

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu aktivitas keuangan yang saat ini mulai dilirik oleh banyak masyarakat adalah investasi. Investasi merupakan komitmen yang dilakukan oleh seseorang terhadap dana yang dimiliki dan dilakukan pada saat ini dengan tujuan mendapatkan sejumlah keuntungan dimasa yang akan datang (Tandelilin, 2010:2). Ada berbagai instrumen yang dapat dipilih oleh investor dalam melakukan investasi. Pasar modal merupakan tempat atau pasar yang menyediakan berbagai instrumen keuangan yang dapat diperjualbelikan, salah satunya yaitu saham. Melalui pasar modal, investor (orang yang melakukan investasi) dapat menempatkan dananya untuk berinvestasi.

Investor tentu akan meletakkan dana investasi dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Umumnya, pencarian informasi dilakukan dengan penyaringan terhadap instrumen yang hendak mereka pilih, baik dari segi *return* yang dijanjikan dan juga sesuai dengan *profile risk* yang dimiliki oleh setiap individu. Informasi yang didapat oleh masing-masing investor tentu akan beragam, dan dapat berbeda bagi satu investor dengan investor lainnya. Informasi ini yang akan menggerakkan proses jual beli dalam pasar modal, hal ini terjadi karena investor yang memiliki lebih banyak informasi cenderung dapat mengubah pergerakan pasar modal. Dari hal ini dapat diketahui bahwa aktivitas pasar modal akan bergerak sesuai dengan informasi-informasi yang beredar dan ditangkap oleh para investor. Ada banyak informasi yang dibutuhkan oleh seorang investor, diantaranya yaitu kinerja perusahaan, data historis perusahaan, kondisi mikro (kondisi perusahaan pada saat ini), kondisi makro (kondisi perekonomian sebuah negara), dan lain sebagainya. Banyaknya informasi yang dibutuhkan tidak lepas dari media yang menyediakan informasi tersebut. Ada banyak media yang dapat dimanfaatkan oleh investor dalam mencari informasi yang berkaitan dengan

emiten yang hendak dijadikan tujuan investasi, seperti koran, berita di televisi, dan sebagainya. Saat ini, sumber informasi yang sangat erat dengan investor berasal dari penggunaan akses internet. Seperti diketahui, internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dan secara otomatis tersambung oleh seluruh pengguna *gadget* diseluruh dunia setiap harinya.

Internet merupakan media yang paling mudah dijangkau dan digunakan oleh masyarakat, khususnya dalam era industri 4.0. Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah pengguna internet yang meningkat tiap tahunnya. Berdasarkan hasil *polling* yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dalam Orenzi (2019), jumlah pengguna internet Indonesia bertumbuh sebesar 10,12%. Angka ini meningkat dari tahun sebelumnya. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh *Hootsuite* dan juga *We Are Social*, dimana menurut mereka, pengguna internet Indonesia telah tembus diangka 150 juta penduduk, dibanding tahun sebelumnya, 2018, sebesar 143 juta. Berikut adalah data yang menunjukkan tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia :

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia hingga Januari 2019

<i>Total Population</i>	268,2 Million
<i>Mobile Subscriptions</i>	355,5 Million
<i>Internet Users</i>	150,0 Million
<i>Active Social Media Users</i>	150,0 Million
<i>Mobile Social Media Users</i>	130,0 Million

Sumber : Hootsuite dan We Are Social

Dalam penelitian yang sama, hasil menunjukkan sepuluh *websites* teratas yang memiliki tingkat kunjungan tertinggi dari pengguna internet di Indonesia. Tingkat teratas diduduki oleh Google.com dan selanjutnya diduduki oleh Google.co.id. Hal ini membuktikan bahwa pengguna internet di Indonesia menggunakan *Google Search* sebagai sarana untuk mencari informasi yang mereka butuhkan. Berikut adalah data *Similarweb's Top Websites by Average Monthly Traffic* yang dihasilkan oleh penelitian oleh *Hootsuite* dan juga *We Are Social* :

Tabel 1.2
Similarweb's Top Websites by Average Monthly Traffic

<i>Website</i>	<i>Category</i>	<i>Monthly Traffic</i>
Google.com	<i>Search</i>	1,028,900,000
Google.co.id	<i>Search</i>	702,300,000
Facebook.com	<i>Social</i>	605,200,000
Youtube.com	<i>TV&Video</i>	504,400,000
Tribunnews.com	<i>News</i>	215,000,000
Detik.com	<i>News</i>	137,300,000
Tokopedia.com	<i>Shopping</i>	124,500,000
Yahoo.com	<i>News</i>	89,800,000
Whatsapp.com	<i>Communication</i>	88,500,000
Bukalapak.com	<i>Shopping</i>	87,200,000

