Tine Badriatin, S.Sos., M.Si., M.M., AWP

LITERASI DIGITAL

UNTUK INVESTOR PASAR MODAL

Editor :
DR. Apri Budianto, S.E., M.M.
DR. Hj. Irma Darmawati Bastaman, S.E., M.M.

Tentang Penulis

Tine Badriatin, S.Sos., M.Si., M.M., AWP. Kelahiran Kota Tasikmalaya dimana saat ini merupakan Kepala Kantor Perwakilan Tasikmalaya PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk dan juga merupakan Dosen Praktisi Prodi Keuangan dan Perbankan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya pengampu mata kuliah Pasar Modal dan Lab Praktika Pasar Modal. Pemegang License Sertifikasi WPPE Pasar Modal dan License BNSP Digital Marketing, Kompetensi Associate Wealth Planner dari Financial Planning Standards Board Ltd. (FPSB). Selain itu juga menjabat sebagai Sekertaris FKIJK Priangan Timur mulai periode 2021.

Penulisan buku ini merupakan buah karya dari pemikiran penulis yang diberi judul "Literasi Digital Untuk Investor Pasar Modal". Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan karya ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih pada semua pihak yang telah membantu penyusunan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan pembaca.

Dalam buku ini dibahas mengenai perkembangan teknologi membawa dampak bagi investor untuk memiliki kebebasan dalam memilih cara berinvestasi. Informasi tentang jenis dan metode investasi sangat mudah ditemukan, terutama di Internet. Investasi merupakan salah satu alat pembangunan yang dibutuhkan suatu negara untuk meningkatkan kesejahteraan penduduknya, termasuk Indonesia. Salah satu bentuk investasi yang sering digunakan adalah investasi yang dilakukan dalam struktur pasar modal yang mempertemukan dua kepentingan antara pihak yang memiliki kelebihan dana (investor) dan pihak yang membutuhkan dana (emiten).

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan guna penyempurnaan buku ini. Akhir kata penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga buku ini akan membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

eureka media aksara
Anggota IKAPI
No. 225/JTE/2021

0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-487-619-2
9 786234 876192

LITERASI DIGITAL UNTUK INVESTOR PASAR MODAL

Tine Badriatin, S.Sos., M.Si., M.M., AWP.

PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA

LITERASI DIGITAL UNTUK INVESTOR PASAR MODAL

Penulis : **Tine Badriatin, S.Sos., M.Si., M.M., AWP**

Editor : DR. Apri Budianto, S.E., M.M.
DR. Hj. Irma Darmawati Bastaman, S.E., M.M.

Desain Sampul: Eri Setiawan

Tata Letak : Endar Widi Sugiyo

ISBN : 978-623-487-619-2

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA JANUARI 2023**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2023

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan buku ini. Penulisan buku merupakan buah karya dari pemikiran penulis yang diberi judul "Literasi Digital untuk Investor Pasar Modal". Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan karya ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terima kasih pada semua pihak yang telah membantu penyusunan buku ini. Sehingga buku ini bisa hadir di hadapan pembaca.

Perkembangan teknologi membawa dampak bagi investor untuk memiliki kebebasan dalam memilih cara berinvestasi. Informasi tentang jenis dan metode investasi sangat mudah ditemukan, terutama di Internet. Investasi merupakan salah satu alat pembangunan yang dibutuhkan suatu negara untuk meningkatkan kesejahteraan penduduknya, termasuk Indonesia. Salah satu bentuk investasi yang sering digunakan adalah investasi yang dilakukan dalam struktur pasar modal yang mempertemukan dua kepentingan antara pihak yang memiliki kelebihan dana (investor) dan pihak yang membutuhkan dana (emiten).

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan guna penyempurnaan buku ini. Akhir kata saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala

kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga buku ini akan membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR GAMBAR ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
BAB 1 PENDAHULUAN **1**
A. Paradigma Investor 1
B. Struktur Organisasi dan *Job Deskripsi* dalam Perusahaan 12
BAB 2 *DIGITAL LITERACY* DAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* **24**
A. *Digital Literacy* 24
B. Elemen Penting *Digital Literacy* 28
C. Manfaat *Digital Literacy* untuk *Purchase Intention* pada Investor 29
D. *Technology Acceptance Model* (TAM) 32
E. Manfaat *Technology Acceptance Model* untuk *Purchase Intention* pada Investor 36
BAB 3 *PURCHASE INTENTION* **38**
A. *Purchase Intention* (Minat Pembeli) 38
B. Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembeli (*Purchase Intention*) 41
C. *Digital Literacy* dan *Technology Acceptance Model* pada Investor 47
BAB 4 PENUTUP **51**
DAFTAR PUSTAKA **53**
TENTANG PENULIS **60**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Investor Pasar Modal.....4
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Investor di Tasikmalaya 7
Gambar 1. 3 Struktur Organisasi Perusahaan 12

