

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Investasi Saham

Investasi merupakan suatu aktivitas dengan mengorbankan sejumlah dana atau sumber daya yang dimiliki untuk penanaman modal suatu aktiva saat ini dengan tujuan memperoleh jumlah keuntungan yang diharapkan di masa mendatang. Bagi yang melakukan investasi disebut sebagai investor. Jenis investor dapat diidentifikasi ke dalam dua kelompok, yaitu investor ritel dan investor institusional. Investor ritel didefinisikan ketika aktivitas investasi dilakukan oleh perseorangan. Namun untuk investor institusional didefinisikan ketika aktivitas investasi dilakukan oleh suatu perusahaan atau lembaga, misalnya yang bergerak dibidang asuransi, penghimpun dana, dan investasi.

Keputusan investasi didefinisikan sebagai keseluruhan proses merencanakan dan mengimplementasikan dana yang dimiliki ke dalam bentuk pilihan investasi yang tersedia untuk tujuan menghasilkan profitabilitas di masa mendatang. Saham sebagai bentuk bukti kepemilikan suatu perusahaan. Bukti tersebut ditunjukkan apabila seseorang sudah terdaftar sebagai pemegang saham. Menurut penelitian menunjukkan bahwa pengembalian *blue chip stocks* secara signifikan lebih kecil dibandingkan dengan nilai perusahaannya, sedangkan saham jenis gorengan (*hot stocks*) sifatnya sangat spekulatif (Chhimwal *et al.*, 2020).

2.1.1 Jenis Saham Berdasarkan Kinerja Perdagangan

a) *Blue Chip Stocks*

Jenis saham ini berasal dari emiten yang memiliki citra atau reputasi cukup baik atau tinggi di industrinya. Emiten tersebut juga menjadi pemimpin di industri sejenis. Emiten dari jenis saham *blue chip* ini memiliki pendapatan yang cenderung stabil, sehingga dapat membagikan deviden kepada pemegang saham secara konsisten (Li, 2019).

b) *Income Stocks*

Jenis saham ini mampu membagikan deviden dengan jumlah jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan emiten mampu mencatatkan hasil pendapatan yang lebih tinggi, sehingga mampu menarik perhatian bagi investor (Dewi *et al.*, 2018).

c) *Growth Stocks*

Jenis saham ini terbilang mirip dengan saham *blue chip*. Jenis ini memiliki pertumbuhan dengan perolehan pendapatan yang tinggi. Emiten ini juga menjadi *leader* di industri sejenis dan memiliki reputasi yang baik (Rabbani & Muharam, 2018).

d) *Speculative Stocks*

Saham spekulatif dirasa paling cocok bagi investor dengan profil risiko yang tinggi. Jenis saham ini memiliki potensi untuk menghasilkan keuntungan tinggi, namun tidak terdapat jaminan mendapatkan jumlah keuntungan pada tahun selanjutnya. Tentunya hal tersebut mengindikasikan pada kemampuan perusahaan dalam membagikan dividen kepada *stockholders* (Rahardjo, 2015).

2.2 Pemilihan Portofolio

Portofolio didefinisikan sebagai suatu gabungan aset dari suatu investasi. Aset portofolio berupa gabungan dari jenis aset investasi seperti saham, obligasi, valas, atau kombinasi dari semua aset tersebut. Tujuan pembuatan portofolio oleh investor untuk meminimalisir dan mendiversifikasi ke beberapa sekuritas yang telah dipilih. Ahli yang bernama Harry M Markowitz pada tahun 1952 mencetuskan pertama kali dasar pembentukan teori portofolio Markowitz. Teori tersebut menggunakan pengukuran statistik dasar seperti *expected return*, standar deviasi, dan korelasi antar *return*, sehingga teori ini merupakan formulasi dari komposisi risiko dan *return*. Komposisi ini secara kuantitatif dapat meminimalkan tingkat risiko melalui diversifikasi atau mengkombinasikan berbagai instrumen investasi kedalam portofolio.

