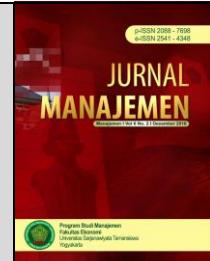




JURNAL MANAJEMEN

Terbit online : <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>



HUBUNGAN DEMOGRAFI DENGAN LAMA PENGALAMAN INVESTASI SEORANG INVESTOR DI KOTA SURABAYA

Sharon Wong¹
Angelique Jocelyn²
Natasya Mintarja³

^{1,2,3}Finance and Investment, School of Business and Management, Petra Christian University

Email: 5h4ron.wong@gmail.com

Informasi Naskah

Diterima:

10 November 2024

Revisi:

17 Desember 2024

Terbit:

30 Desember 2024

Kata Kunci:

Demographic factors,
Stock investment
experience

Abstract

The primary aim of this study is to analyze the relationship between demographic factors and the investment experience of stock investors. Specifically, it explores how factors such as gender, age, educational level, income level and occupation are related to the duration of an investor's experience in the stock market.

This study is quantitative and employs a purposive sampling technique, focusing on stock investors in Surabaya City with a sample size of 110 respondents. Data was collected through a questionnaire created on Google Forms. The data acquired was analyzed using SPSS Version 29 software, employing two statistical tests, Chi-Square test and ANOVA.

The Chi-Square test was used to examine the relationships between demographic factors - gender, age, occupation, educational level and income level - are significantly related to an investor's investment experience. Based on the ANOVA test, which was used to compare differences, it is shown that only gender had a significant impact on investment experience.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pasar modal di Indonesia terus bertumbuh dengan pesat (Budiyanti & Lisnawati, 2011). Hal ini ditunjukkan dari aktivitas investasi di pasar modal Indonesia terus meningkat setiap tahunnya yang mencerminkan optimisme para investor meski kondisi makroekonomi yang tidak luput dari ketidakpastian (Binekasri, 2024). Jumlah investor saham di Indonesia meningkat dari 811 ribu menjadi 5,25 juta (Bursa Efek Indonesia, 2023). Di Jawa Timur sendiri, terdapat peningkatan jumlah *Single Investor Identification* (SID), yaitu dari

578.958 di bulan Februari 2023 menjadi 721.354 di bulan Februari 2024 (Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur, 2024). Surabaya menjadi kota dengan jumlah SID terbanyak di Jawa Timur, yakni 298.401 di tahun 2023 (OJK, 2023). Per bulan Agustus 2024, pasar saham Indonesia didominasi oleh investor individu yang merupakan laki-laki (61,84%), berusia di bawah 30 tahun (54,96%), bekerja sebagai pegawai swasta, negeri, dan guru (31,44%), berpendidikan terakhir SMA (45,75%), dan berpenghasilan Rp 10 juta – Rp 100 juta per tahun (44,94%) (Bursa Efek Indonesia, 2024).

Faktor demografi, seperti *gender*, usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan pekerjaan, berhubungan dengan ketertarikan seseorang untuk berinvestasi (Bhola et al., 2012; Gultom et al., 2024; Kristina et al., 2022). Ketertarikan ini menjadi modal awal untuk mulai berinvestasi (Juanita, 2017). Faktor *gender* mempengaruhi ketertarikan terhadap investasi, dimana perempuan cenderung memiliki pengalaman berinvestasi minim, karena menganggap investasi saham sebagai sebuah tindakan yang rumit dan berisiko (Charness & Gneezy, 2010; Jawaheer et al., 2016). Dari segi usia, anak muda cenderung memiliki pengalaman dalam berinvestasi di pasar saham karena memiliki jangka waktu investasi yang lebih panjang, sehingga memiliki kapasitas lebih besar dari orang tua untuk menampung risiko (Rabener, 2020). Pendidikan dan penghasilan seseorang juga memiliki hubungan dengan partisipasi dan pengalaman berkecimpungan di pasar saham, dimana orang-orang yang berpenghasilan rendah dan memiliki jenjang pendidikan yang rendah memiliki kemungkinan lebih kecil untuk berpartisipasi dan memiliki pengalaman di pasar saham, dikarenakan kecenderungan untuk berinvestasi dengan buruk (Calvet et al., 2007). Ketika dilihat dari sisi pekerjaan, para pengusaha dan karyawan yang memiliki posisi manajerial lebih cenderung berpengalaman dalam berinvestasi saham, karena sifat mereka yang ambisius dan berani mengambil risiko (Vaarmets et al., 2019).

