

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Investasi merujuk pada tindakan mengalokasikan sejumlah dana atau sumber daya lainnya pada saat ini, ke berbagai bentuk aktiva dengan harapan mendapatkan *return* di masa yang akan datang (Wikartika, 2023). Dalam konteks pelaksanaan investasi, investor diharuskan untuk membuat keputusan investasi. Literasi keuangan di pasar modal Indonesia pada tahun 2020 hanya mencapai 4,9%. Ini mengindikasikan bahwa sebagian besar investor muda memiliki tingkat pemahaman yang rendah dalam hal keuangan, sehingga tidak mengherankan jika banyak di antara generasi investasi saat pandemi mengalami kerugian karena mereka membeli saham hanya karena mengikuti investor lainnya (OJK, 2021)

Berbagai produk keuangan jangka panjang, termasuk derivatif, saham, obligasi, dana ekuitas, dan instrumen lainnya, dapat diperdagangkan di pasar modal. Perusahaan dan organisasi lainnya, termasuk pemerintah, dapat mendapatkan dana melalui pasar modal, yang dapat mereka gunakan untuk berbagai tujuan terkait investasi. Investasi adalah baik untuk perekonomian individu dan juga ekonomi nasional. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) akan menerima uang untuk operasi bisnis mereka melalui dana investasi. Ekonomi Indonesia menjadi lebih baik seiring dengan semakin banyaknya bisnis yang berkembang.

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah mengalami peningkatan yang jumlah investor pasar modal. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mengeluarkan kode khusus yang dikenal sebagai *Single Investor Identification* (SID). Pendaftaran resmi individu sebagai investor di pasar saham ditandai dengan kode unik tersebut. Secara sederhana SID adalah KTP yang ditujukan terutama untuk investor, dikarenakan memiliki fungsi yang sama sebagai bukti identitas investor dan setiap investor hanya dapat memiliki satu kode khusus (Saputro, 2023). Pertumbuhan jumlah investor pasar modal dapat diukur dengan adanya peningkatan SID di Indonesia secara keseluruhan.

Tabel 1.1 Jumlah Investor Kota Surabaya 2019-2023

JUMLAH INVESTOR SURABAYA			
TAHUN	TOTAL INVESTOR	PERTUMBUHAN (%)	PENINGKATAN
2019	109.290	36.39%	29.159
2020	148.422	35.81%	39.132
2021	226.834	52.83%	78.412
2022	279.979	23.43%	53.145
2023	315.202	12.58%	35.223

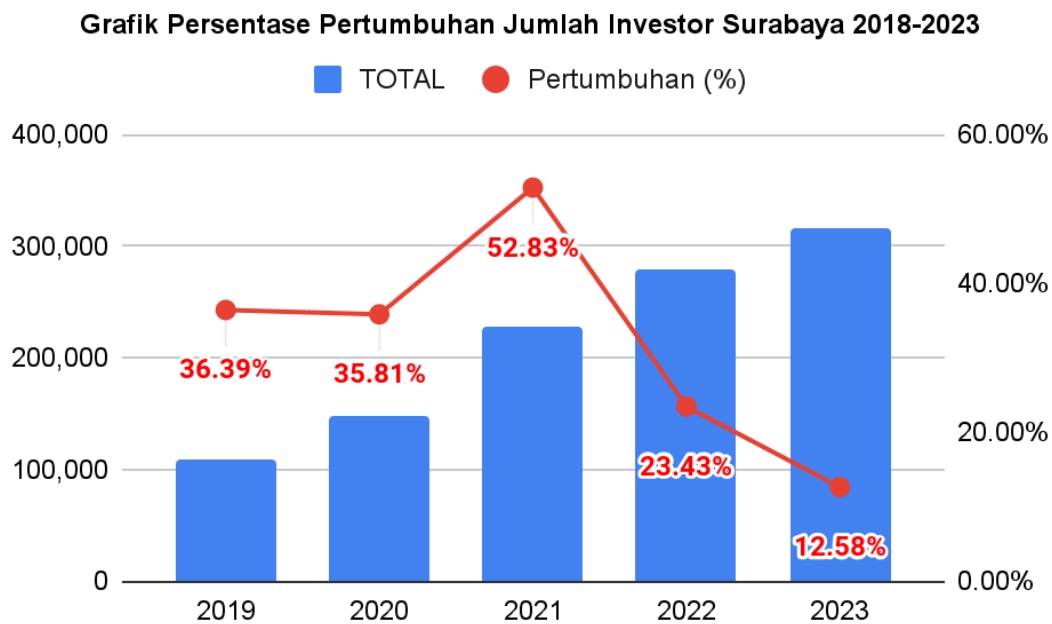
Sumber: ojk.go.id (Data diolah)