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase Jumlah Investor Berdasarkan Usia 4

Tabel 1. 2 Jumlah Investor yang tercatat pada PT Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk Cabang Tasikmalaya 6

Tabel 1. 3 Jumlah Transaksi Penggunaan Relitrade..... 8

LITERASI DIGITAL UNTUK INVESTOR PASAR MODAL

Tine Badriatin, S.Sos., M.Si., M.M., AWP.

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Paradigma Investor

Perubahan yang cepat dari waktu ke waktu telah mengubah berbagai aspek kehidupan, khususnya perubahan bisnis dan teknologi yang dapat memudahkan dalam dunia bisnis. Hal ini diduga karena banyaknya perusahaan yang didirikan dan berkembang memanfaatkan peluang teknologi, termasuk masuk ke pasar modal.

Pasar modal adalah tempat yang akrab untuk berinvestasi di berbagai kalangan dan profesi di dalam dan luar negeri. Meski pengetahuan dan penerimaan pasar modal di Indonesia tidak sebaik di negara maju, harus diakui jika pada periode sebelumnya pasar modal telah berkembang secara signifikan. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya saham yang diperdagangkan dengan kapitalisasi pasar yang relatif besar, peran pasar modal dalam perkembangan industri di berbagai sektor.

BAB 2

DIGITAL LITERACY DAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*

A. *Digital Literacy*

Menurut Martin, *Digital Literacy* menekankan pentingnya dan perannya yang luas di media. *Digital Literacy* adalah kesadaran, sikap dan kemampuan seseorang untuk menggunakan alat dan fasilitas digital dengan benar untuk mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis dan mensintesis sumber daya teknologi, dan membangun pengetahuan baru untuk menciptakan bentuk ekspresi dan komunikasi di media dengan orang lain dalam konteks situasi kehidupan tertentu untuk memungkinkan tindakan sosial yang konstruktif; dan renungkan proses ini (Martin., 2006)

Digital Literacy adalah topik yang hangat diperdebatkan saat ini. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, mendorong terjadinya perubahan konsep literasi itu sendiri. UNESCO berasumsi bahwa literasi pada awalnya hanya mengacu pada kemampuan membaca dan menulis

BAB 3 | *PURCHASE INTENTION*

A. *Purchase Intention* (Minat Pembeli)

Menurut Simamora, minat adalah sesuatu yang bersifat pribadi dan berhubungan dengan sikap. Individu yang tertarik pada suatu objek akan memiliki daya atau dorongan untuk melakukan serangkaian perilaku untuk mendekati atau memperoleh objek tersebut (Simamora, 2015: 66). Menurut Riyandika, minat adalah suatu rencana atau tampaknya seseorang akan berperilaku dalam situasi tertentu dengan cara tertentu, baik mereka melakukannya atau tidak (Ryandika, 2013:66).

Lebih lanjut Riyandika menambahkan bahwa ada empat unsur yang berbeda, yaitu perilaku, objek yang dituju perilaku, situasi di mana perilaku itu dilakukan, dan kapan perilaku itu dilakukan. Sutriono mengatakan bahwa minat (niat) adalah suatu rencana untuk melakukan perilaku tertentu dalam rangka mencapai tujuan (Riyadika, 2013:66). Menurut Sutriyono, minat beli adalah perilaku yang terjadi sebagai respon terhadap suatu barang atau pembelian ulang. Selanjutnya, minat beli merupakan

BAB 4 PENUTUP

Digital literacy cenderung tinggi begitu juga dengan *purchase intention* menggunakan *relitrade* pada Investor PT Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk Cabang Tasikmalaya. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *digital literacy* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* menggunakan *relitrade* pada Investor PT Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk Cabang Tasikmalaya. Artinya jika *digital literacy* meningkat, maka *purchase intention* menggunakan *relitrade* juka akan mengalami peningkatan.

Technology acceptance model cenderung tinggi begitu juga dengan *purchase intention* menggunakan *relitrade* pada Investor PT Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk Cabang Tasikmalaya. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Technology acceptance model* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* menggunakan *relitrade* pada Investor PT Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk Cabang Tasikmalaya. Artinya jika *Technology acceptance model* meningkat, maka *purchase intention* menggunakan *relitrade* juka akan mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

Agus, S. (2009). *Analisis Investasi.* Jakarta: Salemba Empat.

