

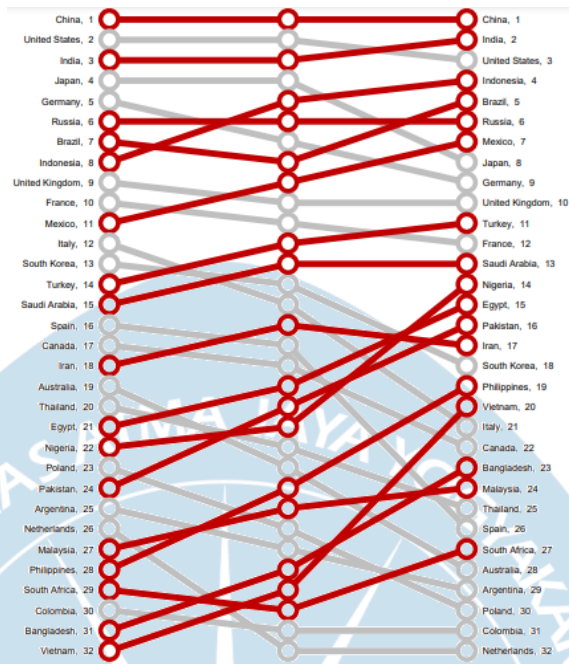
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi ekonomi suatu negara di dunia dapat diukur melalui tingkat *Gross Domestic Product* (GDP) atau dikenal juga dengan sebutan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) yang dihitung dari perkalian harga dengan barang dan jasa yang dikonsumsi oleh penduduk di suatu negara (Setiawan, 2016). Salah satu indikator perhitungan yang diimplementasikan oleh badan internasional seperti *International Monetary Fund* (IMF), *Standard Chartered*, dan *Oxford Economics* hingga *PricewaterhouseCoopers* (PWC) adalah *Purchasing Power Parity* (PPP) atau Paritas Daya Beli. PPP sendiri telah menjadi standar yang digunakan dalam perhitungan PDB yang perbandingannya dilakukan antar harga dari produk sejenis di berbagai negara dan perbandingan ini tidak menggunakan nilai tukar di pasar karena dianggap lebih konstan dan stabil.

Hal inilah yang mendorong maraknya perbandingan ekonomi negara di dunia melalui komparasi PDB yang menggunakan basis perhitungan pada PPP. Bahkan proyeksi dari PWC dalam rilisannya yang berjudul “The Long View, How will The Global Economic Order Change by 2050”, ekonomi *top 5* dunia akan diduduki oleh China sebagai juara bertahan di posisi pertama, dilanjutkan oleh India, Amerika Serikat, Indonesia, dan Brazil atas pencapaian PDB/GDP seperti yang tertera pada gambar di bawah ini (PricewaterhouseCoopers, 2017)



Gambar 1.1 - Proyeksi Ranking GDP

Sumber: PWC (<https://www.pwc.com/gx/en/world-2050/assets/pwc-world-in-2050-summary-report-feb-2017.pdf>)

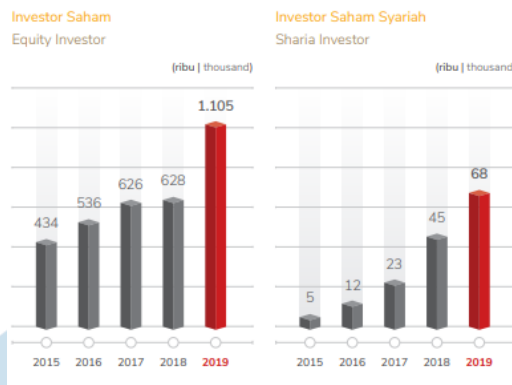
GDP PPP rankings	2016 rankings		2030 rankings		2050 rankings	
	Country	GDP at PPP	Country	Projected GDP at PPP	Country	Projected GDP at PPP
1	China	21269	China	38008	China	58499
2	United States	18562	United States	23475	India	44129
3	India	8721	India	19511	United States	34102
4	Japan	4932	Japan	5506	Indonesia	10502
5	Germany	3979	Indonesia	5424	Brazil	7540
6	Russia	3745	Russia	4736	Russia	7131
7	Brazil	3135	Germany	4707	Mexico	6863
8	Indonesia	3028	Brazil	4439	Japan	6779
9	United Kingdom	2788	Mexico	3661	Germany	6138
10	France	2737	United Kingdom	3638	United Kingdom	5369
11	Mexico	2307	France	3377	Turkey	5184
12	Italy	2221	Turkey	2996	France	4705
13	South Korea	1929	Saudi Arabia	2755	Saudi Arabia	4694
14	Turkey	1906	South Korea	2651	Nigeria	4348
15	Saudi Arabia	1731	Italy	2541	Egypt	4333
16	Spain	1690	Iran	2354	Pakistan	4236
17	Canada	1674	Spain	2159	Iran	3900
18	Iran	1459	Canada	2141	South Korea	3539
19	Australia	1189	Egypt	2049	Philippines	3334
20	Thailand	1161	Pakistan	1868	Vietnam	3176
21	Egypt	1105	Nigeria	1794	Italy	3115
22	Nigeria	1089	Thailand	1732	Canada	3100
23	Poland	1052	Australia	1663	Bangladesh	3064
24	Pakistan	988	Philippines	1615	Malaysia	2815
25	Argentina	879	Malaysia	1506	Thailand	2782
26	Netherlands	866	Poland	1505	Spain	2732
27	Malaysia	864	Argentina	1342	South Africa	2570
28	Philippines	802	Bangladesh	1324	Australia	2564
29	South Africa	736	Vietnam	1303	Argentina	2365
30	Colombia	690	South Africa	1148	Poland	2103
31	Bangladesh	628	Colombia	1111	Colombia	2074
32	Vietnam	595	Netherlands	1080	Netherlands	1496

