

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Generasi Z (Gen Z) merupakan orang yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Gen Z dikenal sebagai karakteristik yang sangat menghargai uang, tidak sabar dan bergantung pada teknologi, namun juga menghargai gagasan keberlanjutan. Sebagai generasi digital yang memiliki rasa kesetaraan, keadilan sosial, dan kepedulian terhadap lingkungan, Gen Z lebih menghargai uang dibandingkan generasi sebelumnya sehingga sangat berhati-hati dalam memilih produk untuk dikonsumsi (Pašiušienė *et al.*, 2024). Selain itu, Gen Z dikenal memiliki minat yang tinggi terhadap inovasi, perubahan, serta isu-isu sosial.

Investor adalah individu yang membeli saham dengan harapan memperoleh keuntungan finansial (Kothari *et al.*, 2020). Saat ini Gen Z mulai menjadi kelompok investor baru yang aktif di pasar saham. Namun, sebagai kelompok investor yang relatif baru, Gen Z juga rentan terhadap pengaruh emosional dan psikologis dalam mengambil keputusan investasi. Pašiušienė *et al.* (2024) mengidentifikasi Gen Z sebagai generasi yang memiliki karakteristik hiperaktif, cenderung kekanak-kanakan, konsumtif, serta mengalami kesulitan dalam hal konsentrasi, komunikasi, dan pemikiran kritis, di mana mereka juga tidak menyukai pekerjaan statis di kantor dan lebih memilih gaya kerja yang dinamis serta *multitasking*. Iswari & Budiyo (2024) menjabarkan bahwa Gen Z lebih dikenal sebagai generasi yang bijaksana dan cenderung berhati-hati dalam mengambil risiko, terutama dalam aspek sosial,

di mana mereka lebih mempertimbangkan konsekuensi sebelum membuat keputusan yang tepat dan rasional, tidak hanya dalam investasi tetapi juga dalam pemilihan karir.

Pasar saham merupakan salah satu instrumen investasi yang populer di kalangan masyarakat karena menawarkan potensi keuntungan yang besar dalam jangka panjang. Di pasar saham, investor membeli dan menjual saham perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dari selisih harga beli dan jual. Pasar saham terus berkembang di seluruh dunia, di mana setiap negara perlu menarik modal untuk mendorong pertumbuhan, dan pasar saham menjadi salah satu cara efektif untuk menghimpun modal sekaligus mencerminkan perkembangan ekonomi suatu negara (Vijaya, 2016). Keputusan investasi di pasar saham sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik fundamental perusahaan, kondisi ekonomi makro, maupun sentimen pasar. Keputusan investasi harus didasarkan pada pertimbangan yang matang terhadap kondisi saat ini, namun investor berkeinginan untuk meminimalkan kesulitan yang terkait dengan keputusan akhir yang akan dipilih, terlepas dari berbagai informasi yang tersedia yang mendukung rasionalitas dan irasionalitas (Ha & Huy, 2023). Dalam praktiknya, pengambilan keputusan investasi tidak selalu rasional karena melibatkan faktor psikologis yang memengaruhi penilaian dan perilaku investor. Hal ini penting untuk diteliti karena perilaku perdagangan investor ritel juga memiliki dampak signifikan terhadap efisiensi harga di pasar saham (Zhou *et al.*, 2025).

Gen Z kini menjadi generasi yang cenderung lebih menghindari risiko dibandingkan generasi sebelumnya, khususnya dalam pengambilan keputusan

investasi. Menariknya, keenggannya terhadap risiko, Gen Z justru menunjukkan minat yang semakin besar untuk memasuki dunia investasi di pasar *cryptocurrency* selama pandemi, yang kita tahu memiliki tingkat risiko yang sangat tinggi (Iswari & Budiyo, 2024). Dalam konteks *behavioral finance*, investor sering kali dipengaruhi oleh *behavioral bias* yang membuat investor mengambil keputusan yang tidak rasional. Beberapa bias perilaku yang umum terjadi di kalangan investor antara lain *overconfidence bias*, yaitu ketika investor terlalu percaya diri dengan keyakinan memiliki pengetahuan bisnis lebih banyak daripada yang sebenarnya, terutama berdasarkan kesuksesan di masa lalu (Karki *et al.*, 2024). *Herding bias*, yang dapat dikaitkan dengan kelalaian investor dalam mengevaluasi potensi sekuritas individual dan pasar keuangan secara keseluruhan, ditambah dengan kecenderungan mereka untuk bergantung pada opini kolektif Sharma & Sarma (2024). *Loss aversion bias* adalah ketika investor bereaksi berbeda terhadap kerugian yang dianggap memiliki dampak psikologis yang jauh lebih besar dibandingkan keuntungan dengan ukuran yang sama (Vardia *et al.*, 2021). *Anchoring bias*, yaitu kecenderungan investor untuk terlalu terpaku pada opini atau informasi yang sudah ada dan mengabaikan informasi baru (Owusu & Laryea, 2023).

