



Pengembangan Strategi Perencanaan Keuangan dalam Penanganan Investasi Bodong di Indonesia

Yulfiswandi¹, Cedrich Zakhariah², Dastin³, Lim Winny⁴, Tony Chandra⁵, Venessa⁶

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam

ABSTRACT

Banyaknya jenis variasi dalam model investasi bodong menyebabkan masyarakat awam tidak mudah mengenali jenis penipuan investasi yang ditawarkan, oleh sebab itu, tujuan dirangkainya karya ilmiah ini adalah untuk menganalisis strategi yang bisa mengurangi kerentanan masyarakat terjerat dalam investasi bodong. Penelitian ini memanfaatkan data sekunder dengan teknik analisis berupa studi kasus dan pengembangan teori. Kesimpulan yang diperoleh dari penyusunan karya ilmiah ini menyatakan bahwa terdapat beberapa cara atau strategi yang dapat dikembangkan untuk merencanakan keuangan secara individual serta menangani maraknya investasi bodong. Strategi-strategi yang dapat dikembangkan tersebut antara lain dengan mengetahui informasi mengenai jenis investasi yang akan ditekuni, memahami konsep high risk, high return, serta menghindari promotor yang tidak mampu menjelaskan rencana bisnis perusahaannya. Dampak penelitian strategi penanggulangan investasi bodong dapat meningkatkan literasi finansial masyarakat Indonesia yang kemudian dapat meningkatkan ekonomi

Keywords:

Perencanaan Keuangan, Investasi Bodong, Studi Kasus

✉ Corresponding author :

Email Address : yulfis.wandi@uib.ac.id¹, 1941105.cedrich@uib.edu²,
1941362.dastin@uib.edu³, 1941013.lim@uib.edu⁴, 1941360.tony@uib.edu⁵,
1941313.venessa@uib.edu⁶

Received 12, Agustus 2021, **Accepted** 15, December 2021, **Published** 24, February 2022

1. Introduction

Peningkatan kebutuhan masyarakat Indonesia disebabkan oleh perkembangan zaman yang laju saat ini. Individu yang memiliki penghasilan menjadi harus lebih bijaksana dalam mengatur finansialnya agar kebutuhan dan keinginan prioritas dapat terpenuhi. Salah satu kemampuan penting yang harus dimiliki individu modern saat ini adalah kecerdasan finansial, terutama kecerdasan dalam mengelola aset pribadi. Sebagai individu modern, bukan hanya harus menghadapi kompleksitas dalam produk keuangan, layanan dan pasar, namun juga harus mampu mengestimasi risiko keuangan yang lebih besar di masa depan. Terbatasnya pengetahuan tentang keuangan mampu menyebabkan kerugian yang bisa muncul dari sifat konsumtif berlebihan sendiri maupun penurunan kondisi ekonomi dan inflasi (Yogasnumurti et al., 2021).

Aktivitas keuangan pribadi yang harus dimiliki individu modern untuk dapat menjamin masa depan yang lebih sejahtera adalah memiliki sumber pendapatan lebih dari satu, investasi, asuransi, dana darurat, dan pengelolaan belanja (Ridwan et al., 2019). Beberapa waktu terakhir, perkembangan literasi finansial di Indonesia mulai bermunculan hingga pelaksanaan edukasi keuangan ini didukung oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Survei terakhir di Indonesia dilakukan oleh Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2019 yang menunjukkan indeks literasi keuangan sebesar 38,03% dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19%. Proporsi ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia masih belum memahami tentang produk dan layanan keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Kurangnya pengetahuan dan ketertarikan pembelajaran tentang produk dan layanan finansial ini mengarahkan masyarakat Indonesia terhadap kejahatan keuangan yang menyebabkan kerugian besar, seperti investasi bodong. Investasi bodong atau investasi ilegal merupakan sejumlah uang yang ditanamkan masyarakat sebagai modal atas suatu produk atau layanan yang sebenarnya tidak ada. Kerugian akibat investasi bodong di Indonesia selama tahun 2011-2021 telah mencapai Rp 117 triliun yang tercatat oleh Satgas Waspada Investasi (SWI). Penipuan investasi ini dilakukan oleh entitas keuangan yang tidak memiliki izin atau ilegal dan kebanyakan merupakan investasi secara *online* (Wareza, 2021).

