

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh suatu negara dalam jangka panjang. Salah satu strategi dapat diterapkan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi adalah Pasar Modal, yang berfungsi sebagai sarana pendanaan dan investasi bagi masyarakat. Pasar modal berperan sebagai sarana investasi keuangan melalui perdagangan instrumen saham yang memungkinkan investor memperoleh *return* dan menghadapi risiko pasar. Perkembangan pasar modal yang semakin pesat turut diiringi dengan bertambahnya jumlah investor dari tahun ke tahun. Peningkatan jumlah investor tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kualitas pengambilan *Keputusan Investasi* yang rasional, namun juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial yang membentuk perilaku investor.

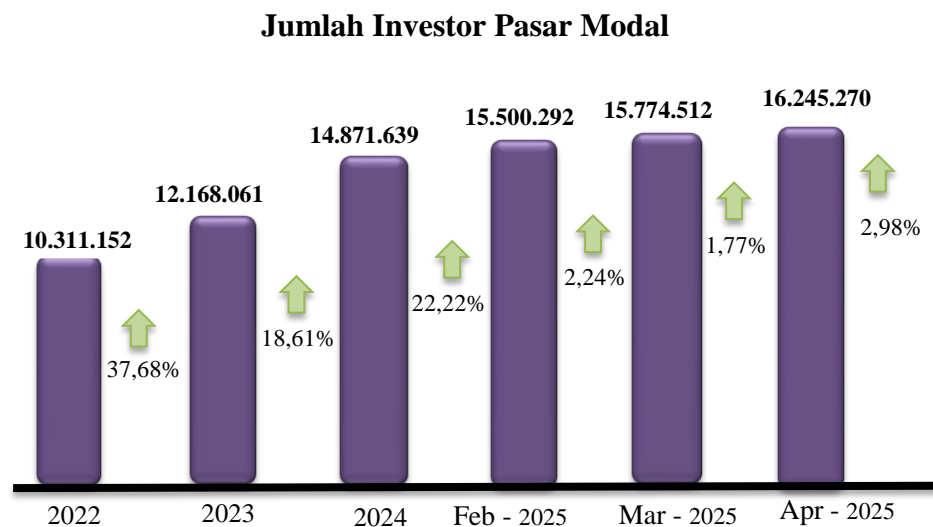
Dalam Pasar Modal, berbagai aktivitas yang berlangsung pada dasarnya berkaitan dengan investasi. Ibrahim (2024), investasi keuangan merupakan kegiatan penempatan dana pada berbagai aset dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan di masa depan. Proses tersebut dilakukan melalui analisis kuantitatif seperti penilaian arus kas, *capital budgeting*, evaluasi risiko dan pertimbangan kualitatif yang berkaitan dengan kondisi pasar dan faktor psikologis yang memengaruhi perilaku investor. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, salah satu perguruan tinggi di Surabaya, memiliki Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berada

pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia berfungsi sebagai sarana edukasi dan praktik bagi mahasiswa untuk mengenal pasar modal secara langsung.

Minat generasi muda terhadap investasi meningkat seiring perkembangan teknologi digital dan kemudahan akses informasi keuangan. Namun, kemajuan teknologi tidak selalu diikuti oleh peningkatan kualitas analisis yang memadai dalam pengambilan *Keputusan Investasi*. Yuniningsih (2020) menjelaskan bahwa individu yang merasa telah memahami informasi pasar mengabaikan pertimbangan penting dan sulit menerima pandangan lain, sehingga keputusan yang diambil berpotensi kurang optimal. Dominasi investor berusia di bawah 30 tahun menunjukkan bahwa Pasar modal Indonesia sangat dipengaruhi oleh perilaku generasi muda, yang responsif terhadap media sosial.

Fenomena perilaku mengikuti rekomendasi saham yang viral di media sosial semakin terlihat pada investor mahasiswa, meskipun memiliki akses yang relatif sama terhadap edukasi pasar modal melalui fasilitas Galeri Investasi yang ada, sebagian mahasiswa mengambil *Keputusan Investasi* dengan mengikuti saham populer, meniru keputusan investor lain atau mengandalkan rekomendasi *Social Media Influencer* tanpa analisis risiko dan fundamental yang memadai. Yanti dan Triono (2024) menegaskan bahwa meniru keputusan pihak lain tanpa pemeriksaan fundamental merupakan karakteristik umum investor pemula, yang berpotensi menghasilkan *Keputusan Investasi* yang kurang rasional.

