidupan, sehingga penerapan teknologi digital saat ini sudah semakin merata dalam berbagai sektor mulai dari pendidikan, perdagangan, kesehatan, pertanian, pemerintahan, perbankan hingga keuangan. Dampaknya, investasi dapat dilakukan secara *online* melalui aplikasi. Dalam industri perbankan, ada deposito *online* yang dapat dilakukan melalui *internet banking*. Lalu saat ini, investasi reksadana di berbagai sekuritas dapat dilakukan melalui *online*, bahkan investasi emas saat ini dapat dilakukan melalui *online marketplace*. Dengan adanya teknologi digital ini, investor kini dapat dengan mudah mengakses pasar keuangan dan bertransaksi investasi dengan cepat dan aman. Perusahaan investasi juga telah mengembangkan *platform* investasi *online* yang memudahkan investor untuk membeli dan menjual produk investasi dari mana saja dan kapan saja. Hal ini membuka peluang investasi baru bagi individu yang sebelumnya tidak memiliki akses ke pasar keuangan konvensional. Investasi adalah penanaman uang atau modal dalam suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan. Seorang yang melakukan investasi disebut dengan investor.

Investasi merupakan salah satu cara untuk bisa mendapatkan keuntungan dalam rentang waktu tertentu. Beberapa orang mengandaikan bahwa investasi sama dengan penundaan kesenangan di saat ini demi kesenangan di masa yang akan datang. Pada dasarnya, seseorang yang melakukan investasi mengharapkan untuk mendapatkan suatu manfaat. Selama ini, masyarakat Indonesia telah mengenal beberapa instrumen investasi yang tersedia antara lain seperti, Deposito, Reksa Dana, Saham, Emas, *Peer to Peer Lending*, Properti, Obligasi, dan masih banyak lagi. Setiap instrumen investasi memiliki karakteristik maupun sistem yang berbeda dan menawarkan keuntungan yang bermacam-macam yang dapat disesuaikan dengan profil resiko investor. Era digital membuat investasi menjadi mudah diakses, semakin cepat karena tidak memerlukan banyak persyaratan serta dapat selalu dipantau. Untuk melakukan transaksi, yang pada awalnya para pelaku pasar harus bertemu secara fisik di lokasi *trading floor* Bursa Efek Indonesia, dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi *internet of things* memungkinkan pertemuan secara fisik tidak lagi dibutuhkan. Transaksi dapat dilakukan secara virtual melalui *server* komputer. Dengan demikian, transaksi di perbankan maupun pasar modal menjadi lebih mudah dan cepat karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Kehadiran *internet of things* meningkatkan kecepatan pelayanan investasi.

Pada data yang diambil dari Badan Pusat Statistik, Dari tahun 2016-2020 bahwa jumlah investor yang terdaftar di tanah air mengalami kenaikan yang signifikan. Kenaikan ini dinilai akibat dari perkembangan teknologi digital yang memberikan kemudahan akses kepada masyarakat dalam melakukan investasi. Perkembangan era digital yang berkembang pesat menjadi dampak atau pengaruh terhadap berkembangnya investasi dalam negeri yang membuat proses untuk berinvestasi menjadi jauh lebih mudah dan kemudian mempengaruhi perilaku ekonomi masyarakat menjadi lebih sadar terhadap pentingnya berinvestasi. Dalam data kenaikan jumlah investor di atas, terdapat beberapa instrumen investasi yang turut mendorong terjadinya hal tersebut. Antara lain seperti Pasar Modal, Reksa Dana dan Surat Berharga Negara (SBN).

Selain akibat dari pertumbuhan era digital yang berkembang secara pesat, pandemi *Covid-19* yang terjadi di Indonesia pada tahun 2020 juga turut menjadi batu loncatan bagi beberapa masyarakat untuk mulai berinvestasi. Akibat *Covid-19*, masyarakat kemudian memutuskan untuk menahan konsumsi yang berimbas pada meningkatnya uang yang beredar (M2) (Maximilianus Nico Demus, 2021). Uang yang beredar tersebut pada

akhirnya digunakan oleh masyarakat untuk mencoba berbagai instrumen investasi yang tersedia.