Berdasarkan laporan data statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang bersumber dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per bulan dan yang kemudian diolah, didapatkan data jumlah investor di Kota Surabaya dari tahun 2019-2022. Angka tersebut merupakan jumlah total dari keseluruhan investor dari

setiap instrumen, seperti saham, Surat Berharga Negara (SBN), reksadana, dan surat berharga lainnya.

Tabel 1.1 menampilkan adanya pertumbuhan setiap tahunnya mulai dari 2019-2022. Pada tahun 2019 terdapat peningkatan sebesar 36,39% atau bertambah 29.159 investor pada akhir tahun 2019 menjadi 148.422 investor dibandingkan pada tahun 2018. Pada tahun 2020 terdapat peningkatan sebesar 35,81% atau bertambah 39.132 investor pada akhir tahun 2020 menjadi 148.422 investor dibandingkan pada tahun 2019. Pada tahun berikutnya 2021 terdapat peningkatan sebesar 52,83% atau bertambah 78.412 investor pada akhir tahun 2021 menjadi 226.834 investor dibandingkan pada tahun 2020. Pada tahun 2022 terdapat peningkatan sebesar 23,43% atau bertambah 53.145 investor pada akhir tahun 2022 menjadi 279.979 investor dibandingkan pada tahun 2021, persentase tahun ini lebih kecil dibandingkan tahun sebelumnya.

Terakhir pada tahun 2023 terdapat peningkatan hanya sebesar 12,58% atau bertambah 35.223 investor pada akhir tahun 2023 menjadi 315.202 investor dibandingkan pada akhir tahun 2022. Pada tahun 2021 menjadi tahun dengan pertumbuhan tertinggi dibandingkan tahun lainnya, yaitu meningkat sebesar 52,83% atau setara 78.412 investor. Kemudian pada tahun berikutnya terdapat penurunan persentase pertumbuhan, bahkan pada tahun 2023 hanya terjadi pertumbuhan sebesar 12,58 %, angka ini menurun dibandingkan empat tahun sebelumnya dan menjadi tahun dengan angka pertumbuhan terkecil.



Gambar 1.1 Grafik dan Diagram Pertumbuhan Investor Surabaya 2019-2023

Sumber: ojk.go.id (Data diolah)

Disajikan pada Gambar 1.1 di atas menunjukkan grafik dan diagram pertumbuhan jumlah investor di Kota Surabaya pada tahun 2019-2023. Berdasarkan pada data statistik, sejak tahun 2019 hingga 2023 terdapat peningkatan investor dari tahun ke tahun. Namun, untuk mengukur pertumbuhan dapat menggunakan persentase dari tahun sebelumnya dan berdasarkan data bahwa setiap tahunnya terdapat fluktuasi pertumbuhan secara persentase. Terjadi peningkatan yang masif signifikan dari tahun 2020 ke 2021, yaitu sebesar 52,83%. Pada tahun berikutnya, tahun 2022 secara persentase pertumbuhan lebih kecil dibandingkan tahun 2021, bahkan mengalami pertumbuhan 23,43% dimana persentase ini ini menurun dibandingkan 2021. Kemudian pada tahun 2023 angka

pertumbuhan investor di Surabaya semakin mengecil dibandingkan 2 tahun sebelumnya.