2.2.1 Jenis Portofolio

a) High-growth Portfolios

Jenis ini didefinisikan sebagai suatu portofolio yang dibangun untuk mendorong pertumbuhan portofolio itu sendiri dengan memfokuskan pada pertumbuhan dari aset investasi yang dikelola. Jenis portofolio ini cocok bagi investor yang memiliki tingkat toleransi risiko tinggi untuk mendapat tingkat pengembalian yang lebih tinggi pula. Jenis portofolio ini biasanya pada industri yang sedang berkembang dan berisi saham-saham dengan lapis kedua (Gruber, 2014).

b) Diversified Portfolios

Portofolio terdiversifikasi didefinisikan sebagai suatu portofolio dengan menggunakan teknik pengurangan risiko investasi dengan melakukan investasi pada berbagai macam instrumen keuangan, industri, dan kategori tertentu. Portofolio terdiversifikasi juga dikenal sebagai strategi dalam meracik portofolio dengan menempatkan diberbagai jenis instrumen investasi, sehingga dapat memberikan imbal hasil yang berimbang (De Prado, 2016).

c) Capital-guarded Portfolios

Portofolio jaminan modal merupakan campuran saham dan obligasi dalam kepemilikan investasi. Strategi portofolio ini

menggunakan strategi aktif, memanfaatkan pertumbuhan pasar saham dengan bantalan instrumen dengan risiko lebih rendah untuk mengurangi penurunan. Saham cenderung menjadi mesin penggerak pertumbuhan portofolio, sedangkan obligasi memberikan stabilitas untuk menyeimbangkan investasi. Tujuan dari portofolio ini untuk melindungi modal dari risiko penurunan yang dapat terjadi dari pasar ekuitas, sambil menangkap pengembalian yang baik dari setiap sisi atas pasar saham (Rutkauskas & Stasytyte, 2022).

d) Intraday/Cash Portfolios

Sekumpulan aset investasi yang didiversifikasi ke dalam berbagai jenis aset investasi dan transaksi jual beli kepemilikan aset investasi terjadi selama dihari perdagangan yang sama. Tujuan utamanya agar memperoleh tingkat profitabilitas dari pergerakan pasar saham. Tingkat keuntungan bergantung pada tingkat fluktuasi harga saham yang ada pada portofolionya. Portofolio jenis ini bertindak baik sebagai lindung nilai terhadap *bear market* dan sebagai peluang untuk menambah nilai dengan memilih saham yang diperkirakan berkinerja buruk (Gruber, 2014).

2.3 Pengetahuan Investor

Pengetahuan didefinisikan sebagai sebuah informasi yang dikelola ingatan menjadi suatu sistem informasi yang terstruktur dan terproses (Alsaleh *et al.*, 2019). Investasi dijelaskan sebagai komitmen atas sejumlah sumber daya yang dilakukan saat ini untuk memperoleh tingkat profitabilitas atau pendapatan di masa mendatang. Dapat disimpulkan pengetahuan investasi merupakan sebuah informasi yang sudah diolah untuk mendapatkan keuntungan di masa depan. Keuntungan berbentuk imbalan atas sumber daya yang dikeluarkan saat melakukan investasi.

1. Pemahaman dan Pengalaman Investasi Sangat Tinggi

Investor memiliki pemahaman dan pengalaman investasi yang tinggi dan cukup lama. Investor juga memahami terkait tingkat keuntungan yang sebenarnya dengan tingkat keuntungan yang diharapkan oleh investor tidak selalu sama. Prinsip investasi selalu memegang prinsip *high risk high return*, sehingga ada tingkat risiko yang dipikul oleh investor. Berdasarkan hal tersebut, profil toleransi risiko tiap investor akan mempengaruhi jenis instrumen investasi yang dipilih oleh investor. Terdapat dua bentuk keuntungan yang diperoleh investor ketika memiliki saham, yakni deviden dan *capital gain* (Puspitaningtyas, 2019).

2. Pengetahuan Produk Investasi Saja

Pengetahuan dasar yang digunakan dalam penilaian saham menjadi salah satu pengetahuan yang penting dalam mempertimbangkan saham yang dibeli oleh investor. Penilaian saham biasanya dengan melakukan perhitungan NPV, IRR, PER, PBV dan lain-lain. Terdapat tiga jenis nilai saat melakukan penilaian saham, yakni nilai instrinsik, nilai buku dan nilai pasar. Terdapat beberapa pendekatan yang dapat digunakan dalam penilaian saham seperti pendekatan nilai sekarang, *price earning ratio*, *economic value added*, dan lain-lain (Lutfiana *et al.*, 2019).

