

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Pasar modal di Indonesia dalam satu dekade terakhir menunjukkan dinamika atau perubahan yang sangat pesat, didorong oleh transformasi digital yang mengubah cara masyarakat mengakses layanan keuangan. Pasar modal tidak lagi menjadi domain eksklusif bagi kalangan orang kaya atau kalangan atas dan institusi keuangan besar, melainkan telah berkembang menjadi tempat partisipasi yang terbuka luas bagi semua kalangan baik kalangan atas, menengah dan bawah. (Prof. Dr. Eduardus Tandelilin, n.d.) mendefinisikan pasar modal sebagai pertemuan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana dengan cara memperjualkan sekuritas, dimana pasar modal berfungsi sebagai sarana mobilisasi dana bagi investor kepada perusahaan dan sebagai sarana investasi bagi masyarakat umum. (Prof. Dr. Eduardus Tandelilin, n.d.). Pertumbuhan ekosistem digital investasi yang ditandai dengan kemunculan aplikasi perdagangan saham berbasis teknologi sudah berkembang dengan sangat pesat sehingga memudahkan masyarakat, khususnya generasi muda, untuk terlibat langsung dalam kegiatan investasi di pasar modal.

Data terbaru yang dirilis oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) (Indonesia, 2026) menunjukkan bahwa jumlah investor pasar modal Indonesia berdasarkan Single Investor Identification (SID) terus mengalami peningkatan yang signifikan. Per Desember 2026, jumlah investor pasar modal Indonesia telah mencapai 20,32 juta SID, meningkat sebesar 37% dibandingkan akhir tahun 2025

yang tercatat sebanyak 14,87 juta SID, dari sisi demografi, investor pasar modal Indonesia masih didominasi oleh kalangan usia muda, data KSEI dan OJK mencatat bahwa sekitar 52%–54% investor pasar modal berasal dari kelompok usia di bawah 30 tahun yang sebagian besar merepresentasikan Generasi Z dan milenial muda. Selain itu, OJK juga menyebutkan bahwa dominasi investor muda menunjukkan keberhasilan program literasi dan inklusi keuangan yang terus dikembangkan oleh pemerintah (*OJK Indonesia, 2026*) dan Bursa Efek Indonesia (BEI), meskipun jumlah investor muda sangat mendominasi secara partisipasi, nilai aset yang dimiliki kelompok usia muda masih relatif kecil dibandingkan kelompok usia yang lebih tua. Data KSEI menunjukkan bahwa investor berusia di bawah 30 tahun hanya memiliki total aset sekitar Rp42,54 triliun, sedangkan kelompok usia 51–60 tahun memiliki aset mencapai Rp264,27 triliun, bahkan kelompok usia di atas 60 tahun mencapai Rp905,94 triliun, kesenjangan kepemilikan aset antar kelompok usia tersebut mengindikasikan bahwa meskipun minat generasi muda terhadap investasi di pasar modal sangat tinggi, kualitas dan rasionalitas dalam pengambilan keputusan investasi masih perlu ditingkatkan, kondisi ini menunjukkan bahwa investor muda cenderung memiliki pengalaman investasi, kemampuan analisis, serta pengelolaan risiko yang masih terbatas dibandingkan investor dengan usia yang lebih matang.

Generasi Z merupakan individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi pertama yang tumbuh di tengah kepuhan teknologi digital sejak lahir, Berdasarkan data Sensus Penduduk 2025 yang dirilis oleh Badan Pusat statistik (BPS), Generasi Z mendominasi struktur populasi Indonesia dengan

jumlah sekitar 75,49 juta jiwa atau setara 27,94% dari total populasi (Ketenagakerjaan, 2025). Generasi Z dikenal memiliki karakteristik yang membedakannya dari generasi sebelumnya, Generasi Z sangat akrab dengan teknologi digital, memiliki pola pengambilan keputusan yang cepat namun sering kali kurang terstruktur. (Twenge, 2017) dalam bukunya *iGen: Why Today's Super-Connected Kids are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy—and Completely Unprepared for Adulthood* mengatakan bahwa Generasi Z sangat rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial media digital dalam membentuk perilaku dan keputusan mereka termasuk dalam hal keuangan dan investasi. Dengan karakteristik Generasi Z yang seperti itu, Generasi Z memiliki potensi besar untuk menjadi tulang punggung pasar modal Indonesia di masa depan, namun sekaligus rentan terhadap berbagai bias psikologis dalam mengambil Keputusan berinvestasi.