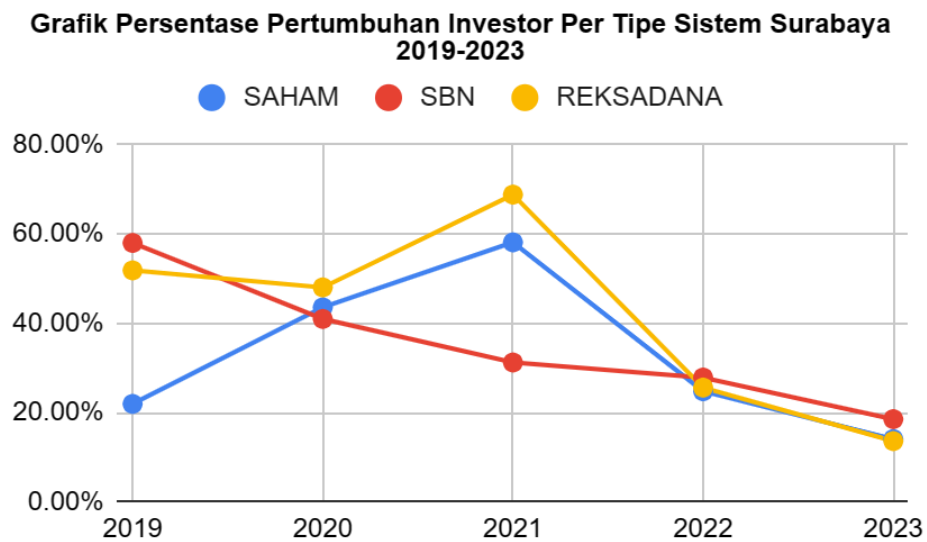
Tabel 1.2 Pertumbuhan Investor Per Tipe Sistem Kota Surabaya 2019-2023

JUMLAH INVESTOR PER TIPE SISTEM				PERTUMBUHAN (%)		
TAHUN	SAHAM	SBN	REKSADANA	SAHAM	SBN	REKSADANA
2019	48.626	20.484	79.991	21,94%	57,95%	51,81%
2020	69.795	28.871	118.388	43,53%	40,94%	48,00%
2021	110.329	37.880	199.776	58,08%	31,20%	68,75%
2022	137.660	48.423	250.896	24,77%	27,83%	25,59%
2023	157.032	57.398	285.066	14,07%	18,53%	13,62%

Sumber: ojk.go.id (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 1.2 secara spesifik menampilkan jumlah investor pada saham dan surat berharga lainnya, Surat Berharga Negara (SBN), dan reksadana dari tahun 2019 hingga 2023, serta persentase pertumbuhan. Total jumlah investor saham dan surat berharga lainnya mengalami fluktuasi persentase pertumbuhan dan tertinggi pada tahun 2021 dengan jumlah 110.329 investor, angka ini mengalami pertumbuhan sebesar 58,08% dibandingkan tahun sebelumnya dan selanjutnya mengalami penurunan persentase pertumbuhan. Total jumlah investor reksadana mengalami fluktuasi persentase pertumbuhan dan tertinggi terjadi pada tahun 2021 dengan jumlah 199.776 investor, angka ini mengalami pertumbuhan sebesar 68,75% dibandingkan tahun sebelumnya dan selanjutnya mengalami penurunan persentase pertumbuhan. Sedangkan untuk total jumlah investor Surat Berharga Negara (SBN) mengalami penurunan persentase pertumbuhan sejak

tahun 2019 hingga 2023. Fluktuasi persentase pertumbuhan ini dapat dilihat lebih jelas dengan grafik yang disajikan pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2 Jumlah Investor Saham dan Surat Berharga Lainnya, SBN, dan Reksadana

Sumber: ojk.go.id (Data diolah)

Kenaikan investor dan juga instrumen terlihat mengalami tren cenderung naik, namun jika dilihat melalui besaran persentase dan jumlah pertumbuhan grafik maka terjadi pola fluktuatif cenderung menurun. Dilansir dari Bloomberg (2023) Direktur Utama PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), Samsul Hidayat menyebutkan, terjadinya perlambatan atau penurunan persentase pertumbuhan jumlah investor pasar modal di Indonesia, dikarenakan tidak terlepas karena kondisi geopolitik yang terjadi secara global seperti perang Ukraina maupun Palestina serta kondisi ekonomi yang belum stabil pasca pandemi sehingga berakibat pada iklim investasi. Selain itu penyebab lainnya dikarenakan adanya peningkatan tingkat suku bunga yang tinggi di Amerika Serikat.