3. Pengetahuan Perusahaan Saja

Bagi perusahaan terbuka yang mencatatkan perusahaannya pada bursa efek menandakan bahwa perusahaan tersebut wajib menerapkan praktik *good corporate governance* bagi masyarakat terkhusus investor. Perusahaan terbuka juga wajib melaporkan laporan keuangannya secara rutin dan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Hal tersebut tentunya dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai perusahaan atau emiten sebelum mengambil keputusan investasi terkhusus pengetahuan terhadap emiten sangat dibutuhkan oleh investor.

2.4 Media Sosial

Media sosial didefinisikan sebagai sebuah wadah bagi pengguna untuk membagikan informasi dengan kerabat atau perusahaan, dan sebaliknya (Musiał & Kazienko, 2013). Media sosial memungkinkan pembentukan hubungan antara pengguna dari latar belakang yang berbeda dan menghasilkan struktur sosial yang kuat. Struktur sosial menghasilkan sejumlah informasi yang luas, sehingga dapat menawarkan proposisi nilai layanan yang luar biasa kepada pengguna. Kelemahan dari kelebihan informasi semacam itu terkadang terlihat pada ketidakmampuan pengguna untuk menemukan informasi yang kredibel dan berguna bagi mereka pada saat dibutuhkan. Media sosial saat ini diandalkan hampir disetiap kebutuhan, seperti terhubung dengan kerabat, membagikan ulasan tentang suatu produk, pemenuhan kebutuhan emosional, investasi, dan mengikuti perkembangan terbaru.

Media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Telegram*, dan *YouTube* didorong oleh konten yang dibuat pengguna dan berpengaruh dalam perilaku dan pengambilan keputusan seseorang. Dimulai dari perilaku pembelian atau penjualan, keuangan, kewirausahaan, masalah politik, hingga kapitalisme ventura (Zaru, 2019). Menurut data yang dirilis oleh Laporan Digital Kominfo pada 2021, dari segi intensitas penggunaan bulanan dan kepopuleran, media sosial teratas yang sering digunakan di Indonesia sepanjang 2020-2021, yaitu *Facebook*, *YouTube*, *Twitter*, dan *Telegram* secara berturut-turut. Media sosial seperti *Facebook*, *YouTube*, *Twitter*, dan *Telegram* telah diartikan sebagai

sekumpulan aplikasi dengan basis internet yang terbangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan bertukar konten dan informasi (Kapoor *et al.*, 2018). Oleh karena itu, media sosial diyakini dapat menggenjot kinerja dari suatu bisnis yang disebabkan oleh disebabkan oleh perusahaan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Variabel demografis yang dipelajari di media sosial dan perilaku individu adalah usia, pendidikan pendapatan, pekerjaan dan pengalaman. Kalangan muda dan paruh baya menggunakan media sosial lebih sering daripada individu yang lebih tua. Responden kelompok berpenghasilan rendah menghabiskan lebih banyak waktunya di media sosial (Muktadir-Al-Mukit, 2020).

Menurut hasil penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian saham (Marwoto, 2017). Bukti empiris tersebut juga terbukti pada penelitian yang menunjukkan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan, jika dibedakan dari penggunaan media sosial di tempat kerja dan tujuan sosial (Alsaleh *et al.*, 2019).

1. Frekuensi Penggunaan Media Sosial

Tingkat frekuensi dan durasi penggunaan media sosial oleh pengguna berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Persepsi kegunaan mengarah kepada kepercayaan individu bahwa peningkatan

fitur menurunkan atau meningkatkan kinerja melalui penggunaan teknologi informasi. Persepsi kemudahan mengarah kepada kemudahan yang dirasakan pengguna dalam mempelajari dan mengoperasikan fitur-fitur baru melalui penggunaan teknologi informasi (Subowo, 2020). Selain dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan kegunaan dari suatu teknologi, tujuan penggunaan juga akan mempengaruhi intensitas penggunaan suatu teknologi terkhusus media sosial. Bagi *trader* yang harus memantau grafik dari pergerakan harga saham dan berita terkait tiap saat tentunya memiliki frekuensi penggunaan teknologi yang lebih tinggi dibandingkan dengan investor jangka panjang yang biasanya hanya sesekali memantau pergerakan harga ataupun berita-berita yang terkait yang terdapat di media sosial.