Dampaknya, jumlah investor dalam negeri justru mengalami peningkatan yang pesat selama pandemi *Covid-19*. Pertumbuhan ini menunjukkan minat masyarakat Indonesia untuk berinvestasi semakin besar lantaran pandemi membuat mereka menyadari akan pentingnya memiliki dana darurat dan berinvestasi. Peningkatan jumlah investor ini disebabkan oleh mudahnya generasi muda mengakses informasi terkait investasi seperti di media sosial. Dengan kemudahan tersebut, generasi muda menjadi lebih leluasa menentukan pilihan instrumen investasi yang cocok, mulai dari produk perbankan seperti tabungan dan deposito hingga produk pasar modal seperti saham dan obligasi (Rahayu, 2022, 12 Agustus).

Namun angka jumlah investor yang mengalami kenaikan juga diikuti dengan kenyataan bahwa angka kerugian korban investasi ilegal juga mengalami kenaikan. Investasi ilegal secara umum dapat diartikan sebagai investasi yang tidak memiliki izin oleh lembaga negara terkait atau dalam Indonesia adalah Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Investasi ilegal atau yang sering disebut juga dengan investasi bodong, biasanya menawarkan imbal hasil yang sangat tinggi namun tidak sesuai dengan risikonya. Namun angka jumlah investor yang mengalami kenaikan juga diikuti dengan kenyataan bahwa angka kerugian korban investasi ilegal juga mengalami kenaikan. Investasi ilegal secara umum dapat diartikan sebagai investasi yang tidak memiliki izin oleh lembaga negara terkait atau dalam Indonesia adalah Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Investasi ilegal atau yang sering disebut juga dengan investasi bodong, biasanya menawarkan imbal hasil yang sangat tinggi namun tidak sesuai dengan risikonya.

Salah satu contoh dari investasi ilegal adalah Binomo, yang merupakan instrumen investasi *online* dengan sistem *binary option*. Cara kerja dari *binary option* adalah dengan mengharuskan seorang investor untuk memprediksi harga sebuah aset apakah akan naik atau turun dalam jangka waktu tertentu. Menurut Investopedia, *binary option* punya tanggal dan waktu kedaluwarsa. Saat kedaluwarsa harga aset dasar harus berada di sisi yang benar dari harga kesepakatan agar seorang *trader* bisa mendapat untung. Dalam praktiknya, situs *binary option* mengharuskan pengguna memilih aset seperti emas, foireix, saham hingga kripto, kemudian menebak harga dalam waktu tertentu.

Walaupun pemerintah melalui Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti) telah beberapa kali memperingatkan bahwa Binomo merupakan *platform* yang ilegal dan tidak terdaftar, namun nyatanya platform tersebut masih saja menjadi pilihan masyarakat dalam “berinvestasi”. alih-alih mendapat keuntungan, para investor Binomo malah merugi yang pada akhirnya merugikan masyarakat dan merusak citra instrumen investasi legal lainnya yang telah dijamin pemerintah. Berdasarkan data dari situs Binomo, per tahun 2022, ada sekitar 866.839 investor aktif setiap harinya dari total 133 negara termasuk Indonesia. Diperkirakan jumlah korban dari platform Binomo di Indonesia sendiri diperkirakan telah mencapai ratusan hingga ribuan orang dengan total kerugian mencapai puluhan hingga ratusan miliar yang terdiri dari berbagai kalangan usia dan berbagai macam profesi. Dikutip berdasarkan Nufus (2022,12 Agustus) Korban investasi Binomo dari afiliator Indra kenz telah mencapai 144 orang dengan total kerugian mencapai 83 miliar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau memahami perilaku keputusan konsumen yang lebih memilih untuk berinvestasi di Binomo, daripada instrumen investasi lainnya yang telah dijamin dan diakui oleh lembaga keuangan negara. Dalam penelitian terdahulu, (Astried Nurizzqy, dan Nurjanti Takarini 2021, Alhafiidh Dimas 2020) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang membentuk perilaku investor dalam memutuskan berinvestasi di instrumen investasi, seperti tingkat literasi keuangan dan

kemudahan teknologi. Selain itu, pada penelitian lainnya (Randi Saputra 2020), dijelaskan bahwa perilaku konsumen berinvestasi didorong oleh faktor tren. Alasan mengapa peneliti memilih sektor investasi sebagai objek penelitian adalah karena saat ini sektor investasi sedang berkembang cukup pesat di Indonesia, yang kemudian sayangnya juga diiringi oleh berkembangnya investasi ilegal yang beredar di seluruh negeri. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan investasi ilegal sehingga para konsumen dapat terhindar dari kerugian yang dapat diakibatkan.

