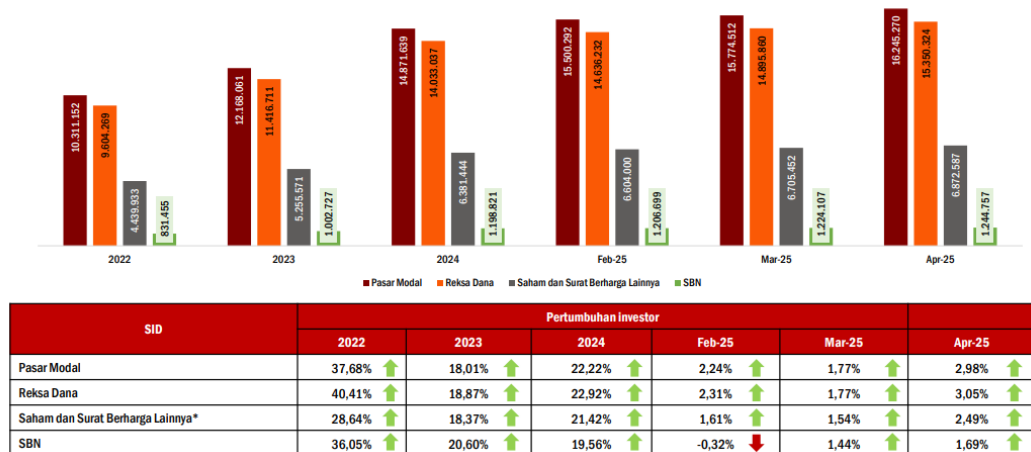


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan jumlah investor saham investor ritel di Indonesia menunjukkan tren yang pesat beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia, jumlah *Single Investor Identification* di pasar modal meningkat dari 10,31 juta pada tahun 2022 menjadi 12,16 juta tahun 2023, lalu melonjak lagi hingga 14,87 juta tahun 2024. Bahkan hingga April 2025, jumlah investor telah mencapai lebih dari 16,24 juta, menandakan adanya penambahan sekitar 6 juta investor hanya dalam kurun waktu tiga tahun. Pertumbuhan ini juga tercermin pada instrumen investasi spesifik, seperti reksa dana yang meningkat dari 9,60 juta investor pada 2022 menjadi 15,35 juta investor pada April 2025, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan di atas 18%.



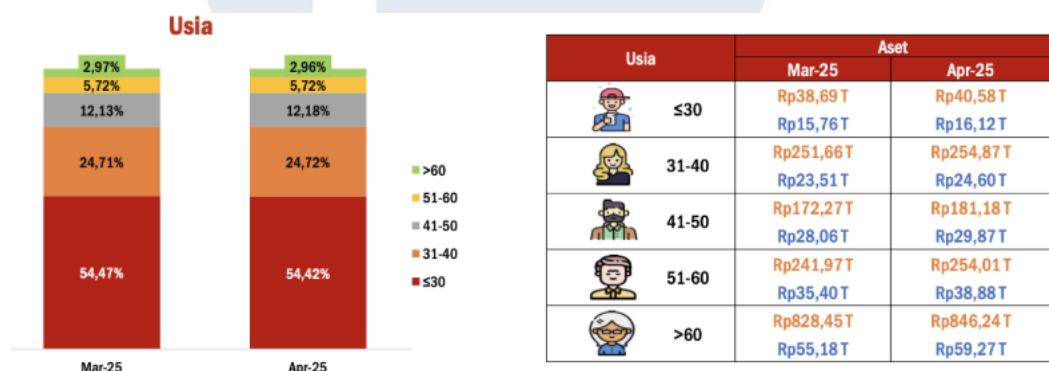
Gambar 1.1 Pertumbuhan Investor Individu saham investor ritel di Kota Tangerang per April 2025

Sumber: IDX,2025

Instrumen lain seperti saham, surat berharga, dan Surat Berharga Negara (SBN) juga mencatat tren positif, meskipun dengan variasi laju pertumbuhan. Lonjakan ini bukan hanya mencerminkan meningkatnya literasi keuangan

masyarakat, tetapi juga menandakan semakin terjangkaunya akses ke instrumen investasi berkat perkembangan teknologi digital dan platform investasi berbasis aplikasi. Dengan demikian, pasar modal Indonesia kini menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan investor ritel tercepat di kawasan Asia Tenggara.

