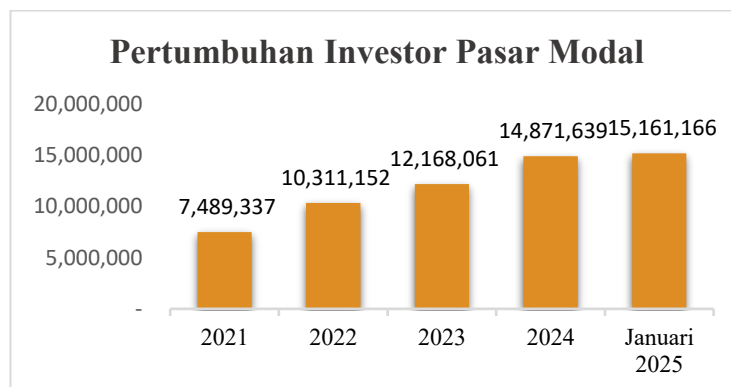


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

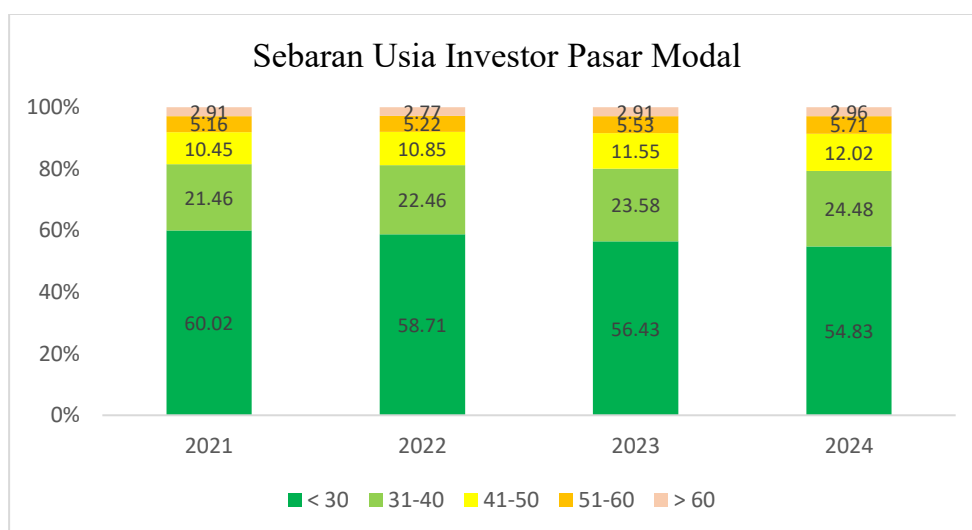
Kemajuan digital di masa kini telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, terutama pada sektor ekonomi yang secara spesifik terjadi pada industri keuangan dan investasi di Indonesia. Fenomena ini ditandai dengan munculnya berbagai inovasi teknologi finansial yang mempermudah akses masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan, khususnya dalam konteks pasar modal. Pemerataan akses investasi ini telah mengubah arah pasar modal Indonesia dari yang sebelumnya didominasi oleh investor institusional dan kalangan terbatas, menjadi lebih inklusif dan terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat (Ilham, 2025). Perubahan struktural ini tidak hanya berdampak pada volume transaksi dan likuiditas pasar, tetapi juga membentuk dinamika baru dalam perilaku investasi dan pengambilan keputusan oleh investor individu.



Gambar 1.1. Grafik Pertumbuhan Investor Pasar Modal

Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2025

Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada Gambar 1.1., diketahui bahwa jumlah investor individual di pasar modal Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang konsisten dan signifikan selama lima tahun terakhir. Pada tahun 2021 tercatat sebanyak 7.489.337 Single Investor Identification (SID), dan jumlah tersebut meningkat masing-masing sebesar 37,67% pada 2022, 18,01% pada 2023, serta 22,22% pada 2024. Hingga Januari 2025, jumlah investor mencapai 15.161.166 SID, meningkat 1,95% dibandingkan akhir tahun 2024. Pertumbuhan yang pesat hingga dua kali lipat lebih banyak terjadi dalam satu bulan dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya, yaitu dengan selisih pertumbuhan sebesar 289.527 SID lebih banyak. Temuan ini mencerminkan peningkatan minat dan perubahan persepsi masyarakat terhadap investasi di pasar modal Indonesia.