1.1 RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan berinvestasi di Binomo?
2. Faktor-faktor apakah yang menjadi penghambat dan pendorong dalam pengambilan keputusan konsumen dalam berinvestasi di Binomo?

1.2 TUJUAN MASALAH

1. Untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan berinvestasi di Binomo
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi penghambat dan pendorong dalam pengambilan keputusan berinvestasi di Binomo

1.3 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Penulis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis untuk menjelaskan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan berinvestasi pada platform Binomo.
2. Bagi Investor
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi.
3. Bagi Universitas
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif, Data yang dianalisis di dalamnya berbentuk deskriptif dan tidak berupa angka-angka seperti halnya pada penelitian kuantitatif. Menurut Arikunto (1998:309) penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian itu dilakukan. Oleh karena itu, penelitian kualitatif mampu mengungkap fenomena-fenomena pada suatu subjek yang ingin diteliti secara mendalam.

Menurut Sugiono (2012:216) Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan "*social situation*" atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergi. Situasi sosial tersebut, dapat di rumah berikut keluarga dan aktivitasnya, atau orang-orang di sudut-sudut jalan yang sedang mengobrol, di desa, di kota. Situasi sosial tersebut dapat dinyatakan sebagai objek penelitian yang ingin diketahui. Sehingga yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan platform Binomo untuk berinvestasi.

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel akan dipilih berdasarkan populasi, dengan cara menggunakan *Non-probability Sampling* dengan metode *purposive sampling*

dimana *purposive sampling* dipahami sebagai teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara tidak acak. Peneliti akan merumuskan kriteria subjek yang ingin dijadikan sumber penelitian secara spesifik. Teknik dalam pengambilan sampel ini memiliki pertimbangan-pertimbangan yang sudah ditentukan kepada responden. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang akan diambil adalah sebanyak 10 orang.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling non probability*. Menurut Beirg (2001:32), teknik *non probability sampling* cenderung telah menjadi ketentuan yang harus dipakai dalam penelitian kualitatif. Mileis dan Hubeirman (1994:27), setuju bahwa sampel kualitatif lebih cenderung dipilih secara *purposive* (hanya dipilih informan tertentu) dibandingkan teknik pengambilan sampel *random* (secara acak). Hal ini disebabkan peneliti kualitatif biasanya memfokuskan diri meneliti sekelompok kecil orang yang bertungkus rumus dengan peristiwa dan melakukan studi mendalam terhadap mereka, disisi lain peneliti kuantitatif dalam mengupas kasus cenderung menggunakan banyak orang agar jumlah sampel yang dicari memenuhi kriteria signifikan menurut standar statistik.

Dalam pengumpulan sumber data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data dalam wujud data primer. Data Primer ialah jenis dan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama atau tidak melalui perantara. Jadi data yang didapatkan secara langsung. Data primer secara khusus dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penulis mengumpulkan data primer dengan metode wawancara dan juga metode observasi. metode wawancara ialah metode yang pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. penulis melakukan wawancara kepada investor Binomo untuk mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan. Kemudian penulis juga melakukan pengumpulan data dengan metode observasi. metode observasi ialah metode pengumpulan data primer dengan melakukan pengamatan terhadap aktivitas dan kejadian tertentu yang terjadi. Sehingga penulis mengamati aktivitas kejadian yang terjadi sesuai dengan topik untuk mendapatkan data atau informasi yang sesuai dengan apa yang dilihat dan sesuai dengan kenyataannya.

penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan 2 cara yaitu menggunakan teknik wawancara dan observasi. Wawancara Menurut Sugiyono, (2016:231) merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, Sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. teknik Wawancara di sini dilakukan dengan tanya jawab kepada investor yang telah berinvestasi di Binomo. Tujuan wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data atau informasi secara mendalam mengenai pengambilan keputusan investor dalam berinvestasi di Binomo. Sedangkan observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap investor Binomo untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya para investor Binomo Sehingga dapat mengetahui perilaku keputusan dalam berinvestasi di Binomo.