Gambar 1.2 - Proyeksi Nominal GDP berdasarkan PPP

Sumber: PWC (<https://www.pwc.com/gx/en/world-2050/assets/pwc-world-in-2050-summary-report-feb-2017.pdf>)

Dari kacamata domestik, pertumbuhan ekonomi Indonesia yang diprediksi berada pada peringkat 4 dunia pada 2050, meningkat cukup signifikan dari posisi 8 pada tahun 2017. Hal ini diakui tidak terlepas dari sokongan pasar modal yang ada selama dekade terakhir (Dina Mirayanti Hutauruk, 2021). Fungsi pasar modal di suatu negara adalah sebagai sarana pendanaan bagi investor dan sarana berinvestasi bagi masyarakat di pasar modal (Naufal, 2016).

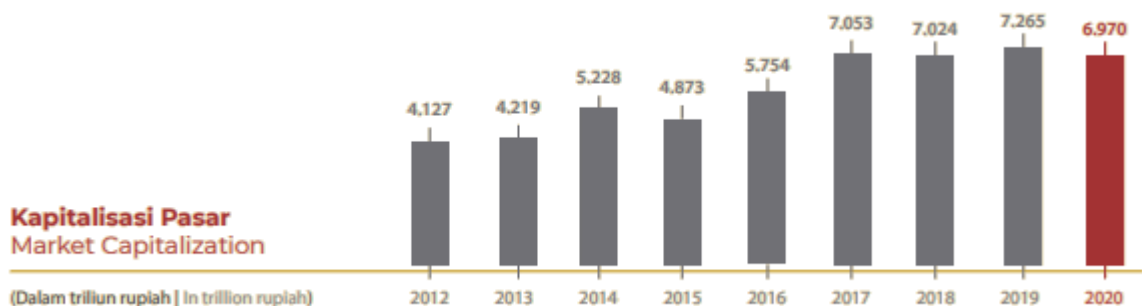
Optimisme pertumbuhan pasar modal datang dari OJK yang mengatakan bahwa investor di Indonesia masih belum menyentuh 1% dari populasi yang ada sehingga *trend* kenaikan masih akan terus berlangsung (Chivianti & Sukamulja, 2021). Pertumbuhan pasar modal di Indonesia sendiri tercermin dengan jelas dengan peningkatan masif dari jumlah *Single Investor Identification* (SID) yang berguna untuk membantu investor mengakses dan memantau kepemilikan efeknya secara *real-time*. SID mulai diberlakukan sejak 31 Januari 2012 oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Sampai tahun 2013, tercatat sejumlah 320.506 investor yang memiliki SID dan terus bertumbuh hingga pada tahun 2020 menyentuh angka 3,87 juta SID secara umum untuk saham, obligasi, dan reksadana dan sebesar 1,68 juta SID untuk investor saham (PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2020) dan tembus 3 juta investor di Oktober 2021 (Wulandhari, 2021). Jumlah investor harian juga mengalami peningkatan 72,38% dari tahun sebelumnya mencapai 94 ribu investor yang didominasi oleh investor domestik hingga 69%.



Gambar 1.3 - Grafik Investor Saham & Saham Syariah di Indonesia dari 2015-2019

Sumber: Laporan Tahunan 2019 IDX
[\(<https://www.idx.co.id/media/8938/2019.pdf>\)](https://www.idx.co.id/media/8938/2019.pdf)

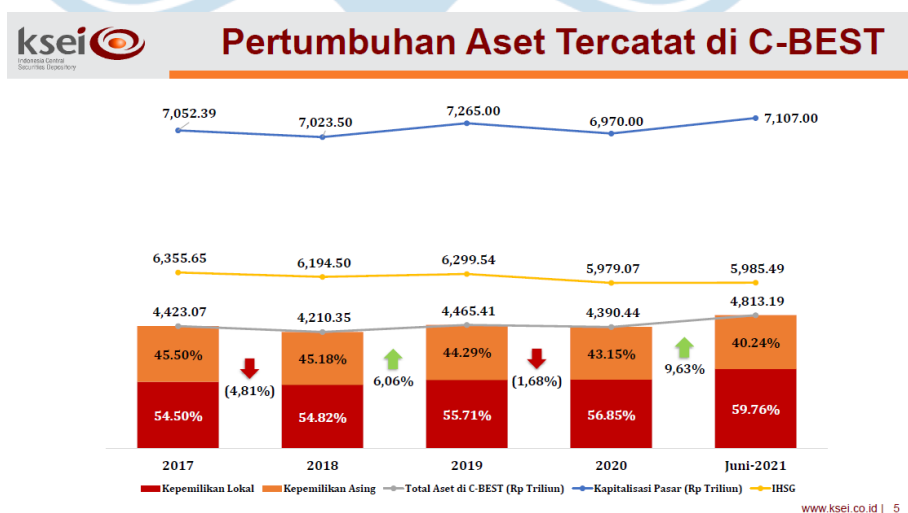
Adanya pertumbuhan investor domestik yang masif tidak terlepas dari suasana pasar modal Indonesia yang kondusif dan menarik, karena tercatat hingga minggu ke-3 Januari 2022, jumlah perusahaan tercatat di Indonesia sudah mencapai total 768 perusahaan (Otoritas Jasa Keuangan, 2022), naik signifikan jika dibandingkan dengan data BPS tahun 2008 baru sebanyak 396 perusahaan tercatat (BPS, 2020). Sehingga dari sisi kapitalisasi pasar pasar modal Indonesia juga terus meningkat yang ditunjukkan dalam grafik berikut ini:



Gambar 1.4 - Grafik Kapitalisasi Pasar Indonesia dari 2012-2020

Sumber: Laporan Tahunan 2020 IDX
<https://www.idx.co.id/media/9969/2020.pdf>

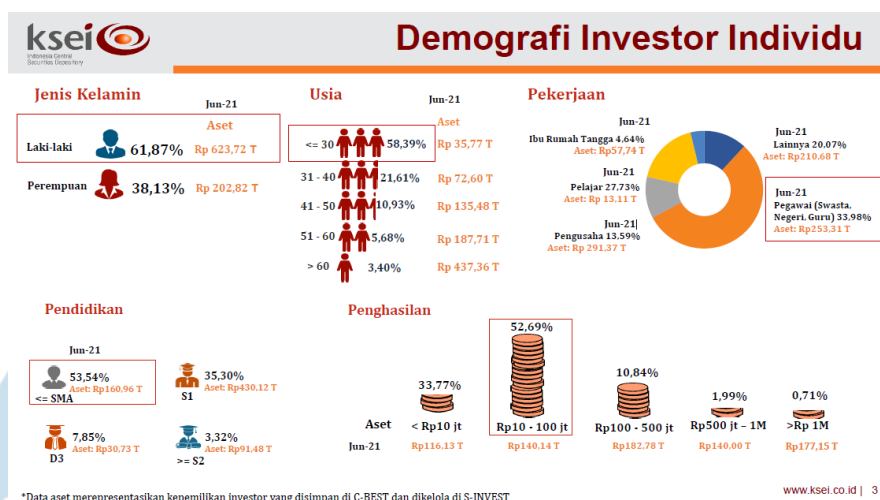
Kepercayaan dan perkembangan yang terus dilakukan pemerintah bisa dikatakan berbuah manis, jika dibandingkan dengan negara tetangga seperti Singapura, pada kuartal 1 2021, Singapura hanya mampu menarik 3 perusahaan untuk IPO yang menghasilkan nilai US\$ 200 juta. Pemerintah Singapura gencar memberikan insentif melalui *Special Purpose Acquisition Company* (SPAC) dan memberikan bantuan dana melalui perusahaan BUMN Singapura (Temasek) serta *Economic Development Board* (EDB). *Monetary Authority of Singapore* (Bank Senat Singapura) memberikan hibah yang diharapkan bisa membantu perusahaan untuk membiayai *listing fee*. Hal ini membuktikan Indonesia yang notabene hanya *emerging market* tidak kalah dengan negara maju lainnya dari segi pertumbuhan pasar modal (Akadafi, 2021).



Gambar 1.5 - Pertumbuhan Aset di C-Best KSEI

Sumber: Statistik Publik KSEI (per Juni 2021)

([https://www.ksei.co.id/files/Statistik Publik Juni 2021.pdf](https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Juni_2021.pdf))



Gambar 1.6 - Demografi Investor Individu

Sumber: Statistik Publik KSEI (per Juni 2021)

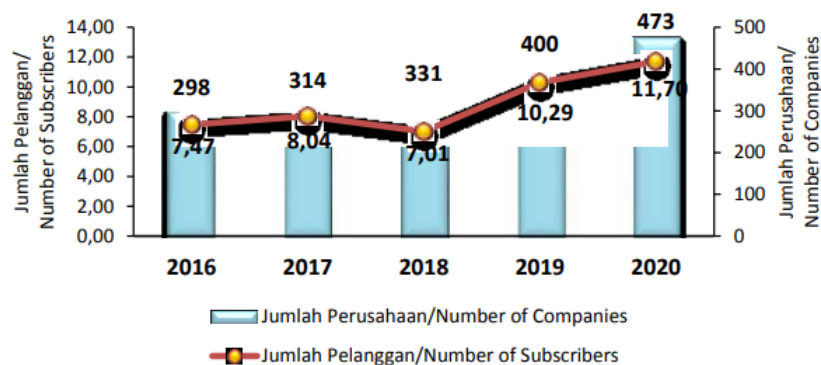
([https://www.ksei.co.id/files/Statistik Publik Juni 2021.pdf](https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Juni_2021.pdf))

Perkembangan pasar modal di Indonesia didominasi oleh milenial, hal ini ditunjukkan oleh data statistik KSEI mencapai 58,39%. Hal ini membuktikan bahwa pencaangan program pemerintah Indonesia pada 12 November 2015 melalui Bursa Efek Indonesia “Yuk Nabung Saham” berhasil diimplementasikan. Kampanye ini mengajak seluruh masyarakat Indonesia untuk mulai berinvestasi di pasar modal sebagai bentuk alternatif lain pengembangan aset selain menabung di bank.

Berbicara soal investasi, para investor tentu perlu membuat keputusan investasi untuk memaksimalkan kekayaannya dari *return* investasi (Naufal,

2016). *Behavioral Finance* menjadi topik relevan yang diangkat dalam hal ini karena keputusan investasi seorang investor sering kali dipengaruhi oleh perilakunya sebelum bertindak. Mengutip salah satu *quote* dari Joseph Kennedy “Anda tahu bahwa ini saatnya menjual saham saat tukang sol sepatu mulai memberitahukan anda tips saham” yang menunjukkan bahwa popularitas atau atensi orang-orang terhadap saham tertentu bisa memengaruhi pergerakan harga dari saham tersebut (Yoshinaga & Rocco, 2020).

Hal ini membuat investor perlu mencari berbagai informasi sebagai bahan dasar pertimbangan dalam rangka meminimalisir risiko investasi, salah satunya dengan mengakses dari internet yang menjadi ciri khas dari milenial dalam mencari informasi (Rahmah & Rahmah, 2019). Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia juga menampilkan grafik yang signifikan. Ditelusuri dari sisi perusahaan penyedia layanan internet / *Internet Service Provider* (ISP) yang awalnya hanya berjumlah 281 perusahaan di 2015, naik menjadi 473 perusahaan di 2020. Jumlah pelanggan internet yang awalnya hanya 8,39 juta menjadi 11,7 juta pelanggan, khususnya akses untuk mendapatkan tujuan finansial yang mencapai 10,91% di tahun 2020 yang naik (BPS, 2020).