Dalam upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya investasi dan mendukung perkembangan industri Pasar Modal di Indonesia. Bursa Efek Indonesia (BEI) bekerja sama dengan PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), PT Kliring Penjaminan Efek Indonesia (KPEI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan berbagai perusahaan sekuritas melaksanakan program edukasi langsung kepada masyarakat. Salah satu program pemerintah yaitu "Yuk Nabung Saham". Yang dirancang untuk mendorong masyarakat, khususnya mahasiswa dan generasi milenial agar mulai berpartisipasi dalam investasi pasar modal.



**Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Investor Pasar Modal**

Sumber : Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) 2025

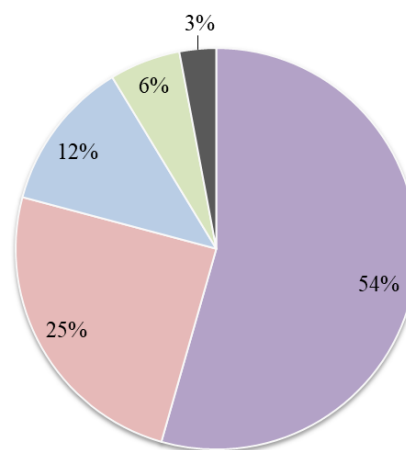
Dapat dilihat pada gambar 1.1 bahwa jumlah investor Pasar Modal di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022 tercatat sebanyak 10.311.152 investor, kemudian meningkat pada tahun 2023 menjadi 12.168.061 dan kembali mengalami pertumbuhan pada tahun 2024

hingga mencapai 14.871.639 investor, yang berarti terdapat kenaikan sebesar 18,61% dibandingkan tahun sebelumnya. Hingga April 2025 jumlah investor mencapai 16.245.270.

Peningkatan jumlah investor tersebut juga tidak dapat dilepaskan dari perubahan cara masyarakat mengakses informasi dan layanan Pasar Modal. Menurut Dewi et al. (2024) dimana proses investasi menjadi lebih efisien melalui platform online yang menyediakan informasi secara cepat dan mudah diinterpretasikan. Penyebaran informasi yang semakin masif melalui media sosial memengaruhi cara masyarakat merespons tantangan pasar, sehingga pola investasi kini menjadi lebih adaptif dan responsif.

### **Demografi Investor Di Indonesia Berdasarkan Usia April 2025**

■ < 30 Tahun ■ 31-40 Tahun ■ 41-50 Tahun ■ 51-60 Tahun ■ >60 Tahun



**Gambar 1. 2 Grafik Demografi Investor**

Sumber : Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) 2025

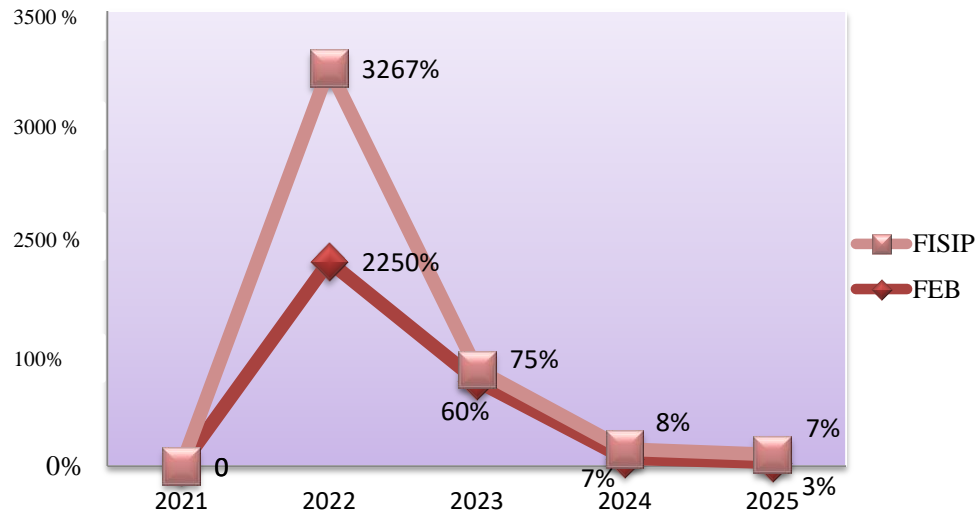
Berdasarkan data demografi investor pada April 2025, kelompok berusia di bawah 30 tahun mendominasi partisipasi investor pasar modal dengan proporsi sebesar 54%, sementara itu 45,58% sisanya umur di atas 30

tahun. Komposisi tersebut menggambarkan perubahan struktur investor yang semakin banyak diikuti oleh generasi muda, yang mulai memandang investasi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang.