Maraknya investasi bodong ini menandakan masih banyak masyarakat Indonesia yang memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai investasi dan mudah tergiur dengan imbalan yang dijanjikan oleh pihak investasi bodong tersebut. Investasi bodong ini memiliki banyak sekali model penipuan sehingga masyarakat awam tidak mudah mengenali jenis penipuan investasi yang ditawarkan. Fenomena ini menarik perhatian para penulis untuk meneliti strategi-strategi yang dapat diterapkan oleh masyarakat agar tidak mudah terjerat dalam investasi bodong. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang bisa mengurangi

kerentanan masyarakat terjat dalam investasi bodong. Maka penelitian ini menarik judul **“Pengembangan Strategi Perencanaan Keuangan dalam Penanganan Investasi Bodong di Indonesia”**.

Penelitian ini akan membahas latar belakang masalah mengenai investasi bodong di Indonesia dan dilanjutkan oleh tinjauan pustaka yang berisi tentang teori menurut penelitian terdahulu. Pembahasan akan diikuti oleh metode penelitian ini dan analisis data mengenai strategi-strategi untuk lebih bijak dalam berinvestasi, lalu akan diakhiri oleh kesimpulan serta saran untuk para pembaca

2. Literature Review

Penipuan investasi, atau disebut juga sebagai “investasi bodong”, melibatkan penjualan ilegal atau penjualan instrumen keuangan yang tidak diakui (Chinonso, 2020). Valentika (2021) mengutipkan, skema penipuan investasi atau investasi bodong yang khas dicirikan oleh penawaran investasi dengan risiko rendah atau tanpa risiko, pengembalian yang dijamin, pengembalian yang terlalu konsisten, strategi yang kompleks, atau sekuritas yang tidak terdaftar. Contoh penipuan investasi termasuk penipuan uang muka, skema Ponzi, skema piramida, dan penipuan manipulasi pasar (Jack & Ibekwe, 2018).

Skema investasi bodong cenderung berusaha untuk mengorbankan kelompok-kelompok afinitas, seperti kelompok dengan agama atau etnis yang sama - untuk memanfaatkan kepentingan bersama guna membangun kepercayaan guna mengoperasikan penipuan investasi secara efektif terhadap mereka (Chariri et al., 2018). Lokanan dan Liu (2021) juga menambahkan bahwa kemampuan penipu untuk menumbuhkan kepercayaanlah yang mampu membuat skema investasi bodong begitu sukses.

Knüpfer dan Vokata (2021) berargumentasi bahwa dengan maraknya investasi bodong di Indonesia, masyarakat tidak harus menjauhi seluruh pasar modal hanya untuk menghindari terimplikasinya sebagai korban investasi bodong, Andreou dan Philip (2018) juga menambahkan bahwa ditingkatkannya financial literacy dengan dimilikinya kemampuan untuk mengatur keuangan pribadi dapat secara signifikan mengurangi tingkat persepsi masyarakat dalam menanggulangi penipuan investasi ataupun investasi bodong. Melek secara finansial berarti memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mengelola masalah keuangan pribadi (Morgan et al., 2020). Untuk menjadi melek finansial tidak berarti bahwa siswa harus menguasai semuanya bidang keuangan, melainkan, pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan pribadi sudah cukup bagi masyarakat untuk dapat menemukan, menganalisis, membuat keputusan keuangan yang baik, dan memupuk perilaku keuangan dan investasi yang

sehat di antara masyarakat (Padil et al., 2020). Penelitian yang dilakukan oleh (Atmadja & Herawati, 2019) juga mendukung pernyataan bahwa pelaku penipuan investasi atau investasi bodong cenderung menargetkan korban yang lebih mudah dipengaruhi dan diyakinkan untuk membeli atau berinvestasi dalam produk keuangan mereka, karena korban-korban tersebut biasanya adalah sasaran yang paling rentan untuk keuangan embaga karena kurangnya literasi keuangan dan kesadaran investasi.

Setiawan dan Ardison (2021) berpendapat bahwa investasi bodong hanya dapat dieliminasi melalui edukasi rakyat akan skemanya, dan cara penanggulangannya. Metode edukasi rakyat dapat berbentuk menyebarkan kesadaran rakyat mengenai pengaturan keuangan pribadi (Apriani et al., 2021). Selain daripada itu, masyarakat juga harus mengetahui akan ciri-ciri investasi bodong dan juga cara menganalisa apakah instrumen-instrumen investasi yang ditawarkan merupakan instrumen investasi di pasar modal yang benar adanya.