Fenomena menarik dari pertumbuhan pesat ini adalah dominasi generasi muda, khususnya Gen Z dan milenial, yang kini menjadi mayoritas investor ritel di Indonesia. Data KSEI per April 2025 menunjukkan bahwa 54,42% investor berasal dari kelompok usia ≤ 30 tahun, angka yang konsisten dengan tren bulan sebelumnya sebesar 54,47%. Dominasi ini menegaskan bahwa Gen Z dan milenial benar-benar mendominasi peta investor baru, jauh melampaui kelompok usia lainnya seperti 31 sampai 40 tahun (24,72%), 41 sampai 50 tahun (12,18%), 51 sampai 60 tahun (5,72%), dan >60 tahun (2,96%).

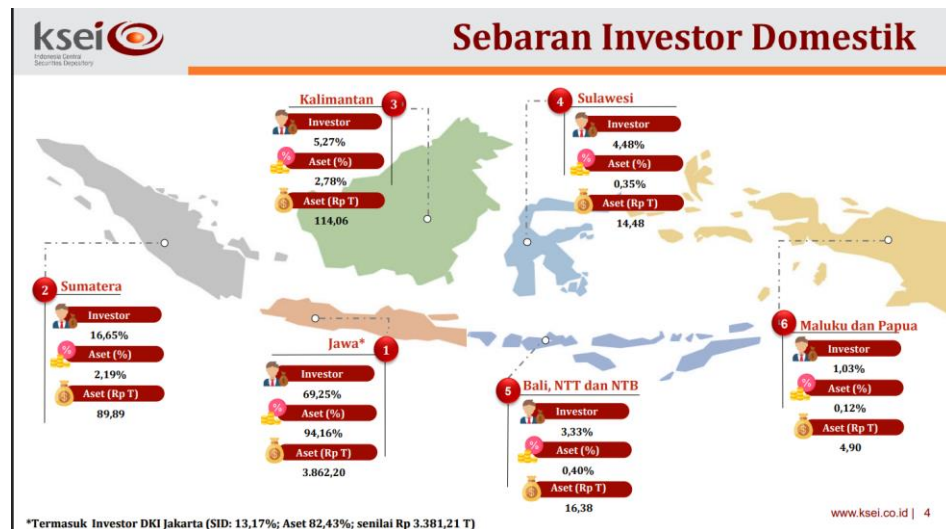


Gambar 1.2 Demografi Usia Investor di Pasar Modal per April 2025

Sumber: IDX,2025

Sejalan dengan tren nasional tersebut, Kota Tangerang juga menunjukkan pertumbuhan jumlah investor saham ritel yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai salah satu wilayah perkotaan dan penyangga utama DKI Jakarta, Kota Tangerang memiliki tingkat aktivitas ekonomi yang tinggi serta akses yang luas terhadap layanan keuangan digital dan platform investasi daring. Kondisi ini mendorong meningkatnya partisipasi masyarakat Kota Tangerang, khususnya generasi muda, dalam aktivitas investasi saham. Tingginya penetrasi internet, penggunaan media sosial, serta kemudahan pembukaan rekening efek secara daring

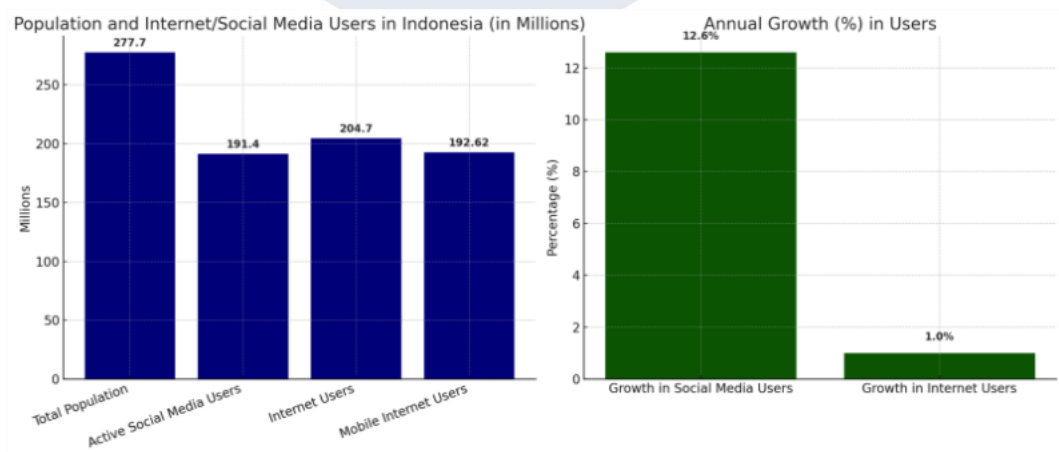
menjadikan Kota Tangerang sebagai wilayah yang relevan untuk mengkaji perilaku investor saham ritel dalam konteks pasar modal Indonesia.