Tabel 1
Data Informan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Nomor HP
1	S.S	Laki-laki	21	Mahasiswa	08990636****
2	D.K	Laki-laki	21	Wiraswasta	08950955****
3	Y.A	Laki-laki	22	Mahasiswa	08139227****
4	A.R.P	Laki-laki	21	Mahasiswa	08525741****
5	D.G.D	Laki-laki	21	Mahasiswa	08214551****
6	S.SA	Laki-laki	20	Mahasiswa	08133450****
7	V.H	Laki-laki	20	Mahasiswa	08155302****
8	W.T	Laki-laki	23	Wiraswasta	08135135****
9	H.P.P	Laki-laki	21	Mahasiswa	08123122****
10	A	Laki-laki	24	Wiraswasta	08214879****

Penelitian ini menggunakan teknis analisis data deskriptif kualitatif, yaitu metode yang menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan. (I Madei Winartha, 2006:155)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 ANALISA WAWANCARA

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 10 orang Informan yang berbeda, peneliti dapat menyimpulkan bahwa perilaku konsumen para Informan dalam memutuskan untuk berinvestasi pada platform Binomo didasari dari dua faktor yaitu faktor sosial Informan dan juga faktor psikologis Informan. Kemudian terdapat beberapa faktor yang menjadi pendorong keputusan investasi di Binomo seperti faktor pelayanan, harga, iklan dan literasi keuangan. Sedangkan untuk faktor penghambatnya adalah faktor ketidakpercayaan serta resiko yang tinggi.

3.2 FAKTOR SOSIAL INFORMAN

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap 10 Informan, peneliti menemukan bahwa faktor sosial Informan adalah faktor pertama yang membentuk Informan dalam pengambilan keputusan berinvestasi di Binomo. Hal ini disimpulkan melalui jawaban dari sebagian besar Informan yang menjawab bahwa mereka mendapatkan informasi perihal platform Binomo dari teman dan keluarga, yang kemudian masuk ke dalam konteks kelompok referensi dan keluarga dalam faktor sosial perilaku konsumen. Kelompok referensi merupakan faktor yang penting dalam perilaku konsumen pada pengambilan keputusan konsumen dalam berinvestasi di Binomo, kelompok referensi ini membentuk pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan platform Binomo terutama dalam hal kepercayaan pada platform. Selain mendapatkan informasi perihal platform Binomo melalui teman dan keluarga, Informan juga menyatakan bahwa alasan mereka berinvestasi di platform Binomo adalah atas ajakan atau rekomendasi dari teman dan keluarga. Adanya ajakan disertai pemberian kode *referral* pada setiap pengguna baru dengan maksud agar keduanya mendapatkan keuntungan, turut menguatkan proses pengambilan keputusan berinvestasi di Binomo.

Menurut Setiadi (2003:12) faktor sosial yang mempengaruhi konsumen adalah kelompok acuan, peran dan status sosial, dan keluarga. Jika seseorang termasuk dalam kelompok yang seiring berinvestasi di platform ini, maka kemungkinan besar dia juga akan tertarik untuk menginvestasikan uangnya di Binomo. Begitu juga sebaliknya, jika kelompok referensi seseorang tidak mempercayai investasi di platform ini, maka kemungkinan besar dia akan enggan untuk berinvestasi. Pengaruh media sosial juga merupakan faktor sosial yang juga membentuk perilaku konsumen pada keputusan konsumen berinvestasi di Binomo. Binomo memperkenalkan dan mempromosikan

platform-nya melalui media sosial kepada konsumen, dampaknya, selain dapat menjangkau banyak pengguna baru, Binomo juga dapat membuat banyak pengguna baru untuk membaca ulasan yang telah dibuat tentang platform tersebut. Pengaruh media sosial ini kemudian meningkatkan kepercayaan konsumen pada Binomo dan menghasilkan pengambilan keputusan untuk menggunakan platform ini.

