

BAB I

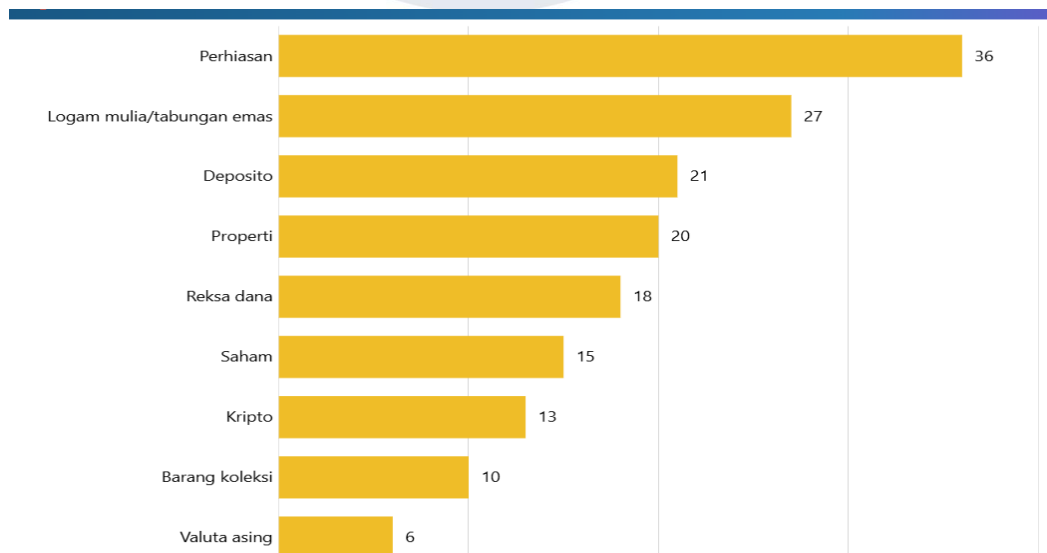
PENDAHULUAN

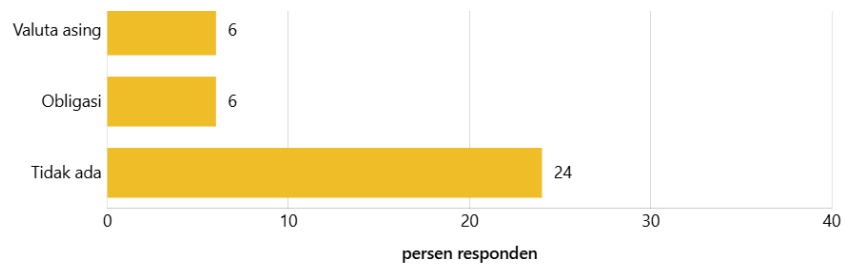
1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian merupakan sistem kompleks yang terdiri dari konsumen, bisnis dan pemerintah yang memproduksi, mengonsumsi, dan mendistribusikan barang dan jasa, yang semuanya bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan orang-orang yang hidup dan beroperasi di dalamnya (Investopedia 2025). Perkembangan ekonomi tidak terlepas asal keberadaan pasar modal yang menjadi salah satu pilar krusial pada sistem keuangan di Indonesia. Pasar modal sendiri berfungsi sebagai sarana intermediasi yang mempertemukan di antara 2 Pihak yang membutuhkan dan pihak yang memiliki dana surplus. Infovesta (2024) mendefinisikan peran utama pasar modal sebagai peran ekonomi dan keuangan. Peran ekonomi pasar modal adalah memenuhi kebutuhan perusahaan akan modal tambahan sekaligus memuaskan kebutuhan investor untuk mendapatkan imbal hasil. Sementara itu, peran keuangan melibatkan memungkinkan investor untuk berinvestasi dalam produk yang disesuaikan dengan selera dan karakteristik mereka.