2. Tempat Penggunaan Media Sosial

Penggunaan media sosial saat ini hampir digunakan kapan pun dan di mana pun. Terkhusus bagi para investor yang memiliki tujuan khusus di dalam memanfaatkan kehadiran dan kegunaan dari media sosial ini. Tiap investor tentunya memiliki preferensi yang berbeda-beda dalam menentukan tempat yang digunakan saat membuka media sosial untuk tujuan investasi. Terlebih karena investasi membutuhkan tingkat konsentrasi dan kefokusannya. Beberapa jenis tempat yang biasanya dijadikan tempat penggunaan media sosial untuk tujuan investasi, yaitu rumah, kampus, atau jenis tempat nyaman lainnya. Bagi investor yang

lebih menyukai menghabiskan waktunya di rumah karena merasa nyaman dan fokus dalam mengatur strategi investasi yang diperoleh dari informasi investasi di media sosial. Bagi beberapa investor kalangan mahasiswa kampus menjadi salah satu pilihan tempat yang dirasa nyaman untuk menggunakan media sosial sebagai tujuan investasinya. Kampus menjadi pilihan karena dapat berdiskusi secara langsung dengan teman-teman yang juga aktif berinvestasi. Selain tempat tersebut, beberapa investor mungkin memiliki preferensi tempat khusus lain yang dirasa nyaman untuk menggunakan media sosial sebagai tujuan investasi seperti kafe, *working space*, tempat edukasi, dan lain-lain.

3. Alasan Penggunaan Media Sosial

Tiap investor tentunya memiliki tujuan investasi yang berbeda-beda, yakni investasi jangka panjang dan investasi jangka pendek. Investasi jangka panjang memfokuskan pada analisis fundamental dan lebih memilih pada jenis *blue chip stocks investments*. Investasi jangka pendek biasanya memfokuskan strategi investasinya dengan menggunakan analisis teknikal pada jenis *speculative stocks* atau saham gorengan. *Speculative stocks* cenderung mengambil keuntungan dalam waktu yang singkat atau cepat, sehingga transaksi jual beli sering terjadi diwaktu yang berdekatan.

2.5 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Atul Shiva dan Manjit Singh (2019) dengan judul penelitian *Stock Hunting or Blue Chip Investments?: Investors' preferences for Stock in Virtual Geographies of Social Networks*. Penelitian ini mengungkapkan bahwa *Twitter* adalah jejaring sosial yang paling mendiskriminasi dalam proses pengambilan keputusan investasi oleh investor di India. Frekuensi untuk penggunaan sehari-hari, investor memiliki basis pengetahuan dan pengalaman investasi pribadi yang sangat tinggi. Dengan tujuan utamanya adalah untuk melakukan investasi pada saham spekulatif dengan pemilihan *intraday/cash portfolios*. Pada posisi kedua, yaitu *Facebook* yang mendiskriminasi dalam proses pengambilan keputusan investasi oleh investor di India. Penelitian ini menyajikan bukti empiris tentang penggunaan media sosial sebagai sumber informasi untuk memahami perilaku investor di bidang *behavioral finance*.

Penelitian oleh Chih-Hsiang Chang, Hsu-Huei Huang dan Ying-Chih Chang (2015) dengan judul penelitian *Stock Characteristics, Trading Behavior, and Psychological Pitfalls*. Penelitian ini menunjukkan hasil empiris bahwa pengembalian *blue chip stocks* secara signifikan lebih kecil dibandingkan dengan nilai perusahaannya. Saham jenis lotre yang sifatnya sangat spekulatif memiliki kinerja harga yang lebih baik. Baik investor yang melakukan *blue chip investment* ataupun *stock hunting* tidak dapat menghindari *behavioral pitfalls*. Berdasarkan hal tersebut, manajer portofolio dalam meningkatkan kinerja

portofolio harus mengurangi *behavioral pitfalls* dan kesalahan psikologi dalam aktivitas *trading*. Preferensi investor di pasar model saham Taiwan mengarah pada *blue chip investment*. Saham yang dipilih memiliki analisis fundamental yang aman, solid dan reputasi yang baik daripada *stock hunting* yang merupakan saham *underpricing* dengan pengembalian positif ekstrem dan potensi apresiasi harga.