Fenomena ini menjadi relevan untuk dikaji pada Gen Z, mengingat karakteristik mereka yang cenderung mudah terpapar informasi serta terpengaruh oleh opini yang berkembang di lingkungan digital, termasuk media sosial dan berbagai platform investasi daring. Gen Z dikenal sebagai individu yang mandiri dalam mengambil keputusan, di mana akses luas terhadap informasi melalui

internet memainkan peran penting dalam mempengaruhi proses tersebut (Iswari & Budiyono, 2024). Karakteristik khas Gen Z mencakup apresiasi tinggi terhadap nilai uang, kecenderungan untuk tidak sabar, serta ketergantungan pada teknologi dalam berbagai aspek kehidupan (Pašiušienė *et al.*, 2024). Dalam era digital yang penuh dengan arus informasi cepat dan dinamis, keputusan investasi yang diambil oleh Gen Z sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, baik secara sadar maupun tidak. Oleh karena itu, memahami bagaimana *behavioral bias* berperan dalam pengambilan keputusan investasi di kalangan generasi ini menjadi hal yang penting untuk diteliti lebih lanjut. Dalam konteks investasi, Gen Z cenderung memiliki rasa percaya diri yang kuat, tetapi ketika memperoleh lebih banyak informasi, mereka menjadi lebih berhati-hati dan bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan (Pašiušienė *et al.*, 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merumuskan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Behavioral Bias* terhadap Keputusan Investasi Gen Z di Pasar Saham**”. Penelitian ini berfokus pada empat jenis bias, yaitu *overconfidence bias*, *herding bias*, *loss aversion bias*, dan *anchoring bias*, yang diyakini memiliki dampak signifikan terhadap pola pengambilan keputusan investasi di pasar saham, terutama bagi generasi Z. Alasan utama pemilihan topik ini adalah adanya fenomena meningkatnya partisipasi generasi Z dalam dunia investasi, baik di pasar saham maupun instrumen investasi lainnya, seperti *cryptocurrency* dan reksa dana. Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh dalam era digital, di mana akses terhadap informasi keuangan dan investasi menjadi semakin mudah melalui berbagai platform, seperti media sosial, aplikasi investasi, serta forum diskusi

daring. Meskipun generasi Z memiliki akses luas terhadap informasi keuangan dan investasi, keterbukaan ini tidak selalu menjamin pengambilan keputusan yang lebih baik. Pengaruh opini publik, tren pasar, dan bias kognitif tetap menjadi tantangan yang dapat mengaburkan objektivitas mereka dalam berinvestasi. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam serta pendekatan yang lebih kritis dalam memilah dan menganalisis informasi agar keputusan investasi yang diambil dapat lebih rasional, strategis, dan sesuai dengan tujuan keuangan jangka panjang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *overconfidence bias* memengaruhi keputusan investasi Gen Z di pasar saham?
2. Apakah *herding bias* memengaruhi keputusan investasi Gen Z di pasar saham?
3. Apakah *loss aversion bias* memengaruhi keputusan investasi Gen Z di pasar saham?
4. Apakah *anchoring bias* memengaruhi keputusan investasi Gen Z di pasar saham?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *overconfidence bias* terhadap keputusan investasi Gen Z di pasar saham.
2. Untuk mengetahui pengaruh *herding bias* terhadap keputusan investasi Gen Z di pasar saham.
3. Untuk mengetahui pengaruh *loss aversion bias* terhadap keputusan investasi Gen Z di pasar saham.
4. Untuk mengetahui pengaruh *anchoring bias* terhadap keputusan investasi Gen Z di pasar saham.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam berbagai aspek akademis, teoritis, dan praktis. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam aspek akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian-penelitian di masa yang akan datang, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *behavioral bias* terhadap keputusan investasi generasi Z di pasar saham. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memperkaya literatur akademik serta menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji faktor psikologis dalam pengambilan keputusan investasi oleh generasi muda.