Selain itu, pasar modal juga memiliki manfaat dan memegang peranan penting dalam menjalankan perekonomian sebuah negara. Hal ini sebagaimana diberitakan yang menyebutkan bahwa pasar modal berperan dalam mendorong distribusi dana yang lebih terarah dan efektif melalui penyediaan pembiayaan jangka panjang bagi sektor korporasi. Keberadaan pasar modal juga memberikan berbagai pilihan instrumen investasi bagi investor sehingga memungkinkan dilakukannya diversifikasi risiko Khaerunnisa, (2025). Sementara itu, perkembangan pasar modal sering dijadikan indikator utama (*leading indicator*) bagi kondisi perekonomian nasional, karena kemajuan pasar modal mencerminkan optimisme dan potensi pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, pasar modal juga berperan dalam pemerataan distribusi pendapatan, peningkatan kapasitas produksi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan penerimaan pajak negara (OCBC, 2023).

Instrumen investasi yang ditawarkan pada pasar modal Indonesia pun sangat beragam dan dapat disesuaikan dengan preferensi serta profil risiko setiap investor. Instrumen utama yang tersedia meliputi saham, yang memberikan peluang keuntungan melalui dividen maupun capital gain, obligasi, yaitu surat utang yang diterbitkan pemerintah atau korporasi dengan imbal hasil tetap serta reksa dana, yang merupakan wadah yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk kemudian diinvestasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi. Selain itu terdapat pula instrumen modern seperti Exchange Traded Fund (ETF) dan derivatif yang semakin berkembang dalam memenuhi kebutuhan investor. Di luar pasar modal formal, masyarakat juga mulai melirik alternatif investasi lain seperti emas, properti, dan aset kripto, yang dalam beberapa tahun terakhir sangat populer di kalangan generasi muda. Keberagaman instrumen ini memperlihatkan bahwa pasar modal tidak hanya menjadi sarana pembiayaan, tetapi juga menghadirkan pilihan investasi yang inklusif bagi masyarakat luas (OCBC, 2023).





Gambar 1.1 Macam-Macam Jenis Investasi yang paling banyak 2024

Sumber : databoks.katadata.co.id

Berdasarkan pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa perhiasan masih menjadi instrumen investasi yang paling diminati berada pada posisi pertama sebesar 36% diikuti logam mulia atau tabungan emas sebesar 27 %, deposito 21 %, properti 20 %, reksa dana 18 %, saham 15 %, Menariknya, sebanyak 24 persen responden menyatakan belum pernah memiliki produk investasi apapun. Motivasi utama masyarakat dalam berinvestasi pun beragam, di mana 57 persen melakukannya untuk persiapan dana darurat, 44 persen untuk memperoleh penghasilan tambahan, dan 41 persen untuk persiapan pensiun (Muhamad, 2024). Data ini mengindikasikan bahwa instrumen tradisional seperti emas dan deposito masih dominan, namun minat pada instrumen modern seperti saham dan kripto juga mulai berkembang, terutama di kalangan generasi muda yang lebih melek teknologi.

Namun perkembangan perekonomian global yang semakin dinamis ditandai dengan pesatnya digitalisasi sektor keuangan, termasuk layanan investasi digital, yang membuka akses informasi dan peluang bagi masyarakat luas. Di era internet, generasi Z semakin mudah mendapatkan informasi terkait investasi hanya dengan bermodalkan koneksi internet dan perangkat seperti smartphone, laptop, atau komputer, sehingga investasi tidak lagi dipandang sebagai aktivitas eksklusif yang rumit (Agnar, 2025). Kemudahan ini tercermin dalam fenomena Gen Z yang semakin aktif berinvestasi melalui berbagai aplikasi dan platform digital, sehingga membuat investasi bukan hanya sebagai alat pengelolaan keuangan, tetapi juga bagian dari gaya hidup produktif generasi muda. Misalnya, banyak investor muda

kini mulai berinvestasi di pasar modal, reksa dana, saham bahkan kripto secara online karena platform modern memungkinkan pembelian dengan modal kecil serta akses informasi yang cepat. Fenomena ini menunjukkan bahwa di era digital, investasi telah menjadi lebih inklusif dan relevan bagi generasi Z dalam rangka mengejar kemandirian finansial dan potensi pertumbuhan kekayaan di masa depan (Pradhana, 2025).

