

BAB I

PENDAHULUAN

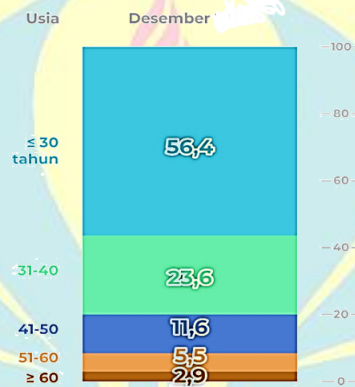
1.1 Latar Belakang

Keputusan investasi merupakan salah satu elemen penting dalam sektor keuangan dan akuntansi yang tidak hanya berkaitan dengan pencatatan transaksi, tetapi juga memiliki peranan krusial dalam pengelolaan sumber daya dan evaluasi kinerja suatu entitas ekonomi (Mittal, 2022). Dalam bidang akuntansi keuangan, data yang terdapat dalam laporan keuangan, seperti laba bersih, arus kas, dan rasio-rasio keuangan, dimanfaatkan oleh para investor sebagai acuan untuk mempertimbangkan keputusan investasi mereka (Kieso, Weygandt, & Warfield, 2019). Namun, dalam kenyataannya, tidak semua keputusan investasi hanya didasarkan pada data akuntansi saja. Sejumlah investor, khususnya yang berasal dari generasi muda seperti Generasi Z, cenderung terpengaruh oleh aspek psikologis dan sosial saat membuat pilihan investasi. Hal ini mengindikasikan bahwa di zaman digital sekarang, meskipun akuntansi masih menjadi dasar dalam pengambilan keputusan ekonomi, dampak dari perilaku finansial (*behavioral finance*) semakin berperan penting dan perlu dipahami lebih mendalam dalam konteks pengambilan keputusan investasi (Rahmawati & Raharja, 2024).

Menurut Bursa Efek Indonesia (2024), dalam satu dekade terakhir, perkembangan pasar keuangan digital di Indonesia telah membuka lebih banyak

peluang investasi untuk kaum muda, khususnya Generasi Z yang lahir antara 1997 dan 2012, Fenomena ini terlihat dari peningkatan yang mencolok dalam jumlah investor yang mencapai 14 juta pada tahun 2024 atau meningkat 22,21% dibandingkan Desember 2023 yang sebanyak 12 juta, di mana 56,4% di antaranya berusia di bawah 30 tahun. Jumlah tersebut nyaris dua kali lipat dari kelompok usia milenial (31-40) yang ada di posisi kedua dengan 23,6% (Datanesia, 2024).

Demografi Investor Individu (%)



Gambar 1.1 Demografi Usia Investor Tahun 2024

Sumber: KSEI (2024)

Peningkatan jumlah investor ini dipicu oleh percepatan digitalisasi dalam melakukan transaksi *online*, terutama di bidang investasi yang telah menunjukkan perubahan yang besar di Indonesia (Sakinah & Silalahi, 2022). Perubahan ini didorong oleh akses teknologi yang semakin mudah, serta munculnya berbagai aplikasi investasi digital yang memungkinkan masyarakat untuk memulai investasi hanya dengan menggunakan ponsel seluler (Zhou, 2023).

Berdasarkan laman web OJK (2025), terdapat sebanyak 50 aplikasi investasi digital yang telah memperoleh izin resmi, beberapa aplikasi investasi sudah terdaftar serta berada di bawah pengawasan OJK, antara lain Bibit, Ajaib, Stockbit, Bareksa, IPOT, dan masih banyak lagi. Namun salah satu aplikasi yang populer untuk investasi saham adalah Stockbit, karena Stockbit menjadi platform komunitas investasi saham terbesar di Indonesia, dengan adanya forum diskusi Stockbit *Stream* yang menghubungkan ribuan investor dan *trader* (Antarnews.com, 2022). Menurut East Ventures (2021) Stockbit mencatatkan peningkatan jumlah pengguna sebesar dua kali lipat selama masa pandemi COVID-19.