Perkembangan pasar modal di Provinsi Jawa Timur menunjukkan tren yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data terbaru dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Jawa Timur, 2025), hingga November 2025 nilai kepemilikan saham masyarakat Jawa Timur mencapai Rp146,74 triliun atau tumbuh sebesar 41,81 persen secara year-on-year (yoy). Selain itu, jumlah investor saham yang tercermin melalui Single Investor Identification (SID) juga meningkat menjadi 1.107.791 SID tumbuh sebesar 33,15 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Meskipun perkembangan pasar modal menunjukkan tren yang positif, pertumbuhan tersebut belum tersebar secara merata di setiap wilayah. Kabupaten Sampang, yang termasuk wilayah semi-rural di Pulau Madura, masih menghadapi berbagai tantangan terkait literasi dan inklusi keuangan masyarakat, berdasarkan data Badan

Pusat Statistik Kabupaten Sampang, Kabupaten Sampang merupakan salah satu Kabupaten di Madura dengan kondisi perekonomian yang mayoritas ditopang oleh sektor pertanian. Selain itu, Kabupaten Sampang juga memiliki sejumlah pondok pesantren yang berperan sebagai pusat aktivitas sosial dan pendidikan masyarakat setempat. Walaupun tergolong daerah yang masih berkembang dari sisi ekonomi, peningkatan penggunaan smartphone dan akses internet di kalangan generasi muda telah memperluas paparan terhadap berbagai informasi serta konten investasi yang tersebar melalui platform digital dan media sosial.

Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK, 2025) yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia mengalami peningkatan menjadi 66,46 persen, dan indeks inklusi keuangan mencapai 80,51 persen, hasil ini menunjukkan adanya perkembangan positif dalam pemahaman dan akses masyarakat terhadap layanan keuangan dibandingkan tahun sebelumnya. Namun kesenjangan tingkat literasi keuangan antara wilayah perkotaan dan perdesaan masih menjadi tantangan yang cukup besar, masyarakat di perkotaan umumnya memiliki tingkat akses informasi dan edukasi keuangan yang lebih baik dibandingkan masyarakat pedesaan, kondisi ini relevan dengan karakteristik Kabupaten Sampang yang memiliki keterbatasan akses edukasi keuangan. Dalam Roadmap Pengembangan dan Penguatan Literasi dan Inklusi Keuangan 2023–2027, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menegaskan bahwa rendahnya literasi keuangan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kualitas pengambilan keputusan investasi, khususnya bagi generasi muda yang baru mengenal pasar

modal, rendahnya pemahaman terkait risiko pengelolaan keuangan, dan instrumen investasi dapat mendorong munculnya perilaku investasi yang tidak rasional. Kondisi ini pada akhirnya menciptakan lingkungan yang rentan terhadap berkembangnya berbagai bias perilaku (*behavioral bias*) dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Paradigma keuangan konvensional mengasumsikan pelaku pasar sebagai individu yang sepenuhnya rasional dalam mengambil keputusan (*Homo Economicus*). Namun perkembangan ilmu *Behavioral Finance* secara fundamental telah menantang asumsi dasar tersebut. (Baker & Ricciardi, 2014) dalam *Investor Behavior The Psychology of Financial Planning and Investing* menjelaskan bahwa *Behavioral Finance* menggabungkan psikologi dan keuangan untuk memahami bagaimana faktor kognitif dan emosional memengaruhi keputusan investasi individu maupun pasar secara keseluruhan. (Pompian & M, 2012) dalam *Behavioral Finance and Investor Types Managing Behavior to Make Better Investment Decisions* mengklafikasikan berbagai bias investor ke dalam dua kategori utama, yaitu bias kognitif atau kesalahan dalam proses berpikir dan bias emosional yaitu keputusan yang dipengaruhi perasaan, di mana kedua jenis bias tersebut sama-sama berpotensi menghasilkan keputusan investasi yang tidak optimal. Dalam konteks Generasi Z (Devina Felycia Sugianto, Liliana Inggrit Wijaya, 2024) dalam penelitian yang dipublikasikan di *Journal of Accounting and Finance Management* menemukan secara empiris bahwa bias perilaku khususnya *herding* dan *Overconfidence* secara signifikan memengaruhi keputusan investasi Generasi Z di pasar modal Indonesia.

Salah satu bias perilaku yang paling dominan pada investor Generasi Z

adalah *Herding Behavior*, yaitu kecenderungan individu untuk mengikuti keputusan atau tindakan kelompok mayoritas tanpa melakukan analisis mandiri yang mendalam, dalam perspektif *Behavioral Finance*, *herding* terjadi ketika investor membeli atau menjual saham karena melihat orang lain melakukan hal yang sama, bukan berdasarkan analisis fundamental atau teknikal yang objektif. (Gupta & Shrivastava, 2020) dalam penelitian yang dipublikasikan di *International Journal of Emerging Markets* menemukan bahwa *herding* dan *loss aversion* pada investor ritel dimediasi secara signifikan oleh *Fear of Missing Out* (FOMO), yang merupakan salah satu karakteristik psikologis yang sangat dominan pada Generasi Z di era media sosial sekarang. Fenomena FOMO dan *herding* ini sangat jelas di kalangan Generasi Z yang terpapar konten saham viral di platform TikTok, Instagram, dan YouTube, di mana mereka cenderung mengikuti rekomendasi influencer atau tren pasar yang sedang ramai dibicarakan tanpa terlebih dahulu melakukan verifikasi dan analisis mendalam. (Firmansyah et al., 2023) dalam *Review mengonfirmasi* bahwa *herding effect* secara signifikan memengaruhi keputusan investasi di pasar modal. perilaku kedua yaitu *Overconfidence*, kecenderungan individu terlalu percaya diri terhadap kemampuan, pengetahuan, dan ketepatan prediksinya sendiri dalam membuat keputusan investasi. (Theressa & Armansyah, 2022) dalam penelitian yang dimuat di *Journal of Business and* kondisi di mana investor melebih-lebihkan kemampuan atau pengetahuannya, sehingga cenderung melakukan transaksi berlebihan atau *overtrading*, mengabaikan sinyal risiko, dan memiliki ekspektasi imbal hasil yang tidak realistis. (Humairo & Panuntun, 2022) dalam *Selekta Manajemen Jurnal Mahasiswa Bisnis*

& Manajemen menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan dari *Overconfidence*, *loss aversion*, dan *herding* bias terhadap keputusan investasi di pasar modal pada Generasi Z, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *Overconfidence* seorang investor Generasi Z, semakin besar pula kecenderungannya untuk berinvestasi secara aktif namun dengan kualitas keputusan yang cenderung rendah. Fenomena *Overconfidence* pada Generasi Z Kabupaten Sampang sangat berpotensi terjadi karena mereka mudah mendapatkan informasi investasi melalui media sosial, namun belum memiliki fondasi pengetahuan yang kuat untuk memfilter dan menganalisis informasi tersebut secara kritis dan sistematis.

Peran media sosial dalam membentuk perilaku investasi Generasi Z tidak dapat diabaikan dalam analisis kontemporer. (Pratama & Nawangsari, 2025) dalam *Indonesia Economic Journal* menemukan secara kualitatif bahwa *Herding Behavior* dan FOMO terbukti secara nyata mempengaruhi keputusan investasi Generasi Z, dengan media sosial berperan sebagai akselerator utama penyebaran informasi dan tren investasi yang memicu kedua fenomena tersebut. Penelitian yang dipublikasikan dalam Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Teknologi Informasi Akuntansi (JAKTA) tahun 2025 menyimpulkan bahwa keputusan investasi Generasi Z lebih dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial daripada analisis rasional. *Herding Behavior* dan FOMO mendorong tindakan impulsif dalam berinvestasi, sementara *Overconfidence* meningkatkan estimasi berlebihan terhadap kemampuan analisis pribadi (JAKTA UMB, 2025). Kondisi ini sangat relevan dengan realitas yang terjadi di Kabupaten Sampang, di mana penetrasi

smartphone yang cukup tinggi di kalangan anak muda telah membuka akses lebar terhadap konten-konten investasi berbasis media sosial yang berpotensi memicu *Herding Behavior* maupun *Overconfidence*.

Berbagai penelitian terdahulu mengenai pengaruh *Herding Behavior* dan *Overconfidence* terhadap keputusan dan minat investasi saham masih menunjukkan hasil yang inkonsisten. Di satu sisi, penelitian (Devina Felycia Sugianto, Liliana Inggrit Wijaya, 2024) dalam *Journal of Accounting and Finance Management* membuktikan bahwa *herding* dan *Overconfidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di Jawa Timur. Hasil serupa ditemukan oleh (Sucipto et al., 2026) dalam JMD Dewantara yang menggunakan PLS-SEM pada investor Generasi Z di Kabupaten Jombang, di mana *Overconfidence* terbukti merupakan faktor paling dominan dalam keputusan investasi. Zafira dalam penelitian yang dimuat di E-Jurnal Riset Manajemen (E-JRM) Unisma menemukan bahwa *herding* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham Generasi Z di Kota Malang, meskipun *Overconfidence* tetap berpengaruh signifikan (Zafira, E-JRM Unisma). Penelitian Budiarto dan Susanti (2017) pada investor di Surabaya juga menunjukkan bahwa tidak semua investor terkena dampak *Overconfidence* secara seragam tingkat literasi keuangan berperan sebagai faktor moderasi yang menentukan seberapa besar pengaruh bias psikologis tersebut terhadap keputusan investasi. Inkonsistensi temuan ini secara akademis mengonfirmasi bahwa pengaruh *herding* dan *Overconfidence* terhadap minat investasi bersifat kontekstual dan sangat bergantung pada karakteristik spesifik subjek penelitian.

Selain inkonsistensi temuan empiris, terdapat *research gap* yang sangat signifikan dari sisi geografis dan konteks penelitian. Kajian yang dilakukan oleh (Usriyono & Wahyudi, 2023) dalam Jurnal INOBIS yang meneliti 14.492 investor Generasi Z di Jawa Timur menunjukkan bahwa literasi keuangan mampu memoderasi pengaruh *herding* dan *Overconfidence* terhadap keputusan investasi, dengan temuan menarik bahwa di Jawa Timur, investor Generasi Z dengan tingkat literasi keuangan tinggi justru tidak terpengaruh oleh *herding*. Akan tetapi, penelitian tersebut tidak membedakan karakteristik geografis antara wilayah urban dan semi-rural di Jawa Timur. Mayoritas penelitian yang ada terpusat di kota-kota besar seperti Surabaya, Malang, Semarang, dan Jakarta. Wilayah-wilayah di Kepulauan Madura, termasuk Kabupaten Sampang, yang memiliki karakteristik budaya, sosial, dan ekonomi yang sangat berbeda dari daerah perkotaan di Jawa, hampir tidak tersentuh oleh penelitian-penelitian semacam ini. (Adil et al., 2022) dalam *Asian Journal of Accounting Research* menegaskan bahwa konteks budaya dan sosial merupakan variabel penting yang memengaruhi seberapa kuat literasi keuangan dapat memoderasi bias perilaku dalam keputusan investasi. Hal ini menegaskan bahwa diperlukan penelitian kontekstual yang mempertimbangkan karakteristik lokal wilayah penelitian.

Kabupaten Sampang merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Pulau Madura, Provinsi Jawa Timur, Luas wilayah Kabupaten Sampang sekitar 1.228,252 km² yang habis dibagi menjadi 14 kecamatan dan 186 desa/Kelurahan (Sampang, 2026). Secara geografis, Kabupaten Sampang berbatasan dengan Laut Jawa di

sebelah utara, Kabupaten Pamekasan di sebelah timur, Selat Madura di sebelah selatan, serta Kabupaten Bangkalan di sebelah barat.

Kecamatan District	Jumlah Penduduk (jiwa) Population (people)	Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun 2020–2024 (%) Annual Population Growth Rate 2020–2024 (%)
(1)	(2)	(3)
010 Sreseh	37.823	3,57
020 Torjun	43.880	2,24
021 Pangarengan	27.984	3,66
030 Sampang	136.670	2,38
040 Camplong	92.658	2,31
050 Omben	92.418	1,58
060 Kedungdung	99.009	0,76
070 Jrengik	40.370	2,44
080 Tambelangan	57.711	0,99
090 Banyuates	89.180	1,21
100 Robatal	60.511	0,71
101 Karang Penang	81.635	0,21
110 Ketapang	99.816	2,73
120 Sokobanah	86.909	4,05
Kabupaten Sampang	1.046.574	1,93

Gambar 1. 1 Data Penduduk Kabupaten Sampang

Sumber: BPS Kabupaten Sampang, 2026

Berdasarkan data BPS Kabupaten Sampang (Sampang, 2026), jumlah penduduk Kabupaten Sampang mencapai sekitar 1,046,574 juta jiwa, Data dalam tabel memuat dua komponen utama, yaitu jumlah penduduk (dalam satuan ribu jiwa) dan rata-rata banyaknya pertumbuhan penduduk tahunan selama periode 2020-2024. Berdasarkan data tersebut, Kecamatan Sampang tercatat memiliki jumlah penduduk tertinggi sebesar 136.670 jiwa, diikuti oleh Kecamatan Ketapang sebanyak 99.816 jiwa, sementara itu Kecamatan Pangarengan memiliki jumlah penduduk terendah, yakni sebesar 27.984. Kecamatan Sokobanah menunjukkan laju pertumbuhan yang tertinggi sebesar 4,05 persen per tahun, sedangkan Kecamatan

Karangpenang memiliki laju pertumbuhan penduduk terendah sebesar 0,21 persen per tahun. Variasi jumlah penduduk dan tingkat pertumbuhan antar Kecamatan tersebut menggambarkan adanya perbedaan karakteristik Sosial, Ekonomi, dan dinamika mobilitas penduduk di wilayah Kabupaten Sampang.

Sumber: BPS Kabupaten Sampang, 2026

Rincian/Description	Satuan/Unit	2023	2024	2025
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
SOSIAL/SOCIAL				
Penduduk ¹ /Population ¹	jiwa/people	1.004.523	1.033.926	1.046.574
Laju Pertumbuhan Penduduk ¹ /Population Growth ¹	%	0,13	1,62	1,93
Angka Kelahiran Total-AKT ¹ /Total Fertility Rate-TFR ¹	anak/child	...	...	...
Angka Kematian Bayi-AKB (per 1000 kelahiran hidup) ¹ Infant Mortality Rate-IMR (per 1000 life births) ¹	bayi infant	...	...	...
Umur Harapan Hidup ^{1-e} /Life Expectancy Rate ¹	tahun/years	73,49	73,66	73,89
Angka Melek Huruf Usia 15+/ <i>Literacy Rate Aged 15+</i>	%	83,23	...	...
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja -TPAK ² <i>Labour Force Participation Rate-LFPR²</i>	%	73,54	73,62	77,46
Tingkat Pengangguran Terbuka-TPT ² <i>Unemployment Rate-UR²</i>	%	2,72	2,50	2,44
Penduduk Miskin ³ /Poor People ³	ribu/thousand	221,71	214,32	213,98
Persentase Penduduk Miskin ³ <i>Percentage of Poor People³</i>	%	21,76	20,83	20,60
Indeks Pembangunan Manusia: IPM <i>Human Development Index⁴</i>	—	66,19	66,72	67,23
EKONOMI/ECONOMIC				
Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Harga Berlaku ⁵ <i>Gross Regional Domestic Bruto (GRDP) at Current Price⁵</i>	miliar rupiah billion rupiahs	24.086,65	24.881,79	26.234,54
Laju Pertumbuhan Ekonomi ⁶ /Economic Growth ⁶	%	2,56	1,71	3,45
PDRB Per Kapita Harga Berlaku <i>Per Capita of GRDP at Current Price</i>	ribu rupiah thousand rupiahs	23,98	24,48	25,53

Gambar 1. 2 Data Indeks Pembangunan Manusia

Dari sisi pembangunan manusia, Kabupaten Sampang mencatatkan kondisi yang memprihatinkan. Berdasarkan data BPS Jawa Timur Dalam Angka 2025, Kabupaten Sampang menempati posisi terendah dalam Indeks Pembangunan Manusia (IPM) di seluruh Jawa Timur dengan capaian IPM hanya sebesar 67,23 poin pada tahun 2025, jauh di bawah rata-rata IPM Provinsi Jawa Timur yang mencapai 75,35 poin (Timur, 2025). Kondisi ini diperparah dengan rata-rata lama sekolah (RLS) yang juga terendah di Jawa Timur, yakni hanya 5,08 tahun, serta pengeluaran per kapita yang disesuaikan sebesar Rp9,78 juta per tahun,

menjadikannya yang terkecil di seluruh kabupaten/kota di Provinsi Jawa Timur. Di sisi kemiskinan, jumlah penduduk miskin di Kabupaten Sampang pada Tahun 2025 mencapai 213,58 ribu jiwa atau sekitar 20,6 persen dari total penduduk (Sampang, 2026), menempatkan Kabupaten Sampang sebagai salah satu daerah dengan tingkat kemiskinan tertinggi di Jawa Timur, meskipun angka ini telah turun dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar 221,71 ribu jiwa atau 21,76 persen (Sampang, 2026).

Kondisi rendahnya IPM dan tingkat pendidikan di Kabupaten Sampang memiliki implikasi langsung terhadap tingkat literasi keuangan masyarakatnya. Dalam konteks literasi keuangan, rendahnya rata-rata lama sekolah dan pengeluaran per kapita di Kabupaten Sampang menjadikan wilayah ini sangat rentan terhadap berbagai bias perilaku dalam pengambilan keputusan investasi, khususnya di kalangan generasi muda yang mulai terpapar instrumen pasar modal melalui platform digital.

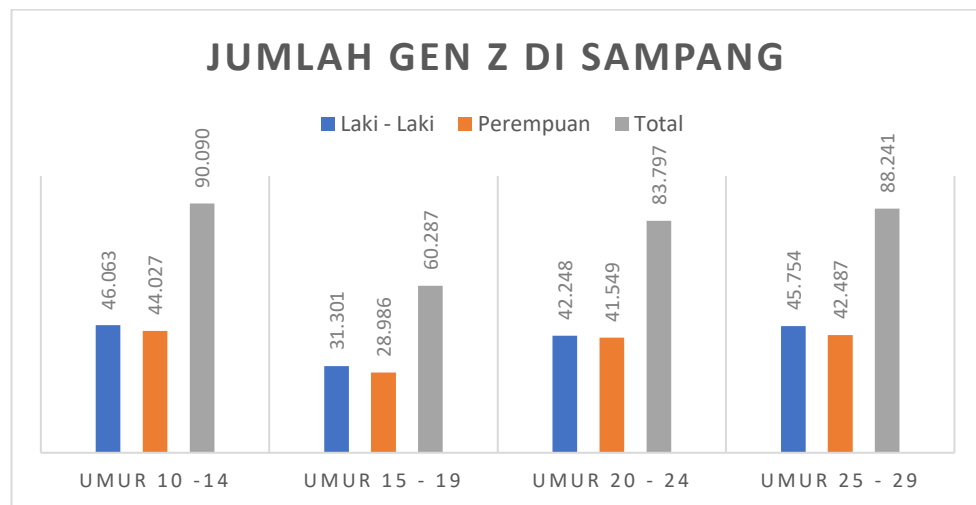
Kelompok Umur <i>Age Groups</i>	Jenis Kelamin/Sex		
	Laki-Laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Jumlah <i>Total</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
0–4	42.954	40.295	83.249
5–9	51.140	48.411	99.551
10–14	46.063	44.027	90.090
15–19	31.301	28.986	60.287
20–24	42.248	41.549	83.797
25–29	45.754	42.487	88.241
30–34	41.781	41.245	83.026
35–39	39.023	41.599	80.622
40–44	36.887	39.589	76.476
45–49	31.172	35.220	66.392
50–54	27.727	29.549	57.276
55–59	22.196	27.045	49.241
60–64	19.890	22.232	42.122
65–69	13.199	15.028	28.227
70–74	9.981	10.141	20.122

Gambar 1. 3 Data Umur Penduduk Kabupaten Sampang

Sumber: BPS Kabupaten Sampang, 2026

Berdasarkan data umur di kabupaten sampang, penduduk dengan usia dari 10 hingga 29 tahun sangat mendominasi, kelompok usia tersebut sebagian besar termasuk dalam katagori Generasi Z, yakni inividu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 atau berusia 13 hingga 28 tahun pada tahun 2024 – 2025. Menurut (Javier et al., 2024) Rentang usia 18 hingga 28 tahun dianggap sebagai periode yang ideal untuk memulai kegiatan investasi, karena pada tahap ini individu memasuki fase kedewasaan dengan tingkat kemandirian finansial dan pendapatan yang mulai stabil. Kelompokusia muda, Khususnya Generasi Z, memiliki kemudahan dalam mengakses informasi terkait investasi melalui kemajuan teknologi digital, yang memungkinkan mereka memperoleh pemahaman lebih luas mengenai berbagai instrument investasi serta resiko yang melekat didalamnya.

Kabupaten Sampang memiliki jumlah penduduk usia Generasi Z yang cukup besar sehingga menjadi kelompok yang potensial dalam perkembangan investasi pasar modal di daerah. Berdasarkan data penduduk Kabupaten Sampang, jumlah Generasi Z yang berada pada rentang usia 10–29 tahun mencapai ratusan ribu jiwa yang tersebar di seluruh wilayah kabupaten. Kondisi ini menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok usia yang dominan dan memiliki potensi besar sebagai investor masa depan.



Gambar 1. 4 Jumlah Umur Gen Z di Kabupaten Sampang

Sumber: BPS Kabupaten Sampang, 2026

Berdasarkan data kependudukan, jumlah Generasi Z di Kabupaten Sampang pada rentang usia 10–29 tahun mencapai 322.415 jiwa, yang terdiri atas usia 10–14 tahun sebanyak 90.090 jiwa, usia 15–19 tahun sebanyak 60.287 jiwa, usia 20–24 tahun sebanyak 83.797 jiwa, dan usia 25–29 tahun sebanyak 88.241 jiwa. Data tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok usia yang dominan dan memiliki potensi besar dalam perkembangan aktivitas ekonomi dan investasi di Kabupaten Sampang. Besarnya jumlah Generasi Z tersebut menjadi alasan penting bagi peneliti untuk menjadikan Kabupaten Sampang sebagai lokasi penelitian. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang dekat dengan teknologi digital, aktif menggunakan media sosial, dan mudah terpapar informasi mengenai investasi. Kondisi ini menjadikan mereka kelompok yang relevan untuk diteliti, dalam melihat pengaruh *Herding Behavior* dan *Overconfidence* terhadap keputusan investasi saham.

Pemilihan Kabupaten Sampang sebagai lokasi penelitian karena memiliki karakteristik demografis dan sosial ekonomi yang menarik untuk dikaji dalam konteks perilaku investasi Generasi Z. Kabupaten Sampang merupakan salah satu kabupaten di Pulau Madura dengan jumlah penduduk yang besar serta didominasi oleh kelompok usia produktif, termasuk Generasi Z yang merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang di era digital. Perkembangan teknologi informasi, kemudahan akses internet, serta meningkatnya penggunaan platform investasi digital telah membuka peluang yang semakin luas bagi Generasi Z untuk berpartisipasi dalam aktivitas investasi di pasar modal. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Kabupaten Sampang masih menghadapi berbagai tantangan dalam aspek kualitas sumber daya manusia. Kabupaten Sampang memiliki nilai Indeks Pembangunan Manusia (IPM) yang relatif rendah dibandingkan kabupaten/kota lain di Provinsi Jawa Timur. Kondisi tersebut mencerminkan masih adanya keterbatasan dalam aspek pendidikan, pengetahuan, dan kapasitas masyarakat dalam mengakses serta mengelola informasi, termasuk informasi keuangan dan investasi. Situasi ini berpotensi memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi, khususnya pada Generasi Z yang cenderung memperoleh informasi investasi melalui media sosial, komunitas digital, maupun rekomendasi dari sesama investor.

Meningkatnya jumlah investor muda di Indonesia tidak selalu diikuti dengan peningkatan kualitas keputusan investasi yang diambil. Dalam perspektif *Behavioral Finance*, investor sering kali dipengaruhi oleh berbagai bias perilaku, seperti *Herding Behavior* dan *Overconfidence*. *Herding Behavior* mendorong

individu untuk mengikuti keputusan investasi yang dilakukan oleh mayoritas investor tanpa melakukan analisis yang memadai, sedangkan *Overconfidence* menyebabkan investor memiliki keyakinan yang berlebihan terhadap kemampuan dan pengetahuan yang dimilikinya dalam mengambil keputusan investasi. Keberadaan kedua bias tersebut menjadi semakin relevan untuk dikaji pada Generasi Z di Kabupaten Sampang mengingat tingginya penggunaan media digital dan kemudahan akses informasi investasi yang belum tentu diimbangi dengan kemampuan analisis yang memadai.

Penelitian yang mengenai pengaruh *Herding Behavior* dan *Overconfidence* terhadap keputusan investasi saham masih lebih banyak dilakukan pada investor di wilayah perkotaan, mahasiswa di kota-kota besar, maupun masyarakat dengan tingkat literasi keuangan yang relatif lebih tinggi. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji perilaku investasi saham pada Generasi Z di Kabupaten Sampang masih sangat terbatas. Keterbatasan penelitian tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, Kabupaten Sampang dipilih sebagai objek penelitian untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *Herding Behavior* dan *Overconfidence* terhadap keputusan investasi saham pada Generasi Z, sekaligus memperkaya kajian *Behavioral Finance* pada wilayah yang masih relatif jarang menjadi fokus penelitian.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dan dengan memperhatikan kesenjangan penelitian *research gap* maka peneliti tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul: “Pengaruh *Herding Behavior* dan *Overconfidence* terhadap Keputusan Investasi Saham (Studi pada Generasi Z di Kabupaten Sampang)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Herding Behavior* berpengaruh terhadap keputusan investasi saham pada Generasi Z di Kabupaten Sampang?
2. Apakah *Overconfidence* berpengaruh terhadap keputusan investasi saham pada Generasi Z di Kabupaten Sampang?
3. Apakah *Herding Behavior* dan *Overconfidence* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan investasi saham pada Generasi Z di Kabupaten Sampang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Herding Behavior* terhadap keputusan investasi saham pada Generasi Z di Kabupaten Sampang.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Overconfidence* terhadap keputusan investasi saham pada Generasi Z di Kabupaten Sampang.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Herding Behavior* dan *Overconfidence* secara simultan terhadap keputusan investasi saham pada Generasi Z di Kabupaten Sampang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen keuangan, khususnya dalam bidang *Behavioral Finance*. Secara spesifik, penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang pengaruh *Herding Behavior* dan *Overconfidence* terhadap keputusan di wilayah-wilayah dengan karakteristik sosial-ekonomi dan budaya yang unik seperti kepulauan Madura, yang selama ini masih sangat minim dikaji. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan kajian serupa di wilayah-wilayah dengan karakteristik sosial-ekonomi dan budaya yang unik seperti Kepulauan Madura.

2. Manfaat Praktis

Berdasarkan penelitian ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi investor Generasi Z, khususnya di Kabupaten Sampang dan daerah serupa, mengenai adanya bias perilaku yang dapat memengaruhi keputusan investasi, sehingga mereka dapat berinvestasi secara lebih rasional dan terencana. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi serta referensi bagi pemangku kebijakan, lembaga pendidikan, dan penyedia jasa keuangan dalam menyusun program literasi dan edukasi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan Generasi Z agar lebih bijak dalam berinvestasi.