Dalam lanskap keuangan yang terus berubah dengan cepat, studi mengenai faktor-faktor perilaku yang mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan telah menjadi sangat penting. *Financial behavior* muncul sebagai suatu cabang ilmu baru yang dilatarbelakangi oleh peristiwa tindakan seseorang dalam berinvestasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Teori *behavioral finance* menjelaskan bahwa tindakan seseorang dalam berinvestasi tidak selalu didasarkan pada sikap rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh sikap irasional yang dimilikinya (Fridana & Asandimitra, 2020). Teori *behavioral finance* memfokuskan kajiannya pada bagaimana fenomena psikologis mempengaruhi proses pengambilan keputusan investasi serta hasil yang diperoleh oleh seorang investor (Musidar, 2023).

Salah satu aspek psikologis yang semakin mendapat perhatian adalah ketakutan kehilangan kesempatan *Fear of Missing Out* (FoMO). *Fear Of missing out* mencakup sensasi kontemporer yang merajalela, yaitu rasa cemas atau ketidaknyamanan yang timbul dari kemungkinan diri dikesampingkan dari pengalaman atau peluang yang menguntungkan. Sementara efek-efek *Fear Of Missing Out* telah dieksplorasi dalam berbagai bidang. Menurut Pachlevi (2023) investor baru yang terpengaruh dari efek *fear of missing out* akan cenderung mengambil risiko lebih tinggi, karena memutuskan untuk berinvestasi tanpa adanya alasan yang kuat. Wibowo (2021) berpendapat, *fear of missing out* muncul akibat persepsi bahwa orang lain memiliki kehidupan secara menyeluruh lebih dari yang dialami oleh diri sendiri. Hal ini menimbulkan rasa cemas dan iri, sehingga mempengaruhi seseorang untuk mengikuti tren.

Fear of missing out adalah contoh klasik dari aspek psikologis ini yang mempengaruhi pilihan keuangan. Ini adalah rasa takut untuk melewatkan keuntungan atau peluang yang dapat mendorong individu membuat keputusan investasi yang impulsif. Keputusan ini mungkin tidak didasarkan pada analisis keuangan yang solid atau pemahaman komprehensif tentang dinamika pasar, tetapi lebih didorong oleh dorongan untuk berpartisipasi dalam peluang yang dianggap dan keinginan untuk tidak kalah dengan orang lain.

Daya tarik pasar keuangan, dengan janjinya akumulasi kekayaan dan kemakmuran, secara inheren memicu berbagai emosi dan proses kognitif para investor. Emosi dan bias kognitif ini telah menjadi titik fokus dalam studi perilaku keuangan. Terlepas dari pengetahuan dan keahlian dalam keuangan, *fear of missing out* dapat menggeser individu untuk mengambil keputusan investasi impulsif yang berisiko, hanya dikarenakan individu investor tidak kalah saing dengan orang lain. Ketakutan kehilangan kesempatan / tren bukanlah sekadar istilah populer saat ini; ia memiliki dampak nyata dan konkret pada pasar keuangan.

Ketika membuat keputusan investasi, individu perlu mengumpulkan data sebagai basis membuat pilihan mereka. Dalam tahap pencarian informasi ini, individu telah tertarik untuk menggali dan mengumpulkan informasi lebih banyak dalam proses pengambilan keputusannya (Kamil dan Tanno, 2021). Hal ini terlihat dengan adanya peningkatan perhatian konsumen atau aktivitas dalam mengumpulkan informasi, yang mana informasi tersebut dapat ditemukan melalui media massa. Khususnya, karena mereka tidak memiliki sumber daya dan akses

ke database khusus seperti Bloomberg atau Thomson Reuters, investor ritel beralih ke forum investasi media sosial atau mesin pencari Google sebagai sumber informasi publik atas pasar modal. (Bukovina, 2016). Diskusi tentang sekuritas, pasar, dan fundamental, menjadi penghubung investor ritel melalui forum investasi di media sosial.

Media sosial dulu adalah wadah untuk sekedar berteman atau sosialisasi, tetapi sekarang berfungsi sebagai media informasi. Penggunaan media sosial yang luas telah mengubah cara pendistribusian informasi dari media tradisional (massa dan elektronik) ke media digital berbasis sosial, yang dapat diakses oleh spektrum pengguna yang luas dan bisa diakses dimana saja dan kapan saja, selama ada terkoneksi internet (Kamil dan Tanno, 2021).