3.3 FAKTOR PSIKOLOGIS INFORMAN

Berdasarkan dari hasil analisa wawancara terhadap 10 Informan, peneliti menemukan bahwa terdapat faktor psikologi yang membentuk perilaku para Informan dalam berinvestasi di platform Binomo. Dalam hal ini, konteks faktor psikologi yang dimaksud adalah faktor motivasi. Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Perilaku manusia ditimbulkan atau dimulai dengan adanya motif atau motivasi. Motif yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Faktor motivasi pada Informan sendiri timbul dari faktor internal Informan yang memiliki keinginan kuat untuk mencari kepuasan dan kebutuhan psikologi seperti kebutuhan untuk diakui, dihargai ataupun rasa memiliki. Hal ini dapat disimpulkan Berdasarkan jawaban sebagian besar Informan yang menyatakan bahwa alasan mereka untuk berinvestasi di Binomo didasari oleh keinginan untuk mendapatkan keuntungan secara cepat dan mudah. Motivasi tersebut timbul akibat dari promosi yang dilakukan oleh afiliator Binomo dengan menunjukkan harta kekayaan yang telah dicapai selama berinvestasi di platform Binomo. seperti menunjukkan mobil dan jam tangan mewah. Hal itu kemudian membuat para Informan juga termotivasi untuk mendapatkan keuntungan serupa. Hal ini diperkuat Berdasarkan penjelasan jurnal dari Adhi (2016) yang menyatakan faktor psikologi adalah proses intern seseorang yang ada dalam diri konsumen itu sendiri yang terdiri dari motivasi, sikap, pembelajaran dan kepribadian yang memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. serta pendapat Nistari et al (2016) bahwa mengetahui perilaku konsumen akan berhasil apabila dapat memahami aspek-aspek psikologi yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap.

3.4 FAKTOR PENDORONG PENGAMBILAN KEPUTUSAN INFORMAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan Informan terkait faktor pendorong dalam berinvestasi di Binomo, dari 10 Informan, dapat disimpulkan bahwa faktor yang menjadi pendorong dalam pengambilan keputusan Informan dalam berinvestasi di Binomo didasari oleh faktor pelayanan dan kemudahan yang diberikan oleh Binomo, hal ini mencakup kemudahan dalam mengakses Binomo yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui *smartphone* maupun komputer, lalu kemudahan dalam mengakses pengetahuan seputar strategi dan pemahaman dasar yang dapat ditemukan melalui media sosial Youtube, proses pendaftaran yang mudah dan cepat dan proses deposit serta penarikan dana yang cepat. Dalam jurnal digital *consumer behaviour* (Irma, 2020) dinyatakan bahwa di era digital, perilaku konsumen banyak berubah. Mereka cenderung menginginkan kemudahan dalam pelayanannya. Hal ini sejalan dengan jawaban dari Informan yang menjawab bahwa faktor pendorong dari keputusannya berinvestasi di Binomo adalah pelayanan yang baik dan mudah.

Adapun juga faktor pendorong lainnya yaitu harga yang ditawarkan oleh Binomo. Dengan menawarkan harga minimal transaksi yang terjangkau, membuat Informan merasa tertarik untuk mencoba berinvestasi di Binomo. Hal ini kemudian yang akhirnya menjadi faktor pendorong yang mendukung keputusan berinvestasi di Binomo sesuai dengan konteks harga dalam perilaku konsumen di era digital Menurut Jurnal penelitian Fatimah

(2017) dalam Nufian (2019) yang menjelaskan bahwa dengan penentuan harga yang cocok dengan mutu produk yang ditawarkan, sesuatu bisnis hendak bisa dengan gampang diterima oleh konsumen. perihal ini disebabkan dalam masa digital data jadi lebih gampang didapat, konsumen cenderung mencari data terlebih dulu menimpa harga, dan berupaya buat membandingkannya dari sei suatu tempat ke tempat yang lain.

faktor lainnya yang mendorong keputusan Informan dalam berinvestasi di Binomo adalah faktor iklan yang mampu menarik perhatian dan Kemudian memberikan harapan pada Informan dengan iklan yang menjanjikan keuntungan serta ilusi bahwa segala yang diimpikan oleh Informan dapat terkabulkan melalui platform ini. oleh karena itu, hal ini masuk pada konteks perilaku konsumen di era digital perihal iklan yang Menurut jurnal dari Nufian (2019), menyatakan bahwa pembuatan iklan visual dengan foto yang menarik dari segi warna, tulisan yang gampang dimengerti serta dipahami, dan cocok dengan realitas, hendak lebih gampang dicerna oleh konsumen. Sehingga dalam memasarkan produk maupun jasa lewat internet, wajib cocok dengan realitasnya, sebab apabila tidak demikian, konsumen untuk kecewa, enggan melaksanakan pembelian kesekian, serta bisa melaksanakan keluhan dalam wujud kritik yang lebih gampang disebarluaskan kepada warga luas lewat media sosial.