Gambar 1.7 - Statistik ISP & Subscribers (2016-2020)

Sumber: BPS

<https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=ZTAzYWNhMWU2YWU5MzM5NmVINjYwMzI4&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzIwMjEvMTAvMTEvZTAzYWNhMWU2YWU5MzM5NmVINjYwMzI4L3N0YXRpc3Rpay10ZWxla29tdW5pa2FzaS1pbmRvbmVzaWEtMjAyMC5odG1s&twoadfnofeuf=MjAyMi0wMi0xMSAxNTozMDowMQ%3D%3D>)

Penggunaan internet dianggap bisa dimanfaatkan sebagai sebuah sarana promosi dan peningkatan nilai dari perusahaan daripada menggunakan iklan secara konvensional dalam rangka menarik investor potensial (Usman & Tandelilin, 2014). Salah satu *search engine* yang terkenal akan kemudahan akses dan gratis adalah *Google*. *Google* digunakan untuk mengetahui informasi terkait perusahaan tertentu sebelum memutuskan untuk berinvestasi di sana dibandingkan *platform* berbayar lainnya (Firmansyah & Husodo, 2021).

Penelitian menggunakan *search engine Google* dapat ditelusuri pencariannya menggunakan fitur *Google Search Volume Index*. Penelitian dalam menelusuri perhatian investor dalam kaitannya dengan berinvestasi yang pertama kali dipergunakan oleh Zhi Da dan rekannya di tahun 2011 yang merepresentasikan perilaku pengguna internet secara keseluruhan. Penelitian serupa sudah pernah dilakukan di Brazil, Korea, Taiwan, Jerman, dan India yang merepresentasikan negara di dunia dengan penemuan yang berbeda-beda (Chae *et al.*, 2020; Ramos *et al.*, 2017; Swamy & Dharani, 2019). Terdapat efek pencarian *Google* terhadap pasar saham & popularitas saham tertentu menyebabkan turunnya *return* dari saham. Di Brazil menyebabkan efek

penurunan *return* dan popularitas. Sebaliknya terjadi kenaikan *return* dari popularitas di India. Pencarian terhadap perusahaan tertentu menyebabkan saham perusahaan tersebut lebih sering diperdagangkan (*trading*) di Korea sehingga menunjukkan bahwa *Google* bisa menjadi sumber informasi. Pada studi kasus di Jerman, pencarian yang tinggi menyebabkan *return* dan likuiditas saham (*liquidity*) yang tinggi sehingga bisa menjadi pengurang bagi biaya asimetri informasi seperti yang pernah diteliti pada kasus pemasangan iklan yang dapat meningkatkan jumlah investor terhadap perusahaan tersebut.

Oleh sebab itu, pada kesempatan ini peneliti tertarik untuk meneliti secara simultan dengan melakukan perbandingan pada pasar modal dunia. Penelitian ini bertujuan mengetahui apakah terdapat efek pencarian kata kunci tertentu di *Google* yang memengaruhi *return*, *liquidity*, dan *volatility* saham sehingga bisa melahirkan sebuah kesimpulan baru dalam literatur keuangan.

1.2 Rumusan Masalah

Adanya inovasi dalam era digital kian menambah ragam media bagi para pembaca hingga investor terekspos dengan informasi. Atensi investor bisa memicu terjadinya anomali pasar yang pada akhirnya bisa mempengaruhi pergerakan pasar modal sehingga penting untuk bisa memahami bagaimana hubungan di antaranya bisa menjadi pegangan fundamental dalam berinvestasi (Yoshinaga & Rocco, 2020). Berdasarkan uraian tersebut, peneliti merumuskan sebuah permasalahan yang dapat diteliti, yaitu:

Apakah atensi investor dilihat melalui *Google Search Volume Index* (GSVI) dapat memengaruhi *return*, *trading*, dan *volatility* pada indeks saham komposit *top 5* besar negara di dunia?