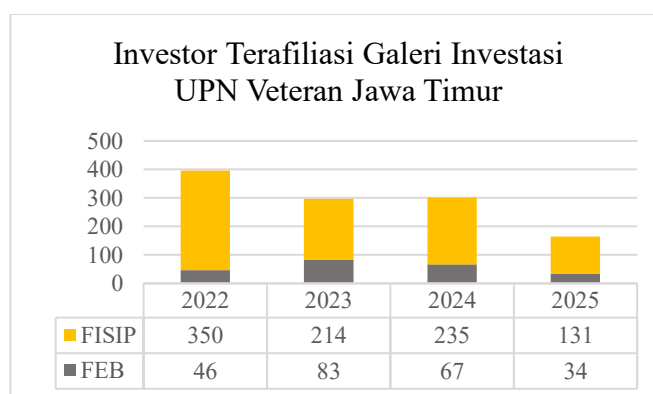


Gambar 1.2. Sebaran Usia Investor Pasar Modal Indonesia

Sumber: Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2025

Ditengah kenaikan investor pasar modal yang terjadi, data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada Gambar 1.2. mengungkapkan

fenomena yang mengkhawatirkan dalam lanskap investasi pasar modal Indonesia. Grafik sebaran usia investor menunjukkan adanya tren penurunan signifikan pada kelompok investor berusia kurang dari 30 tahun, dari dominasi 60,02% pada 2021 menjadi hanya 54,83% pada 2024. Penurunan konsisten sebesar 5,19% ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam pengambilan keputusan investasi di kalangan generasi muda. Sementara itu, pada kelompok usia lainnya justru mengalami peningkatan setiap tahunnya. Walaupun sempat mengalami penurunan pada 2022, investor pada rentang usia lebih dari 60 tahun terdapat peningkatan jumlah kembali setiap tahunnya. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan kritis mengenai faktor-faktor yang menyebabkan berkurangnya minat atau kemampuan generasi muda dalam mempertahankan aktivitas investasi mereka.



Gambar 1.3. Jumlah Investor Terafiliasi dengan Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur

Sumber: Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur, 2025

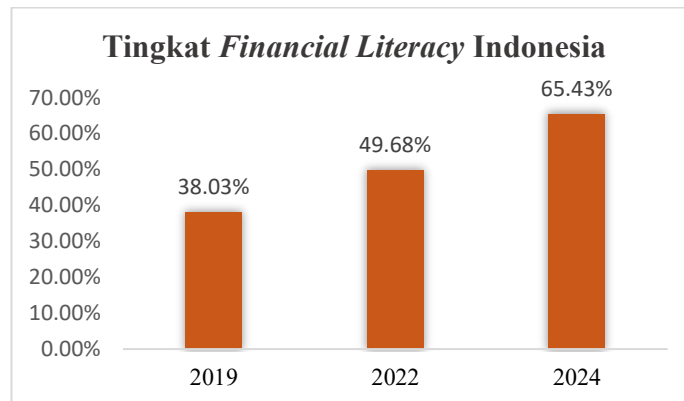
Sebagai kota terbesar kedua di Indonesia dan merupakan salah satu pusat pendidikan yang ditandai dengan banyaknya perguruan tinggi, Surabaya menjadi salah satu lokus penting dalam perkembangan investasi di

kalangan generasi muda. Salah satu kelompok yang menarik untuk dikaji adalah investor muda yang terafiliasi dengan Galeri Investasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur yang berfungsi menjadi wadah bagi mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan praktis tentang pasar modal sekaligus membentuk jaringan investor muda di Surabaya. Kajian ini menarik karena adanya keselarasan data jumlah investor muda pada Gambar 1.3. dengan kondisi penurunan investor muda yang terjadi pada lingkup nasional. Hal ini menimbulkan pertanyaan karena dengan keberadaan dua Galeri Investasi di lingkungan kampus, jumlah investor muda justru menurun.

