



BAB 1

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang permasalahan

Sejak tahun 2002, terdapat fenomena menarik di Indonesia pada bidang investasi finansial. Jika selama ini masyarakat cenderung menaruh dananya di bank dalam bentuk deposito dan tabungan, kini mulai tertarik pada salah satu instrumen investasi yaitu reksadana. Reksadana adalah wadah yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam *portfolio* dalam berbagai sektor oleh manajer investasi, dimana manajer investasi tersebut akan memberikan keuntungan kepada para investor.

Di Indonesia, lembaga reksadana lokal dipelopori oleh PT Danareksa, sedangkan reksadana asing masuk ke Indonesia pada akhir tahun 90an baik dari Eropa maupun Amerika Serikat sehingga para investor tidak perlu lagi pergi ke negara-negara tersebut untuk menanamkan modalnya di perusahaan investasi asing.

Pertumbuhan reksadana yang pesat bisa dilihat dari semakin besarnya jumlah uang yang diinvestasikan di reksadana, selain itu bisa juga dilihat dari banyaknya jenis reksadana. Sampai akhir tahun 2002, terdapat 131 macam jenis reksadana yang telah diterbitkan oleh lembaga keuangan di Indonesia. Kian maraknya reksadana tidak lepas dari peran lembaga keuangan yang juga ikut memasarkan produk investasi keuangan itu. Sekitar 60 persen pemasaran dari

reksadana menggunakan *marketing channelling* perbankan, sedangkan sisanya menggunakan jasa sekuritas atau agen penjual.

Menurut *trend*, pertumbuhan dana di reksadana terus meningkat dibandingkan dana di perbankan. Berikut ini adalah data perkembangan dana masyarakat yang dikelola di reksadana tahun 1995-2002

Tabel 1.1. Dana masyarakat yang dikelola reksadana

Tahun	Dana Masyarakat (Triliun Rp)
1995	2,58
1996	5,20
1997	8,75
1998	5,39
1999	9,05
2000	10,25
2001	15,88
2002	56,09

Sumber : Jawa Pos, 9 Juli 2003

Pertumbuhan investasi reksadana yang sangat pesat dipicu oleh beberapa faktor. Dari sisi nasabah, faktor-faktor tersebut adalah suku bunga Sertifikat Bank Indonesia yang terus menunjukkan tren menurun diikuti oleh penurunan suku bunga simpanan bank, selain itu reksadana yang berumur kurang dari lima tahun tidak terkena pajak atas *capital gain*. Dari sisi perbankan, hal itu juga dipengaruhi oleh perbaikan atas struktur asset bank untuk meningkatkan likuiditas atas penghasilan dari obligasi pemerintah di saat penyaluran dana pada kredit belum optimal, penurunan *cost of fund* karena beralihnya simpanan masyarakat dari deposito ke giro milik manajer investasi.

Melihat peluang ini, PT Wahana Bersama Globalindo yang didirikan tahun 1997 sebagai badan usaha pertama di Indonesia yang bergerak di bidang jasa

perantara investasi internasional, menawarkan produk investasi reksadana asing yang umumnya dapat memberikan *return* lebih tinggi bila dibandingkan dengan reksadana dalam negeri.

Reksadana asing memang kurang dikenal oleh masyarakat umum bila dibandingkan dengan reksadana lokal, oleh karena itu pemasar dituntut untuk dapat menganalisis selera dan perilaku konsumen secara terus menerus, agar dapat diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen dalam menginvestasikan dananya. Selain itu, PT Wahana Bersama Globalindo adalah agen pemasar reksadana yang berbentuk Perseroan Terbatas dan bukan berbentuk perbankan, sehingga hal itu juga menjadi kendala dalam memasarkan produk reksadana karena masyarakat cenderung lebih memiliki kepercayaan terhadap perbankan.

Untuk itulah diperlukan analisis perilaku konsumen agar pemasar dapat memahami aspek-aspek psikologis konsumen yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap. Dengan menganalisis faktor-faktor tersebut, perusahaan diharapkan dapat semakin meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah dalam mengambil keputusan menginvestasikan dana ke dalam reksadana tersebut.

1.2. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap konsumen memiliki pengaruh yang bermakna terhadap keputusan memilih reksadana asing pada PT Wahana Bersama Globalindo?

2. Diantara keempat aspek tersebut, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap konsumen, manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen memilih reksadana asing pada PT Wahana Bersama Globalindo?

1.3. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap konsumen terhadap keputusan memilih reksadana asing pada PT Wahana Bersama Globalindo.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari keempat faktor tersebut, yang dominan terhadap keputusan konsumen memilih reksadana asing pada PT Wahana Bersama Globalindo.

1.4. Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat akademik

Untuk menambah referensi bagi yang ingin mengadakan penelitian tentang permasalahan yang sejenis di masa yang akan datang.

2. Manfaat praktis

Sebagai sumbangan pemikiran bagi perusahaan, terutama dalam usaha untuk meningkatkan pemasaran produk reksadana kepada masyarakat.

1.5. Sistematika skripsi

Penyusunan skripsi ini secara garis besar dibagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB 1: PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Dalam bab ini dibahas teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dan hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang diteliti.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik analisis data, teknik pengambilan data dan prosedur pengujian hipotesis.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai gambaran umum perusahaan, deskripsi dan pengolahan data, teknik analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan.