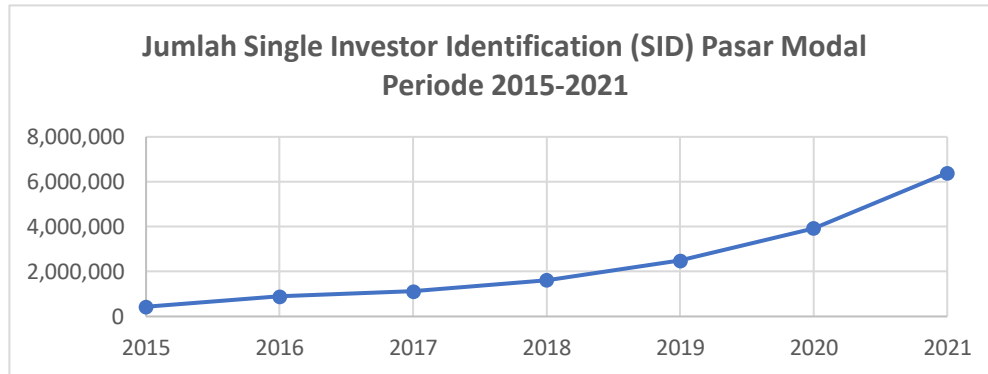


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan investasi ritel di Indonesia meningkat tajam. Menurut data yang diperoleh dari halaman resmi BEI, pada tahun 2019 jumlah investor ritel kurang dari 2,5 Juta dan menjadi 3,9 Juta di tahun 2020. BEI mencatat jumlah investor baru sepanjang per September 2021 terdapat 3,7 juta *single investor identification* (SID) baru. Dengan penambahan jumlah tersebut, *single investor identification* (SID) pasar modal periode tersebut mencapai 6,39 juta atau naik 64,8% jika dibandingkan dengan akhir tahun 2020. Dibandingkan pada akhir tahun 2019 kenaikannya pun lebih dari 100% (Frensidy, 2021).

Peningkatan pertumbuhan investasi ritel yang signifikan terjadi di saat pandemi Covid-19 yang menyebabkan adanya pembatasan aktivitas masyarakat diluar rumah. Adanya pembatasan kegiatan diluar rumah menyebabkan mayoritas masyarakat memiliki waktu luang yang lebih banyak. Waktu luang yang semakin banyak dihabiskan untuk berselancar di jejaring sosial. Terbukti selama pandemi, terjadi peningkatan trafik pengguna media sosial sebesar 40% (Burhan, 2020). Beragam alasan yang mendasari peningkatan trafik ini, salah satunya adanya peningkatan minat berinvestasi ditengah pandemi. Hal tersebut terdorong dari derasnya informasi berkaitan dengan investasi di media sosial.



Gambar 1.

Pergerakan Pertumbuhan Single Investor Identification (SID) Pasar Modal di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2021

Sumber: Bursa Efek Indonesia (BEI)

Media sosial merupakan salah satu hasil dari kemajuan teknologi informasi yang memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi dengan cepat (Rani, 2020). Perilaku investor saat ini makin lebih adaptif dan reaktif terhadap informasi yang diperoleh dalam mempengaruhi keputusan investasi (Monebhurrun, 2021). Bursa Efek Indonesia mengungkapkan bahwa porsi investor muda yang terdiri dari kalangan milenial dan generasi Z mencapai lebih dari 50% dalam mendominasi pasar modal. Tercatat, jumlah investor muda dengan usia di bawah 40 tahun mencapai 1,91 juta orang atau 78,4% dari total keseluruhan investor sekitar 2,4 juta orang pada Desember 2019. Sementara khusus investor berusia 18-25 tahun, jumlahnya 375 ribu atau 47,4% dari total investor baru pada 2021 (CNN Indonesia, 2021).

Saat ini, jenis instrumen investasi yang tersedia memiliki beragam pilihan. Salah satu jenis instrumen yang paling diminati oleh generasi muda yaitu pasar modal khususnya saham (OJK, 2020). Hal ini didasari oleh tingkat keuntungan yang dihasilkan jauh lebih menarik dibandingkan instrumen lain dimata mayoritas investor kalangan muda. Menurut Moh. Samsul (2015:59) saham diartikan sebuah tanda bukti kepemilikan suatu perusahaan. Terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pendanaan demi kelangsungan usahanya. Salah satu strategi yang bisa dilakukan, yaitu dengan menerbitkan saham. Ketika suatu perusahaan terbuka menerbitkan saham menandakan bahwa perusahaan memutuskan untuk mendapatkan pendanaan yang berasal dari sumber eksternal perusahaan. Dari sisi investor, kepemilikan saham menunjukkan bentuk penyertaan modal kepada perusahaan, sehingga investor berhak atas hasil aktivitas bisnis suatu perusahaan berupa aset, pendapatan, dan hadir saat Rapat Umum Pemegang Saham.

