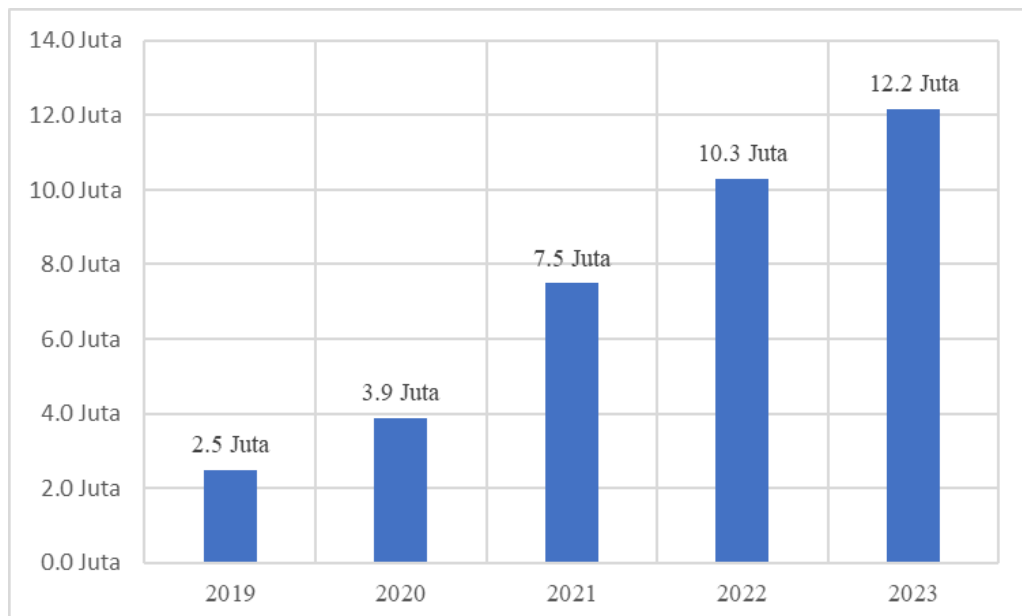


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

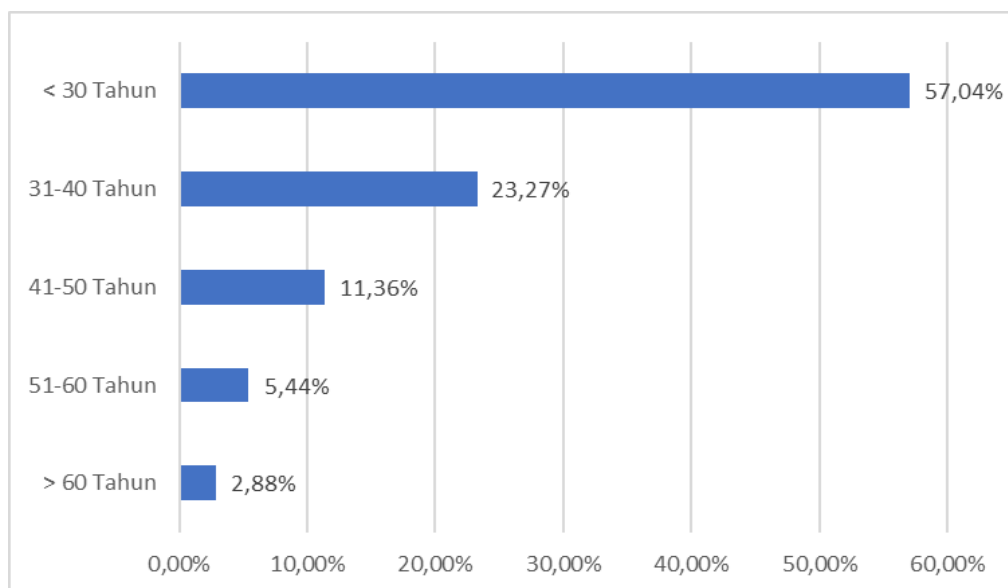
Investasi menjadi aktivitas baru yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Investasi berkaitan dengan menginvestasikan sejumlah dana pada aset riil seperti tanah, emas, rumah, dan aset lainnya. Namun, investasi yang paling terkenal dan berkembang pesat adalah pada aset keuangan seperti saham, obligasi, deposito, dan sekuritas lainnya. Dengan kata lain, kegiatan investasi berarti seseorang yang mempunyai kelebihan dana (investor) menanam modal dengan cara menginvestasikan dananya atau membeli beberapa saham saat ini pada pihak yang membutuhkan dana dengan harapan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Keuntungan yang diperoleh investor berasal dari kenaikan harga saham atau pembayaran dividen di masa depan sebagai imbalan atas waktu dan risiko investasi. Berikut ini gambar 1.1 jumlah investor pasar modal Indonesia tahun 2019-2023



