

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kegiatan investasi sangat penting untuk dilakukan, karena dengan adanya kegiatan investasi suatu negara dapat memajukan negaranya, meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya, mengurangi tingkat pengangguran serta meningkatkan pendapatan per kapita (Rini, 2019). Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) mempublikasi data capaian realisasi investasi pada Triwulan I (periode Januari – Maret) untuk Tahun 2022 yakni sebesar Rp 282,4 triliun, lebih tinggi 28,5% dibandingkan periode yang sama tahun 2021 (BKPM, 2022). Capaian realisasi investasi yang mengalami peningkatan tersebut diikuti dengan meningkatnya jumlah investor pasar modal yang ditulis oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia yang menunjukkan bahwa jumlah investor pasar modal mengalami peningkatan dari tahun 2019 hingga tahun 2022, yaitu pada tahun 2019 jumlah investor sebanyak 2,48 juta naik menjadi 8,39 juta ditahun 2022 (KSEI, 2022).

Meningkatnya jumlah investor ini didominasi oleh kalangan anak muda. Data yang dihimpun Bursa Efek Indonesia (BEI) menyatakan bahwa, sekitar 60-70% investor yang berinvestasi di bursa saham, berusia di bawah 30 tahun. Data tersebut didukung dengan data yang di terbitkan oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia tahun 2022 yang menunjukkan

bahwa investor terbanyak berusia  $\leq 30$  tahun sebanyak 60,18% artinya investor pasar modal saat ini didominasi oleh generasi Z. Investor pada usia tersebut merupakan pengguna media sosial paling banyak, mengingat generasi ini lahir dan tumbuh di era internet yaitu zaman ketika teknologi informasi sudah maju sehingga memungkinkan untuk mengakses informasi terkait investasi melalui media sosial.

Salah satu yang menjadi pemicu perilaku seseorang dalam berinvestasi yaitu adanya kemudahan dalam mengakses informasi investasi. Media sosial merupakan sarana dan tempat berbagi informasi salah satunya informasi investasi. Turi, dkk (2007) menjelaskan bahwa dengan meningkatnya penggunaan internet secara global menyebabkan berbagai kemudahan untuk menawarkan berbagai produk dan jasa pada *world wide web*. Selain itu, keberadaan internet juga memberikan kemudahan bagi investor untuk melakukan transaksi, entah itu investor perorangan, investor institusi serta broker. Namun, adanya kemudahan dalam perolehan informasi tersebut memiliki kekurangan yaitu ketidakpastian terhadap pemilihan informasi, sehingga hal ini membutuhkan kemampuan dalam mengolah banyaknya informasi terutama untuk investor pemula yang belum memiliki pengalaman berinvestasi, dengan berbagai kemudahan tersebut dapat menyebabkan melakukan transaksi yang berlebihan yang berisiko mengalami kerugian. Disisi lain, menurut Pradana et al (2020), media sosial menjadi tempat yang dapat digunakan untuk menyampaikan keluhan maupun *review*

positif atau negatif dari pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan. Tindakan *review* dari pelanggan yang positif atau negatif dapat membentuk sentiment di pasar modal. Terlebih setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap risiko investasi, dan memiliki tingkatan yang berbeda pula dalam menerima risiko tersebut yang dapat berdampak pada perilaku investasi.

Penelitian oleh Ladamay et al (2021) dan Hazlina (2022) menyatakan bahwa media sosial dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat generasi milenial berinvestasi di pasar modal. Namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Ratmojoyo et al (2021) yang menunjukkan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi saham syariah. Terdapat kebaruan penelitian, dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Ratmojoyo et al (2021), Hazlina (2022), dan Ladamay et al (2021) menggunakan variabel media sosial dan persepsi risiko sebagai variabel bebas, dan minat investasi sebagai variabel terikat. Sedangkan pada penelitian peneliti persepsi risiko digunakan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan antara media sosial dengan perilaku investasi.

Berdasarkan latar belakang serta fenomena yang telah dijabarkan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Investasi dengan Persepsi Risiko Sebagai Variabel Mediasi Pada Generasi Z Di Kota Blitar”**.

## **B. Permasalahan**

Sebagian besar investor terutama pemula tidak memiliki tujuan yang jelas dalam berinvestasi. Kebanyakan hanya sekedar ikut-ikutan mencoba investasi tanpa tau risikonya. Terlebih lagi jaman sekarang, jumlah investor didominasi oleh usia kurang dari 30 tahun yang merupakan pengguna media sosial paling banyak. Adanya kemudahan dalam mencari informasi di media sosial membuat para generasi muda lebih mudah mendapat akses untuk melihat berbagai rekomendasi saham dan *review* investasi di media sosial yang dapat memunculkan persepsi yang berbeda-beda, sehingga beberapa menjadi kurang teliti dalam mengambil risiko yang ada, dan hal tersebut berdampak pada perilaku investasi yang berlebihan yang berpeluang mengalami kerugian.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah media sosial berpengaruh signifikan terhadap persepsi risiko pada generasi Z di Kota Blitar?
2. Apakah media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku investasi pada generasi Z di Kota Blitar?
3. Apakah media sosial berpengaruh terhadap perilaku investasi melalui persepsi risiko pada generasi Z di Kota Blitar?

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan media sosial terhadap persepsi risiko pada generasi Z di Kota Blitar.

2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan media sosial terhadap perilaku investasi pada generasi Z di Kota Blitar.
3. Untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap perilaku investasi melalui persepsi risiko pada generasi Z di Kota Blitar.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memberikan ilmu pengetahuan tentang investasi khususnya terkait pengaruh media sosial terhadap perilaku berinvestasi melalui persepsi risiko.
2. Memberikan pengetahuan dan gambaran kepada generasi muda akan pentingnya melakukan investasi dengan baik di masa sekarang maupun di masa mendatang.