Menurut Bhatia et al. (2022), *investment decision* sendiri merupakan upaya seseorang dalam mensejahterakan dirinya melalui pembelian aset keuangan dengan harapan memperoleh keuntungan di kemudian hari. *Investment decision* sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor. Penelitian oleh Daulay et al. (2024) mengungkapkan bahwa *investment decision* dipengaruhi oleh *social media* dan *financial literacy*. Seiring berkembangnya zaman, masyarakat mendapatkan kemudahan akses dalam mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dalam membuat suatu keputusan investasi. Kemudahan akses investasi melalui *platform* digital, peningkatan edukasi investasi, dan kehadiran komunitas investor di berbagai *platform* media sosial menjadi faktor yang berperan penting dalam mendukung pertumbuhan investor di Indonesia.

Menurut survei yang dilakukan oleh IDX pada tahun 2022, sekitar 78,97% individual investor mengaku aktif mengikuti diskusi saham di media

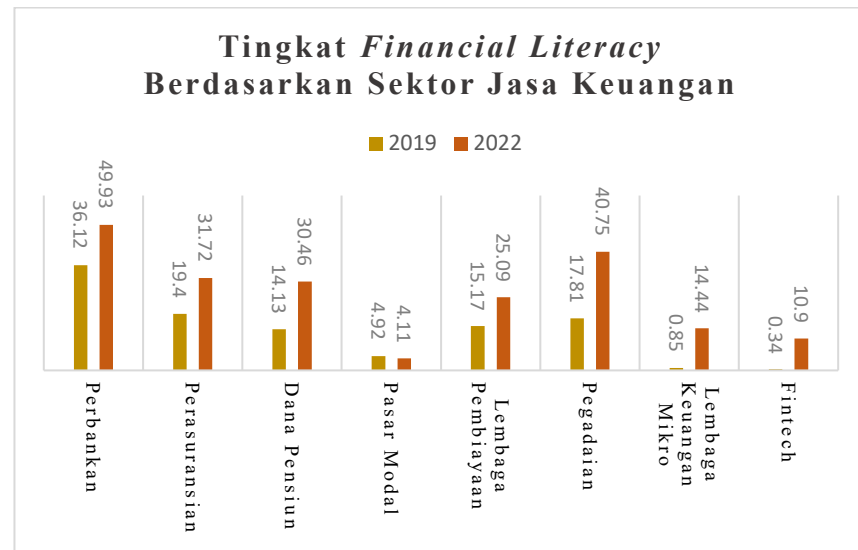
sosial dan menjadikannya sebagai sumber utama dalam memperoleh informasi. Informasi terkait pasar modal yang dahulu membutuhkan waktu untuk menyebar, kini dapat tersebar dalam hitungan detik melalui *tweet*, *thread*, atau diskusi *online*. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena menggambarkan pergeseran sumber informasi investasi dari saluran tradisional ke *platform* media sosial yang lebih interaktif dan *real-time*. Hal ini membuka peluang besar bagi penyebaran informasi yang cepat dan luas, tetapi sekaligus memperbesar risiko kesalahan dalam pengambilan keputusan investasi. Kecepatan dan jangkauan luas informasi ini memberikan kesempatan akses yang tidak hanya lebih terbuka dan merata, tetapi juga menimbulkan tantangan terkait keahlian dalam menginterpretasi dan mengolah informasi tersebut. Intensitas dan frekuensi informasi yang diterima melalui media sosial dapat membentuk persepsi dan preferensi investasi seseorang. Penelitian oleh Daulay et al. (2024) dan Singh & Chakraborty (2024) menyatakan adanya hubungan positif antara penggunaan *social media* dengan *investment decision*. Hal ini ditandai dengan meningkatnya frekuensi transaksi yang terjadi di pasar modal. Namun, menurut penelitian oleh Maharani & Hidayah (2021), dalam aspek kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaannya, *social media* tidak memberikan pengaruh terhadap *investment decision*.



