

BAB IV

SIMPULAN

4.1 Simpulan

Media sosial menyediakan informasi yang tak terbatas akan suatu hal. Salah satunya adalah informasi mengenai saham. Beberapa orang membagikan aktivitas investasi dan informasi mengenai saham kepada pengikutnya. *Influencer* saham adalah sebutan untuk orang yang memiliki banyak pengikut dan sering membagikan informasi mengenai saham di media sosialnya (Dogan et al., 2020; Pahlevi, 2021). Salah satu *influencer* saham tersebut adalah Belvin Tannadi. Belvin Tannadi kerap memberikan informasi bahwa suatu saham akan naik dikemudian waktu. Penelitian ini menguji apakah informasi tersebut dapat berpengaruh terhadap *return* yang didapatkan oleh investor saham. Dengan menggunakan 266 *posting-an* Instagram Belvin Tannadi selama 1 Maret 2021 hingga 1 Maret 2022, peneliti melakukan uji statistik guna menguji hipotesis penelitian yang diajukan.

Setelah dilakukan pengujian terhadap data yang digunakan, kesimpulan yang didapatkan oleh peneliti sebagai berikut:

- 1) Dari uji statistik yang melibatkan 141 saham yang terdiri dari beberapa fase, terdapat 6 saham yang terdiri dari beberapa fase mengalami perubahan *abnormal return* yang signifikan pada hari di sekitar ketika Belvin melakukan *posting-an*

di Instagramnya. Sedangkan 135 saham yang terdiri dari beberapa fase tidak mengalami perubahan *abnormal return* yang signifikan.

- 2) Uji statistik untuk melihat perbedaan *abnormal return* di hari sebelum dan sesudah Belvin melakukan “pompom” di Instagram menghasilkan 4 saham yang terdiri dari beberapa fase mengalami perbedaan *abnormal return* yang signifikan. Akan tetapi, 111 saham yang terdiri dari beberapa fase tidak menunjukkan perbedaan *abnormal return* yang signifikan di hari sebelum dan sesudah Belvin melakukan “pompom” di Instagram.
- 3) Uji statistik 3 kelompok atau lebih dengan membagi saham dan fase berdasarkan sektor yang ada di Bursa Efek Indonesia menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat perbedaan *average of average abnormal return* antar sektor yang signifikan.

4.2 Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang dilakukan masih jauh dari kata sempurna. Peneliti menghadapi keterbatasan dalam menentukan *event window* dan *event day*. Penelitian ini didasari oleh metode *event study*. Oleh karena itu, penetapan *event window* dan *event day* merupakan langkah yang cukup krusial. Peneliti menggunakan *event window* harian dengan *pre-event window* selama 5 hari dan *post-event window* berdasarkan “pompom”-an selanjutnya. Hal ini dilakukan agar memudahkan dalam mengamati peristiwa. Penentuan *event day* dilakukan dengan cara melihat hari pertama kali “pompom” dilakukan. Jika selama 7 hari setelah “pompom” pertama masih terdapat “pompom” selanjutnya, maka “pompom” tersebut masih termasuk *event window* yang sama. Namun, jika selama

7 hari tidak dilakukan “pompom”, maka “pompom”-an selanjutnya akan menjadi *event day* yang baru. Keterbatasan ini terjadi karena terbatasnya waktu penyusunan.

Belvin merupakan seorang “bandar” dan *trader*. Penentuan *event day* tidak bisa dilakukan hanya melalui satu media sosialnya saja. Hal ini karena bisa saja Belvin telah melakukan “pompom” saham di media sosial lainnya. Peneliti menyarankan penelitian selanjutnya untuk memperhatikan seluruh media sosial Belvin dan mempersingkat periode pengamatan. Dengan kata lain, mengubah pengamatan *event window* yang sebelumnya harian menjadi jam. Jika masih ingin menggunakan satuan hari, penelitian selanjutnya harus menaruh perhatian lebih dalam menentukan *pre-event window* dan *post-event window*. Hal ini dilakukan untuk mencegah informasi yang bias atau terserap dengan cepat oleh harga pasar.