Generasi Z atau biasa yang lebih dikenal oleh masyarakat dengan sebutan Gen Z adalah generasi yang lahir dan bertumbuh mulai dari tahun 1996 hingga 2012. Gen Z dikenal sebagai *digital natives* yang mengartikan bahwa mereka tumbuh dengan teknologi canggih seperti *smartphone*, tablet dan lainnya. Teknologi bukan hanya dianggap sebagai alat melainkan sudah menjadi bagian dari hidup mereka. Sehingga dengan kemampuan ini mereka dianggap cepat untuk bisa beradaptasi dengan teknologi baru membuat mereka sangat mahil dalam menggunakan berbagai perangkat (McKinsey Company, 2024). Generasi Z merupakan generasi yang bertumbuh besar di era digital, dan memiliki karakteristik yang mempunyai keunikan tersendiri seperti kemampuan dalam *multitasking*, *responsive* terhadap perubahan serta cenderung mencari kemudahan yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-harinya (Seemiler & Grace, 2020). Di Indonesia generasi Z selain diproyeksikan sebagai kelompok demografi dominan yang baru mereka juga dikatakan sebagai pelaku ekonomi yang baru. Dengan karakteristik yang mereka miliki Generasi Z bisa lebih cepat memahami platform digital investasi dan mulai mendominasi pasar modal Indonesia.

Jumlah investor pasar modal terus menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan dari tahun ketahun hal ini ditunjukkan oleh data yang dirilis oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI).

Tabel 1.1 Pertumbuhan Investor

SID	Pertumbuhan Investor				
	2021	2022	2023	2024	2025
Pasar Modal	7.489.337	10.311.152	12.168.061	14.871.639	15.161.166

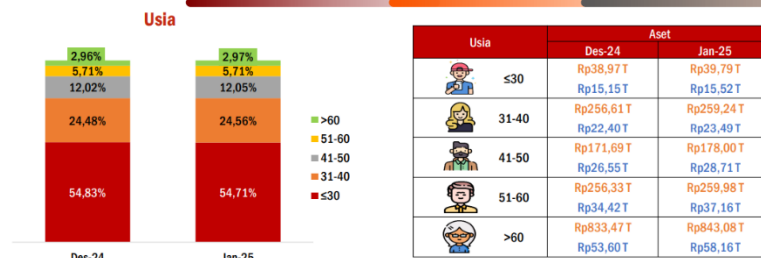
Reksa Dana	6.810.234	9.604.269	11.416.711	14.033.037	14.306.277
SBN	611.143	831.455	1.002.727	1.198.821	1.210.617

Sumber : ksei.co.id

Terlihat pada tahun 2021 hingga 2025 awal pertumbuhan terus terjadi hingga pada puncaknya tercatat terdapat ada lebih dari 15 juta investor dimana hal ini meningkat drastis dibanding tahun tahun sebelumnya. Menariknya lebih dari 50% dari total investor yang ada pada gambar 1.2 berasal dari kalangan generasi Z yang mayoritas berusia dibawah 30 tahun (KSEI, 2025). Fenomena ini mencerminkan bahwa generasi Z tidak hanya menjadi konsumen teknologi tetapi juga sudah mendominasi dalam perkembangan pasar modal Indonesia. Dengan pola pikir yang dinamis, akses informasi yang luas serta keberanian untuk mencoba instrument keuangan baru seperti crypto yang kurang diminati oleh generasi milenial. Generasi Z berperan besar dalam membentuk tren investasi.