3. Method, Data, and Analysis

Data dan informasi yang dimanfaatkan dalam penyusunan karya ilmiah ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber dan informan yang telah tersedia. Data yang diperoleh dalam penyusunan karya ilmiah ini terdiri dari berita, publikasi, dan sumber informasi lain yang tersedia secara luas dan dapat diakses secara bebas melalui studi literatur yang aspek kredibilitas dan orisinalitasnya dapat dipercaya serta memiliki korelasi dan memiliki signifikansi terhadap permasalahan yang dikumpulkan secara saksama untuk memperkuat argumen pemaparan.

4. Result and Discussion

4.1. Ketahuilah Informasi Mengenai Investasi yang Akan Didalami

Informasi merupakan hal utama dalam pembelian instrumen investasi. Dalam menyusun dan mengembangkan suatu perencanaan keuangan yang khususnya ditujukan untuk menangani terjadinya investasi bersifat fiktif atau diistilahkan dengan kata “bodong”, tentunya terdapat berbagai strategi yang sangat beragam yang dapat dilakukan untuk mengatasi hal tersebut. Namun, dari berbagai strategi yang beragam tersebut tentunya harus diawali terlebih dahulu dengan mengenali apa itu investasi, jenisnya, serta informasi terkait investasi yang akan dialami tersebut.

Investasi atau yang sering dikenal dengan sebutan penanaman modal ini didefinisikan sebagai suatu komitmen untuk menanamkan sejumlah dana pada suatu aset selama periode waktu tertentu dengan tujuan untuk meningkatkan nilai tambah dari suatu dana tersebut di masa mendatang (Prasetyo & Haryanto, 2019). Investasi memiliki berbagai jenis dengan cara pemanfaatan yang juga berbeda pada masing-masing jenisnya, seperti saham, obligasi, reksadana,

properti dan lain-lain, atau bahkan dalam memulai sebuah ide bisnis. Pilihan-pilihan ini terkadang disebut sebagai “kendaraan investasi” yang di mana masing-masing kendaraannya memiliki kelebihan dan kekurangannya tersendiri (Abdullaevich, 2020).

Pada saat ini, seiring terjadinya globalisasi dan perkembangan teknologi secara terus-menerus telah memberikan dampak yang sangat luas ke berbagai bidang termasuk di bidang keuangan yang di dalamnya juga berkaitan dengan hal investasi. Perkembangan ini mengakibatkan munculnya berbagai jenis investasi baru yang menarik, namun di satu sisi juga tidak selalu memberikan hal positif. Hal ini dikarenakan dengan dimudahkannya melalui teknologi, memudahkan juga modus-modus kejahatan baru untuk masuk ke dalam ruang lingkup keuangan melalui praktik investasi. Inilah yang disebut sebagai praktik investasi ilegal atau fiktif, ataupun juga yang diistilahkan dengan kata “bodong”.

Investasi bodong ini diartikan sebagai investasi di mana masyarakat dijanjikan akan mendapatkan sejumlah keuntungan setiap waktunya meskipun perusahaan investasi tersebut berada dalam keadaan yang merugikan. Selain itu, bentuk investasinya juga tidak memiliki kejelasan dan tidak masuk akal, di mana pengumpulan dana dari masyarakat dilakukan dengan menghindari peraturan yang ditetapkan oleh perbankan (Arno & Assad, 2017). Oleh karena itu, untuk menghindari terjadinya hal tersebut terutama pada diri sendiri, perlu diketahui informasi-informasi yang berkaitan dengan suatu produk atau jenis investasi yang akan didalami dan jalani tersebut.

Secara keseluruhan, terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mempelajari suatu produk investasi dan mengetahui informasi apa saja yang dibutuhkan dalam mempelajari hal tersebut. Selain itu, cara-cara tersebut juga dapat diperoleh dari berbagai sumber yang berkualitas, salah satunya seperti Otoritas Jasa Keuangan atau OJK yang merupakan lembaga independen yang mengawasi dan meregulasi kegiatan di sektor keuangan di Indonesia. Tips mengetahui informasi terkait investasi yang ingin didalami menurut OJK antara lain: (1) Perhatikan aspek legalitas produk investasinya, pastikan sesuai dengan bidang usahanya, (2) Pahami regulator yang mengawasi produk investasinya, dan (3) Baca dan pahami ketentuan yang berkaitan dengan produk investasinya, seperti hak dan kewajibannya, manfaat, biaya, dan risiko yang terkait pada produk investasi tersebut. Cara-cara tersebut dapat dilakukan untuk memastikan agar dapat berinvestasi dengan aman dan jauh dari investasi yang bersifat bodong. Hal ini dikarenakan menurut OJK, investasi yang bodong memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) Keuntungan yang ditawarkan sangat tinggi dan tidak wajar, (2) Produk investasinya ditawarkan dengan janji jaminan oleh instrumen dan pihak tertentu, (3) Menggunakan nama perusahaan-perusahaan besar secara tidak sah, serta (4) Dana yang dikumpulkan dicatat dalam