Gambar 1.4. Grafik Tingkat *Financial Literacy* Masyarakat Indonesia

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2025

Financial literacy merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap *investment decision*. *Financial literacy* merupakan pengetahuan seseorang dalam bidang keuangan yang diperoleh melalui pembelajaran dan pengalaman (Saputra et al., 2022). Tingkat *financial literacy* masyarakat Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang konsisten dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.4., indeks *financial literacy* Indonesia mencapai 38,03% pada tahun 2019, kemudian meningkat menjadi 49,68% pada tahun 2022, dan terjadi lonjakan signifikan hingga mencapai 65,43% pada tahun 2024.



Gambar 1.5. Sebaran Tingkat *Financial Literacy* Berdasarkan Sektor Jasa Keuangan

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2025

Dalam survei yang dilakukan oleh SNLIK, sebaran *financial literacy* masyarakat Indonesia dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan sektor jasa keuangan. Berbagai sektor mengalami kenaikan yang signifikan dibanding dengan tahun sebelumnya. Peningkatan paling drastis terjadi pada sektor jasa keuangan pegadaian dengan kenaikan 22,94% diikuti dengan sektor jasa keuangan dana pensiun dengan kenaikan sebesar 16,33%. Namun, diantara kenaikan tingkat *financial literacy* yang terjadi, sektor jasa keuangan pasar modal justru mengalami penurunan sebesar 0,81%. Hal ini menimbulkan pertanyaan karena investor yang berinvestasi di sektor pasar modal selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya. Penurunan ini dapat diartikan bahwa semakin banyak masyarakat yang berinvestasi di pasar modal, namun tidak berbanding lurus dengan pemahamannya terkait produk

investasi di pasar modal yang mampu mempengaruhi kualitas pengambilan *investment decision*.

Dalam bidang investasi, *financial literacy* menjadi dasar yang penting bagi investor dalam memahami risiko, mengevaluasi instrumen investasi, dan membuat keputusan yang rasional berdasarkan analisis komprehensif. Hal ini didukung oleh penelitian dari Mumtazah & Anwar (2022) dan Wikartika et al. (2023) yang menyatakan adanya dampak positif yang ditimbulkan oleh *financial literacy* terhadap *investment decision*. Namun, penelitian oleh Kasoga (2021) dan Daulay et al. (2024) menyatakan sebaliknya dimana tidak *financial literacy* tidak berdampak terhadap *investment decision* karena tidak semua investor melihat *financial literacy* sebagai faktor fundamental dalam membuat *investment decision*.

Salah satu fenomena yang sering terjadi pada perilaku individual investor, khususnya yang aktif di media sosial, adalah *herding behavior*. *Herding behavior* menjadi salah satu aspek penting yang berkaitan erat dalam membangun pilihan *investment decision* (Tyara et al, 2025). *Herding behavior* terjadi ketika investor cenderung mengesampingkan informasi dan analisis pribadi dan mengikuti *investment decision* yang diambil oleh mayoritas investor lain atau figur yang dianggap berpengaruh dalam bidang investasi. Fenomena ini mencerminkan kurangnya kepercayaan diri investor terhadap hasil analisis yang dilakukannya. Meningkatnya jumlah individual investor, *social media exposure* yang masif, serta tingkat *financial literacy* yang beragam meningkatkan peluang munculnya fenomena *herding behavior* ini.

Penelitian oleh Wijaya et al. (2023) menyatakan adanya pengaruh signifikan yang ditimbulkan oleh *herding behavior* dalam pembuatan *investment decision*. *Herding* behavior dapat terwujud melalui kecenderungan seorang investor untuk membeli atau menjual saham tertentu setelah mendapatkan rekomendasi dari *influencer* investasi atau melihat banyak investor lain yang melakukan hal serupa, yang tidak hanya mempengaruhi *individual investment decision* tetapi juga dapat berdampak pada dinamika dan volatilitas pasar secara keseluruhan.