Gambar 1.3 Sebaran Investor Domestik

Gambar 1.3 menunjukkan persebaran jumlah investor pasar modal di Indonesia berdasarkan wilayah, di mana Pulau Jawa mendominasi jumlah investor secara nasional dibandingkan wilayah lainnya. Dominasi ini mengindikasikan bahwa wilayah perkotaan di Pulau Jawa menjadi pusat utama aktivitas pasar modal, termasuk kota-kota penyangga Jakarta seperti Kota Tangerang, yang memiliki karakteristik investor ritel yang aktif dan terus berkembang. Data dari Dinas Ketenagakerjaan dan Statistik Kota Tangerang (2025) menunjukkan bahwa jumlah investor saham ritel di Kota Tangerang mengalami pertumbuhan signifikan beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2022 terdapat sekitar 12.450 investor aktif, meningkat menjadi 19.843 pada 2023, dan mencapai 27.120 investor pada 2024, menunjukkan peningkatan lebih dari 117% dalam kurun waktu dua tahun. Pertumbuhan ini konsisten dengan tren nasional, namun menunjukkan kecenderungan yang lebih tajam di wilayah perkotaan seperti Tangerang di mana tingkat penetrasi penggunaan aplikasi investasi digital dan literasi keuangan semakin tinggi. Fenomena ini menegaskan pentingnya penelitian yang memfokuskan analisis perilaku investasi secara spesifik pada investor saham di Kota Tangerang sebagai bagian dari dinamika pasar modal Indonesia.

Generasi muda memiliki ciri khas tersendiri, yakni terbiasa dengan teknologi digital, aktif di media sosial, serta cenderung mengambil keputusan investasi secara cepat melalui platform daring. Pertumbuhan jumlah investor dari kelompok ini tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan akses, tetapi juga oleh gaya hidup dan preferensi mereka yang menganggap investasi sebagai jalan menuju *financial freedom* sekaligus sarana untuk menunjukkan kemandirian finansial. Namun, tingginya partisipasi mereka di pasar modal menghadirkan tantangan, sebab keputusan yang diambil kerap dipengaruhi oleh tren, rekomendasi yang sedang populer, atau informasi instan yang beredar di media sosial. Situasi tersebut menjadikan investor muda lebih rentan terhadap *heuristic biases*, di mana keputusan investasi tidak sepenuhnya berlandaskan analisis fundamental yang matang, melainkan dipengaruhi oleh jalan pintas kognitif yang cepat tetapi berisiko menimbulkan kesalahan dalam menilai risiko. Dengan demikian, pertumbuhan signifikan investor muda di Indonesia membawa sekaligus peluang dan potensi risiko bagi keberlangsungan stabilitas pasar modal di masa mendatang.



Gambar 1.4 Pertumbuhan Pengguna Social Media tahun 2025

Sumber: theglobalstatistics, 2025

Pada gambar 1.3, dapat dilihat bahwa jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2025 mencapai 277,7 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, sebanyak 191,4 juta orang tercatat sebagai pengguna aktif media sosial, sementara pengguna internet mencapai 204,7 juta dan pengguna internet melalui perangkat mobile berjumlah

192,62 juta. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia telah terhubung dengan internet dan aktif menggunakan media sosial sebagai bagian dari kegiatan sehari-hari. Pertumbuhan ini semakin terlihat pada grafik sebelah kanan, di mana tingkat pertumbuhan pengguna media sosial tercatat cukup tinggi, yaitu 12,6% per tahun, jauh melampaui pertumbuhan pengguna internet secara keseluruhan yang hanya meningkat sebesar 1,0%. Fakta ini memperlihatkan bahwa media sosial menjadi platform digital yang paling pesat perkembangannya di Indonesia, sekaligus menunjukkan peluang besar bagi berbagai sektor, khususnya bisnis digital, pemasaran online, dan komunikasi publik.

Media sosial memainkan peran ganda dalam perkembangan investor muda di Indonesia. Di satu sisi, platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menyediakan banyak konten edukasi keuangan yang membantu meningkatkan literasi finansial generasi muda dengan cara yang sederhana, dan mudah dipahami. Melalui konten *financial influencers* dan komunitas daring, banyak anak muda yang terdorong untuk mulai berinvestasi lebih dini, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan jumlah investor di pasar modal. Namun, di sisi lain, media sosial juga menjadi tempat bagi penyebaran informasi yang tidak akurat, rekomendasi yang bias, serta tren investasi jangka pendek yang menyesatkan. Fenomena *stock hype* atau saham viral menjadi bukti nyata bagaimana media sosial mampu mendorong investor untuk membeli saham hanya karena tren yang sedang ramai diperbincangkan, tanpa disertai analisis fundamental yang memadai. Kecenderungan ini menunjukkan banyak keputusan investasi tidak sepenuhnya rasional, melainkan dipengaruhi oleh *Heuristic Biases* seperti *overconfidence* (terlalu percaya diri), *availability bias* (mengandalkan informasi yang paling mudah diakses), *representativeness bias* (menilai saham hanya dari popularitas atau kinerja sesaat), *gambler's fallacy* (membuat keputusan berdasarkan pola yang mereka kira "harus terjadi"), dan *anchoring bias* (terjebak pada informasi awal seperti target harga yang tidak realistis). Dengan demikian, media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana edukasi, tetapi juga sebagai faktor yang mempercepat munculnya *behavioral biases* dalam pengambilan keputusan investasi.