Melalui media sosial, pengguna dapat mendiskusikan topik dengan satu sama lain, serta terdapat fasilitas kolom komentar pada konten yang dibagikan secara luas di berbagai platform. Jadi, dengan media sosial yang tersedia di mana saja dan kapan saja, diskusi yang didorong oleh pendapat di antara pengguna media sosial akan muncul. Pandangan-pandangan ini penting, karena diungkapkan oleh orang-orang dengan perspektif yang berbeda tentang topik informasi tersebut, serta mereka yang memiliki pengetahuan tentang saham dan memiliki pengalaman berinvestasi di dalamnya.

Di sisi lain, dalam Indonesia Millennials Financial Summit, Sagara (2021) menyebutkan bahwa generasi muda sangat mudah terpengaruh oleh seruan dari tokoh publik maupun *influencer* di media sosial dalam mengambil keputusan investasi. Informasi dan konten mengenai suatu produk investasi kini marak di

media sosial, dan hal ini mendorong banyak investor pemula untuk melakukan investasi. *Influencer* keuangan mengedukasi dan memberikan informasi terkait dunia saham, biasanya para *influencer* selalu memberi himbauan untuk melakukan analisis terlebih dahulu dalam menentukan keputusan investasi.

Perilaku investor dipengaruhi secara signifikan oleh informasi yang mereka terima karena informasi tersebut bersifat personal. Ini berarti bahwa individu dapat merespons dengan cara yang beragam terhadap sumber informasi yang sama. Berbagai sumber informasi seperti media dan pernyataan lain dapat mempengaruhi pilihan. Investor yang meniru perilaku investor lain alih-alih bergantung pada analisis strategis mereka sendiri, karena keputusan yang diambil banyak orang dianggap pasti benar, merupakan pengertian dari *Herding Behavior* (Sabilla dan Pertiwi, 2021).

Ketika investor melihat bahwa banyak orang lain berinvestasi dalam suatu aset atau saham tertentu, terutama jika ada tren positif yang sedang berlangsung, mereka mungkin merasa tertekan untuk ikut serta. Ini menjadi contoh konkret dari *herding*, di mana investor mengikuti tindakan mayoritas tanpa melakukan analisis mendalam. Minimnya pengalaman investor atau bahkan tidak punya pengalaman dalam investasi sebelumnya dapat menyebabkan investor rentan atas *herding*. Investor yang menerima informasi, namun tidak menganalisa informasi tersebut lebih lanjut dalam memilih investasinya, akan cenderung bersikap irasional dan mudah terpengaruh oleh investor lain (Ferdinand dan Purwanto, 2022).

Pengalaman keputusan keuangan yang saling berhubungan dengan *fear of missing out* dan *herding* adalah fenomena umum yang dapat kita temukan dalam

masyarakat Indonesia. Ini mencakup pengalaman banyak investor yang mengalami "*cut loss*" pada investasi atau menghadapi "*floating loss*" akibat hanya mengikuti tren atau ikut-ikutan kerabat dalam membeli produk investasi tertentu. Keterlibatan emosi dalam proses pengambilan keputusan investasi seringkali menyebabkan perilaku investor, khususnya pemula menjadi perilaku ikut-ikutan dan pengambilan keputusan impulsif di pasar keuangan, karena tanpa mempertimbangkan alternatif lain dengan objektif.

Penelitian ini dilandasi dari adanya perbedaan dan keraguan dari hasil penelitian sebelumnya (*research gap*). Aristiwati et al (2021) memberikan berpendapat atas hasil penelitiannya yang mengungkapkan bahwa keputusan investasi seseorang dipengaruhi oleh *herding*. Individu muda, atau millennials, yang memiliki keuntungan dari memproses lebih banyak informasi dengan cepat, membentuk mayoritas investor dalam penelitian ini. Hal ini searah dengan penelitian Rahman & Gan (2020) bahwasannya keputusan investasi tidak dipengaruhi secara signifikan oleh *herding behavior*. Berseberangan dengan Adielyani & Mawardi (2020) yang menyimpulkan bahwa variable *herding behavior* bersifat positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Herlina, et al (2020), bahwa *herding* tidak memberikan pengaruh sama sekali terhadap keputusan berinvestasi.