Permasalahan di atas menunjukkan bahwa pengambilan keputusan investasi yang berkualitas yang berdasarkan analisis dan informasi yang akurat menjadi hal penting yang harus diperhatikan dalam ekosistem investasi di Indonesia. Studi ini menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) untuk menganalisis pengaruh *social media exposure* dan *financial literacy* dalam pengambilan *investment decision* yang dimediasi oleh *herding behavior*. Terbatasnya literasi keuangan dan paparan media sosial yang intensif membentuk sikap investasi yang kurang mandiri, dimana investor muda cenderung mengikuti *herding* karena adanya tekanan sosial dari lingkungan, persepsi kontrol yang rendah terhadap risiko pasar, dan ketergantungan pada informasi yang viral daripada analisis fundamental. Ketika menghadapi volatilitas pasar, kombinasi faktor-faktor ini justru menyebabkan para investor muda ini mengurangi aktivitas investasi karena kurangnya pemahaman mendalam dan ketidaknyamanan dalam mengelola risiko.

Meskipun sudah ada beberapa penelitian yang mengkaji dampak *social media exposure* terhadap *investment decision* maupun dampak *financial literacy* terhadap *investment decision*, masih terdapat celah penelitian dimana belum banyak penelitian dalam memahami bagaimana *herding behavior* berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut, utamanya dalam konteks individual investor muda yang berinvestasi di pasar modal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan penelitian terkait **Peran Mediasi *Herding Behavior* dalam Pengaruh *Social Media Exposure* dan *Financial Literacy* terhadap *Investment Decision* Investor Muda** di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur *behavioral finance*, khususnya terkait dengan peran media sosial dan *herding behavior* dalam keputusan investasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, berikut poin-poin rumusan masalah yang menjabarkan penelitian ini:

1. Apakah *social media exposure* berpengaruh terhadap *investment decision* pada investor muda Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur?
2. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap *investment decision* pada investor muda Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur?
3. Apakah *herding behavior* dapat menjadi pemediasi dalam pengaruh *social media exposure* terhadap *investment decision* pada investor muda Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur?

4. Apakah *herding behavior* dapat menjadi pemediasi dalam pengaruh *financial literacy* terhadap *investment decision* pada investor muda Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari hasil penjabaran rumusan masalah mencakup:

1. Untuk memahami adanya dampak *social media exposure* terhadap *investment decision* pada investor muda Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur.
2. Untuk memahami adanya dampak *financial literacy* terhadap *investment decision* pada investor muda Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur.
3. Untuk memahami peran mediasi *herding behavior* dalam pengaruh dampak *social media exposure* terhadap *investment decision* pada investor muda Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur.
4. Untuk memahami peran mediasi *herding behavior* dalam pengaruh *financial literacy* terhadap *investment decision* pada investor muda Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat bagi beberapa pihak baik secara teoritis maupun praktis yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- Menambah wawasan akademik mengenai pengaruh *social media exposure* dan *financial literacy* terhadap *investment decision* individual investor muda.

- Memberikan kontribusi dalam pengembangan teori perilaku keuangan (*behavioral finance*), terutama dalam memahami bagaimana *herding behavior* berperan sebagai mediator dalam proses pengambilan *investment decision*.
- Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam kajian serupa terkait pengaruh media sosial, *financial literacy*, dan *herding behavior* dalam konteks investasi pada individual investor muda.

2. Manfaat Praktis

- Bagi individual investor, penelitian ini memberikan wawasan tentang pengaruh media sosial, *financial literacy*, dan *herding behavior* dalam pengambilan *investment decision*, sehingga dapat membantu dalam membuat keputusan yang lebih rasional dan terinformasi.
- Bagi akademisi, penelitian ini dapat menjadi dasar dalam mengembangkan strategi edukasi keuangan yang lebih efektif dan memastikan penyebaran informasi investasi yang lebih akurat dan bertanggung jawab.