Kemudian, faktor terakhir yang turut mendorong keputusan Informan dalam berinvestasi di Binomo adalah faktor kurangnya literasi keuangan dan pengalaman dalam berinvestasi. Hal ini dapat disimpulkan dari jawaban Informan yang mayoritas menyatakan bahwa mereka belum ada sama sekali pengalaman dalam berinvestasi sebelumnya. Literasi keuangan atau dalam bahasa Inggris disebut *financial literacy* adalah pengetahuan dan kemampuan yang diaplikasikan dalam pengambilan keputusan finansial yang efektif dan mengendalikan keuangan guna mencapai kemakmuran. Sedangkan Pengalaman investasi adalah durasi pengalaman bertransaksi trading sebagai lama yang dimiliki investor (Khanam, 2017). investor yang memiliki pengalaman investasi tentu akan memiliki keahlian dalam berinvestasi. Karena dengan pengalaman tersebut, investor meimbuat keputusan sesuai dengan peirtimbangan *risk* dan *reiturn*.

Dengan tidak adanya pengetahuan dan literasi keuangan yang memadai Kemudian membuat para Informan menjadi tergiur atas yang ditawarkan oleh platform Binomo. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Awais eit al., 2016; Hoiang Thanh & Thi Minh, 2014; Khanam, 2017) dengan memberikan pengaruh positif antara pengalaman investasi pada keputusan investasi dan seseorang yang memiliki kemampuan *financial literacy* yang tinggi cenderung untuk lebih cerdas ketika dihadapkan pada pengambilan keputusan investasi. Hal ini dikarenakan pada ketetapan pemikiran keuangan jangka panjang dan pendek (Awais eit al., 2016).

3.5 FAKTOR PENGHAMBAT PENGAMBILAN KEPUTUSAN INFORMAN

Berdasarkan hasil analisa wawancara yang telah dilakukan terhadap 10 Informan terkait faktor yang menghambat keputusan Informan dalam berinvestasi di Binomo, dapat disimpulkan bahwa faktor yang menjadi penghambat dalam pengambilan keputusan Informan dalam berinvestasi di Binomo didasari oleh faktor ketidakpercayaan terhadap Binomo yang terjadi dikarenakan beberapa hal, salah satunya adalah karena adanya kasus afiliator Binomo yang menyeret nama seperti Indra kesuma (Indra kenz) dan Doini Muhammad Taufik (Doini Salmanan) yang menyatakan bahwa kedua afiliator ini telah menipu ratusan hingga ribuan orang dengan total kerugian yang ditaksir hingga mencapai puluhan miliar. Yang Kemudian juga diiringi pemberitaan negatif yang menyatakan bahwa Binomo adalah platform ilegal/tidak terdaftar di lembaga keuangan negara karena tidak jelasnya regulasi Sehingga Binomo dinyatakan platform menipu. Hal tersebut Kemudian

yang akhirnya menimbulkan ketidakpercayaan Informan terhadap Binomo. Adapun jawaban dari Informan lain yang menjawab bahwa alasan ketidakpercayaan ini muncul akibat dari dirinya yang telah mengalami kerugian secara terus menerus.

faktor resiko yang tinggi Kemudian menjadi faktor selanjutnya yang menjadi penghambat Informan dalam berinvestasi di Binomo, Menurut Tandililin (2010) Sudah sewajarnya jika investor mengharapkan return yang setinggi-tingginya dari investasi yang dilakukannya. tetapi, ada hal penting yang harus selalu dipeertimbangkan, yaitu berapa besar resiko yang harus ditanggung dari investasi tersebut. Hal ini dapat disimpulkan melalui jawaban Informan yang beranggapan bahwa Binomo memiliki resiko yang tinggi, seperti legalitas hukum, regulasi dan minimnya transparansi. Atas dasar itulah yang Kemudian membuat investor takut untuk berinvestasi di Binomo sebab adanya resiko kehilangan uang. Alasan-alasan tersebut dapat menjadi faktor yang menghambat keputusan Informan dalam berinvestasi di Binomo.