Pertumbuhan ini dipicu oleh fitur komunitas yang dimiliki, yang memungkinkan pengguna untuk berdiskusi tentang saham secara langsung (*real time*), sebuah layanan yang tidak tersedia pada platform lain seperti Bareksa atau IPOT (Sakinah & Silalahi, 2022). Selain itu, Stockbit juga menerima penghargaan bergengsi tingkat nasional, yaitu *Best Pemungut Award 2024* dalam kategori “*Gold*” dan “*Innovator Impact*” akibat inovasi dalam pengumpulan bea materai elektronik (Antarnews.com, 2024). Keberhasilan bisnis ini mulai dari pemenuhan regulasi hingga kolaborasi dan pengakuan, ini menegaskan posisi Stockbit sebagai pionir teknologi investasi di Indonesia.

Katadata Insight Center (2024) mengeluarkan hasil survei mengenai preferensi investasi di kalangan generasi muda. Dari jumlah keseluruhan 1,939 peserta survei, sebanyak 974 orang memutuskan untuk berinvestasi di saham yaitu sekitar 51% lalu yang memilih reksadana sekitar 43,1% dan sisanya

memilih investasi lain. Tujuan generasi Z dalam berinvestasi adalah untuk mengumpulkan kekayaan dan merencanakan masa depan. Investasi digital, seperti dalam bentuk saham, biasanya dianggap memiliki risiko tinggi tetapi juga potensi *return* yang besar (Setiawan et al., 2018). Namun demikian, partisipasi tersebut tidak diimbangi dengan pemahaman yang memadai tentang prinsip investasi yang sehat, sehingga menimbulkan berbagai permasalahan perilaku investasi yang perlu dikaji secara mendalam (Setyani, 2023).

Permasalahan yang terjadi di Indonesia baru-baru ini adalah fenomena anjloknya Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) pada Maret dan April 2025, yang mengakibatkan Bursa Efek Indonesia (BEI) selaku regulator menerapkan dua kali penghentian perdagangan (*trading halt*). *Trading halt* yang pertama terjadi pada 18 Maret 2025, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) mengalami penurunan signifikan sebesar 5,02% atau setara dengan 325,03 poin sejak pembukaan pasar, mencapai level 6.146,91 (CNBC, 2025).



Gambar 1.2 IHSG anjlok 5,02% Maret 2025

Sumber: CNBC (2025)

Trading halt yang kedua terjadi pada tanggal 8 April 2025, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) mengalami penurunan drastis sebesar 9,19% dan mencapai angka 5,912,06. Penurunan yang drastis ini memaksa Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk menerapkan penghentian perdagangan selama 30 menit sebagai langkah untuk meredakan kepanikan di pasar (lbs.id, 2025). Ini merupakan kesempatan kedua dalam waktu kurang dari sebulan Bursa Efek Indonesia (BEI) menghentikan sementara aktivitas perdagangan akibat anjloknya Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), setelah kejadian serupa pada 18 Maret 2025. Penurunan ini disebabkan oleh pengumuman kebijakan tarif impor sebesar 32% yang diberlakukan oleh Amerika Serikat terhadap produk-produk dari Indonesia (Perupadata, 2025).



Gambar 1.3 IHSG anjlok 9,19% April 2025

Sumber: Perupadata (2025)

Masalah-masalah diatas disebabkan oleh perilaku dari investor, yaitu kecenderungan seseorang untuk mengikuti pilihan kelompok atau kawan

tanpa melakukan analisis yang mendalam secara mandiri atau yang biasa disebut *herding behavior* (Gupta & Shrivastava, 2022). Dalam dunia investasi, fenomena *herding behavior* sering kali terjadi ketika investor baru melakukan pembelian atau penjualan aset hanya karena terpengaruh oleh opini komunitas atau saran dari tokoh/*influencer* tertentu di media sosial, alih-alih berdasarkan analisis fundamental yang mendalam. He (2020) menyatakan bahwa *herding* dapat terjadi saat investor meragukan pengetahuannya sendiri, sehingga mereka cenderung mengikuti keputusan kelompok demi mengurangi risiko. Tlili et al. (2023) menjelaskan dalam komunitas yang didominasi oleh generasi Z yang akrab dengan dunia digital, pengaruh *herding* dapat menjadi lebih signifikan. Hal ini disebabkan oleh cepatnya penyebaran informasi, spekulasi, dan tren pasar lewat berbagai platform seperti TikTok, Twitter (X), dan grup Telegram yang berkaitan dengan investasi saham.