Bisnis

Cerita di Balik IPO Bukalapak, Menjadi Unicorn Pertama yang Masuk Bursa

Harga penawaran Bukalapak (BUKA) Rp 850 per lembar saham, yang harus dibayar penuh saat calon pembeli mengajukan formulir pemesanan.

Gambar 1.5 IPO Bukalapak

Sumber: Tempo, 2021

IDNTM
FINANCIALS.com

Arsip

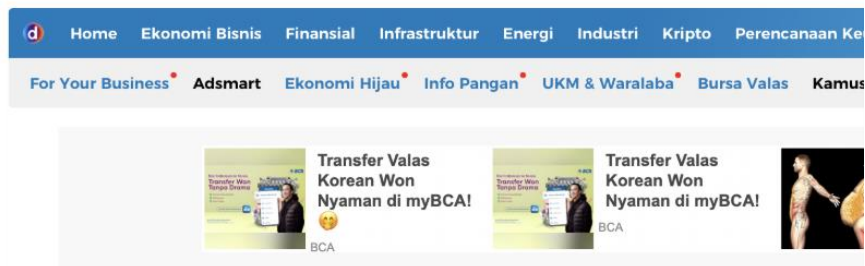
[Beranda](#) [Berita](#) [Video](#)

Bukalapak kantongi Rp21,9 triliun dari IPO, terbesar dalam sejarah bursa

Gambar 1.6 IPO Bukalapak

Sumber: IDN FINANCIAL, 2021.

detikfinance



detikFinance > Bursa Dan Valas

Influencer Ramai-ramai Pompom #BukalapakIPO di Twitter

Danang Sugianto - detikFinance

Jumat, 06 Agu 2021 16:52 WIB

Gambar 1.7 IPO Bukalapak

Sumber: Detik Finance, 2021

Kasus PT Bukalapak.com Tbk (BUKA) pada tahun 2021 menjadi salah satu contoh jelas bagaimana media sosial dan *heuristic biases* berperan dalam membentuk keputusan investasi yang tidak sepenuhnya rasional. Saat BUKA melakukan IPO, euforia yang tercipta di media sosial begitu masif: banyak influencer, komunitas saham daring, hingga forum investasi yang membicarakan potensi cerah saham ini sebagai pionir e-commerce di Bursa Efek Indonesia. Informasi yang viral tersebut dengan cepat mendorong investor muda untuk ikut membeli saham BUKA tanpa analisis fundamental yang memadai. Kondisi ini memperlihatkan dominasi *availability bias*, di mana investor lebih mengandalkan informasi yang paling mudah diakses dari media sosial ketimbang mencari data mendalam. Selain itu, *representativeness bias* juga tampak jelas ketika banyak investor menilai prospek BUKA hanya dari asosiasinya dengan tren sukses perusahaan teknologi global, sehingga mereka cenderung mengabaikan risiko bisnis yang ada. Tidak hanya itu, *overconfidence bias* turut memperburuk situasi, karena banyak investor terutama investor baru merasa terlalu percaya diri bahwa keputusan mereka pasti benar dan bahwa saham BUKA akan terus naik hanya karena maraknya sentimen positif di media sosial. Keyakinan berlebihan ini membuat mereka membeli dalam jumlah besar tanpa mempertimbangkan potensi penurunan harga. Akibatnya, setelah periode *hype* mereda dan harga saham BUKA anjlok signifikan dari level IPO, banyak investor ritel, khususnya generasi muda, mengalami kerugian. Kasus ini menjadi bukti konkret bahwa media sosial tidak hanya mempercepat arus informasi, tetapi juga memperkuat *heuristic biases* yang membuat investor lebih rentan dalam pengambilan keputusan.