Meningkatnya jumlah investor muda juga terlihat dari pola partisipasi yang lebih intensif, meskipun nilai kepemilikan aset per orang relatif lebih kecil dibandingkan kelompok usia yang lebih tua, tetapi generasi muda menjadi penggerak penting dalam perkembangan investor ritel di Pasar Modal, yang sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya oleh Alva dan Rita (2022) menjelaskan bahwa keterlibatan generasi muda dalam pasar saham semakin meluas, meskipun nilai kepemilikannya masih terbatas dan dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial. Fenomena ini memperlihatkan transformasi demografis investor di Indonesia, di mana generasi muda semakin kuat dan berpotensi membentuk arah perkembangan Pasar Modal.

Keterlibatan mahasiswa dalam investasi saat ini menunjukkan peningkatan yang signifikan, sehingga memiliki peran strategis dalam perilaku investasi di kalangan generasi muda. Meningkatnya pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dan persiapan kondisi finansial jangka panjang mendorong mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur untuk mulai berpartisipasi dalam kegiatan investasi. Perkembangan ini turut difasilitasi oleh keberadaan Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEI) di lingkungan kampus, yang menyediakan sarana edukasi untuk mempelajari Pasar Modal secara langsung, Sehingga mendukung terciptanya generasi dengan kemampuan literasi keuangan yang memadai.

### Pertumbuhan SID Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur Tahun 2021-2025



**Gambar 1. 3 Grafik Pendaftaran Galeri Investasi UPNVJT**

Sumber : Galeri Investasi *FISIP dan FEB UPNVJT 2025*

Berdasarkan grafik pertumbuhan *Single Investor Identification (SID)* mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur* periode 2021–2025, terlihat bahwa peningkatan jumlah investor mahasiswa tidak diikuti oleh pertumbuhan yang stabil. Dalam jumlah SID memang terus bertambah setiap tahun, namun laju pertumbuhannya mengalami perlambatan yang sangat tajam. Pada periode 2021 – 2022 terjadi lonjakan pertumbuhan yang sangat tinggi, yaitu sekitar 2250% pada FEB dan 3267% pada *FISIP*. Lonjakan ini dipengaruhi oleh rendahnya jumlah investor pada tahun sebelumnya akibat pembatasan aktivitas selama pandemi, dan meningkatnya paparan informasi investasi melalui *Social Media Influencer* ketika aktivitas kampus mulai kembali normal. Namun, kondisi tersebut tidak berlangsung lama. Pada periode 2022–2023 laju pertumbuhan langsung turun drastis menjadi 75% pada *FEB* dan

60% pada *FISIP*. Penurunan yang cukup signifikan ini menunjukkan bahwa lonjakan pada periode awal lebih mencerminkan antusiasme awal yang bersifat sementara dan belum menggambarkan *Keputusan Investasi* mahasiswa yang konsisten dan berkelanjutan. Mahasiswa mulai menghadapi kondisi pasar yang tidak selalu sesuai ekspektasi, seperti fluktuasi harga dan risiko kerugian, sehingga *Keputusan Investasi* menjadi lebih berhati-hati. Perlambatan kembali terlihat pada periode 2023–2024, di mana pertumbuhan SID hanya berada di kisaran 7%, bahkan pada periode 2024–2025 mendekati stagnan, yaitu sekitar 3% pada FEB dan 7% pada *FISIP*.

Pola penurunan bertahap dari ribuan persen menjadi di bawah 100% ini menunjukkan adanya kesenjangan antara peningkatan jumlah investor mahasiswa dengan konsistensi *Keputusan Investasi*. Artinya, permasalahan utama bukan terletak pada minat awal mahasiswa untuk masuk ke pasar modal, tetapi pada keberlanjutan dan kestabilan *Keputusan Investasi* yang akan diambil. *Keputusan Investasi* mahasiswa masih dipengaruhi oleh faktor psikologis dan perilaku, seperti rasa percaya diri berlebihan (*Overconfidence*), cara mahasiswa memandang risiko (*risk perception*), dan untuk mengikuti pilihan atau tindakan mayoritas yang sering disebut dengan *Herding Behavior*. Selain itu, informasi investasi yang beredar melalui media sosial dan disampaikan oleh finfluencer juga berpotensi memengaruhi cara mahasiswa mengambil *Keputusan Investasi*, baik memperkuat maupun melemahkan pertimbangan rasional.