Allan Martin. (2006). *Literacies for the digital age. In: Martin A and Madigan D (eds) Digital Literacies for Learning.* London: Facet.

Augusty, N. d. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik produk dalam upaya meningkatkan minat membeli sepeda motor suzuki di Kota Semarang. *Vol.2.11.*, 1-15.

Badriatin, Tine. (2020). Peran Sistem Informasi dan Remote Trading Terhadap Pertumbuhan Pasar Modal Di Kalangan Generasi Muda Indonesia. Business Management and Enterpreneurship Journal (BMEJ). Universitas Galuh, Maret 2020., Vol. 2, No. 1, 132-141

Banjarnahor, D. M. (2017). Factor Influencing Purchase Intention Towards Customer- to Customer E Commerce. Intangible Capital. *Vol. 13*, 946-966.

Bawden, D. (2008). *Origins and concepts of digital literacy. In: Lankshear C and Knobel M (ed) Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices.* New York: Peter Lang.

Becket, H. a. (2015). *Manajemen Operasi.* Jakarta: Salemba Empat.

Buckingham, P. J. (2016). Beyond Technology: Children 'S Learning 52 in the Age of". European Journal of Communication. *Vol. 24 No. 3,* 362-62.

Chuttur, o. (2009). Overview of the *Technology Acceptance Model* : Origins Developments and Future Directions". Sprouts: Working Papers on Information Systems. *Vol. 9 No. 37*, 1-23.

DAJ Belshaw. (2011). *What is digital literacy? A Pragmatic investigation, EdD Thesis.* Durham: Durham: University.

Davis, V. V. (1996). A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test". Decision Sciences. *Vol. 27 No. 3*, 451-81.

Eshet-Alkalai. (2012). Oram, and Oren Soffer. Guest Editorial - Navigating in the Digital Era: Digital Literacy: Socio-Cultural and Educational Aspects". *Journal of Educational Technology & Society, Vol. 15 No. 2,* 1.

Fitriani, H. (2018). kontribusi Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada Pertanian (Studi Analisis Melalui Pendekatan Keuangan Syariah Dengan Situs Peer to Peer Lending Pada Pertanian di Indonesia). *EL BARKA: Journal of Islamic Economics and Business, Vol. 1 No. 1*, 29.

Fred D. Davis, ". (1989). perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, And User Acceptance of Information Technology. *S Quarterly, Vol 13 No. 3, (*, 318.

George R Terry dan Leslie, W. R. (2014). *Dasar-Dasar Managemen, Penerjemahan G, A, Ticoalu*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Gordon C. Bruner, A. K. (2005). explaining consumer acceptance of handheld Internet devices". Journal of Business Research. *Vol. 58 No. 5*, 556-558.

Hanik Fitriani. (2018). kontribusi Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada Pertanian (Studi Analisis Melalui Pendekatan Keuangan Syariah Dengan Situs Peer To Peer Lending Pada Pertanian Di Indonesia). *EL BARKA: Journal of Islamic Economics and Business, Vol. 1 No. 1*, 1-26.

Hasibuan. (2015). *Manajemen sumber daya manusia.* Jakarta: Alphabeta.

----------. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: Gramedia.

----------. (2018). *Manajemen sumber daya manusia.* Jakarta: Persada.

----------. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: Gramedia.

Heizer, J. d. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan rantai Pasokan Edisi 11.* Jakarta: Salemba Empat.

Ichwan, Afiful. (2020). Pengaruh Digital Literacy dan *Technology Acceptance Model* terhadap Keputusan Muzzaki Membayar ZIS (Zakat, Infaq dan Shodaqoh) Melalui Fintech Go-Pay pada

BAZNAS. Tesis Universitas Negeri Raden Intan Lampung.

Irawan, S. d. (2018). *Asas-asas marketing.* Yogyakarta: Liberty.

Jeremy J. Shapiro, a. S. (1996). SK Information Literacy as a Liberal Art: Enlightenment Proposals for a New Curriculum. *Educom Review, Vol. 31 No. 2,* 1-9.

Jeremy J. Shapiro, S. K. (1996). Information Literacy as a Liberal Art: Enlightenment Proposals for a New Curriculum". Educom Review. *Vol. 31 No. 2*, 88.