akun yang terpisah sehingga dapat dikelola secara tidak bertanggung jawab (Otoritas Jasa Keuangan, 2018)

4.2. Miliki Salinan Tertulis Rencana Pemasaran dan Penjualan dari Perusahaan

Salinan tertulis merupakan bukti bahwa informasi yang diberikan adalah sah dan benar adanya. Setelah mengetahui informasi yang berkaitan dengan produk investasi yang ingin didalami dan dijalani, strategi selanjutnya yang dapat dilakukan untuk merencanakan keuangan dengan tujuan menghindari ataupun menangani adanya investasi bodong adalah dengan mengetahui rencana pemasaran dan penjualan dari perusahaan terkait produk investasi tersebut. Hal ini merupakan salah satu faktor penting yang wajib diketahui dalam menghindari adanya investasi yang bodong, namun tidak kalah penting juga untuk diketahui terlebih dahulu sedikit konsep tentang perencanaan pemasaran dan penjualan ini.

Secara konsepnya, rencana pemasaran dan penjualan merupakan suatu langkah untuk menetapkan target pemasaran dan penjualan suatu perusahaan serta strategi untuk mencapai target tersebut dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan meminimalisasikan biaya perusahaan (Tumpal, 2019). Langkah perencanaan ini diawali dengan pembuatan ringkasan eksekutif yang dapat dengan cepat memperhatikan penilaian, tujuan, dan rekomendasi utama suatu perusahaan. Umumnya bagian utama ini disajikan melalui analisis SWOT tentang situasi pemasaran saat ini serta disertai dengan ancaman dan peluang yang berkemungkinan muncul. Langkah berikutnya adalah menetapkan tujuan utama dan menguraikan strategi pemasaran spesifik untuk mencapainya. Secara spesifiknya, strategi pemasaran ini mengarah pada bagaimana perusahaan mampu untuk melibatkan sasaran usahanya dan menciptakan nilai untuk ditangkap sebagai imbalannya (Kotler & Armstrong, 2017).

Melalui hal ini, dapat diketahui bahwa rencana pemasaran dan penjualan suatu perusahaan menggambarkan bagaimana suatu menetapkan tujuannya dan menciptakan strategi untuk mencapai tujuan tersebut apalagi jika dikaitkan dengan bidang investasi. Dengan dimintanya sebuah salinan mengenai rencana pemasaran dan penjualan suatu perusahaan investasi dan diperbolehkan, dapat diketahui bahwa perusahaan investasi tersebut menjalankan usahanya dengan menawarkan produk yang sesuai dengan konsep investasi di Indonesia dan didasarkan pada aturan dari Otoritas Jasa Keuangan atau OJK. Sebaliknya jika tidak diperbolehkan untuk memberikan salinannya, perusahaan tersebut cenderung menjadi mencurigakan bagi karena terdapat kemungkinan atas sistem pemasaran dan penjualan produk usaha yang tidak masuk akal dan berujung ilegal. Menurut Arno dan Assad (2017) salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan investasi bodong ini adalah strategi berbasis skema ponzi atau skema piramid, di mana dilakukan dengan mengumpulkan dana dari konsumen baru yang kemudian

diputarkan dananya menjadi bonus untuk diberikan kepada konsumen lama serta tidak memiliki kegiatan bisnis yang nyata. Maka dari itu, penting bagi konsumen untuk meminta salinan serta mengetahui rencana pemasaran dan penjualan suatu perusahaan khususnya di bidang investasi ini agar terhindar dari maraknya praktik investasi bodong pada saat ini.

4.3. Konsep "High Risk, High Return"

The risk-return tradeoff adalah prinsip perdagangan yang menghubungkan risiko tinggi dengan imbalan tinggi. Aslanidis dan Christiansen (2021) mengutip bahwa *the risk-return tradeoff* berpegang pada prinsip bahwa semakin tinggi pengembaliannya, maka semakin besar juga risiko yang dimiliki sebuah instrument investasi. *Risk-return tradeoff* yang sesuai bergantung pada berbagai faktor, termasuk toleransi risiko investor, tahun investor untuk pensiun dan potensi untuk mengganti dana yang hilang.