Demografi Investor Individu (2/2)



Gambar 1.2 Data Demografi Usia Investor

Sumber : ksei.co.id

Gambar 1.2 juga menjelaskan mengenai sebaran usia investor individu serta perbandingan nilai aset rata-rata pada dua periode, yaitu Desember 2024 dan Januari 2025. Pada sisi kiri, grafik memperlihatkan bahwa investor berusia di bawah 30 tahun merupakan kelompok dengan jumlah terbesar. Pada Desember 2024, proporsinya mencapai sekitar 54,83%, dan hanya mengalami penurunan tipis menjadi 54,71% pada Januari 2025. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas investor di Indonesia berasal dari kelompok usia muda, terutama Gen Z. Kelompok

usia berikutnya, yaitu 31–40 tahun, memiliki porsi sekitar 24% dan menjadi kelompok terbesar kedua. Sementara itu, kelompok usia 41–50 tahun, 51–60 tahun, dan di atas 60 tahun memiliki jumlah yang jauh lebih sedikit, masing-masing di kisaran 12%, 5%, dan sekitar 2–3%. Pada sisi kanan gambar, tabel memperlihatkan rata-rata nilai aset yang dimiliki oleh tiap kelompok usia. Kelompok usia <30 tahun tercatat memiliki nilai aset paling rendah dibanding kelompok lainnya, yakni Rp3,97 juta pada Desember 2024 dan sedikit menurun menjadi Rp3,79 juta pada Januari 2025. Seiring bertambahnya usia, nilai aset yang dimiliki investor juga cenderung meningkat. Investor berusia 31–40 tahun memiliki aset sekitar Rp15 juta, kelompok 41–50 tahun mencapai lebih dari Rp26 juta, sementara kelompok >60 tahun memiliki nilai aset tertinggi, yaitu lebih dari Rp50 juta. Secara keseluruhan, visualisasi ini menunjukkan bahwa jumlah investor muda sangat mendominasi, tetapi kapasitas aset mereka masih relatif kecil dibandingkan investor berusia lebih matang. Hal ini menggambarkan bahwa generasi muda menjadi penggerak utama pertumbuhan jumlah investor baru

Perubahan pola investasi di kalangan generasi muda bukan hanya menjadi fenomena di Indonesia melainkan juga terjadi secara global. Laporan *Global Retail Investor Outlook* (2024) yang dipublikasikan oleh *World Economic Forum* menunjukkan adanya pergeseran signifikan dalam perilaku investor global, di mana investor muda, khususnya Gen Z, semakin banyak memulai aktivitas investasi sejak usia muda. Berdasarkan hasil survei terhadap lebih dari 13.000 responden di 13 negara, sekitar 30 % Gen Z mulai berinvestasi saat mereka berada di perguruan tinggi atau memasuki masa dewasa awal, jumlah yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya seperti Gen X dan Baby Boomers. Tren ini mencerminkan peran generasi muda dalam membentuk dinamika pasar modal global seiring dengan akses teknologi dan informasi yang semakin mudah (World Economic Forum, 2025). Hal ini juga di perkuat dengan laporan oleh The Autorité des Marchés Financiers (AMF), (2023) yang mengatakan bahwa 95.500 investor baru, dan sekitar 15 persennya merupakan kalangan generasi z karna dibawah 25 tahun

Bahkan, penelitian gabungan FINRA (*Financial Industry Regulatory Authority*) dan CFA *Institute* (2023) menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki preferensi yang berbeda dalam berinvestasi dibandingkan generasi sebelumnya, yaitu lebih tertarik pada aset digital, lebih sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi keuangan, serta lebih terbuka terhadap risiko jangka pendek dan juga sudah mulai berinvestasi sebelum umur 21 tahun CFA *Institute*, FINRA *Investor Education Foundation*, (2023). Dengan kata lain, perubahan demografis investor di pasar modal global saat ini telah mulai membentuk arah baru dari tren investasi modern.