Kenneth C. Laudon and Jane P. Laudon. (2014). *Management Information System, Managing The Digital Firm, Thirteen Edition.* Global: Edition.

Koran Sindo. (2017). Pengetahuan Minim, Pendapatan dari Pasar Modal pun Rendah. Market Update 18 Mei 2017. Retrieved from: https://economy.okezone.com/read/2017/05/18/278/1694000/pengetahuan-minim-pendapatan-dari-pasar-modal-pun-rendah

Kotler, P. &. (2014). *Principles of Marketing.* New Jersey: Pearson Prentice Hall.

----------.. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2.* Jakarta: PT Indeks.

KSEI. (2021). *Kustodian Sentra Efek Indonesia.*

Lanham, R. (1995). Digital Literacy. Scientific American, V. *Vol 273 No. 3,*, 198-200.

Layton, M. d. (2016). Pemasaran Jasa. *Konsep dasar pemasaran jasa*, 112.

Lingling Gao, X. B. (2014). A unified perspective on the factors influencing consumer acceptance of internet of things technology. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 26 No. 2,*, 211-231.

National Research Council (NRC). (2012). *A Framework for K-12 Science Education Practices.* Washington: D.C: National Academic Press.

Nazir. (2014). *Metode Penelitian.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Paul Gilster. (1997). *Digital Literacy.* New York: Wiley.

Payne, A. (2014). *Pemasaran jasa. The Essence of Serve Marketing.* Yogyakarta: Andi.

Rangkuti. (2013). *Teknik Membedah Kasus.* Jakarta: Gramedia.

Raza, M. A. (2014). The Determinants of Purchase Intention towards Counterfeit Mobile Phones in Pakistan. *Journal of Public Administration and Governance, Vol. 4, No. 3*, 3.

Ricardo, L. P. (2018). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Purchase Intention Pada Pengguna Smartphone Di Batam. *Jurnal Manajemen Maranatha, Program Studi S1-Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha. ISSN 1411-9293|e-ISSN 2579-4094. http://journal.maranatha.edu/jmm*, 41.

Riyandika. (2013). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Prenada.

Robert, A. (2015). *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia (the Intelligent Guide to Indonesian Capital Market).* Jakarta: Mediasoft Indonesia.

Rusidi. (2016). *Metodologi Penelitian.* Bandung: PPS Unpad.

Sarah Davies. (2019). Sarah Davies, Spotlight on digital capabilities: Jisc Building Digital Capability Blog. . *tersedia di: http:/digital capability.jiscinvolve.org/wp/2015/06/05/spotlight-on- digital-capabilities/,*, 1.

Sari, Joelia Ratna. (2017). Pengetahuan Minim, Pendapatan dari Pasar Modal Pun Rendah. Koran SINDO, Jurnalis. 18 Mei 2017. Retrieved from : https://economy.okezone.com/read/2017/05/18/278/1694000/pengetahuan-minim-pendapatan-dari-pasar-modal-pun-rendah

Simamora. (2015). *Membuat Karyawan Lebih Produktif dalam jangka panjang (Manajemen SDM).* Yogyakarta: STIE YKPN.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif RD.* Bandung: Alphabeta.

Suherman. (2009). *Analisis Investasi.* Jakarta: Salemba Empat .

Sutrisno. (2013). *Manajemen Keuangan Teori Konsep dan Aplikasi.* Yogyakarta: Ekonisia.

----------. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: Lubuk Agung.

Tery L, E. a. (2011). Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior". Journal of Retailing. *Vol 77 No. 4, ,* 511-535.

Viswanath Venkatesh, F. D. (1996). A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test" Decision Sciences. *Vol. 27 No. 3, (,* 451-481.

Undang-undang. (1995). *Undang-undang Pasar Modal No. 8 : Definisi Pasar Modal.*

TENTANG PENULIS

Tine Badriatin, S.Sos., M.Si., M.M., AWP. Kelahiran Kota Tasikmalaya dimana saat ini merupakan Kepala Kantor Perwakilan Tasikmalaya PT. Reliance Sekuritas Indonesia, Tbk dan juga merupakan Dosen Praktisi Prodi Keuangan dan Perbankan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya pengampu mata kuliah Pasar Modal dan Lab Praktika Pasar Modal. Pemegang License Sertifikasi WPPE Pasar Modal dan License BNSP Digital Marketing, Kompetensi Associate Wealth Planner dari Financial Planning Standards Board Ltd. (FPSB). Selain itu juga menjabat sebagai Sekertaris FKIJK Priangan Timur mulai periode 2021.