Sumber : Hootsuite dan We Are Social

Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia ternyata juga sejalan dengan tingkat pertumbuhan investor di Indonesia (Fauzia, 2019). PT. KSEI (Kustodian Efek Indonesia) mencatat bahwa terjadi pertumbuhan jumlah investor yang cukup signifikan. Friderica Widyasari Dewi, direktur utama KSEI mengungkapkan, per 26 Desember 2018 jumlah *Single Investor Identification* atau SID meningkat dari 1.122.668 SID pada 2017 menjadi 1.617.367 SID ditahun 2018 atau sebesar 44 persen. Pihak BEI menyatakan, dari sisi demografi, generasi muda berusia 18-25 tahun ambil andil dalam pertumbuhan jumlah investor di Indonesia. Mereka adalah pemegang pertumbuhan tertinggi tidak hanya di tahun lalu, namun juga dalam 2 tahun terakhir. Direktur Pengembangan BEI, Hasan Fauzi mengatakan bahwa peningkatan investor milenial berjumlah lebih dari 100 persen, tepatnya 128 persen. Angka ini bukanlah angka yang kecil dan juga menunjukkan kesadaran generasi muda akan pentingnya berinvestasi (Nurfadilah, 2019; Pratomo, 2019).

Dalam melakukan investasi, investor membutuhkan banyak informasi, baik informasi keuangan maupun informasi non-keuangan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil sebuah keputusan. Informasi yang diterima oleh investor juga akan berpengaruh terhadap perubahan harga saham di pasar modal. Adanya pergerakan dan tambahan informasi yang diterima oleh investor

akan membuat sebuah saham melakukan penyesuaian terhadap harganya. Kondisi dimana harga saham mengalami penyesuaian secara cepat dengan adanya tambahan informasi itulah yang disebut dengan efisiensi pasar modal. Saat ini, informasi yang diterima oleh seorang investor tidak hanya berasal dari laporan keuangan, maupun media *offline*, namun informasi yang disebar oleh pihak emiten dapat berasal dari media internet yang mana secara keseluruhan, informasi tersebut dapat ditemukan melalui mesin pencarian Google. Pengaruh informasi yang ditampilkan oleh sebuah pencarian web terhadap pengambilan keputusan telah sering dibahas dalam berbagai bidang keilmuan. Pencarian informasi melalui sebuah web berhubungan dengan motivasi seseorang dalam pengambilan keputusan (Da, Engelberg, dan Gao, 2011). Saat ini, pencarian informasi dalam sebuah web telah menjadi salah satu perilaku yang penting. Hal ini menyebabkan aktivitas pencarian *online* dapat mengindikasikan perhatian seseorang dalam mengambil sebuah keputusan.

Pencarian informasi akan memampukan seorang investor untuk menganalisis kondisi pasar modal yang sedang terjadi. Pada umumnya, aktivitas pasar modal dapat ditinjau dari tiga hal, yaitu *Abnormal Return*, *Abnormal Trading Volume*, dan volatilitas harga saham. *Abnormal Return* merupakan indikator yang digunakan untuk melihat keadaan pasar yang sedang terjadi. Apabila sebuah informasi memberikan reaksi dalam perdagangan di pasar modal, maka informasi tersebut dikatakan memiliki nilai guna bagi investor. *Abnormal Trading Volume* akan mengindikasikan apakah suatu peristiwa yang dipublikasikan mampu berpengaruh terhadap aktivitas di pasar modal. Volatilitas harga adalah ukuran populer untuk mengevaluasi bagaimana *return* saham bervariasi dari waktu ke waktu.

Mesin pencarian Google sejauh ini merupakan *platform* yang paling populer dan digunakan untuk mengumpulkan informasi serta bermanfaat bagi dunia. Menurut Haford (2017) hampir 90% pencarian informasi dalam internet dilakukan oleh orang-orang di dunia ini dengan memanfaatkan mesin pencarian Google. Banyak bisnis juga mengandalkan informasi yang disediakan oleh Google untuk menarik perhatian pelanggan potensialnya. Tidak hanya

menyediakan informasi, Google juga dapat melakukan analisis dan memberikan hasil statistik terhadap berbagai pertanyaan yang diketik dalam mesin pencariannya. Semua orang memiliki akses untuk mendapatkan hasil statistik terhadap analisis yang dilakukan melalui halaman *web* Google Trends. Fitur ini mampu mendapatkan banyak perhatian dari berbagai komunitas, perusahaan, dan berbagai lapisan masyarakat karena fitur ini mampu mengidentifikasi suatu tren yang sedang terjadi dalam masyarakat dan juga memprediksi dinamika dalam berbagai bidang di seluruh dunia.