Dalam konteks pasar modal setiap keputusan investasi pada dasarnya merupakan hasil dari berbagai proses pertimbangan yang sudah dilakukan oleh setiap investor yang sering disebut sebagai *investment decision*. Menurut Hartono (2017) menyatakan bahwa investasi adalah tindakan menunda konsumsi saat ini untuk berinvestasi dalam aset produktif selama jangka waktu yang telah ditentukan. Investasi yang dilakukan oleh para investor harus rasional, rasional mengartikan bahwa keputusan investasi harus dilakukan dan diambil berdasarkan informasi yang relevan, analisis data dan pertimbangan objektif bukan hanya semata-mata dikarenakan dorongan intuisi, spekulasi dan juga emosional (Collins et al., 2021). Investor pada dasarnya merupakan *rational decision matter* hal ini menandakan investasi perlu adanya perhitungan yang logis. Hal ini juga sejalan dengan *rational choice theory* yang mengartikan bahwa setiap individu harus bisa memaksimalkan utilitas berdasarkan informasi yang dimiliki (Keswani et al., 2019).

Tetapi nyatanya dalam praktik investasi tidak semua investor mampu bersikap rasional. *Behavioral Finance* merupakan bentuk teori yang menggambarkan bahwa perilaku dari para investor kerap dipengaruhi oleh faktor psikologis dan social sehingga menimbulkan bias dalam pengambilan keputusan (Atif Sattar et al., 2020). *Behavioral Finance* dibagi menjadi 2 yaitu ada bias emosi yang lebih menfokuskan pada perasaan dan mengabaikan fakta dalam melakukan *investment decision*, *overconfidence* (kepercayaan diri tinggi) merupakan salah satu contoh bias emosi. Dalam praktik investasi, masih banyak investor yang menunjukkan kecenderungan

terlalu percaya diri. Kondisi ini biasanya muncul ketika investor merasa bahwa kemampuan analisis maupun informasi yang dimilikinya sudah lebih dari cukup untuk membuat keputusan investasi yang tepat. Keyakinan berlebih tersebut sering kali membuat para individu mengabaikan faktor penting lain seperti risiko eksternal, tren pasar, maupun keterbatasan pengetahuan yang dimiliki. Contoh dari *overconfidence bias* adalah ketika pada tahun 2022 terjadinya GOTO (gojek Tokopedia) yang mendaftarkan perusahaannya ke bursa saham banyak yang memandang bahwa itu akan menjadi saham yang kuat dan banyak yang terbawa euphoria tersebut tanpa analisis mendalam padahal perusahaan tersebut mencatatkan kerugian besar. Akibatnya, harga saham GOTO terus merosot, hingga 70% investor mengalami kerugian signifikan (CNBC Indonesia, 2022).

Selain bias emosi yang memengaruhi perilaku investor, bias kognitif juga menjadi faktor penting yang menyebabkan kesalahan dalam pengambilan keputusan investasi. Bias kognitif muncul akibat kesalahan dalam cara berpikir dan menafsirkan informasi, sehingga investor sering kali tidak mampu mengevaluasi informasi secara objektif. Salah satu bias yang sering terjadi adalah herding bias, yaitu kecenderungan investor mengikuti perilaku mayoritas tanpa analisis fundamental yang memadai, yang dapat diperkuat oleh diskusi di forum atau konten di media sosial. Selain itu, *representativeness bias* membuat investor mengambil keputusan berdasarkan kesamaan karakteristik dengan pengalaman sebelumnya, seperti menganggap perusahaan baru di sektor teknologi akan berkinerja sama dengan perusahaan besar, tanpa mempertimbangkan data fundamental data ini diambil berdasarkan penelitian yang dilakukan di Newyork (Ahmad et al., 2025). *Availability bias* juga sering muncul ketika investor lebih mengandalkan informasi yang mudah diingat atau sering muncul di media misalnya rekomendasi dari influencer keuangan atau berita yang sedang viral tanpa analisis mendalam (Abideen et al., 2023). Sementara itu, *anchoring bias* terjadi ketika investor terlalu terpaku pada nilai awal, seperti harga beli saham, sehingga mengabaikan perubahan kondisi ekonomi atau kinerja perusahaan dalam menilai kelayakan investasi

(Syukur et al., 2025). Temuan-temuan dari penelitian internasional ini menunjukkan bahwa bias-bias kognitif tersebut secara signifikan memengaruhi kualitas pengambilan keputusan investasi dan dapat meningkatkan risiko kerugian bagi investor.