Selanjutnya, dalam konteks *behavioral finance*, persepsi risiko (*risk perception*) menjadi salah satu aspek paling krusial yang memengaruhi keputusan investasi, terutama pada generasi muda seperti Gen Z di Indonesia yang saat ini mendominasi pertumbuhan investor baru di pasar modal. Berbeda dengan asumsi *traditional finance* yang menganggap investor bersifat rasional sepenuhnya dan selalu mengambil keputusan berdasarkan kalkulasi objektif, konsep *bounded rationality* yang diperkenalkan oleh Herbert Simon menekankan bahwa keputusan manusia sesungguhnya dibatasi oleh keterbatasan informasi, waktu, dan kapasitas

kognitif yang dimiliki. Akibatnya, investor sering kali tidak menilai risiko secara faktual, melainkan mendasarkan penilaiannya pada persepsi subjektif yang dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, lingkungan sosial, serta informasi yang tersedia di media. Lebih lanjut, *prospect theory* oleh Kahneman dan Tversky (1979) memperkuat pandangan ini dengan menjelaskan bahwa investor cenderung lebih sensitif terhadap kerugian dibandingkan keuntungan yang setara, sehingga meskipun menghadapi peluang investasi dengan tingkat pengembalian tinggi, persepsi risiko yang kuat dapat membuat mereka memilih untuk menghindari investasi tersebut. Sebaliknya, dalam situasi tertentu, persepsi risiko yang salah kaprah juga bisa mendorong investor muda untuk mengambil keputusan spekulatif dengan mengikuti tren, tanpa mempertimbangkan analisis fundamental yang memadai. Dengan demikian, persepsi risiko tidak hanya berfungsi sebagai “filter” dalam menilai potensi keuntungan dan kerugian, tetapi juga menjadi salah satu determinan utama yang menjelaskan mengapa perilaku investasi Gen Z di Indonesia kerap kali berbeda dari teori keuangan konvensional yang mengasumsikan rasionalitas penuh.

Meskipun penelitian mengenai *heuristic biases* dan perilaku investasi telah banyak dilakukan di berbagai negara, masih terdapat sejumlah aspek yang belum terjabarkan dalam konteks Indonesia. Sebagian besar studi terdahulu menggunakan sampel dari negara lain seperti India dan Amerika Serikat, sehingga gambaran mengenai perilaku investor muda Indonesia masih sangat terbatas. Padahal, data KSEI menunjukkan 70% lebih investor pasar modal berasal dari umur di bawah 30 tahun, sehingga pemahaman mengenai cara mereka merespons informasi dan mengambil keputusan investasi menjadi semakin penting untuk diteliti.

Selain itu, penelitian di Indonesia umumnya hanya memfokuskan pembahasan pada satu atau dua jenis *heuristic bias*, dan langsung menghubungkannya dengan keputusan investasi. Pendekatan seperti ini belum memberikan gambaran lengkap mengenai bagaimana proses psikologis sebenarnya terjadi, khususnya terkait peran *risk perception* yang menurut literatur internasional sangat penting dalam menjelaskan bagaimana bias perilaku dapat memengaruhi

perilaku investasi. Dengan kata lain, hubungan yang lebih mendalam antara bias, persepsi risiko, dan keputusan investasi masih jarang diangkat dalam konteks lokal.

Lebih jauh lagi, temuan dari penelitian luar negeri tidak selalu dapat diterapkan secara langsung pada investor Indonesia, karena karakter pasar, tingkat literasi keuangan, serta sumber informasi yang dominan berbeda. Investor muda Indonesia, misalnya, cenderung lebih aktif di media sosial, terpapar konten finansial viral, dan rentan mengikuti tren investasi yang sedang populer. Kondisi ini membuat dinamika bias perilaku mereka mungkin tidak sama dengan investor di negara lain. Selain itu, beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten terkait pengaruh bias perilaku terhadap keputusan investasi, sehingga perlu ada penelitian yang memberikan bukti tambahan dan lebih relevan dengan kondisi pasar modal Indonesia saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana bias dan persepsi risiko memengaruhi keputusan investasi pada investor muda Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, jelas bahwa penelitian mengenai Pengaruh *heuristic biases* sebagai *mental shortcuts* terhadap keputusan investasi saham di Kota Tangerang dengan *risk perception* sebagai variabel mediasi sangat penting untuk dilakukan di Indonesia. Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoritis dengan memperkaya literatur *behavioral finance* di negara berkembang, tetapi juga memiliki implikasi praktis bagi berbagai pihak. Bagi regulator seperti OJK dan BEI, hasil penelitian dapat menjadi dasar dalam merancang kebijakan literasi keuangan yang lebih tepat sasaran. Bagi perusahaan sekuritas, temuan penelitian ini dapat digunakan untuk memahami perilaku klien mereka dan mengembangkan strategi edukasi yang lebih efektif. Sementara bagi investor, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran akan bias psikologis yang memengaruhi keputusan mereka, sehingga mendorong perilaku investasi yang lebih rasional dan berorientasi jangka panjang. Dengan jumlah investor yang terus bertumbuh pesat, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata

dalam menciptakan pasar modal Indonesia yang lebih sehat, stabil, dan berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang dapat dikembangkan dijelaskan pada bagian berikut.