Perbedaan pola pertumbuhan SID mahasiswa antar fakultas menunjukkan bahwa *Keputusan Investasi* tidak sepenuhnya ditentukan oleh adanya fasilitas edukasi Pasar Modal, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor perilaku. Mahasiswa yang memiliki akses informasi relatif sama dapat menunjukkan respons *Keputusan Investasi* yang berbeda, tergantung pada tingkat *Overconfidence*, *Risk Perception*, dan *Herding Behavior*. Faktor psikologis dan sosial turut berperan signifikan dalam mempengaruhi *Keputusan Investasi* mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.

Menurut Pradipta dan Yuniningsih (2024) *Keputusan Investasi* merupakan proses pengalokasian dana ke dalam instrumen atau aset yang dinilai mampu memberikan manfaat ekonomi di masa mendatang. Proses ini mengharuskan individu untuk mengevaluasi peluang keuntungan, memahami risiko, dan menyesuaikan pilihan investasi dengan tujuan dan kondisi keuangan yang dimiliki. Beberapa faktor yang telah ditemukan dalam penelitian sebelumnya oleh Halim dan Pamungkas (2023) seperti *Risk Perception*, *Overconfidence*, dan *Herding Behavior*. Menurut Salsabila dan Arifin (2024) menyebutkan beberapa faktor seperti, *Herding Behavior*, *Overconfidence*, dan *Risk Tolerance*. Sementara itu, penelitian lain yang dilakukan oleh Sari dan Takarini (2025) menyatakan *Keputusan Investasi* dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *Social Media Influencer*, *Herding Behavior* dan kualitas informasi. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Keputusan Investasi* dengan variabel yang berbeda yaitu

*Overconfidence*, *Herding Behavior*, dan *Risk Perception* yang dimoderasi oleh *Social Media Influencer*. Penelitian ini mengacu pada *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa niat seseorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku.

*Overconfidence* menurut Mumtazah dan Anwar (2022), merupakan bias psikologis dalam perilaku keuangan yang memengaruhi pengambilan *Keputusan Investasi* investor secara irasional. Bias ini berasal dari keyakinan berlebih terhadap kemampuan diri sendiri, yang membuat individu merasa mampu mengendalikan risiko. *Theory of Planned Behavior* Ajzen (1991), *Overconfidence* terkait dengan *perceived behavioral control* yaitu persepsi individu mengenai kemampuannya dalam mengatur dan mengendalikan suatu perilaku. Keberadaan media sosial dapat meningkatkan *Overconfidence* melalui konten investasi yang menekankan keberhasilan tanpa mengungkap risiko. Hal ini terlihat ketika investor merasa yakin meskipun hanya didasarkan pada pengalaman yang terbatas. Hasil penelitian menunjukkan temuan yang bervariasi seperti penelitian Ellen Bintoro (2022); Marciano et al. (2025) menunjukkan bahwa *Overconfidence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Keputusan Investasi*, sedangkan menurut Budiman et al. (2025); Sari dan Damingun (2021) menunjukkan bahwa *Overconfidence* berdampak negatif dan tidak signifikan karena menurunkan ketepatan penilaian dan meningkatkan potensi pengambilan keputusan yang tidak rasional.

Menurut Firdaus dan Wikartika (2024) *Risk Perception* merupakan penilaian individu terhadap tingkat ketidakpastian dan potensi kerugian dalam investasi. *Theory of Planned Behavior* Ajzen (1991), *Risk Perception* berkaitan dengan attitude toward behavior. Di era media sosial, persepsi risiko investor banyak dipengaruhi oleh informasi yang disampaikan oleh figur yang dianggap kredibel. Perilaku ini terlihat investor menilai investasi sebagai relatif aman karena informasi yang diterima lebih menekankan potensi keuntungan, sehingga potensi risiko dan volatilitas pasar kurang diperhatikan. Sellinai, Zed, dan Mulyani (2025); Hayati dan Desmiza (2025); Ma' ruf et al. (2022) menemukan bahwa *Risk Perception* memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap *Keputusan Investasi* generasi Z, sedangkan menurut Redawati dan Hayat (2024); Juliano et al. (2024); Sihotang dan Pertiwi (2021) menemukan pengaruh positif dan signifikan yang menunjukkan bahwa kesadaran terhadap risiko mendorong pengambilan keputusan lebih rasional.

Penelitian yang dilakukan oleh Wardhani dan Nur (2025) menjelaskan bahwa *Herding Behavior* merupakan perilaku psikologis ketika investor mengikuti tindakan investor lain yang dianggap lebih berpengalaman. *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), *Herding Behavior* berkaitan erat dengan subjective norm, di mana tekanan sosial dalam memengaruhi individu dalam mengambil *Keputusan Investasi*. Peran *Social Media Influencer* memperkuat *Herding Behavior* melalui legitimasi sosial yang dimiliki. Rahmawati et al. (2024); Yahya dkk. (2024) menemukan bahwa *Herding Behavior*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Keputusan Investasi*, sedangkan Oktaviani dan Mawaddah (2024); Putri dan Sudiyatno (2023) menemukan pengaruh negatif dan signifikan karena *Herding Behavior* menurunkan kualitas *Keputusan Investasi*.