Beberapa penelitian internasional juga menunjukan bahwa bias emosi dan kognitif memiliki peranan besar terhadap perilaku investasi. Penelitian oleh Muhammad Asim Shahzad dan Du Jianguo (2024) yang meneliti individu di China menemukan bahwa bias perilaku berpengaruh positif terhadap keputusan investasi yang mereka lakukan. Fenomena ini juga relevan dimana sebagai generasi tumbuh di era digital dengan paparan informasi yang sangat cepat dan luas melalui media sosial, sehingga potensi terjadinya bias yang ada.

Dengan demikian, meningkatnya partisipasi Generasi Z dalam pasar modal Indonesia tidak serta-merta diikuti oleh kualitas keputusan investasi yang rasional dan optimal. Meskipun Generasi Z memiliki akses informasi yang luas, kemudahan teknologi, serta berbagai platform investasi digital, dalam praktiknya keputusan investasi yang diambil masih kerap dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial. Investor Generasi Z cenderung terlalu percaya diri, terpaku pada informasi awal, mengandalkan informasi yang mudah diakses, serta mengikuti tren dan keputusan mayoritas tanpa analisis yang memadai. Kondisi ini menunjukkan adanya permasalahan mendasar dalam pengambilan keputusan investasi Generasi Z, yaitu dominannya bias perilaku yang berpotensi meningkatkan risiko kesalahan investasi serta menghasilkan beberapa keputusan yang tidak optimal dan kurang rasional.

Permasalahan tersebut didukung oleh berbagai temuan penelitian internasional yang telah dilakukan di Pakistan, New York (Amerika Serikat), dan China, yang membuktikan bahwa bias perilaku seperti overconfidence, representativeness, availability, anchoring, dan herding memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi individu. Variabel-variabel tersebut dipilih karena relevan dengan karakteristik Generasi Z yang tumbuh di era digital, memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan media sosial, serta cenderung terpapar

informasi dan opini publik secara cepat. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan pada kelima variabel tersebut sebagai variabel independen yang dinilai mampu menjelaskan secara komprehensif bagaimana bias perilaku memengaruhi *investment decision* Generasi Z di Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dengan memperkaya literatur behavioral finance dalam konteks generasi muda di Indonesia, serta kontribusi praktis berupa rekomendasi bagi regulator, perusahaan sekuritas, dan platform investasi digital dalam menyusun strategi edukasi keuangan dan perlindungan investor.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Perkembangan jumlah investor di pasar modal Indonesia yang semakin didominasi oleh Generasi Z menunjukkan adanya perubahan dalam pola pengambilan keputusan investasi. Generasi Z sebagai *digital natives* memiliki kemudahan dalam mengakses informasi investasi melalui berbagai platform digital dan media sosial, sehingga proses pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cepat dan praktis. Namun demikian, kemudahan akses informasi tersebut tidak selalu diiringi dengan kemampuan analisis yang komprehensif dan rasional. Dalam praktiknya, keputusan investasi yang dilakukan oleh Generasi Z sering kali dipengaruhi oleh persepsi subjektif, pengalaman masa lalu, serta informasi yang bersifat populer atau sedang tren, tanpa mempertimbangkan secara menyeluruh risiko dan kondisi fundamental dari instrumen investasi yang dipilih.