Cara penanggulangan investasi bodong selanjutnya adalah pemahaman atas konsep *risk-return tradeoff*. Berdasarkan penelitian oleh Nicolini & Leonelli (2021), skema investasi bodong seringkali mengabaikan konsep "high risk, high return" ini. Pelaku penipuan investasi bodong cenderung menjanjikan masyarakat awam dengan menjanjikan pengembalian yang tinggi atau pendapatan pasif tetap, dengan iming-imingan bahwa investasi yang ditawarkan tersebut adalah investasi nol risiko, walaupun pengembalian yang ditawarkan cukup menarik (Sandhu & Mankotia, 2018). Atmadja & Herawati (2019) mengutipkan bahwa jika suatu produk investasi terdengar "terlalu bagus untuk menjadi kenyataan", maka kemungkinan besar memang produk tersebut palsu. Strategi dari pelaku investasi bodong adalah menawarkan produk investasi yang terlihat menggiurkan, untuk menarik investor awam yang memiliki sedikit atau tidak sama sekali pengetahuan akan strategi ini. Dengan menawarkan pengembalian yang tinggi dan risiko yang mendekati nol, pelaku investasi bodong berharap bahwa produk investasinya atraktif untuk dipertimbangkan oleh masyarakat yang tidak mengetahui *risk-return tradeoff*.

Investor perlu mengerti konsep bahwa semakin tinggi tingkat pengembalian yang ditawarkan maka semakin tinggi juga risiko yang akan dihadapi, serta memahami bahwa tidak ada investasi di dunia ini yang menawarkan pengembalian dengan risiko 0%. Masyarakat harus paham dengan teori *risk-return tradeoff* dan menggunakannya sebagai salah satu komponen penting dari setiap keputusan investasi, serta untuk menilai portofolio mereka secara keseluruhan. Pemahaman *risk-return tradeoff* ini menanamkan pola pikir investor dan membuat investor mampu membedakan investasi mana yang benar adanya, dan investasi mana yang terdengar terlalu bagus untuk menjadi kenyataan (Coskun et al., 2019).

4.4. Hindari Promotor yang Tidak Dapat Menjelaskan Rencana Bisnis Perusahaannya

Strategi perencanaan keuangan berikutnya yang dapat dilakukan untuk menangani adanya investasi bodong dan masih sedikit berkaitan dengan konsep pemasaran adalah dengan menghindari promotor yang tidak mampu untuk menjelaskan rencana bisnis perusahaan yang khususnya bergerak di bidang investasi tersebut. Dalam pemasaran, terdapat istilah promosi yang didefinisikan sebagai seperangkat teknik atau praktik dan tindakan pemasaran, serta bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mengatasi tingkat penjualan dengan menarik perhatian para pembeli potensial melalui titik penjualan, informasi, kepercayaan, pelatihan, dan mempertahankan minat pelanggan terhadap produk dan perusahaan (Alexandrescu & Milandru, 2018). Promosi ini juga dapat dilakukan dengan berbagai jenis strategi, seperti periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, ataupun juga dengan strategi pemasaran dari mulut ke mulut (Hedynata & Radianto, 2016).

Dalam hal ini, seseorang yang melaksanakan kegiatan promosi tersebut dikenal dengan istilah promotor. Seorang promotor memiliki peran yang sangat penting bagi kegiatan promosi perusahaannya, hal ini dikarenakan promotor umumnya menjadi pihak pertama dalam perusahaan yang akan menjalin hubungan dengan konsumennya melalui komunikasi. Maka dari itu, seorang promotor juga harus mengetahui bagaimana rencana bisnis perusahaannya agar dapat mengkomunikasikan dan melaksanakan sistem pemasaran usahanya kepada konsumen (Hidayat, 2017).