Hubungan antara mesin pencarian Google dan aktivitas pasar saham akhir-akhir ini mampu menarik banyak perhatian berbagai peneliti. Volume pencarian Google (*Google's Search Volume Index* – selanjutnya disingkat menjadi SVI) saat ini telah diyakini sebagai proksi untuk mengukur perhatian investor dan tingkat sentimen investor yang signifikan (Da, Engelberg, dan Gao, 2011). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Da et al. (2011) ditemukan bahwa peningkatan SVI mampu memprediksi harga saham dalam dua minggu dan tingkat *return* dalam tahun yang sama. Namun, Vozlyublennaia (2014) menemukan bahwa SVI tidak mempengaruhi kinerja indeks saham, komoditas, dan obligasi.

Da, Engelberg, dan Gao (2014) memanfaatkan volume pencarian internet untuk pertanyaan terkait dengan sikap finansial dan ekonomi serta mengemukakan indeks pencarian Google sebagai ukuran baru yang menginterpretasikan sentimen investor dan menemukan bahwa indeks ini tidak hanya mampu memprediksi *abnormal return*, tetapi juga mampu meningkatkan terjadinya volatilitas. Vlastakis dalam Kim, Lu, dan Molnár (2019) menyatakan bahwa *volume* pencarian internet berhubungan positif dengan volatilitas dan *volume trading* (dalam penelitian terhadap perusahaan-perusahaan terbesar di Amerika Serikat). Kekuatan prediksi yang dilakukan oleh mesin pencarian Google dalam penelitian Takeda dan Wakao (2014) memiliki hubungan yang lemah terkait dengan tingkat *return* dan lebih kuat terkait dengan *volume trading*.

Semakin mudahnya pengaksesan informasi maka investor dapat lebih mudah dalam pengambilan keputusan investasi. Namun untuk membuktikan hal tersebut perlu diadakan suatu penelitian yang membuktikan apakah investor di Indonesia

juga memanfaatkan informasi dari internet untuk pengambilan keputusan sehingga penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi para emiten, apakah informasi tentang kondisi perusahaan yang dipublikasikan melalui internet dapat berdampak bagi perusahaan tersebut, disamping manfaat yang diterima oleh investor. Penelitian ini akan berfokus pada perusahaan yang memiliki tingkat pencarian tinggi dalam mesin pencarian Google dan karena adanya *gap* atau perbedaan dari penelitian sebelumnya, maka berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, penelitian ini akan membahas pengaruh pencarian melalui google search terhadap aktivitas pasar modal yang diproksikan dengan *abnormal return*, *abnormal trading volume*, dan volatilitas harga saham periode 2016-2018.

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Apakah pencarian melalui *Google Search* berpengaruh terhadap *Abnormal Return* saham di pasar modal?
2. Apakah pencarian melalui *Google Search* berpengaruh terhadap *Abnormal Trading Volume activity* saham di pasar modal?
3. Apakah pencarian melalui *Google Search* berpengaruh terhadap volatilitas harga perdagangan saham di pasar modal?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pencarian melalui *Google Search* terhadap *Abnormal Return* saham di pasar modal

2. Untuk mengetahui pengaruh pencarian melalui *Google Search* terhadap *Abnormal Trading Volume activity* saham di pasar modal
3. Untuk mengetahui pengaruh pencarian melalui *Google Search* terhadap volatilitas harga perdagangan saham di pasar modal

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman bagi studi lanjut dalam membahas pengaruh pencarian melalui *google search* terhadap aktivitas pasar modal

1.4.2 Manfaat Praktis

Makalah ini dapat membantu investor serta para emiten dalam mengetahui pengaruh pencarian melalui *google search* terhadap aktivitas pasar modal. Untuk investor, penelitian ini dapat membantu dalam pengambilan keputusan investasi dengan mempertimbangkan informasi yang disediakan oleh Google, dan untuk emiten, penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan perlu tidaknya penyebaran informasi melalui internet (seberapa besar investor memanfaatkan Google dalam mengakses informasi mengenai emiten tersebut).

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang disusun berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang berisi teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan atau topik yang diteliti, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, serta model penelitian.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang desain penelitian yang dilakukan, identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik penyampelan, serta analisis data.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, akan dipaparkan mengenai gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data yang meliputi analisis *google search volume index* terhadap aktivitas pasar modal, hasil analisis data lengkap berdasarkan teori dan konsep penelitian terbaru.

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini akan dijelaskan kesimpulan secara menyeluruh berdasarkan analisis dari bab-bab sebelumnya, keterbatasan dalam penelitian ini, dan saran bagi pelaku industri serta penelitian selanjutnya berdasarkan temuan penelitian.