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id> , 2024

Gambar 1.1
Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia Tahun 2019-2023

Dari Gambar 1.1 terlihat bahwa jumlah investor pasar modal di Indonesia menunjukkan tren peningkatan selama lima tahun terakhir. Jumlah investor pasar modal di Indonesia yang terdiri dari investor saham, obligasi, dan reksa dana diperkirakan mencapai 12,16 juta orang pada tahun 2023, jumlah ini meningkat 18% atau 1,85 juta dari tahun 2022 yang mencapai 10,31 juta investor. Kenaikan tersebut karena kesadaran masyarakat Indonesia terhadap keputusan investasi sudah meningkat. Berikut ini Gambar 1.2 Proporsi Investor Pasar Modal Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia Tahun 2023



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id> , 2024

Gambar 1.2 Proporsi Investor Pasar Modal Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia Tahun 2023

Berdasarkan gambar 1.2 menjelaskan sebanyak 57,04% di antaranya berusia < 30 tahun ke bawah, dan 23,27% berusia antara 31-40 tahun. Hal ini menunjukkan investor pasar modal nasional didominasi kelompok generasi Z. Kemudian, ada 11,36% investor individu yang berusia 41-50 tahun, 5,44% berusia 51-60 tahun, dan 2,88% berusia di atas > 60 tahun. Adapun peran media sosial dan influencer memiliki peran besar dalam mempopulerkan investasi di kalangan generasi Z, melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, para influencer keuangan memberikan motivasi kepada

pengikut tentang pentingnya berinvestasi (rri.co.id, 2024). Untuk mengetahui perilaku keputusan investasi generasi Z, peneliti melakukan pra survei kepada 30 responden, hasil pra survei dapat dilihat melalui tabel 1.1

Tabel 1.1

Hasil Pra Survei Perilaku Keputusan Investasi Generasi Z

Pernyataan	Jumlah		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
Apakah anda sudah melakukan investasi ?	23	7	77%	23%

Sumber: Hasil Pra Survey, 2025

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa generasi Z yang melakukan investasi sebanyak 23 responden atau 77%, sedangkan generasi Z yang belum melakukan investasi sebanyak 7 responden atau 23%. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z sangat tertarik dalam melakukan kegiatan berinvestasi, namun perilaku tersebut memiliki dampak positif maupun negatif yang perlu di perhatikan.

Tren investasi di kalangan generasi muda dapat membawa dampak positif akan memotivasi generasi muda untuk menggunakan pengetahuan untuk membuat pilihan investasi yang lebih bijak. Namun disisi lain bisa juga berampak negatif dengan mendorong generasi muda untuk mengambil keputusan cepat mengenai investasi, tidak didasarkan pada analisis yang mendalam, tetapi lebih pada keinginan untuk tetap relevan dan terlibat dalam tren pasar terkini, sehingga dapat berpotensi mengakibatkan kerugian finansial yang signifikan (Rasyidatunnisa et al, 2024). Berdasarkan (kumparan.com, 2024). Kepala Eksekutif Pengawas Perilaku Pelaku Usaha Jasa Keuangan, Edukasi, dan Pelindungan Konsumen OJK, mengakui anak-anak muda alias Generasi Z paling berisiko mengalami masalah keuangan karena minim literasi keuangan, namun memiliki literasi digital yang sangat tinggi, sehingga mudah mengakses layanan keuangan digital. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan sekitar 40 persen korban investasi bodong adalah Generasi Z dikarenakan tidak memiliki tujuan keuangan karena berfokus pada

keinginan memiliki kekayaan dengan cepat (Suara.com, 2024). Oleh karena itu sangat penting menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan berinvestasi.