2. Dalam aspek teoritis, penelitian ini bertujuan untuk menguji, membuktikan, serta mengembangkan teori yang telah ada, khususnya teori-teori yang membahas pengaruh *behavioral bias* terhadap keputusan investasi di pasar saham. Penelitian ini dapat memberikan perspektif tambahan terhadap bagaimana bias kognitif mempengaruhi keputusan investasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan evaluasi bagi teori yang telah dikembangkan sebelumnya, sehingga dapat diperbaharui atau diperluas sesuai dengan temuan empiris yang diperoleh.
3. Dalam aspek teoritis, penelitian ini bertujuan untuk menguji, membuktikan, serta mengembangkan teori yang telah ada, khususnya teori-teori yang membahas pengaruh *behavioral bias* terhadap keputusan investasi di pasar saham. Dengan melakukan analisis terhadap faktor-faktor seperti *overconfidence bias*, *herding bias*, *loss aversion bias*, dan *anchoring bias*, penelitian ini dapat memberikan perspektif tambahan terhadap bagaimana bias kognitif mempengaruhi keputusan investasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan evaluasi bagi teori yang telah dikembangkan sebelumnya, sehingga dapat diperbaharui atau diperluas sesuai dengan temuan empiris yang diperoleh.

### **1.5 Lingkup Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh *behavioral bias* terhadap keputusan investasi di kalangan generasi Z di pasar saham. Ruang lingkup penelitian ini mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

1. Variabel independen dalam penelitian ini adalah empat jenis *behavioral bias*, yaitu *overconfidence bias*, *herding bias*, *loss aversion bias*, dan *anchoring bias*. Sementara itu, variabel dependen yang diteliti adalah keputusan investasi yang diambil oleh generasi Z di pasar saham.
2. Penelitian ini berfokus pada generasi Z sebagai subjek utama, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini dipilih karena memiliki karakteristik unik dalam pengambilan keputusan investasi, terutama dengan tingginya akses terhadap informasi digital dan pengaruh lingkungan sosial dalam menentukan pilihan investasi.
3. Penelitian ini dilakukan dalam lingkup wilayah Indonesia, mengingat semakin meningkatnya jumlah investor ritel dari kalangan Gen Z di pasar modal Indonesia. Dengan mempertimbangkan data dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menunjukkan peningkatan signifikan jumlah investor muda, penelitian ini bertujuan untuk memahami pola dan faktor psikologis yang memengaruhi keputusan investasi mereka.
4. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei sebagai metode utama pengumpulan data. Kuesioner akan digunakan untuk mengukur tingkat *behavioral bias* yang dimiliki oleh responden serta bagaimana bias tersebut memengaruhi keputusan investasi mereka.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun secara sistematis dalam beberapa bab dengan struktur sebagai berikut:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisi pengantar untuk penelitian, yang meliputi latar belakang yang menjelaskan pentingnya topik yang diteliti, rumusan masalah yang merumuskan permasalahan utama yang akan dijawab dalam penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, lingkup penelitian untuk membatasi fokus penelitian, serta sistematika penulisan sebagai panduan pembaca mengenai struktur laporan.

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini mencakup teori-teori relevan yang mendukung penelitian, termasuk konsep *behavioral bias* dan keputusan investasi. Selain itu, dibahas juga kajian literatur dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik ini untuk memberikan gambaran mengenai temuan sebelumnya serta celah penelitian yang dapat dieksplorasi lebih lanjut. Bab ini juga menjelaskan kerangka berpikir yang menghubungkan variabel independen dan dependen, serta menguraikan pengembangan hipotesis yang akan diuji berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya.

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan pendekatan penelitian yang digunakan, objek yang diteliti, serta metode dalam memilih sampel, variabel penelitian dan definisi operasional. Selain itu, bab ini menguraikan tahapan penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis data, serta pengujian asumsi klasik dan hipotesis, yang semuanya bertujuan untuk memperoleh data yang valid dan relevan.

### **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan temuan penelitian yang diperoleh dari hasil analisis data, serta memberikan pembahasan mendalam mengenai hasil tersebut. Peneliti menginterpretasikan hasil temuan dengan mengaitkannya pada teori dan literatur yang dibahas di Bab 2, sehingga memberikan pemahaman yang lebih luas.

### **BAB 5 PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disampaikan. Selain itu, bab ini mencakup kelemahan atau keterbatasan penelitian, implikasi manajerial yang menggambarkan relevansi hasil bagi praktisi atau manajemen, serta saran untuk penelitian selanjutnya yang dapat mengembangkan atau memperbaiki penelitian ini.