Sebelum melakukan investasi, seorang investor harus melakukan pengambilan keputusan. Dasar pengambilan keputusan investasi seringkali dipengaruhi oleh perilaku keuangan. Perilaku keuangan diartikan sebagai sebuah studi untuk mempelajari dan memahami perilaku investor yang melatarbelakangi pengambilan sebuah keputusan investasi yang dipengaruhi oleh faktor psikologi. Terdapat tiga (3) faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan. Pertama, kontrol diri terhadap cara pandang seseorang terhadap suatu kejadian. Kedua, pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang yang berkaitan dengan ekonomi, terkhusus uang dan investasi. Ketiga, tingkat pendapatan yang diperoleh seseorang (Chhimwal *et al.*,

2020). Tentunya tiap pengambilan keputusan bagi tiap investor satu dengan lainnya akan berbeda. Hal tersebut dipengaruhi oleh respon tiap investor yang berbeda-beda dalam menghadapi peluang dan tantangan terhadap keadaan ekonomi yang selalu berubah secara dinamis (Widhiartha, 2015).

Sebelum memutuskan untuk menginvestasikan modalnya pada suatu perusahaan dalam bentuk saham, terdapat dua (2) analisis yang dapat digunakan investor. Analisis tersebut adalah analisis fundamental dan teknikal. Analisis tersebut akan membantu investor saat sebelum mengambil keputusan, khususnya untuk menilai harga saham yang ditawarkan. Analisis fundamental lebih memfokuskan pada penilaian instrinsik suatu saham dengan memahami variabel-variabel yang bersumber pada analisis ekonomi, industri, dan kondisi laporan keuangan perusahaan. Analisis teknikal berfokus pada perilaku investor di masa mendatang yang didasari oleh tingkah laku pemodal di masa lalu. Analisis ini memperkirakan harga saham pada pasar lalu dibandingkan terhadap perubahan harga tersebut dari waktu ke waktu. Analisis teknikal erat kaitannya dengan informasi harga dan volume perdagangan untuk memutuskan waktu yang tepat untuk memperjualbelikan saham. Analisis teknikal juga memanfaatkan variasi dari indikator teknikal maupun analisis dari grafik yang berupa pola-pola tertentu.

Tiap investor memiliki tujuan dan jangka waktu investasi yang berbeda-beda. Bagi investor yang memiliki tujuan investasi jangka panjang memfokuskan analisisnya pada analisis fundamental dan menjatuhkan pilihan investasinya pada *blue chip stock investments* (Hoffmann & Ketteler, 2015). Jenis saham ini berasal dari

emiten yang memiliki citra atau reputasi yang sangat baik di industrinya, sehingga sering dikenal dengan saham unggulan atau papan atas. Saham jenis ini memiliki nilai fundamental yang sangat kuat terlihat dari segi finansial, kapitalisasi pasar, dan tata kelola perusahaan yang teratur. Emiten ini juga menjadi pemimpin di industri sejenis yang memiliki pendapatan cenderung stabil, sehingga dapat membagikan deviden yang memuaskan kepada pemegang saham secara konsisten.

Terdapat 45 perusahaan yang tergolong saham *blue chip* yang tercatat oleh BEI atau dikenal dengan indeks LQ45 dan secara regular dievaluasi tiap enam bulan sekali. Bagi investor yang memiliki tujuan investasi jangka pendek akan jauh lebih memfokuskan pada analisis teknikal dan lebih sering menjatuhkan pilihan investasinya pada saham gorengan (*hot stock*) (Shiva & Singh, 2020). Saham jenis ini adalah jenis saham perusahaan yang memiliki fluktuasi harga yang diluar kebiasaan karena pergerakannya direkayasa oleh pelaku pasar dengan tujuan tertentu. Rekayasa yang biasanya terjadi dengan menebarkan informasi bohong yang berkaitan dengan kinerja perusahaan dan industrinya. Saham gorengan berlaku pada jenis saham lapis ketiga karena memiliki jumlah investor yang masih sedikit. Adanya fluktuasi harga yang luar biasa, memungkinkan *trader* untuk mendapatkan keuntungan besar dalam waktu yang singkat pula. Adanya pilihan jenis saham yang dapat dipilih oleh investor tentunya disikapi beragam oleh tiap investor.