Penelitian oleh Muktadir Al Mukit (2020) dengan judul penelitian *Do Sociodemographic Factors Have Influence on Risk Tolerance Level of Stock Market Investors? An Analysis From a Developing Country Perspective*. Penelitian ini menunjukkan hasil secara empiris bahwa terdapat tiga (3) faktor sosiodemografi yang ditemukan signifikan secara statistik dalam menjelaskan tingkat toleransi risiko investor, yaitu status perkawinan, ukuran rumah tangga, dan tanggung jawab keuangan dalam keluarga. Hasil signifikan menunjukkan bahwa tingkat toleransi risiko investor yang belum menikah lebih besar daripada yang sudah menikah. Investor dengan rumah tangga tunggal lebih toleran terhadap risiko daripada investor dengan keluarga besar. Investor yang menjadi penopang tunggal secara finansial untuk keluarganya lebih tidak toleran terhadap risiko daripada investor yang tidak menjadi penopang tunggal.

Penelitian oleh Dina Ronia dan Budi Marwoto (2017) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Media Sosial, Program BEI dan Keterampilan Fundamental Terhadap Keputusan Calon Investor Dalam Pembelian Saham di PT Bursa Efek Indonesia KP Pangkal Pinang”. Hasil empiris yang

menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian saham di Bursa Efek Indonesia. Apabila media sosial semakin lebih menarik dan pemanfaatannya semakin optimal, sehingga para calon investor lebih yakin untuk berinvestasi di pasar modal.

Penelitian oleh Dhoha A. Alsaleh, Michael T. Elliott dan Frank Q. Fu (2018) dengan judul penelitian *Cross-cultural Differences in the Adoption of Social Media*. Penelitian ini memberikan informasi dalam memahami sikap dan niat konsumen terhadap media sosial. Popularitas media sosial telah sangat mengubah kebiasaan orang berkomunikasi di dunia saat ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan. Khususnya jika dibedakan dari penggunaan media sosial di tempat kerja dan tujuan sosial, sehingga dapat lebih menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial.

Penelitian oleh Svante Andersson dan Niclas Wikström (2017) dengan judul penelitian *Why and How are Social Media Used in a B2B Context, and Which Stakeholders are Involved?*. Penelitian ini memberikan informasi bahwa perusahaan yang menggunakan media sosial perlu menyadari bahwa media sosial dapat mempengaruhi berbagai pemangku kepentingan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial berguna untuk menciptakan hubungan baru, membina hubungan, dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan dengan pemangku kepentingan yang berbeda. Temuan lain, yaitu perusahaan yang menggunakan media sosial yang berbeda untuk mempengaruhi keputusan atau

kepentingan dari pemangku kepentingan yang berbeda dengan mengembangkan pesan khusus yang berbeda pula.



Tabel 1.
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Variabel	Objek	Hasil
1.	<i>Stock Hunting or Blue Chip Investments?: Investors' preferences for Stock in Virtual Geographies of Social Networks.</i> Atul Shiva dan Manjit Singh (2019)	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan <i>Platform</i> media sosial. Dengan beberapa atribut yaitu jenis media sosial yang digunakan, pengetahuan fungsional investor, frekuensi penggunaan, tempat menggunakan media sosial, alasan penggunaan dan pemilihan portofolio. - Preferensi investor dalam pengambilan keputusan 	Investor ritel di India	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Twitter</i> adalah jejaring sosial yang paling mendiskriminasi dalam proses pengambilan keputusan investasi oleh investor di India. - Frekuensi untuk penggunaan sehari-hari, investor memiliki basis pengetahuan dan pengalaman investasi pribadi yang sangat tinggi. - Tujuan utamanya adalah untuk melakukan investasi pada saham spekulatif dengan pemilihan <i>intraday/cash portfolios</i>.
2.	<i>Stock Characteristics, Trading Behavior, and Psychological Pitfalls.</i> Chih-Hsiang Chang, Hsu-Huei Huang dan Ying-Chih Chang (2015)	<ul style="list-style-type: none"> - Karakteristik saham - Kinerja harga, kegiatan <i>trading</i>, dan <i>psychological pitfalls</i> 	Investor ritel di Taiwan	<ul style="list-style-type: none"> - Pengembalian <i>blue chip stocks</i> secara signifikan lebih kecil dibandingkan dengan nilai perusahaannya, sedangkan saham jenis lotre yang sifatnya sangat spekulatif. - Baik investor yang melakukan <i>blue chip investment</i> atau <i>stock hunting</i> tidak dapat menghindari <i>behavioral</i>