1.3 Batasan Penelitian

1. Lingkup penelitian dilakukan terhadap 5 besar bursa saham pada negara dengan GDP tertinggi di 2050 versi PWC yakni China, India, Amerika Serikat, Indonesia, dan Brazil.
2. Pemilihan penggunaan indeks utama (indeks komposit) bursa saham di negara sebagai acuan yang dianggap bisa merepresentasikan kondisi pasar modal di negara tersebut.
3. Atensi investor yang dilihat melalui *Google Search Volume Index* yang terbukti bisa menjadi media yang membaca perilaku investor karena akses data secara *real time*.
4. Pemilihan *ticker symbol* yang tidak ambigu dengan nama atau objek lainnya yang tidak berkaitan dengan perusahaan ataupun bursa efek yang diteliti.
5. Penggunaan angka *adjusted close price* dalam menghitung *return* indeks saham.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dirumuskan di atas, tujuan dari penelitian ini untuk melihat pengaruh dari atensi investor terhadap *return*,

trading, dan volatilitas dari *top 5* besar indeks saham komposit dunia. Penelitian ini juga memberikan bukti empiris atas penelitian yang sudah dilakukan dengan melihat atensi investor dengan bantuan *Google Search Volume Index* sebagai alat yang mampu menyajikan data secara *real-time*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat baik secara praktis dan teoritis dari penelitian ini, diantaranya:

1. Bagi penulis

Penelitian ini memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman berinvestasi melalui proses pencarian data dan menganalisis ilmu yang berkaitan dengan atensi investor terhadap indeks saham komposit *top 5* dunia (versi PWC) dari tahun 2017-2021.

2. Bagi perusahaan

Sebagai sarana pemberian informasi agar dapat melakukan operasi di perusahaan dan pembuatan kebijakan yang memperhatikan faktor informasi dan komunikasi dengan pemanfaatan *Google search engine* yang mendorong perusahaan untuk bisa menjaga tingkat *return*, *liquidity*, dan *volatilitynya*.

3. Bagi investor

Penelitian ini digunakan untuk menambah wawasan investor dalam menganalisis dan membuat keputusan berinvestasi di indeks saham

domestik maupun luar negeri dengan lebih rasional, bebas dari bias, dan terbarukan dengan pemanfaatan *Google search engine*.

4. Bagi pembaca

Bisa memberikan tambahan informasi bagi pembaca mengenai peranan penting teknologi seperti *Google search engine* dalam mencari informasi sebagai dasar pengambilan keputusan investasi baik dalam lingkup domestik maupun luar negeri.

5. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan tambahan informasi dalam meneliti topik yang berkaitan di masa depan.

1.6 Sistematika Penelitian

Skripsi ini terdiri atas 5 bab:

Bab I : PENDAHULUAN

Penulis membahas latar belakang dalam mengangkat topik ini, seperti perkembangan zaman dan teknologi yang muncul mengakibatkan perubahan dalam pencarian informasi dalam melakukan keputusan di kehidupan, begitu juga dengan keputusan berinvestasi yang dilakukan oleh para investor di dunia dan Indonesia secara khusus melalui *search engine* ternama di dunia, yaitu *Google* yang bisa merekam dan merepresentasikan atensi investor yang pada akhirnya

berpengaruh pada tingkat *return*, *trading*, dan *volatility* saham yang dicari.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari deskripsi terkait variabel penelitian yang ada beserta pengembangan hipotesis yang dilakukan oleh penulis yang kemudian digambarkan dalam kerangka pemikiran. Selain itu, terdapat bahasan mengenai penelitian terdahulu yang menggunakan metode yang sama maupun topik pembahasan yang salah satu atau lebih variabel terkait dan relevan dengan topik yang diangkat penulis seperti *behavioral finance*, *Google Search Volume Index (GSVI)*, *return*, *trading*, *volatility*, dll.

Bab III : METODOLOGI PENELITIAN

Di dalam bab ini, penulis menjabarkan jenis penelitian, objek penelitian, sampel dan teknik pengambilan sampel, definisi operasional dan pengukuran variabel, model penelitian, jenis dan metode pengumpulan dan analisis data, yang digunakan untuk membuktikan hipotesis yang sudah dikembangkan dengan menentukan variabel *dependent* dan *independent* dalam topik penelitian, melakukan pencarian data terkait performa perusahaan pada *website* pendukung, serta metode

yang dipilih berupa *Generalized AutoRegressive Conditional Heteroskedasticity* (GARCH).

Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, penulis melakukan analisis dari serangkaian uji data yang sudah didapatkan dari pengujian deskriptif, stasioneritas, ARCH-LM hingga dengan metode *Generalized AutoRegressive Conditional Heteroskedasticity* (GARCH) serta hasil pembahasan dari penelitian yang sudah dilakukan.

Bab V : PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan antara hasil yang sudah didapatkan penulis, dalam hal ini berarti kaitan antara pencarian kata kunci tertentu di *Google search engine* dengan performa perusahaan yang diukur dari *return, trading, dan volatilitynya*. Juga implikasi teoritis dan manajerial dari penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.