Kondisi tersebut mengindikasikan adanya permasalahan dalam pengambilan keputusan investasi Generasi Z, yaitu dominannya pengaruh faktor psikologis dan sosial sebagaimana dijelaskan dalam konsep *behavioral finance*. Berbagai bias perilaku seperti *overconfidence*, *representativeness*, *availability*, *anchoring*, dan *herding* berpotensi memengaruhi cara Generasi Z dalam menilai informasi dan menentukan keputusan investasi. *Overconfidence* mendorong investor memiliki keyakinan berlebih terhadap kemampuan analisisnya, sementara *representativeness* dan *availability* membuat investor cenderung mengandalkan pola masa lalu atau

informasi yang mudah diakses. Selain itu, *anchoring* menyebabkan investor terpaku pada informasi awal, sedangkan *herding* mendorong investor mengikuti keputusan mayoritas tanpa analisis yang memadai. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa bias perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi individu, termasuk pada investor muda. Oleh karena itu, permasalahan penelitian ini berfokus pada bagaimana pengaruh bias perilaku tersebut terhadap *investment decision* Generasi Z di Indonesia, mengingat kelompok ini memiliki peran yang semakin signifikan dalam perkembangan pasar modal nasional. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *overconfidence bias* berpengaruh positif terhadap *investment decision* Generasi Z di Indonesia?
2. Apakah *representativeness bias* berpengaruh positif terhadap *investment decision* pada Generasi Z di Indonesia?
3. Apakah *availability bias* berpengaruh positif terhadap *investment decision* pada Generasi Z di Indonesia?
4. Apakah *anchoring bias* berpengaruh positif terhadap *investment decision* Generasi Z di Indonesia?
5. Apakah *herding bias* berpengaruh positif terhadap *investment decision* pada Generasi Z di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan hipotesis yang diajukan, serta penelitian terdahulu, tujuan peneliti untuk penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Menganalisis sejauh mana *overconfidence bias* berpengaruh positif terhadap *investment decision* Generasi Z di Indonesia.
2. Menyelidiki pengaruh positif *representativeness bias* terhadap *investment decision* Generasi Z di Indonesia.
3. Menilai sejauh mana *availability bias* berpengaruh positif terhadap *investment decision* Generasi Z di Indonesia.

4. Menguji pengaruh positif *anchoring bias* terhadap *investment decision* Generasi Z di Indonesia.
5. Menganalisis pengaruh positif *herding bias* terhadap *investment decision* Generasi Z di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Sejalan dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan akademik dalam praktik dunia investasi dan diharapkan mampu menjadi acuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam memahami perilaku investasi Generasi Z sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Akademik

Melalui penelitian ini diharapkan, peneliti dapat memperoleh ilmu dan wawasan baru disamping itu, penelitian ini diharapkan berperan dalam memperkaya kajian ilmu pengetahuan di ranah keuangan dan perilaku investasi. Dengan mengkaji bias perilaku emosi dan juga kognitif pada generasi Z, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan menjadi acuan bagi mahasiswa, dosen atau pihak lain yang terdorong untuk melakukan penelitian pada topik sejalan dalam konteks pasar modal maupun perbandingan antar generasi.

1.4.2 Manfaat Bagi Investor

Penelitian diharapkan dapat meningkatkan kesadaran investor khususnya pada generasi Z, agar lebih memperhatikan bias perilaku yang ada dalam mengambil keputusan investasi. Melalui pemahaman terhadap bias seperti *overconfidence*, *representativeness*, *availability*, *anchoring* dan terakhir ada *herding bias*. investor diharapkan lebih waspada dalam menyusun strategi investasi dan harus rasional. Dengan demikian penelitian ini juga dapat memberikan panduan praktis kepada investor untuk bisa merencanakan strategi keuangan mereka kedepannya.

1.4.3 Manfaat Bagi Regulator

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan (BEI) Bursa Efek Indonesia untuk bisa memberikan wawasan mengenai perilaku investasi generasi Z yang kini mendominasi pasar modal dan juga menyusun kebijakan yang tepat sasaran untuk mengadakan workshop sehingga bisa melindungi investor muda dari kerugian yang bisa terjadi diakibatkan bias perilaku. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam merancang program edukasi keuangan yang sesuai dengan karakteristik generasi Z.