1.2.1 Rumusan Masalah

Perkembangan investasi di Indonesia menunjukkan peningkatan partisipasi generasi muda yang semakin aktif dalam pasar modal. Namun, pola pengambilan keputusan mereka sering kali tidak sepenuhnya rasional, melainkan dipengaruhi oleh kecenderungan kognitif yang dikenal sebagai *heuristic bias*. Bias ini muncul ketika individu menggunakan aturan sederhana atau intuisi dalam menghadapi situasi kompleks, sehingga menimbulkan distorsi dalam penilaian. Fenomena *overconfidence bias*, *availability bias*, *representativeness bias*, *gambler's fallacy* maupun *anchoring* merupakan contoh nyata yang dapat memengaruhi preferensi generasi muda dalam memilih instrumen investasi. Ketika bias ini hadir dalam konteks pasar saham yang sangat fluktuatif, keputusan yang diambil tidak jarang lebih dipandu oleh persepsi sesaat, tren populer, atau informasi dari media sosial, daripada analisis fundamental yang komprehensif.

Lebih lanjut, keberadaan *heuristic bias* juga memiliki hubungan erat dengan cara investor memandang risiko melalui *risk perception*. Persepsi risiko yang terbentuk dari bias kognitif dapat bersifat tidak proporsional, misalnya terlalu optimis dalam menilai potensi keuntungan atau terlalu pesimis terhadap potensi kerugian. Hal ini menimbulkan variasi perilaku investasi yang beragam, mulai dari tindakan spekulatif hingga sikap yang terlalu berhati-hati. Dengan demikian fokus penelitian ini adalah bagaimana *heuristic bias*

memengaruhi keputusan investasi generasi muda di Indonesia melalui mediasi *risk perception*. Rumusan masalah ini menjadi menarik karena memberikan pemahaman mendalam bahwa keputusan investasi bukan hanya hasil kalkulasi rasional, melainkan juga dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara bias kognitif dan persepsi risiko yang dimiliki investor muda.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Overconfidence bias* berpengaruh positif terhadap Keputusan investasi saham di Kota Tangerang?
2. Apakah *Representativeness bias* berpengaruh positif terhadap Keputusan investasi saham di Kota Tangerang?
3. Apakah *Availability bias* berpengaruh positif terhadap Keputusan investasi saham di Kota Tangerang?
4. Apakah *Gamblers Fallacy* berpengaruh positif terhadap Keputusan investasi saham di Kota Tangerang?
5. Apakah *Anchoring bias* berpengaruh positif terhadap Keputusan investasi saham di Kota Tangerang?
6. Apakah *Risk Perception* berpengaruh positif terhadap Keputusan investasi saham di Kota Tangerang?
7. Apakah *Risk Perception* secara positif memediasi *Overconfidence bias* terhadap Keputusan investasi di pasar modal?
8. Apakah *Risk Perception* secara positif memediasi *Representativeness bias* terhadap Keputusan investasi saham di Kota Tangerang?
9. Apakah *Risk Perception* secara negatif memediasi *Availability bias* terhadap Keputusan investasi saham di Kota Tangerang?
10. Apakah *Risk Perception* secara positif memediasi *Gamblers Fallacy* terhadap Keputusan investasi saham di Kota Tangerang?

11. Apakah *Risk Perception* secara positif memediasi *Anchoring bias* terhadap Keputusan investasi saham di Kota Tangerang?
12. Apakah *Overconfidence Bias* berpengaruh positif terhadap *risk Perception* saham di Kota Tangerang?
13. Apakah *Representativeness Bias* berpengaruh positif terhadap *risk Perception* saham di Kota Tangerang?
14. Apakah *Availability Bias* berpengaruh positif terhadap *risk Perception* saham di Kota Tangerang?
15. Apakah *Gambler's Fallacy* berpengaruh positif terhadap *risk Perception* saham di Kota Tangerang?
16. Apakah *Anchoring Bias* berpengaruh positif terhadap *risk Perception* saham di Kota Tangerang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *overconfidence bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi saham di Kota Tangerang.
2. Untuk mengetahui apakah *Representativeness bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi saham di Kota Tangerang.
3. Untuk mengetahui apakah *Availability bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi saham di Kota Tangerang.
4. Untuk mengetahui apakah *Gamblers Fallacy* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi saham di Kota Tangerang.
5. Untuk mengetahui apakah *Anchoring bias* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi saham di Kota Tangerang.
6. Untuk mengetahui apakah *Risk Perception* berpengaruh positif terhadap keputusan investasi saham investor ritel di Kota Tangerang.