Pada variabel FoMO (*Fear of Missing Out*) yang diteliti oleh Gupta & Monica (2021) menampilkan hasil bahwa *fear of missing out* menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan investasi investor retail. Hasil ini menyatakan bahwa keputusan investasi dipengaruhi oleh *fear of missing out*

secara signifikan dan bersifat positif. Sama halnya dengan dua penelitian sebelumnya, Mazruk et al (2023) yang menyimpulkan adanya pengaruh positif yang signifikan atas variabel *fear of missing out* terhadap keputusan berinvestasi. Aji dan Astuti (2024) dan Alfian et al (2022) tidak sependapat bahwasannya dalam penelitiannya *fear of missing out* tidak memberikan dampak signifikan yang dapat mempengaruhi investor.

Permana et al (2022) dalam penelitiannya searah dengan penelitian Sari et al (2024), yaitu media sosial sebagai variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan dan bersifat positif atas variabel dependennya, keputusan investasi investor. Alfian et al (2022) menjelaskan bahwa adanya pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan berinvestasi dari variabel media sosial. Bertolak belakang dengan penelitian Rahmawati dan Rosita (2023) yang membuktikan pada studi kasus mahasiswa STIE Surakarta, bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat investasi generasi Z.

Pengambilan sebuah keputusan untuk berinvestasi jika hanya didasarkan atas rasa takut untuk ketinggalan suatu momentum tertentu yang biasa dikenal dengan *fear of missing out* atau perilaku *herding*, hanya mengikuti keputusan investor mayoritas. Tentunya akan menghasilkan hasil yang tidak rasional. Selain itu, apakah mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur mudah terpengaruh oleh konten-konten yang dibuat oleh influencer ataupun berita yang ada di media sosial sebagai *database* informasi yang menjadikan dasar pengambilan keputusan investasinya. Lalu, apakah mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur cenderung untuk memutuskan

keputusan investasinya didasarkan pada keputusan teman atau kerabatnya. Didasari oleh penjabaran sebelumnya maka peneliti terdorong untuk meneliti dengan judul "Keputusan Investasi Dan *Fear Of Missing Out* Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Upn Veteran Jawa Timur".

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh *herding* terhadap keputusan investasi pada mahasiswa UPN Veteran Jatim?
2. Apakah terdapat pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi pada mahasiswa UPN Veteran Jatim?
3. Apakah terdapat pengaruh *herding* terhadap keputusan investasi melalui *fear of missing out* pada mahasiswa UPN Veteran Jatim?
4. Apakah terdapat pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi melalui *fear of missing out* pada mahasiswa UPN Veteran Jatim?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Untuk mengkaji pengaruh *herding* terhadap keputusan investasi pada mahasiswa UPN Veteran Jatim
2. Untuk mengkaji pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi pada mahasiswa UPN Veteran Jatim
3. Untuk mengkaji pengaruh *herding* terhadap keputusan investasi melalui *fear of missing out* pada mahasiswa UPN Veteran Jatim

4. Untuk mengkaji pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi melalui *fear of missing out* pada mahasiswa UPN Veteran Jatim

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti dapat memberitahukan manfaat penelitian sebagai berikut :

A. Manfaat Teoritis:

Diharapkan dapat memberikan bukti empiris tambahan dan berfungsi sebagai referensi, informasi, dan wawasan bagi para peneliti yang akan melakukan penelitian serupa atau mengembangkannya.

B. Manfaat Praktis:

1. Bagi peneliti, penelitian ini menambah kemampuan dalam berpikir kritis, memperluas pengetahuan, dan mengetahui peran *herding*, media sosial, dan *fear of missing out* terhadap keputusan investasi. Serta, meningkatkan kemampuan peneliti dalam menyusun karya ilmiah.
2. Bagi pihak Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, penelitian ini dapat menambah referensi bagi akademisi universitas untuk menyokong perkembangan ilmu pengetahuan, terkhususnya dalam perilaku keuangan dan studi manajemen untuk melakukan studi selanjutnya.
3. Bagi pihak investor, hasil penelitian ini diharapkan para investor dapat memperhatikan dampak dari *fear of missing out*, *herding*, dan media sosial terhadap keputusan seorang investor dalam investasi.