Hal ini juga berlaku bagi konsumen dalam mengembangkan strategi perencanaan keuangan untuk mengatasi investasi bodong, dalam mempelajari suatu produk investasi pada suatu perusahaan, harus diketahui juga apakah terdapat promotor produk investasi perusahaan tersebut dan apakah promotor itu mengetahui rencana bisnis dari perusahaannya. Jika seorang promotor tersebut mampu menjelaskan rencana bisnis perusahaan investasinya serta dapat memberikan bukti legalitas produk usahanya dan lain-lain, maka dapat dikatakan bahwa produk investasi milik perusahaan tersebut memiliki kejelasan sebagai investasi yang legal dan bukan bodong. Hal ini juga berlaku sebaliknya, bila ditemukannya seorang promotor produk investasi yang tidak mampu menjelaskan rencana bisnis perusahaannya, dapat dikatakan bahwa produk investasi tersebut tidak memiliki kejelasan yang masuk akal, sehingga harus menghindari hal tersebut karena berkemungkinan sifatnya adalah ilegal atau bodong.

4.5. Mengerti Konsep Permintaan dan Penawaran untuk Produk Sejenis di Pasaran

Konsep permintaan dan penawaran merupakan konsep dasar dalam dunia bisnis. Strategi perencanaan keuangan berikutnya dalam mengantisipasi menjadi korban investasi bodong adalah dengan memahami konsep yang berkaitan dengan permintaan dan penawaran terhadap suatu produk investasi di pasaran. Konsep permintaan dan penawaran ini merupakan konsep

Pengembangan Strategi Perencanaan Keuangan dalam Penanganan Investasi

DOI : [10.37531/mirai.v7i1.1759](https://doi.org/10.37531/mirai.v7i1.1759)

dalam ilmu ekonomi yang menentukan bagaimana kondisi jumlah dan harga pada suatu produk di pasar. Permintaan didefinisikan sebagai banyaknya jumlah barang berupa produk yang diminta pada suatu pasar berdasarkan tingkat harga, pendapatan, dan periode waktu tertentu. Sedangkan penawaran sebaliknya didefinisikan sebagai banyaknya jumlah barang berupa produk yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar (Fatimah et al., 2018)

Selain definisi, hal penting lainnya yang harus diketahui mengenai konsep permintaan dan penawaran ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kedua hal tersebut. Hal ini dikarenakan faktor-faktor tersebut dapat membantu investor dalam mendapatkan gambaran mengenai kondisi suatu produk di pasar. Sebagai contoh dari sisi permintaan, harga cabai yang semakin meningkat membuat permintaan terhadap produk cabai semakin menurun, kemudian jika pendapatan masyarakat semakin meningkat maka permintaan terhadap produk cabai dapat semakin meningkat. Contoh lainnya dari sisi penawaran, harga cabai yang semakin meningkat justru membuat penawaran terhadap produk semakin meningkat, lalu jika biaya produksi menggunakan cabai menurun maka penawaran terhadap produk cabai juga semakin menurun (Zamili et al., 2020). Hal-hal inilah yang harus diketahui dalam mengetahui kondisi suatu produk apapun dipasaran.

Konsep permintaan dan penawaran seperti ini tetaplah berlaku jika dikaitkan dengan produk di bidang investasi, namun hanya saja terdapat sedikit kompleksitas untuk permintaan dan penawaran terhadap produk investasi ini. Hal ini dikarenakan produk investasi memiliki berbagai jenis, dengan berbeda jenisnya ini maka dapat membedakan kompleksitas permintaan dan penawaran yang berlaku untuk setiap jenis produk investasi tersebut. Dapat diambil “saham” sebagai salah satu jenis produk investasi yang terbilang cukup banyak dimiliki oleh masyarakat. Permintaan dan penawaran terhadap produk saham ini tidak sekedar berasal dari harga saham dan pendapatan masyarakat saja, namun juga berasal dari banyak faktor lainnya yang justru lebih luas lagi.

Menurut Sunaryo (2020), permintaan dan penawaran terhadap produk saham dapat mengakibatkan terjadinya volatilitas atau naik-turunnya harga saham tersebut, oleh karena itu faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi permintaan dan penawaran terhadap produk saham adalah sebagai berikut: (1) Siklus ekonomi, jika kondisi ekonomi sedang baik maka harga saham cenderung mengalami peningkatan dan sebaliknya mengalami penurunan jika kondisi ekonomi memburuk, (2) *Trading Noise* yang berisikan rekomendasi analisis, rumor, dan hari libur bursa umumnya dapat mengakibatkan naik-turunnya harga saham, dan (3) Kondisi perusahaan, jika perusahaan memiliki pendapatan yang baik dan jumlah hutang yang sedikit maka kondisi

perusahaan tergolong sehat dan harga sahamnya kemungkinan meningkat, hal ini juga berlaku sebaliknya.