7. Untuk mengetahui apakah *Risk Perception* memediasi secara positif hubungan antara *Overconfidence bias* terhadap keputusan investasi saham di Kota Tangerang.
8. Untuk mengetahui apakah *Risk Perception* memediasi secara positif hubungan antara *Representativeness bias* terhadap investasi saham investor ritel di Kota Tangerang.
9. Untuk mengetahui apakah *Risk Perception* memediasi secara negatif hubungan antara *Availability bias* terhadap keputusan investasi saham di Kota Tangerang.
10. Untuk mengetahui apakah *Risk Perception* memediasi secara positif hubungan antara *Gambler's Fallacy* terhadap keputusan investasi saham di Kota Tangerang.
11. Untuk mengetahui apakah *Risk Perception* memediasi secara positif hubungan antara *Anchoring bias* terhadap keputusan investasi saham di Kota Tangerang.
12. Untuk mengetahui apakah *Overconfidence Bias* berpengaruh positif terhadap *Risk Perception* saham di Kota Tangerang.
13. Untuk mengetahui apakah *Representativeness Bias* berpengaruh positif terhadap *Risk Perception* saham di Kota Tangerang.
14. Untuk mengetahui apakah *Availability Bias* berpengaruh positif terhadap *Risk Perception* saham di Kota Tangerang.
15. Untuk mengetahui apakah *Gambler's Fallacy* berpengaruh positif terhadap *Risk Perception* saham di Kota Tangerang.
16. Untuk mengetahui apakah *Anchoring Bias* berpengaruh positif terhadap *Risk Perception* saham di Kota Tangerang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan, tetapi juga diharapkan memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Dari sisi teoritis, penelitian ini dapat memperkaya literatur di bidang manajemen keuangan dan *behavioral finance*, khususnya terkait pengaruh *heuristic bias* dan *risk perception* terhadap keputusan investasi generasi muda. Temuan dari penelitian ini dapat memperkuat pemahaman akademis mengenai bagaimana investor muda di Kota Tangerang merespons ketidakpastian pasar, serta menjadi dasar bagi pengembangan teori terkait pengambilan keputusan yang tidak sepenuhnya rasional dalam konteks pasar modal negara berkembang.

Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi berbagai pemangku kepentingan pasar modal, antara lain:

1.4.1 Manfaat bagi Regulator (Otoritas Jasa Keuangan serta Bursa Efek Indonesia)

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik terhadap karakteristik investor muda. Pemahaman tentang pengaruh *heuristic bias* dan *risk perception* dapat membantu regulator merancang program literasi keuangan, kampanye edukasi, serta instrumen perlindungan investor yang lebih tepat sasaran untuk meminimalkan risiko perilaku spekulatif berlebihan..

1.4.2 Manfaat bagi Pelaku Industri Pasar Modal (Sekuritas, Manajer Investasi, Perusahaan Publik)

Penelitian ini memberikan wawasan mengenai bagaimana bias kognitif memengaruhi keputusan investasi generasi muda. Informasi ini dapat digunakan oleh perusahaan sekuritas atau manajer investasi untuk mengembangkan strategi edukasi, inovasi produk, serta pendekatan komunikasi yang lebih efektif dalam menjangkau investor muda, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas investor.