Respon tiap investor juga dipengaruhi oleh banyaknya informasi yang dimiliki dan bagaimana investor tersebut mengolah informasi yang didapat untuk mendukung keputusan investasi yang diambil. Survei tingkat inklusi dan literasi

keuangan di Indonesia yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 menunjukkan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19%. Hal ini menunjukkan penetrasi keuangan di Indonesia sudah cukup baik. Namun permasalahan utamanya terletak pada indeks literasi keuangan yang hanya 38,03% atau hanya 99,16 juta masyarakat dari total 268 juta jiwa yang sudah melek terhadap produk jasa keuangan. Indeks tersebut menunjukkan bahwa Indonesia masih jauh tertinggal jika dibandingkan dengan Singapura, Malaysia, dan Thailand yang memiliki indeks direntang 85%-98%. Salah satu faktor penyebab rendahnya inklusi keuangan adalah masih rendahnya literasi keuangan digital di Indonesia. Hal ini terbukti dari hanya 32,1% masyarakat Indonesia yang sudah menggunakan layanan keuangan digital (*OJK Institute*, 2021).

Rendahnya tingkat literasi keuangan sebenarnya dapat ditingkatkan melalui peningkatan literasi keuangan digital. Terkhusus saat ini kemajuan akan teknologi informasi yang semakin canggih. Tingginya pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 202,6 juta pengguna pada bulan Januari 2021 (Stephanie, 2021). Dalam setahun pengguna media sosial di Indonesia tumbuh sebesar 27 juta. Tentunya dengan besarnya jumlah pengguna media sosial tersebut dapat dioptimalisasi penggunaannya dalam meningkatkan literasi keuangan digital. Dilihat dari segi intensitas penggunaan media sosial bulanan tertinggi diraih secara berturut-turut oleh *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Telegram*.

Berdasarkan beberapa riset terdahulu, kebanyakan investor terdahulu memutuskan investasinya didasarkan pada indikator-indikator keuangan seperti

deviden, sektor industri, *yield*, volatilitas harga, dan masih banyak lagi. Saat ini, investor lebih tertarik untuk merencanakan pengambilan keputusan investasi di pasar saham berdasarkan informasi yang kumpulkan dari *platform* virtual seperti media sosial. Merujuk pada studi penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan terkait eksplorasi bagaimana investor ritel saham memilih di antara berbagai kepentingan alternatif yang ditetapkan ke set atribut *platform* media sosial sebagai media untuk mengumpulkan sumber informasi (Shiva & Singh, 2020).

Penjelasan tersebut mendorong penelitian ini untuk mengidentifikasi proses pengambilan keputusan pembelian saham. Penelitian ini juga mengeksplorasi kepentingan alternatif yang ditetapkan investor ritel ke set atribut *platform* media sosial sebagai media untuk mengumpulkan sumber informasi. Nantinya, temuan dari penelitian ini dapat membantu perusahaan dan penasihat keuangan untuk secara selektif menargetkan dan mengkomunikasikan informasi-informasi terkait investasi kepada investor. Selain itu lebih selektif dalam pemilihan media apa yang digunakan dalam membagikan informasi terkait informasi yang dapat mempengaruhi keputusan investasi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana nilai utilitas investor ritel di berbagai tingkat atribut berdasarkan *platform* media sosial?
2. Atribut apakah yang menjadi pilihan dan disukai oleh investor di media sosial?

1.3 Batasan Penelitian

1. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dari menyebarkan kuesioner.
2. Data primer yang digunakan adalah data kuesioner dengan responden mahasiswa aktif Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang merupakan investor ritel yang tertarik untuk berinvestasi saham dan aktif dalam pengelolaan investasinya dengan melakukan investasi langsung di pasar saham. Responden juga pernah menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Telegram*, dan *YouTube*.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengukur nilai utilitas investor ritel di berbagai tingkat atribut berdasarkan *platform* media sosial.
2. Untuk menyelidiki atribut yang menjadi pilihan dan disukai oleh investor di media sosial.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dan pemahaman terhadap preferensi investor ritel saat pengambilan keputusan pembelian saham dan mengetahui pengaruh media sosial terhadap pengambilan keputusan investasi

saham. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dan penasihat-penasihat keuangan untuk secara selektif dalam menargetkan dan mengkomunikasikan informasi-informasi terkait investasi kepada investor. Pemilihan media apa yang digunakan dalam membagikan informasi terkait informasi yang dapat mempengaruhi keputusan investasi.

3. Manfaat bagi Investor

Penelitian ini dapat dimanfaatkan bagi investor untuk memahami pola-pola pilihan dari sekumpulan investor saat berinvestasi, sehingga dapat membantu investor individu ritel untuk mengenali perilakunya saat berinvestasi. Dengan demikian dapat meningkatkan investasi pada saham tertentu dimasa mendatang untuk memperoleh pendapatan yang lebih stabil.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yang mencakup teori – teori

berkaitan dengan penelitian, hasil penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan penelitian, pengembangan hipotesis, dan kerangka teoritis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, sampel penelitian yang dipakai, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, variabel penelitian, serta model dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan penjelasan mengenai analisis data dan hasil pembahasan yang diperoleh dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran yang diajukan penulis sebagai bahan untuk penelitian berikutnya dan bahan pertimbangan bagi pihak yang berkepentingan.