4. KESIMPULAN

4.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif serta pengambilan data yang diperoleh dengan melakukan wawancara pada 10 Informan terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan berinvestasi di platform Binomo, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. faktor sosial dan faktor psikologi berperan penting dalam membentuk keputusan konsumen untuk berinvestasi pada platform Binomo. faktor sosial, seperti adanya rekomendasi atau ajakan dari teman atau keluarga, membentuk keputusan konsumen untuk mencoba platform ini. Seimeintara itu, faktor psikologi, seperti motivasi atau keinginan untuk mendapatkan keuntungan secara instan serta kebutuhan untuk diakui, dihargai ataupun rasa memiliki juga menjadi alasan bagi konsumen untuk memilih berinvestasi di platform Binomo.
2. faktor pendorong dalam pengambilan keputusan konsumen untuk berinvestasi di Binomo terdiri dari, yang pertama yaitu faktor pelayanan. faktor pelayanan yang baik dari pihak Binomo terbukti dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan memberikan pengalaman positif dalam berinvestasi. Yang kedua adalah faktor harga. Harga yang koimpeititif menjadi peirtimbangan penting bagi konsumen dalam memilih Binomo sebagai platform investasi. Yang ketiga adalah faktor iklan. Iklan yang menarik dari platform Binomo memberikan ilusi atau harapan pada konsumen untuk menggunakan platform ini agar mendapatkan keuntungan seperti yang diiklankan oleh Binomo. Kemudian yang keempat adalah faktor kurangnya literasi keuangan konsumen. Minimnya pengalaman investasi dan literasi keuangan turut menjadi alasan konsumen untuk berinvestasi di Binomo. Sedangkan faktor penghambat dalam pengambilan keputusan konsumen untuk berinvestasi di Binomo terdiri dari, yang pertama adalah faktor ketidakpercayaan yang disebabkan oleh adanya kasus afiliator yang mencoreng citra Binomo di mata konsumen Sehingga membuat konsumen enggan untuk berinvestasi di Binomo. Yang kedua adalah faktor resiko yang didasari oleh tidak jelasnya *return* dan *risk* serta kejelasan dalam legalitas hukum yang akhirnya membuat konsumen merasa tidak nyaman dengan tingkat resiko yang tinggi dalam berinvestasi dan menghindari Binomo.

4.2 SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap Informan yang telah melakukan keputusan berinvestasi pada platform Binomo, maka sebagai akhir dalam penelitian ini, peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut:

1. Hendaknya para konsumen atau investor yang ingin berinvestasi untuk mencari informasi tentang produk investasi yang ditawarkan, dan berbagai informasi tentang produk investasi dari segi legalitas hukum, dan menjadi investor yang cerdas dengan menambah pengetahuan di bidang investasi serta tidak mudah tergiur oleh penawaran yang ditawarkan oleh investasi ilegal melalui iklan atau rekomendasi teman.
2. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar meimbangun penelitian lebih lanjut tentang pengaruh faktor lainnya yang mungkin mempengaruhi keputusan konsumen dalam berinvestasi pada platform investasi ilegal lainnya. seperti faktor ekonomi, faktor teknologi, dan faktor lain yang relevan.
3. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar melakukan survei untuk memperoleh data dari responden yang lebih representatif dan dengan jumlah sampel yang lebih besar Sehingga mendapatkan hasil yang lebih akurat dan dapat diandalkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, S. L., & Amanah, L. (2014). Pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3(9).
- Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Eirlangga. Koitleir, Phillip dan kevin
- Feinisia, Ei. (2019). Peran regulasi emosi terhadap kompetensi pengambilan keputusan memilih jurusan di perguruan tinggi pada siswa SMA. *Prosiding Seminar Nasional*, 1-6.
- Koitleir, Phillip dan kevin Lanei kelleir. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.
- Lanei kelleir. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.
- Lubis, Pardameian Dan Salman Bin Zulam. (2016). Analisis faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan investasi di Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Voilumei 2 Noimoir 2*.
- Peiteir dan Oilsoin. (2013). *perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani.