

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan aplikasi basis *mobile* semakin menjamur baik di industri lokal maupun mancanegara. Hal ini memberikan peluang yang luar biasa bagi para developer. Bagi pelaku *technopreneurship* sebagai developer, modal untuk menjalankan bisnisnya termasuk kedalam suatu permasalahan yang sering dialami walaupun mereka mempunyai kompetensi yang besar. Padahal pangsa pasar di Indonesia ini sangat besar sehingga banyak mengundang para investor baik dari lokal maupun luar negeri untuk berinvestasi. Namun karena pengetahuan yang minim tentang bagaimana proses untuk bekerja sama dengan para investor dan tidak tahu bagaimana memberikan value yang diinginkan pasar dan investor untuk jangka panjang yang sustainable, membuat para pelaku *technopreneur* menjadi kesulitan untuk mengembangkan bisnisnya dan bersaing dengan para kompetitor yang sudah semakin besar.

Dengan adanya perkembangan investasi, perilaku keuangan sangat berperan dalam pengambilan keputusan seseorang untuk berinvestasi. Pengambilan keputusan keuangan untuk kegiatan investasi, akan sangat dipengaruhi oleh informasi yang didapat dan pengetahuan investor tentang investasi. Keputusan investasi seorang investor selama ini dilihat dari dua

sisi yaitu, (1) sejauh mana keputusan dapat memaksimalkan kekayaan (economic) (2) behavioral motivation (keputusan investasi berdasarkan aspek psikologis investor) menurut Nagy dan Obenberger (1994).

Biasanya seorang investor akan melakukan riset sebelum memutuskan untuk melakukan investasi, seperti dengan mempelajari laporan keuangan perusahaan, kinerja perusahaan, track record atau portofolio, keadaan perekonomian, risiko, ulasan tentang keuangan dan keadaan perekonomian yang dipublikasikan di media, dan lain-lain riset ini dilakukan dengan tujuan supaya investasi yang dilakukan dapat memberikan tambahan kekayaan. Berdasarkan utility theory yang dikembangkan oleh Von Neumann dan Morgenstern, mengatakan bahwa (1) investor sangat rasional, (2) setuju dengan pilihan yang kompleks, (3) tidak suka risiko dan, (4) memaksimalkan kekayaan. Dengan adanya perkembangan dari masa ke masa, maka munculah teori lain yang dapat mempengaruhi keputusan investasi investor berdasarkan aspek psikologis (behavioral motivation). Selain itu berdasarkan studi empiris tentang perilaku investor yang dilakukan oleh Blume dkk pada tahun 1970, menguji bagaimana variabel demografi mempengaruhi proses pemilihan dan komposisi portofolio investasi.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan investasi investor yaitu behavioral motivation yang dapat dilihat dari variabel demografi, seperti jenis kelamin, usia dan pendidikan. Lewellen, Lease dan Schlarbaum (1977) menetapkan bahwa usia, jenis kelamin, pendapatan dan

pendidikan mempengaruhi pilihan investor untuk keuntungan, dividen dan semua laba yang diinginkan. Selain itu (Warren dkk, 1990) menyatakan bahwa pilihan investasi seseorang lebih berdasar pada gaya hidup dan karakteristik demografinya.

Kebanyakan investor dalam keputusan berinvestasi hanya melihat dan mempertimbangkan faktor Accounting Information agar tujuan investasinya tercapai, namun faktor-faktor yang lain tidak banyak diperhatikan. Faktor tersebut biasa disebut sebagai alat analisis tradisional dan investor biasanya sudah merasa cukup dengan melihat kedua faktor tersebut untuk menentukan keputusan investasi, selain itu memang banyak investor yang tidak mengetahui bahwa ada faktor lain yang dapat dijadikan pertimbangan sebelum melakukan investasi.

Nagy dan Obenberger (1994) dalam penelitiannya mengklasifikasikan beberapa faktor lain selain Accounting Information dan Self Image/Firm-Image Coincidence yang juga mempengaruhi seorang investor dalam melakukan investasi yaitu faktor Neutral Information, Classic, Social Relevance, Advocate Recommendation, dan Personal Financial Needs. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nagy dan Obenberger menyatakan bahwa investor sekarang berbeda, tidak lagi hanya melihat faktor-faktor yang sudah biasa saja namun juga memperhitungkan faktor-faktor lain sebelum melakukan investasi, dan faktor yang paling diperhitungkan oleh investor pada penelitian Nagy dan Obenberger adalah estimasi keuntungan atau *revenue* perusahaan di masa datang yang

merupakan variabel economic untuk memaksimalkan kekayaan.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka peneliti sangat tertarik melakukan penelitian mengenai pengaruh tingkat *revenue* dan pemilihan segmentasi pasar terhadap keputusan investor dalam berinvestasi dengan modal ventura pada bisnis aplikasi *mobile*. Adapun penelitian ini akan mengambil judul “***Pengaruh Tingkat Revenue dan Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Investasi Modal Ventura Dalam Bisnis Aplikasi Mobile***”.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan apa yang akan dilakukan penelitian mengenai pengaruh tingkat *revenue* dan segmentasi pasar terhadap keputusan investasi modal ventura khususnya dalam bisnis aplikasi *mobile* maka perumusan masalah dalam penelitian ini mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Apakah besarnya pengembalian tingkat *revenue* kepada investor mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk berinvestasi modal ventura dalam bisnis aplikasi *mobile*?
2. Apakah aspek psikografi dalam segmentasi pasar memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk berinvestasi modal ventura dalam bisnis aplikasi *mobile*?
3. Faktor manakah yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan untuk berinvestasi modal ventura dalam bisnis aplikasi *mobile*?

4. Kategori manakah yang merupakan segmentasi dari aplikasi *mobile* yang paling diminati investor dan dipercaya dapat memberikan *revenue* yang tinggi dalam bisnis aplikasi *mobile*?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat *revenue* terhadap keputusan untuk berinvestasi modal ventura dalam bisnis aplikasi *mobile*.
2. Untuk mengetahui pengaruh aspek psikografi dalam segmentasi pasar terhadap keputusan untuk berinvestasi modal ventura dalam bisnis aplikasi *mobile*.
3. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan untuk berinvestasi modal ventura dalam bisnis aplikasi *mobile*.
4. Untuk mengetahui kategori dalam segmentasi aplikasi *mobile* yang paling diminati investor dan dipercaya dapat memberikan *revenue* yang tinggi.

1.4 Ruang Lingkup

Dalam thesis ini ruang lingkup penelitian meliputi :

1. Penelitian meliputi variabel *revenue*, segmentasi pasar dan keputusan investasi modal ventura dalam bisnis aplikasi *mobile*.
2. Yang dijadikan obyek penelitian ini adalah bisnis aplikasi *mobile*.

3. Jangka waktu penelitian selama 6 bulan, mulai dari Februari 2014 sampai dengan Juli 2014.
4. Responden yang akan diteliti merupakan investor yang tergabung dalam *venture capital*, yang sedang/pernah ataupun tertarik untuk melakukan investasi dalam bisnis *mobile*.