				<p><i>pitfalls</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Preferensi investor di pasar modal saham Taiwan mengarah pada <i>blue chip investment</i>.
3.	<p><i>Do Sociodemographic Factors have Influence on Risk Tolerance Level of Stock Market Investors? An Analysis from a Developing Country Perspective.</i> Muktadir Al Mukit (2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor sosial demografi - Tingkat toleransi terhadap risiko oleh investor 	Investor pasar modal di Bangladesh	<ul style="list-style-type: none"> - Tiga faktor sosiodemografi yang ditemukan signifikan secara statistik dalam menjelaskan tingkat toleransi risiko investor, yaitu sebagai status perkawinan, ukuran rumah tangga, dan tanggung jawab keuangan dalam keluarga.
4.	<p>Analisis Pengaruh Media Sosial, Program BEI dan Keterampilan Fundamental Terhadap Keputusan Calon Investor Dalam Pembelian Saham di PT Bursa Efek Indonesia KP Pangkal Pinang. Dina Ronia dan Budi Marwoto (2017)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kepuasan nasabah - Keterampilan fundamental, program BEI dan media sosial 	<p>Peserta Sekolah Pasar Modal (SPM) dan nasabah di Galeri Investasi STIE IBEK Pangkalpinang</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Media sosial berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian saham.
5.	<p><i>Cross-cultural Differences in the Adoption of Social Media.</i> Dhoha A. Alsaleh, Michael T.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kegunaan - Kemudahan - Kepercayaan - Kenyamanan - Etika 	<p>Mahasiswa sarjana bisnis dan pasca sarjana dari Kuwait dan Amerika Serikat</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan, jika dibedakan dari

	Elliott dan Frank Q. Fu (2018)	<ul style="list-style-type: none"> - Kerangka budaya - Intensi penggunaan konsumen 		penggunaan media sosial di tempat kerja dan tujuan sosial.
6.	<i>Why and How are Social Media Used in a B2B Context, and Which Stakeholders are Involved?</i> . Svante Andersson dan Niclas Wikström (2017)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Social media</i> - <i>Stakeholders</i> 	Studi kasus terhadap 3 perusahaan di Sweden	<ul style="list-style-type: none"> - Media sosial berguna untuk menciptakan hubungan baru, membina hubungan, dan mempengaruhi proses pengambilan keputusan dengan pemangku kepentingan yang berbeda. - Perusahaan yang menggunakan media sosial yang berbeda untuk mempengaruhi keputusan atau kepentingan dari pemangku kepentingan yang berbeda

2.6 Pengembangan Hipotesis

Perbedaan opini muncul ketika terjadi sebuah kesalahan dalam estimasi akibat tidak tersedianya informasi atau adanya keterbatasan informasi (Roberts & Roberts, 2017). Keberadaan media sosial saat ini menjadi media yang digunakan dalam pengumpulan informasi. Media sosial menyajikan segudang informasi yang dapat diakses dengan internet kapanpun dan dimanapun. Pemanfaatan informasi yang didapatkan dari media sosial didasarkan pada kemampuan penerima informasi didalam menyaring dan mempertimbangkan informasi yang didapatkan untuk pengambilan keputusan. Semakin optimal penggunaan media sosial investor semakin yakin berinvestasi. Keyakinan tersebut didasarkan pada kumpulan informasi yang didapatkan investor melalui media sosial (Marwoto, 2017). Pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi tiap investor tentunya dilatarbelakangi oleh kepentingan relatif yang berbeda-beda. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis yang dapat dibangun sebagai berikut:

Ha: Terdapat perbedaan dalam kepentingan relatif yang ditetapkan oleh investor ritel ke set atribut *platform* media sosial.