1.5 Batasan Penelitian

Tentunya dalam melakukan penelitian terdapat ruang lingkup pembahasan yang perlu ditetapkan hal ini diharapkan agar penelitian tetap terarah dan tidak melebar ke hal-hal di luar tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu peneliti menetapkan beberapa batas penelitian yang bertujuan untuk memperjelas objek, variable dan sasaran yang digunakan. Adapun batasan penelitian ini sebagai berikut :

1. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang lahir pada rentang tahun 1996–2012, dengan kriteria responden merupakan investor individu yang telah memiliki pengalaman berinvestasi saham di Bursa Efek Indonesia (BEI). Responden dipilih secara khusus dari Generasi Z yang aktif menggunakan platform atau aplikasi investasi digital, sehingga hasil penelitian mencerminkan perilaku investor muda yang terlibat langsung dalam pasar modal.
2. Variabel penelitian dibatasi hanya pada bias perilaku tertentu yang terdiri dari *overconfidence bias*, *representativeness bias*, *availability bias*, *anchoring bias*, dan *herding bias* sebagai variabel independen tanpa meneliti jenis bias perilaku lainnya.
3. Objek penelitian difokuskan pada instrumen investasi saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini tidak mencakup instrumen investasi lain seperti obligasi, reksa dana, emas, properti, maupun aset kripto.
4. Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarkan kepada responden sesuai dengan kriteria penelitian. Analisis data hanya

difokuskan pada pengaruh bias perilaku terhadap investment decision Generasi Z, dan tidak membahas faktor lain seperti kondisi makroekonomi, kinerja perusahaan, maupun kebijakan pasar modal secara mendalam.

5. Waktu penelitian dibatasi dalam jangka waktu dua bulan, sehingga hasil penelitian mencerminkan kondisi dan persepsi responden pada periode pengambilan data tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab I Pendahuluan dari penelitian ini memberikan kerangka awal yang membahas secara rinci elemen-elemen penting yang menjadi dasar metodologi penelitian. Latar belakang penelitian, yang menjelaskan alasan dan signifikansi topik yang dipilih, akan diuraikan dalam bagian ini. Peneliti selanjutnya akan merumuskan isu-isu yang akan menjadi fokus utama penelitian. Selain itu, akan dijelaskan tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat teoritis dan praktis dari penelitian, serta batasan penelitian untuk menentukan cakupan penelitian dan memastikan penelitian tetap sesuai dengan isu yang telah ditetapkan. Sistematika penulisan yang digunakan juga disajikan dalam bab ini, memberikan gambaran yang jelas kepada pembaca tentang organisasi umum dan alur penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam Bab II: Landasan Teoretis, peneliti akan menjelaskan gagasan-gagasan keuangan perilaku seperti bias *overconfidence*, *representativeness*, *availability*, *anchoring* dan terakhir ada *herding bias* dalam keputusan investasi, khususnya di kalangan Generasi Z. Bab ini juga akan mencakup teori-teori dari penelitian relevan sebelumnya, serta pembentukan hipotesis penelitian untuk menjadi dasar bagi penelitian di masa mendatang..

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam Bab III Metode Penelitian, peneliti akan memberikan gambaran umum tentang objek penelitian, desain penelitian, populasi, dan sampel, serta metodologi pengumpulan dan analisis data. Selain itu, bab ini membahas uji validitas dan reliabilitas, analisis data penelitian, dan pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab IV Analisis dan Pembahasan: Peneliti akan membahas hasil analisis berdasarkan pengujian yang dilakukan. Temuan ini akan menunjukkan bagaimana literasi keuangan dan bias perilaku *overconfidence*, *representativeness*, *availability*, *anchoring* dan terakhir ada *herding bias* mempengaruhi keputusan investasi Generasi Z.

BAB V KESIMPULAN

Bab V Kesimpulan: Bab ini akan berfungsi sebagai kesimpulan dari penelitian, memberikan ringkasan temuan penelitian serta rekomendasi untuk langkah selanjutnya. Dalam kesimpulan, peneliti akan secara singkat menanggapi pertanyaan penelitian yang disampaikan pada Bab I. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil studi dari Bab IV dan memberikan panduan serta manfaat bagi investor, perusahaan, dan peneliti di masa depan.