Menurut (Pranyoto et al., 2020) menyatakan bahwa keputusan investasi adalah suatu keputusan atau kebijakan yang diambil untuk menanamkan modal pada satu atau lebih aset untuk menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang. Keputusan Investasi adalah suatu kebijakan yang diambil untuk mengalokasikan dana yang dimiliki pada suatu aset guna mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang (Aristiwati & Hidayatullah, 2021). Keberhasilan seorang investor dalam berinvestasi tergantung seberapa tepat investor tersebut menentukan keputusan investasi yang diambilnya baik dalam segi jenis investasi maupun waktu sehingga keuntungan yang didapatkan akan maksimal, pengambilan keputusan investasi bukan hal yang mudah karena mengandung banyak risiko, ketidakpastian dan berhubungan dengan keberhasilan di masa depan (Mahadevi & Asandimitra, 2021).

Investor untuk membuat suatu keputusan perlu melalui berbagai proses, sehingga waktu yang dibutuhkan dalam proses pengambilan keputusan sangat relatif, bisa jadi itu membutuhkan waktu yang singkat atau waktu yang lama (Wirayana, 2023). Keputusan investasi yang diambil seorang investor akan berbeda dengan investor lainnya disebabkan adanya faktor psikologi yang berbeda yang mempengaruhi masing-masing investor dalam mengambil keputusan investasi (Abdinegoro et al., 2023). Kondisi psikologis menjadi hal penting yang perlu diperhatikan seorang individu agar dapat menentukan keputusan investasi yang menguntungkan. Terdapat dua sikap psikologis yang muncul saat pengambilan keputusan investasi, yaitu rasional dan irasional, sikap rasional yaitu seseorang menggunakan akal sehat dalam berpikir dan hasil pemikiran tersebut dapat diterima orang lain sedangkan sikap irasional memiliki arti seseorang berpikir tidak logis dan terkadang hasil pemikiran tersebut ditentang banyak orang (Agusta & Yanti, 2022).

Heuristic dapat menyebabkan bias pada investor sehingga mempengaruhi *investment decision* (Abdinegoro et al., 2023). *Heuristic* adalah filter yang membantu individu untuk fokus pada informasi yang relevan dan mengabaikan informasi yang tidak penting, namun, jika tidak tepat dalam penggunaannya, *Heuristic* akan menyebabkan bias sehingga dapat menyebabkan kesalahan dalam pengambilan keputusan (Wirayana, 2023). *Heuristic* adalah keputusan yang dibuat berdasarkan informasi yang mereka miliki (Wirawan et al., 2022). Hasil penelitian yang dilakukan (Ahmed & Noreen, 2021), (Ogunlusi & Obademi, 2020), (Cao et al., 2021) menyatakan bahwa *heuristic* berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi, maka semakin tinggi pengaruh *heuristic* terhadap keputusan investasi maka akan semakin baik keputusan investasi, sedangkan (Mahadevi & Asandimitra, 2021) menyatakan bahwa *heuristic* tidak berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi.

Herding adalah ketika investor dengan sengaja atau tidak sengaja meniru tindakan atau reaksi investor lain dan/atau mendasarkan keputusan investasinya semata-mata pada tindakan kolektif pasar, pola pikir ini sesungguhnya tidak rasional, karena membuat investor melakukan keputusan tentang portofolionya bukan berdasarkan informasi yang tersedia atau nilai intrinsik perusahaan, tetapi berdasarkan kebisingan yang terjadi di pasar modal (Hidayat et al., 2023). Seorang investor dengan *Herding* kurang percaya terhadap informasi dan kemampuan yang dimiliki sehingga meniru keputusan yang dilakukan investor lain dengan harapan meminimalisir risiko yang muncul (Mahadevi & Asandimitra, 2021). *Herding* merupakan perilaku seorang investor yang cenderung mengikuti keputusan investor lain dalam berinvestasi tanpa melakukan analisis pribadi seperti fundamental maupun teknik terlebih dahulu (Theressa & Armansyah, 2022). Hasil penelitian yang dilakukan (Fateye et al., 2024), (Ahmed & Noreen, 2021), (Cao et al., 2021), (Rahman & Gan, 2020) menyatakan bahwa *Herding* berpengaruh positif

terhadap keputusan berinvestasi maka dapat diketahui jika semakin tinggi tingkatan *herding* seorang investor maka akan semakin tinggi pula keputusan investasinya, sedangkan (Agusta & Yanti, 2022) menyatakan bahwa *Herding* tidak berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi.

Market variable memiliki peran besar dalam membuat keputusan investasi yang berdasarkan informasi dan pengetahuan (Ahmed & Noreen, 2021). Perilaku investasi investor individu sangat dipengaruhi oleh informasi *market variable*, untuk memaksimalkan laba di pasar (Dhungana et al., 2023). Investor harus memperhatikan informasi dan harus mempertimbangkan *market variable* untuk membuat keputusan yang rasional (Evelyn & Marheni, 2023). Hasil penelitian yang dilakukan (Ahmed & Noreen, 2021), (Cao et al., 2021) menyatakan bahwa *market variable* berpengaruh positif terhadap keputusan berinvestasi, semakin baik informasi yang diberikan *market* akan semakin tinggi pula keputusan investasinya, sedangkan penelitian yang dilakukan (Evelyn & Marheni, 2023) menyatakan bahwa *market variable* tidak berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka penelitian ini mencoba mengkaji mengenai variabel yang berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi, melihat fenomena yang terjadi di atas maka penting untuk meneliti lebih jauh mengenai **“Pengaruh *Heuristic*, *Herding* Dan *Market Variable* Terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z Di Bandar Lampung.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dan uraian pada latar belakang diatas , maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah *heuristic* berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi generasi Z di Bandar Lampung ?
2. Apakah *herding* berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi generasi Z di Bandar Lampung ?

3. Apakah *market variable* berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi generasi Z di Bandar Lampung ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah generasi Z di Bandar Lampung yang telah melakukan investasi

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah *heuristic*, *herding* dan *market variable* dan keputusan berinvestasi

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang Lingkup Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bandar Lampung

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2024 sampai selesai

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah Manajemen Keuangan yang meliputi *heuristic*, *herding* dan *market variable* dan keputusan berinvestasi

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah. maka peneliti menetapkan tujuan penelitian yaitu.

1. Untuk mengetahui pengaruh *heuristic* terhadap keputusan berinvestasi generasi Z di Bandar Lampung
2. Untuk mengetahui pengaruh *herding* terhadap keputusan berinvestasi generasi Z di Bandar Lampung
3. Untuk mengetahui pengaruh *market variable* terhadap keputusan berinvestasi generasi Z di Bandar Lampung

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan terutama dibidang manajemen keuangan khususnya *heuristic*, *herding* dan *market variable* dan keputusan berinvestasi

1.5.2 Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian yang dijadikan referensi bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama serta diharapkan dapat menambah wawasan bagi para mahasiswa/mahasiswi Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, terutama bagi mahasiswa/mahasiswi yang mengambil konsentrasi keuangan.

1.5.3 Bagi Perusahaan

Mampu memberikan implikasi bagi para pengelola di perusahaan yang nantinya akan dijadikan strategi keuangan dalam meningkatkan keputusan berinvestasi generasi Z di Bandar Lampung

1.6 Sistem Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang ada dalam perusahaan dan dirumuskan dalam perumusan masalah, ruang lingkup dari penelitian, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika dari penelitian.

Bab II Landasan Teori

Bab ini menguraikan landasan teori dan tinjauan empiris yang relevan dengan permasalahan yang diteliti berdasarkan kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian. populasi dan sampel. sumber data. variabel penelitian. operasional variabel. teknik analisis data. uji persyaratan instrumen. metode analisis data. teknik analisis data. dan pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan III.

Bab V Simpulan dan Saran

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

Daftar Pustaka**Lampiran**