Secara keseluruhan, konsep permintaan dan penawaran merupakan hal penting yang harus dipahami, terutama saat hal tersebut berkaitan dengan investasi. Dengan dipahaminya konsep permintaan dan penawaran, kejelasan kondisi produk investasi tersebut di pasar, seperti harga produknya dan hal-hal lain yang diakibatkan dari permintaan dan penawaran yang terjadi menjadi lebih jelas. Walaupun begitu, untuk investasi bersifat bodong juga memiliki konsep permintaan dan penawaran, namun hanya saja konsep tersebut cenderung kurang logis dan tidak memiliki legalitas dari pemerintah Indonesia (Yanwardhana, 2021).

5. Conclusion and Suggestion

Maraknya investasi bodong yang sedang meluas di Indonesia pada saat ini cukup memberikan keresahan kepada masyarakat yang ingin melakukan investasi sebagai salah satu cara untuk merencanakan keuangannya. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat beberapa cara atau strategi yang dapat dikembangkan untuk merencanakan keuangan sekaligus menangani maraknya investasi bodong ini. Strategi-strategi yang dapat dikembangkan tersebut antara lain adalah dengan mengetahui informasi mengenai jenis investasi yang akan dialami, kemudian mintalah salinan rencana pemasaran dan penjualan pada suatu perusahaan khususnya di bidang investasi, lalu pahami konsep *high risk, high return*, selain itu hindarilah promotor yang tidak mampu menjelaskan rencana bisnis perusahaannya, serta terakhir yaitu pahami konsep permintaan dan penawaran yang berlaku pada produk-produk sejenis di pasaran. Alhasil melalui strategi-strategi ini, investor dapat terbantu dalam perencanaan keuangan dengan secara matang untuk kedepannya dan demi terhindarnya maraknya investasi bodong yang

Reference

- Abdullaevich, M. M. (2020). The basic concepts of investment and its importance. *JournalNX- A Multidisciplinary Peer Reviewed Journal*, 6(6), 193–196.
- Alexandrescu, M.-B., & Milandru, M. (2018). Promotion as a form of Communication of the Marketing Strategy. *Land Forces Academy Review*, 23(4), 268–274. <https://doi.org/10.2478/raft-2018-0033>
- Andreou, P. C., & Philip, D. (2018). Financial Knowledge Among University Students and Implications for Personal Debt and Fraudulent Investments. *SSRN Electronic Journal*, 2018(October). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3250850>
- Apriani, D., Robiani, B., & Yulianita, A. (2021). Mewaspada Investasi Bodong dan Arisan Berantai Online di Desa Kerinjing Kecamatan Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.29259/jscs.v2i1.23>
- Arno, A. K., & Assad, A. Z. (2017). Peran Otoritas Jasa Keuangan Dalam Mengawasi Resiko Pembiayaan Dalam Investasi “Bodong.” *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law*, 2(1),

Pengembangan Strategi Perencanaan Keuangan dalam Penanganan Investasi

DOI : [10.37531/mirai.v7i1.1759](https://doi.org/10.37531/mirai.v7i1.1759)