1.4.3 Manfaat bagi Investor saham investor ritel di Kota Tangerang, khususnya Generasi Muda

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran investor terhadap faktor psikologis yang sering memengaruhi keputusan mereka. Dengan memahami peran *heuristic bias* dan *risk perception*, investor muda dapat lebih berhati-hati dalam menilai informasi pasar, mengurangi pengaruh tren sesaat, serta membangun perilaku investasi yang lebih rasional, bijak, dan berorientasi jangka panjang.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini terarah serta tidak menyimpang dari fokus utama, maka peneliti memberikan batasan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada investor ritel dari kalangan generasi muda (usia produktif 18–35 tahun) di Kota Tangerang karena kelompok usia ini merupakan mayoritas investor ritel di Indonesia menurut data KSEI (2025). Selain itu, kelompok usia muda cenderung memiliki ketergantungan tinggi pada teknologi dan media sosial, sehingga lebih rentan terhadap *heuristic biases* dalam pengambilan keputusan investasi. Dengan demikian, hasil penelitian tidak secara langsung dapat digeneralisasikan untuk kelompok investor dengan rentang usia yang lebih tua atau untuk investor institusional.
2. Penelitian ini membatasi faktor psikologis yang diteliti hanya pada *heuristic biases* tertentu, yakni *overconfidence*, *availability bias*, *representativeness bias*, *gambler's fallacy* dan *anchoring bias*.
3. Penelitian ini menggunakan *risk perception* sebagai variabel mediasi utama yang menjembatani hubungan antara *heuristic bias* dan keputusan investasi.
4. Data penelitian ini diperoleh melalui survei menggunakan kuesioner dengan responden investor ritel muda berusia 18–35 tahun yang aktif berinvestasi saham minimal 1 tahun di Bursa Efek Indonesia (BEI). Syarat pengalaman minimal satu tahun ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pemahaman dan pengalaman investasi yang cukup, sehingga jawaban yang diberikan lebih stabil, relevan, dan mencerminkan perilaku

investasi yang nyata. Oleh karena itu, temuan penelitian sangat bergantung pada kejujuran, pemahaman, dan persepsi responden terhadap pertanyaan yang diajukan, serta tidak mencerminkan data observasi pasar yang sesungguhnya.

5. Penelitian ini dilakukan dalam periode waktu tertentu sehingga hasil yang diperoleh hanya merefleksikan kondisi perilaku investor pada saat penelitian berlangsung. Mengingat dinamika pasar modal yang cepat berubah, perilaku dan persepsi investor di masa depan mungkin akan mengalami pergeseran seiring dengan perkembangan teknologi, regulasi, maupun kondisi ekonomi makro.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai isi penelitian yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada Bab I Pendahuluan, peneliti akan menguraikan latar belakang yang menjadi dasar pemilihan topik penelitian mengenai Pengaruh *heuristic biases* sebagai *mental shortcuts* terhadap keputusan investasi saham di Kota Tangerang dengan *risk perception* sebagai variabel mediasi. Bab ini juga memuat perumusan masalah yang dituangkan dalam bentuk pertanyaan penelitian, tujuan penelitian yang ingin dicapai, serta manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis. Selain itu, dalam bab ini juga disampaikan batasan penelitian untuk mempertegas ruang lingkup kajian agar lebih terarah, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II Landasan Teori berisi uraian mendalam mengenai teori-teori yang relevan dengan penelitian. Peneliti akan menguraikan *grand theory* yang menjadi dasar konseptual penelitian, membahas *Heuristic bias* dan pengaruhnya terhadap perilaku investasi, serta menjelaskan peran persepsi

risiko (*risk perception*) sebagai variabel mediasi. Selain itu, bab ini juga akan meninjau penelitian-penelitian terdahulu yang sejalan dengan topik, guna memperkuat landasan teoretis penelitian. Pada bagian akhir, peneliti akan menyusun kerangka pemikiran penelitian dan merumuskan hipotesis yang menjadi pijakan dalam pengujian empiris.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab III, peneliti akan menguraikan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Bagian ini mencakup penjelasan mengenai pendekatan penelitian yang digunakan untuk menguji pengaruh *heuristic bias* terhadap keputusan investasi dengan *Risk Perception* sebagai mediasi. Selanjutnya, peneliti akan menjelaskan gambaran umum objek penelitian, desain penelitian yang digunakan, populasi serta sampel penelitian yang mewakili generasi muda di Indonesia, serta teknik penentuan sampel. Selain itu, bab ini juga akan memuat teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel yang menjabarkan indikator-indikator setiap variabel, serta metode analisis data yang digunakan, termasuk uji validitas, reliabilitas, dan pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi analisis data yang telah diperoleh dari responden serta hasil pengujian statistik yang dilakukan oleh peneliti. Hasil analisis ini akan ditampilkan dalam bentuk tabel, grafik, dan gambar agar lebih mudah dipahami. Peneliti kemudian akan membahas temuan yang muncul, baik yang sesuai maupun yang berbeda dari teori dan penelitian terdahulu. Diskusi pada bab ini akan menekankan bagaimana *Heuristic bias* memengaruhi keputusan investasi generasi muda di Indonesia serta sejauh mana *risk perception* berperan sebagai variabel mediasi.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V, peneliti akan menyajikan kesimpulan penelitian berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan. Selain itu, peneliti juga akan memberikan saran-saran yang bersifat praktis bagi investor,

regulator, maupun pelaku industri pasar modal, serta saran akademis untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut. Bagian ini menjadi penutup dari keseluruhan skripsi dengan harapan dapat memberikan kontribusi nyata, baik dari sisi teoritis maupun praktis.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA