

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan utama penelitian, yaitu untuk memberikan gambaran perbedaan secara statistik dari pergerakan *return* saham sebelum dan sesudah *posting-an influencer* saham, Belvin Tannadi, di media sosialnya. Penelitian ini penting dilakukan karena masih terbatasnya literatur keuangan yang membahas mengenai hubungan antara media sosial dan pasar saham (Cao et al., 2020; Rosati et al., 2019). Terutama yang berkaitan dengan informasi saham yang dibagikan oleh *influencer* saham di media sosial (Anderson et al., 2021; Bizzi & Labban, 2019).

Dengan perkembangan teknologi yang pesat dan sumber informasi yang luas, penelitian ini diharapkan akan membantu para investor saham dalam mengelola informasi yang didapatkan (García Petit et al., 2019; Song et al., 2019). Hal ini juga berkaitan dengan maraknya berita mengenai “pom-pom” saham yang dilakukan oleh para *influencer* (Dupuis & Gleason, 2021; Pedersen, 2021). Jika para investor tidak berhati-hati dan hanya mengikuti informasi yang didapatkan dari *influencer* tanpa mengelolanya, dikhawatirkan investor akan mengalami kerugian yang tidak diinginkan (Dim, 2021; Sun et al., 2018).

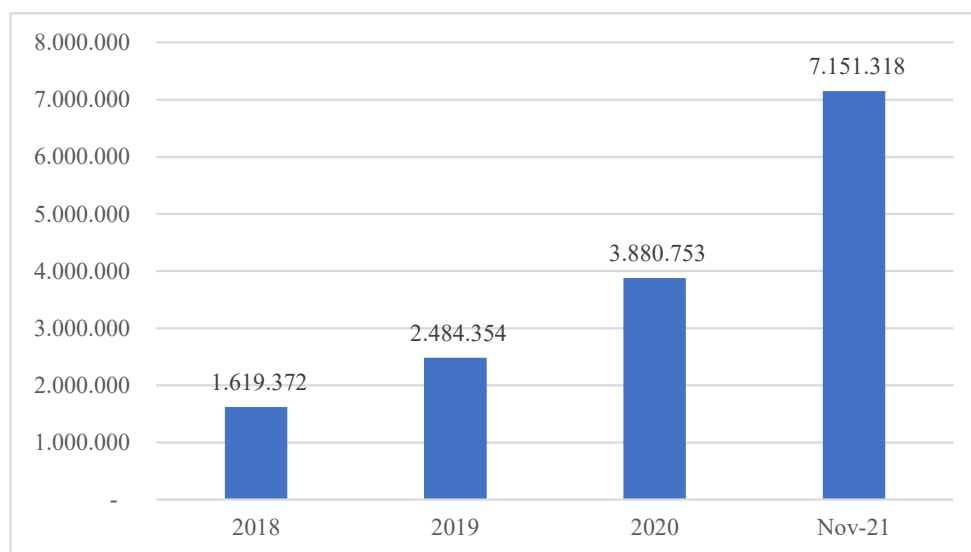
Beberapa alasan tersebutlah yang mendorong penelitian ini untuk dilakukan. Penelitian ini dilakukan dengan cara melihat apakah terdapat kejanggalan pada saham setelah adanya *posting-an influencer* di media sosial (Hassanein et al., 2021; McGurk et al., 2020). Jika hal ini memiliki hubungan, pembaca terutama investor harus lebih berhati-hati lagi dalam menerima informasi yang dibagikan oleh para *influencer* (Brans & Scholtens, 2020; Harrigan et al., 2021).

Fenomena terkait pandemi COVID-19 masih terus berlangsung hingga saat ini. Banyak negara yang telah terdampak oleh penyebaran virus ini, baik secara mental maupun ekonomi dan Indonesia termasuk salah satu negara yang terkena dampaknya (Aliah, 2020; UNICEF et al., 2021). Pada pasar modal berdasarkan data per Mei 2020, pandemi COVID-19 menyebabkan nilai IHSG menurun drastis untuk semua sektor dan menyebabkan kondisi pasar saham menjadi tidak stabil (Herwany et al., 2021; Saraswati, 2020). Namun pada saat ini, IHSG per 30 November 2021 berhasil naik kembali pada angka 6.533,932 atau 16,42% dari November tahun sebelumnya (Bursa Efek Indonesia, 2021).

Penurunan IHSG berbanding terbalik dengan munculnya investor-investor baru. Penurunan harga tersebut memancing banyak investor-investor baru untuk mulai berinvestasi pada pasar saham (Audrey, 2021; Soegoto, 2021). Bahkan berdasarkan data BEI, rekor baru telah dicetak karena pertumbuhan investor tersebut (Indonesia Stock Exchange, 2020; Widoatmodjo & Onasie, 2021). Berdasarkan grafik pertumbuhan investor pasar modal (Gambar I.1), investor pasar modal per November 2021 meningkat sebesar 84,28% dari tahun 2018 (KSEI,

2020). Jumlah investor tersebut didominasi oleh investor yang berusia di bawah 30 tahun sebesar 59,81% (KSEI, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki peran yang signifikan dalam pertumbuhan investor pasar modal dan juga mendorong kebangkitan pasar modal di Indonesia (Ferraioli & Chandar, 2021; Riawan et al., 2021).

Gambar I.1 Grafik Pertumbuhan Investor Pasar Modal 2018-November 2021



Sumber: KSEI (2020)

Salah satu hal yang mendukung minat investasi ini adalah munculnya aplikasi-aplikasi investasi *online* yang memberikan informasi berkualitas dan kemudahan dalam melakukan investasi sehingga menguntungkan investor pemula ataupun yang sudah lama berkecimpung dalam pasar modal (Lee, 2009; Manuel, 2019). Aplikasi tersebut merupakan dampak adanya perkembangan teknologi modern (Hutasoit & Ginting, 2021; Tai & Ku, 2013). Perkembangan teknologi bermanfaat bagi investor dalam berinvestasi terutama dalam mencari informasi dan

langkah-langkah yang perlu dilakukan sebelum membuat keputusan investasi (Firdhausa & Apriani, 2021; Zulkifli et al., 2008).

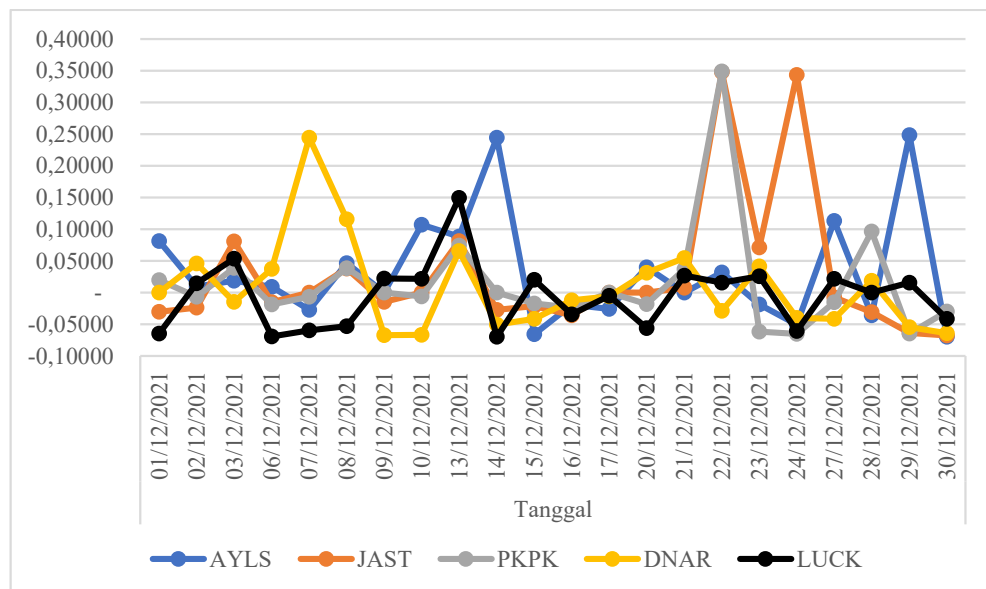
Salah satu sumber informasi tersebut adalah media sosial (Blankespoor, 2018; Maharani & Hidayah, 2021). Dengan banyaknya sumber informasi ini, seseorang harus memiliki pengetahuan keuangan/ investasi agar tidak salah langkah dalam berinvestasi (Fitrianingsih et al., 2021; Takeda et al., 2013). Menurut Mulyana et al., (2019, hal. 3), “*pengetahuan investasi adalah informasi yang telah diproses tentang komitmen mengalokasikan sumber daya untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang sebagai imbalan atas waktu dan risiko terkait investasi tersebut.*”

Berkembangnya media sosial dan meningkatnya minat berinvestasi menyebabkan banyak lahirnya *influencer* saham di media sosial (Chairunnisa & Dalimunthe, 2021; Lusindah & Sumirat, 2021). *Influencer* saham adalah seseorang yang memiliki jaringan luas dan juga memiliki banyak penggemar yang membagikan informasi mengenai saham dengan tujuan menarik minat para penggemarnya untuk melakukan investasi (Dogan et al., 2020; Pahlevi, 2021). Salah satu *influencer* saham tersebut adalah Belvin Tannadi (Ulfah, 2021).

Belvin Tannadi merupakan seorang CEO dari PT Ilmu Saham Indonesia dan merupakan seorang *influencer* saham yang terkenal melalui media sosial yang ia miliki, terutama Instagram (Tu et al., 2016; Ulfah, 2021). Dalam kesehariannya, Belvin sering kali membagikan informasi mengenai saham yang ia punya melalui media sosial yang ia miliki (Thaharrah et al., 2021; Utami, 2021). Bahkan dikenal istilah terkait proyeksi pergerakan saham yang dilakukan Belvin, yaitu

“Belvinmology” (Ramadhani, 2021). Berdasarkan akun Instagram Belvin Tannadi (@belvinvip), beberapa saham yang pernah dipublikasikan adalah AYLS, JAST, PKPK, DNAR, LUCK, RBMS, JAWA, TOYS, dll. Berikut adalah grafik terkait *return* dari beberapa saham yang pernah dipublikasikan oleh Belvin selama bulan Desember.

Gambar I.2 Grafik *Return* Beberapa Saham yang Dipublikasikan Belvin di Media Sosial Selama Bulan Desember



Sumber: finance.yahoo.com, diolah

Berdasarkan Gambar I.2, terjadi volatilitas pada *return* saham yang pernah dipublikasikan oleh Belvin selama bulan Desember. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi volatilitas tersebut, antara lain volume perdagangan dan frekuensi perdagangan (Koubaa & Slim, 2019; Tri Sandrasari, 2010). Sehingga, investor harus mampu memahami informasi dibalik volatilitas tersebut karena volatilitas mencerminkan risiko saham (Rosyida et al., 2020; Rupande et al., 2019).

Penelitian ini menemukan permasalahan yang timbul terkait fenomena pertumbuhan investor saham dan lahirnya *influencer* saham. Investor menyebut tindakan *influencer* saham yang merekomendasikan sebuah saham dengan istilah “pompom” saham (Renault, 2017; Sanjoko & Prayogi, 2019). “Pompom” saham ini berbahaya jika dilakukan tanpa analisa fundamental yang jelas (Shen et al., 2021; Sidik, 2021). Akibatnya, banyak investor yang merasa dirugikan karena “pompom” saham yang dilakukan tanpa analisis fundamental (Pinto et al., 2018; Sidik, 2021). Salah satu faktor yang mungkin menyebabkan kerugian pada investor adalah masih minimnya informasi yang dimiliki oleh investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi (Nuryasman MN, Nyoman Suprasta, 2020; Putra et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian ini ingin meneliti terkait hubungan antara *posting-an influencer* saham dengan *return* saham agar dapat memberikan pengetahuan lebih kepada para investor sebelum berinvestasi.

Berdasarkan hasil *scoping review*, terdapat beberapa penelitian di dunia yang meneliti terkait hubungan antara media sosial dan pasar modal. Namun, penelitian ini masih jarang dilakukan di Indonesia. Penelitian ini juga belum menemukan penelitian spesifik yang berbicara tentang hubungan antara *posting-an influencer* saham dan pasar modal. Beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai hubungan antara media sosial dan pasar modal adalah penelitian yang dilakukan oleh Rui Fan et al., (2020), Karim Derouiche dan Marius Cristian Frunza (2020), Ahmad H. Juma'h dan Yazan Alnsour (2018), Carl Ajjoub et al., (2020), dan Hong Kee Sul et al., (2017).

Kelima penelitian tersebut menggunakan media sosial Twitter sebagai sumber data penelitian yang menyebabkan efek ke pasar modal (Ajjoub et al., 2020; Derouiche & Frunza, 2020; Fan et al., 2020; Juma'h & Alnsour, 2018; Sul et al., 2017). Kelima penelitian meneliti terkait hubungan antara media sosial dengan pasar modal, namun *event window* yang dijadikan dasar penelitian berbeda. Peristiwa penelitian Rui Fan et al., (2020) adalah twit yang dilakukan oleh bot. Karim Derouiche dan Marius Cristian Frunza (2020) mengangkat fenomena terkait sentimen media sosial pada saat adanya *class action*. Dua penelitian yang memiliki kesamaan peristiwa penelitian, twit Presiden Trump, yaitu penelitian Ahmad H. Juma'h & Yazan Alnsour (2018) dan Carl Ajjoub et al., (2020). Sedangkan penelitian terdahulu kelima tidak memiliki peristiwa tertentu karena penelitian Hong Kee Sul et al., (2017) hanya melihat kausalitas twit dengan *return* saham.

Penelitian terdahulu pertama, yaitu penelitian Rui Fan et al., (2020) dilakukan untuk melihat hubungan antara informasi yang dibagikan oleh bot Twitter dan *return* saham di Britania Raya. Penelitian Rui Fan et al., (2020) menggunakan metode regresi dan *event study* dalam menganalisis data. Hasil penelitian Rui Fan et al., (2020) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan antara twit yang dilakukan bot ataupun manusia dengan *return* saham, volatilitas, dan volume *trading* baik pada tingkat harian maupun *intraday* (Fan et al., 2020). Penelitian yang akan dilakukan ini berbeda dengan penelitian Rui Fan et al., (2020) karena penelitian yang akan dilakukan berfokus terkait *posting-an* media sosial yang dilakukan oleh *influencer* saham, Belvin Tannadi, terhadap *return* saham di

Bursa Efek Indonesia dan akan menggunakan metode *event study* dalam menganalisis data.

Selanjutnya, penelitian Karim Derouiche dan Marius Cristian Frunza (2020) dilakukan untuk melihat hubungan antara sentimen media sosial dan harga saham 7 perusahaan sektor olahraga yang memiliki keterkaitan dengan *class action* di Amerika Serikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Karim Derouiche dan Marius Cristian Frunza (2020) tidak dapat menyimpulkan dengan pasti tentang pengaruh *tweet* terhadap harga saham. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa volatilitas bukan merupakan variabel dependen terhadap skor sentimen (Derouiche & Frunza, 2020). Penelitian Karim Derouiche dan Marius Cristian Frunza (2020) berbeda dalam objek dan metode penelitian. Penelitian yang dilakukan ini akan menggunakan metode *event study* untuk melihat apakah terdapat hubungan terkait informasi yang dibagikan Belvin pada Instagram miliknya dengan *return* saham pada Bursa Efek Indonesia.

Dua penelitian terdahulu yang sama-sama membahas mengenai pengaruh *tweet* Presiden Amerika Serikat, Donald Trump, terhadap *return* perusahaan, yaitu penelitian Ahmad H. Juma'h dan Yazan Alnsour (2018) dan Carl Ajjoub et al., (2020). Penelitian Ahmad H. Juma'h dan Yazan Alnsour (2018) berfokus kepada saham yang disebutkan di dalam *tweet* Presiden Trump. Sementara itu, penelitian Carl Ajjoub et al., (2020) berfokus kepada harga saham perusahaan media dan non media. Hasil penelitian Ahmad H. Juma'h dan Yazan Alnsour (2018) menunjukkan bahwa tidak ada efek yang signifikan dari *tweet* Presiden Trump terhadap pasar saham. Penelitian Carl Ajjoub et al., (2020) menghasilkan kesimpulan bahwa *tweet*

positif mengenai perusahaan media memiliki pengaruh positif terhadap harga saham dibandingkan twit netral atau negatif dan untuk twit negatif mengenai perusahaan non media memiliki pengaruh yang negatif terhadap harga perusahaan dibandingkan twit netral atau positif. Penelitian Ahmad H. Juma'h dan Yazan Alnsour (2018) dan Carl Ajjoub et al., (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan ini memiliki kemiripan terkait sumber informasi yang sama-sama berasal dari media sosial tokoh terkenal. Akan tetapi, terdapat perbedaan dalam profesi tokoh yang diteliti dan pasar modal yang terdampak.

Penelitian terdahulu kelima yang dilakukan Hong Kee Sul et al., (2017) membahas mengenai hubungan antara sentimen kumulatif antara *posting-an* Twitter mengenai perusahaan S&P 500 dengan *return* saham perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode regresi dengan 5 variabel kontrol, yaitu *control1*, *control2*, *earning surprise*, *upgrade*, dan *downgrade*. (Sul et al., 2017). *Control1* merupakan *abnormal return* perusahaan pada hari sebelum peristiwa terjadi (Sul et al., 2017). *Control2* merupakan *cumulative abnormal return* dari perusahaan selama 30 hari sebelum kejadian dengan tidak memasukkan *abnormal return* sehari sebelum peristiwa terjadi (Sul et al., 2017). *Earning surprise* adalah perbedaan antara *earning per share* (EPS) aktual dan median *earning per share* (EPS) (Sul et al., 2017). *Upgrade* dan *downgrade* adalah penjumlahan dari *upgrade* atau *downgrade* dari setiap analis perusahaan pada hari yang sama (Sul et al., 2017).

Hong Kee Sul et al., (2017) menyimpulkan bahwa sentimen dalam twit dari pengguna dengan jumlah pengikut yang sedikit memiliki pengaruh signifikan terhadap *return* saham pada hari *trading* berikutnya, 10 hari berikutnya, dan 20 hari

berikutnya. Penelitian Hong Kee Sul et al., (2017) berbicara terkait hubungan kausalitas antara media sosial dan pasar modal dengan menggunakan metode regresi. Namun, penelitian yang akan dilakukan ini akan berbicara terkait hubungan korelasi antara *posting-an* media sosial Belvin Tannadi dan *return* saham dengan menggunakan metode *event study*.

Secara garis besar, perbedaan antara penelitian ini dengan seluruh penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian dan metode yang digunakan. Penelitian ini akan meneliti hubungan antara *posting-an influencer* saham, Belvin Tannadi, terhadap pasar modal Indonesia. Kebanyakan penelitian terdahulu menggunakan media sosial Twitter sebagai sumber data (Ajjoub et al., 2020; Derouiche & Frunza, 2020; Fan et al., 2020; Juma'h & Alnsour, 2018; Sul et al., 2017). Namun, penelitian ini akan menggunakan Instagram, sebagai sumber data utama. Metode *event study* akan digunakan dalam penelitian ini untuk melihat apakah terdapat reaksi di pasar modal terkait peristiwa tersebut (Cowan, 1992). Penelitian ini akan mengisi celah karena belum adanya penelitian yang meneliti topik tersebut di Indonesia.

Oleh karena masih terdapat kesenjangan terkait fenomena *influencer* saham dengan penelitian yang masih terbatas, penelitian ini dilakukan untuk meninjau hal tersebut. Penelitian ini dituangkan dalam Karya Tulis Tugas Akhir dengan judul “TINJAUAN ATAS *ABNORMAL RETURN* DARI PRAKTIK “POMPOM” SAHAM ALA BELVINMOLOGY”. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang mampu menjawab permasalahan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Fenomena terkait *influencer* saham yang sering kali membagikan informasi tentang saham yang dibelinya di media sosial merupakan hal yang tidak bisa dianggap sebelah mata. Hal ini karena dapat menyesatkan investor baru yang masih minim informasi dan mudah tergiur dengan keuntungan yang dibagikan oleh *influencer* saham. Masih belum adanya penelitian yang membahas hal ini di Indonesia menyebabkan permasalahan ini timbul. Berdasarkan hal tersebut, rumusan permasalahan yang ingin diangkat pada penelitian ini adalah:

- 1) Apakah *posting-an* Belvin Tannadi di media sosialnya memiliki pengaruh terhadap harga saham?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh *posting-an* Belvin Tannadi di media sosialnya terhadap harga saham

1.4 Ruang Lingkup Penulisan

Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian. Objek yang dijadikan penelitian adalah saham-saham yang disebutkan oleh Belvin Tannadi di media sosial Instagram-nya. Penelitian ini hanya akan berfokus pada pergerakan harga saham dari 1 Maret 2021 - 1 Maret 2022 atau selama 248 hari kerja Bursa Efek Indonesia. *Posting-an* yang menjadi ruang lingkup adalah *posting-an* yang mengabarkan bahwa Belvin membeli suatu saham tertentu, *posting-an* yang mengandung kutipan terkait saham tersebut, dan *posting-an* yang mengandung pernyataan bahwa harga suatu saham akan naik dikemudian hari. Penelitian hanya

berfokus dalam meneliti *abnormal return* yang terjadi selama rentang waktu tersebut.

Objek penelitian ini menjadi penting karena masih terbatasnya informasi yang berbicara terkait korelasi antara *posting-an* seorang *influencer* saham dengan pasar modal. Penelitian ini ingin memberikan gambaran terkait hubungan tersebut. Hal ini berguna sebagai sumber informasi untuk para investor. Belvin Tannadi dipilih sebagai objek penelitian karena ia merupakan salah satu *influencer* saham dengan pengikut yang cukup banyak pada media sosialnya. Menurut situs *financer.com* (2022), Belvin Tannadi termasuk 30 *influencer* keuangan berpengaruh di Indonesia sejajar dengan Raditya Dika, Felicia Putri Tjiasaka, dan lain-lain. Komunitas saham yang didirikan oleh Belvin Tannadi, *ilmusaham.com*, juga merupakan salah satu komunitas saham dengan pengikut terbanyak di Indonesia dengan pengikut 77.081 per tahun 2021 (Fachrizal, 2021). Sehingga *posting-an* Belvin Tannadi tentu akan menjangkau masyarakat yang banyak. Hal ini membuat penelitian ini menjadi lebih relevan dan berguna bagi para pengikut Belvin Tannadi.

1.5 Manfaat Penulisan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara praktis maupun teoritis. Manfaat praktis merupakan manfaat yang diterima oleh subyek atau organisasi yang diteliti, sedangkan manfaat teoritis berkaitan dengan pengembangan ilmu pengetahuan dari bidang pengetahuan yang diteliti. Dari segi praktis, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi para calon investor sebagai dasar pertimbangan untuk mengelola

informasi media sosial yang dimiliki agar tidak salah dalam memilih saham yang ingin diinvestasikan.

Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang keuangan. Hasil penelitian ini akan menambah literatur terkait penelitian yang meneliti hubungan antara media sosial dan pasar modal. Hasil penelitian ini juga berguna sebagai penambah referensi penelitian yang menggunakan *efficient market hypothesis* sebagai landasan teori.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan adalah bab pertama yang dituliskan dalam karya ilmiah yang berfungsi mengantarkan pembaca untuk dapat mengetahui siapa dan apa yang diteliti, mengapa dan untuk apa diteliti, kapan diteliti, dimana diteliti, dan bagaimana penelitian tersebut dilakukan (Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada, 2016). Dalam penelitian ini, bab ini akan berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, ruang lingkup penulisan, manfaat penulisan, dan sistematika penulisan KTTA.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori merupakan acuan/kerangka berpikir untuk memecahkan masalah dan peneliti harus memaparkan kajian yang mendalam tentang teori yang terkait dengan penelitian (Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada, 2016). Dalam penelitian ini, bab ini akan memaparkan teori utama yang relevan yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan penelitian.

BAB III METODE DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, bab ini akan menjabarkan mengenai metode terkait penelitian, mulai dari pengumpulan data hingga metode dalam menganalisis data. Bab ini akan berisi desain penelitian, definisi operasional variabel, populasi & sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data (Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada, 2016). Penelitian ini juga akan menjabarkan mengenai pengujian hipotesis dan pembahasan terkait pengujian tersebut.

BAB IV SIMPULAN

Bab ini akan menjabarkan mengenai simpulan yang didapatkan setelah melakukan analisis. Simpulan menjawab tujuan penelitian dan merupakan ringkasan temuan penelitian (Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada, 2016). Bab ini juga akan berisi saran dan keterbatasan penelitian.