- 85–95. <https://doi.org/10.24256/alw.v2i1.602>
- Aslanidis, N., & Christiansen, C. (2021). *Quantile Risk – Return Trade-Off*.
- Atmadja, A. T., & Herawati, N. T. (2019). *Utilization of Integrated Various Capital in Fraudulent Investment Practices in Singaraja, Buleleng, Bali*. 103(Teams 19), 113–116. <https://doi.org/10.2991/teams-19.2019.17>
- Chariri, A., Sektiyani, W., Nurlina, & Wulandari, R. W. (2018). *INDIVIDUAL CHARACTERISTICS, FINANCIAL LITERACY AND ABILITY IN DETECTING INVESTMENT SCAMS*. 15(1), 91–114.
- Chinonso, E. T. (2020). *Proliferation Of Ponzi/Pyramid Schemes In Nigeria And The Litany Of Lamentations: Any Relief In Sight For Victims*.
- Coskun, A., Sahin, A. M., & Zengin, A. (2019). Financial Literacy in Turkey: A Field Study to Touch Base with the OECD. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 8(3), 1–16.
- Fatimah, A. T., Effendi, A., & Amam, A. (2018). Koneksi Matematis Pada Konsep Ekonomi (Permintaan Dan Penawaran). *Teorema*, 2(2), 107. <https://doi.org/10.25157/.v2i2.1074>
- Hedynata, M. L., & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. *Strategi Promosi*, 1(April), 1–10.
- Hidayat, R. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Oppo Cabang Kota Medan*. 1–106.
- Jack, J. T. C. B., & Ibekwe, C. C. (2018). Ponzi Schemes: An Analysis on Coping with Economic Recession in Nigeria. *The Nigerian Journal of Sociology and Anthropology*, 16(1). [https://doi.org/10.36108/njsa/8102/61\(0150\)](https://doi.org/10.36108/njsa/8102/61(0150))
- Knüpfer, S., & Vokata, P. (2021). *Working Paper Series Charles A . Dice Center for Research in Financial Economics Scammed and scarred : Effects of investment fraud on its victims*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In Pearson.
- Lokanan, M., & Liu, S. (2021). Predicting fraud victimization using classical machine learning. *Entropy*, 23(3), 1–19. <https://doi.org/10.3390/e23030300>
- Morgan, P., Huang, B., & Trinh, L. (2020). *The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age Bihong Huang (Asian Development Bank Institute). June 2019*, 1–9.
- Nicolini, G., & Leonelli, L. (2021). Financial frauds on payment cards : The role of financial literacy and financial education. *The International Review of Financial Consumers*, 6(1), 1–33.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 - 2025*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>
- Padil, H. M., Kasim, E. S., & Ismail, N. (2020). *An Exploratory Factor Analysis of Financial Literacy and Awareness of An Exploratory Factor Analysis of Financial Literacy and Awareness of Investment Scam*. 3(November), 61–67.
- Prasetyo, H., & Haryanto, I. (2019). Pendampingan Strategi Menangkal Penipuan Investasi Bodong Di Kelurahan Pangkalan Jati. *Sabdamas*, 320–324. <http://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/sabdamas/article/download/1055/552/>
- Ridwan, Sukarman, Laxmi Lydia, E., Shankar, K., & Nguyen, P. T. (2019). Strategies of successfully

- managing personal finances for system excellence. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(2 Special Issue 11), 3818–3821. <https://doi.org/10.35940/ijrte.B1502.0982S1119>
- Sandhu, N., & Mankotia, N. (2018). Perceptual impediments to stock market investment: Factor analysis approach. *SCMS Journal of Indian Management*, 15(1), 50–58.
- Setiawan, P. J., & Ardison, H. (2021). Criminal Victimization on Large-Scale Investment Scam in Indonesia. *Veritas et Justitia*, 7(1), 1–30. <https://doi.org/10.25123/vej.v7i1.3917>
- Sunaryo, S. (2020). Dampak Faktor Volume Penawaran Saham Terhadap Risiko Sistematis: Penerapan Dengan Regresi Data Panel Metode Common *Kinerja*, 3(1), 17–31. <https://uia.e-journal.id/Kinerja/article/view/1182>
- Tumpal, D. (2019). *Konsep Dasar Perencanaan Pemasaran Dan Proses Penyusunannya*. 1–44.
- Valentika, F. F. (2021). Aspek Hukum Penjamin Dana Nasabah: Kasus Hilangnya Simpanan Nasabah Maybank Senilai 20 Miliar Rupiah. *Krdfhundip.Com*. <http://krdfhundip.com/wp-content/uploads/2020/12/ASPEK-HUKUM-PENJAMIN-DANA-NASABAH-KASUS-HILANGNYA-SIMPANAN-NASABAH-MAYBANK-SENILAI-20-MILYAR-RUPIAH-1.pdf>
- Wareza, M. (2021). *Alamak! Kerugian Investasi Bodong Capai Rp 117 T*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/investment/20210805111927-21-266285/alamak-kerugian-investasi-bodong-capai-rp-117-t>
- Yanwardhana, E. (2021). *Astaga! Investasi Bodong di RI Bikin Investor Tekor Rp 114 T*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/investment/20210415081811-21-237981/astaga-investasi-bodong-di-ri-bikin-investor-tekor-rp-114-t>
- Yogasnumurti, R. R., Sadalia, I., & Irawati, N. (2021). *The Effect of Financial, Attitude, and Financial Knowledge on the Personal Finance Management of College Collage Students*. *Ebic 2019*, 649–657. <https://doi.org/10.5220/0009329206490657>
- Zamili, N., Harahap, G., & Siregar, R. S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Cabe Merah. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 2(1), 77–86. <https://doi.org/10.31289/jiperta.v2i1.71>