Menurut Cholid dan Megawati (2024), *Social Media Influencer* memiliki peran dalam membentuk persepsi dan *Keputusan Investasi* investor muda melalui penyebaran informasi dan rekomendasi investasi di media sosial. *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) influencer juga memengaruhi *behavioral beliefs* dan *perceived behavioral control* ketika dipersepsikan memiliki kredibilitas dan keahlian, sehingga Informasi yang disampaikan menjadi acuan utama dalam menilai risiko dan peluang investasi. Pemilihan *Social Media Influencer* sebagai variabel moderasi didasarkan pada karakteristik informasi di era digital yang tidak bekerja secara independen, melainkan berinteraksi dengan bias perilaku investor. Informasi yang disampaikan influencer tidak secara langsung menentukan *Keputusan Investasi*, tetapi berfungsi memperkuat *Overconfidence*, menurunkan *Risk Perception*, dan mendorong *Herding Behavior*. Oleh karena itu, peran influencer lebih tepat diposisikan sebagai faktor yang memperkuat atau memperlemah pengaruh bias perilaku terhadap *Keputusan Investasi*. Temuan Shah et al. (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap influencer berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan Investasi*, sehingga semakin tinggi kredibilitas influencer, semakin besar pengaruh yang dihasilkan.

Berbagai fenomena dan research gap mengenai *Overconfidence*, *Risk Perception*, dan *Herding Behavior* terhadap *Keputusan Investasi* menunjukkan hasil temuannya masih belum konsisten. Selain itu, masih terbatas meninjau *Social Media Influencer* dalam memoderasi, terutama di kalangan mahasiswa sebagai investor muda. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *Social Media Influencer* sebagai variabel moderasi. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Overconfidence, Risk Perception, dan Herding Behavior terhadap Keputusan Investasi dengan Social Media Influencer sebagai Variabel Moderasi Pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.*”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Overconfidence* terhadap *Keputusan Investasi* pada mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*?
2. Bagaimana pengaruh *Risk Perception* terhadap *Keputusan Investasi* pada mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*?
3. Bagaimana pengaruh *Herding Behavior* terhadap *Keputusan Investasi* pada mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*?
4. Bagaimana pengaruh *Social Media Influencer* dalam memoderasi *Overconfidence* terhadap *Keputusan Investasi* pada mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*?

5. Bagaimana pengaruh *Social Media Influencer* dalam memoderasi *Risk Perception* terhadap *Keputusan Investasi* pada mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*?
6. Bagaimana pengaruh *Social Media Influencer* dalam memoderasi *Herding Behavior* terhadap *Keputusan Investasi* pada mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Overconfidence* terhadap *Keputusan Investasi* pada mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*
2. Untuk mengetahui pengaruh *Risk Perception* terhadap *Keputusan Investasi* pada mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*
3. Untuk mengetahui pengaruh *Herding Behavior* terhadap *Keputusan Investasi* pada mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*
4. Untuk mengetahui pengaruh *Social Media Influencer* dalam memoderasi *Overconfidence* terhadap *Keputusan Investasi* pada mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*
5. Untuk mengetahui pengaruh *Social Media Influencer* dalam memoderasi *Risk Perception* terhadap *Keputusan Investasi* pada mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*

6. Untuk mengetahui pengaruh *Social Media Influencer* dalam memoderasi *Herding Behavior* terhadap *Keputusan Investasi* pada mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan terkait *Keputusan Investasi* saham, khususnya pada variabel *Overconfidence*, *Risk Perception*, dan *Herding Behavior*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pemahaman tentang faktor – faktor perilaku dan sosial yang mempengaruhi *Keputusan Investasi* mahasiswa *UPN Veteran Jawa Timur*, sehingga dapat menjadi dasar dalam meningkatkan kualitas pengambilan *Keputusan Investasi* yang lebih rasional, terukur, dan berbasis risiko.

- b. Bagi Universitas

Penelitian ini menjadi referensi bagi *Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur* dalam pengembangan bahan ajar dan literatur manajemen keuangan, khususnya terkait perilaku investasi mahasiswa. Selain itu, mendukung peran Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GIBEI) sebagai sarana edukasi pasar modal yang mempertimbangkan aspek psikologis dan sosial investor muda.