Selain *herding behavior*, *overconfidence* juga merupakan bias psikologis yang dapat mempengaruhi pilihan investasi generasi Z. Menurut Adielyani & Mawardi (2020), *Overconfidence* merujuk pada sikap individu yang cenderung mengevaluasi kemampuan dan pengetahuannya secara tidak realistis saat mengambil keputusan investasi. Investor yang memiliki tingkat kepercayaan diri berlebihan seringkali berani mengambil risiko yang lebih tinggi. Mereka cenderung meyakini prediksi yang dibuat tanpa mengevaluasi data (Afriani & Halmawati, 2019). Selain itu, mereka juga sering melakukan transaksi secara berlebihan (*overtrading*), yang bisa berdampak negatif dalam jangka waktu panjang. Auliani et al. (2024) mengungkapkan bahwa kepercayaan diri yang

berlebihan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi di antara investor, khususnya bagi mereka yang minim pengalaman namun merasa memiliki informasi yang memadai berkat internet atau aplikasi investasi. Generasi Z, yang besar di zaman informasi yang cepat, cenderung terpengaruh oleh bias ini karena mereka merasa "terinformasi" meskipun data yang diperoleh mungkin tidak selalu dapat dipercaya atau telah diverifikasi (Supramono & Wandita, 2017).

Dalam situasi yang dipenuhi dengan berbagai informasi dan tekanan dari media sosial, muncul fenomena yang dikenal sebagai ketakutan akan kehilangan kesempatan atau FoMO. Bo (2023) mengungkapkan FoMO adalah perasaan khawatir bahwa orang lain sedang menikmati pengalaman atau keuntungan yang lebih baik, sehingga seseorang merasa terdorong untuk segera bergabung agar tidak ketinggalan. Pratiknjo & Wijaya (2024) mengartikan FoMO sebagai suatu ketakutan akan kehilangan kesempatan berharga, yang berkaitan dengan peningkatan keterlibatan dalam aktivitas *online* seperti media sosial dan pengambilan keputusan yang bersifat impulsif. Dalam bidang investasi, *Fear of Missing Out* (FoMO) mendorong generasi Z untuk terlibat dalam perdagangan hanya karena mengamati orang lain meraih keuntungan dengan cepat, tanpa memikirkan risiko dan informasi secara komprehensif. Ini menegaskan dampak *herding behavior* dan *overconfidence*, sebab pilihan investasi lebih dipengaruhi oleh tekanan dari lingkungan sosial dan rasa takut kehilangan kesempatan, ketimbang pada strategi atau perencanaan yang baik (Gupta & Shrivastava, 2022).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji *herding behavior* (Binu, 2024; Gupta & Shrivastava, 2022; Dewan & Dharni, 2019) dan *overconfidence* (Adil et al., 2022; Hala et al., 2020; Antony & Joseph, 2017) baik secara bersamaan maupun terpisah. Namun, masih terdapat inkonsistensi dalam hasil studinya dan juga studi yang mengintegrasikan kedua bias tersebut dengan FoMO sebagai variabel moderasi, khususnya pada Generasi Z di pasar *emerging* seperti Indonesia masih sangat terbatas.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* tersebut, penelitian mengenai keputusan investasi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran *Fear Of Missing Out* (Fomo) Dalam *Herding Behavior* Dan *Overconfidence* Terhadap Keputusan Investasi Generasi Z”

1.2 Perumusan masalah

Meskipun banyak penelitian telah mengeksplorasi faktor-faktor psikologis yang berpengaruh terhadap keputusan investasi, *herding behavior* dan *overconfidence*, namun sebagian besar studi yang ada masih terfokus pada populasi investor secara umum. Penelitian tersebut belum secara khusus mengkaji perilaku investasi Generasi Z dan juga yang melakukan investasi pada produk saham, melalui aplikasi digital Stockbit. Di sisi lain, fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) yang menjadi pemicu keputusan spekulatif karena pengaruh sosial dan teknologi digital masih jarang dijadikan variabel moderasi dalam konteks pengaruh psikologis terhadap pilihan investasi.

Sebenarnya, Generasi Z adalah kelompok yang sangat mudah terpengaruh oleh tekanan sosial yang datang dari dunia digital dan informasi cepat yang

beredar di media sosial serta platform investasi *online*. Dengan demikian, terdapat kekurangan dalam penelitian yang ada mengenai pemahaman tentang pengaruh *herding Behavior* dan *overconfidence* terhadap keputusan investasi yang diambil oleh Generasi Z, serta peran FoMO sebagai moderasi dalam hubungan tersebut.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka pertanyaan dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Herding Behavior* memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi Generasi Z?
2. Apakah *Overconfidence* memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi Generasi Z?
3. Apakah *Fear of Missing Out* (FoMO) berperan memperkuat pengaruh *Herding Behavior* terhadap keputusan investasi Generasi Z?
4. Apakah *Fear of Missing Out* (FoMO) berperan memperkuat pengaruh *Overconfidence* terhadap keputusan investasi Generasi Z?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Heding behavior* terhadap keputusan investasi Generasi Z.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Overconfidence* terhadap keputusan investasi Generasi Z.

3. Untuk mengetahui peran *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam memperkuat pengaruh *Heding Behavior* terhadap keputusan investasi Generasi Z.
4. Untuk mengetahui peran *Fear of Missing Out* (FoMO) dalam memperkuat pengaruh *Overconfidence* terhadap keputusan investasi Generasi Z.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dengan memperkuat dan memperluas penerapan *behavioral finance theory* dalam memahami perilaku investor, khususnya Generasi Z, dalam pengambilan keputusan investasi, dan juga mendukung teori *behavioral finance* yang menyatakan bahwa keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh informasi pasar atau fundamental keuangan, melainkan juga oleh faktor psikologis dan sosial seperti bias-bias yang melekat pada perilaku investor.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang membahas tentang bias perilaku investasi yaitu *herding behavior* dan *overconfidence*. Dengan menguji peran variabel-variabel tersebut dalam konteks pengambilan keputusan investasi generasi muda dan teknologi digital sehingga memberikan kontribusi dalam pengembangan teori *behavioral finance* yang lebih kontekstual dan relevan terhadap fenomena investasi modern.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk merancang kebijakan edukatif yang lebih tepat sasaran dalam mengarahkan perilaku investasi generasi muda. Temuan mengenai pengaruh *herding*, *overconfidence*, dan FoMO dapat dijadikan dasar untuk merumuskan program literasi berbasis perilaku (*behavioral-based education*) yang tidak hanya menekankan aspek pengetahuan, tetapi juga mengedukasi tentang pengaruh sosial dan bias psikologis dalam investasi.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman reflektif mengenai bagaimana pola pikir dan emosi mereka dapat memengaruhi keputusan finansial, serta mendorong mereka untuk lebih kritis dan rasional dalam menghadapi tren investasi yang viral. Melalui pemahaman terhadap mekanisme *herding* dan *overconfidence*, serta peran FoMO, investor muda diharapkan dapat menghindari keputusan impulsif dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan jangka panjang.

c. Bagi Penyedia Layanan

Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman secara lebih mendalam terkait perilaku investasi Generasi Z, khususnya bagaimana faktor psikologis seperti *Fear of Missing Out* (FoMO), *herding behavior*, dan *overconfidence* memengaruhi keputusan mereka sehingga dapat dijadikan dasar dalam menyusun strategi komunikasi pemasaran dan edukasi pengguna yang lebih etis dan bertanggung

jawab dengan mengedepankan pendekatan *behaviorally informed design* agar platform tidak hanya mendorong peningkatan volume transaksi, tetapi juga membangun kebiasaan investasi yang sehat dan berkelanjutan di kalangan investor muda.