Dalam berinvestasi, seorang investor dapat mengandalkan *awareness media online*, seperti kanal berita *online* dan media sosial, untuk menjadi sumber utama untuk memperoleh informasi (Abu-Thaleb & Nillson, 2021). Dengan semakin banyaknya orang yang menggunakan media *online* untuk mengakses berita, konten-konten *digital* mengenai investasi saham juga ramai dibahas di media *online*, terutama di media sosial, seperti Tiktok dan Instagram (Jiao et al., 2020). Sebagai contoh, Doddy Prayogo, seorang investor dan *influencer* saham dari kota Surabaya dengan 160,2K *followers* kerap membagikan tips berinvestasi dan rekomendasi saham di aplikasi media sosial Tiktok (Doddy Bicara Investasi, n.d.). *Herding behavior* juga menjadi salah satu perilaku yang sering dilakukan investor, dimana investor akan cenderung untuk meniru tindakan investor lain yang dianggap kredibel, karena investor akan cenderung memandang positif emiten-emiten yang direkomendasikan oleh investor yang dianggap kredibel (Bergkvist & Zhou, 2016; Chairunnisa & Dalimunthe, 2021; Erdogan, 1999). Sebagai contoh, Lo Kheng Hong, seorang investor handal di Indonesia, seringkali membagikan tips untuk menjadi investor sukses dan menjadi acuan bagi para investor Indonesia karena kepercayaan para investor terhadap Lo Kheng Hong yang berpengalaman dalam berinvestasi saham (Aprilia, 2024). Sesuai dengan penjabaran di atas, maka hubungan latar belakang demografi investor saham dan periode lamanya berinvestasi merupakan hal yang menarik untuk diteliti lebih lanjut.

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Faktor Demografi

Faktor demografi adalah faktor-faktor yang terdapat dalam struktur penduduk dan

perkembangannya, seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, status pernikahan dan sebagainya (Hanum, 2000). Salah satu faktor demografi yang diteliti adalah jenis kelamin, dari hasil penelitian, wanita cenderung menggunakan perasaan daripada emosi, sehingga dapat dilihat bahwa mayoritas investor dari penduduk kota Surabaya yang melakukan investasi adalah wanita, hal ini membuktikan bahwa jenis kelamin juga mempengaruhi lama investasi seseorang (Putra & Cipta, 2022). Faktor demografi yang berikutnya adalah usia, hal ini juga dapat sangat mempengaruhi seorang untuk berinvestasi, contohnya saat ini lebih banyak anak muda atau Gen Z yang melakukan investasi daripada orang yang telah berusia diatas 25 tahun (Rahmawati & Rosita, 2023).

Dalam hal tingkat pendidikan, semakin tinggi pendidikan seseorang, maka semakin banyak wawasan yang dimilikinya, contohnya adalah wawasan berinvestasi. Dari penelitian dapat dilihat bahwa banyak investor yang pendidikan terakhirnya adalah S1. Berikutnya adalah pendapatan, hal ini adalah salah satu faktor yang penting karena dari pendapatan ini dapat sangat mempengaruhi seseorang untuk melakukan investasi atau tidak (Kholis et al., 2018) . Yang terakhir adalah jenis pekerjaan, hal ini tentu juga merupakan hal yang menentukan apakah orang tersebut akan melakukan investasi atau tidak, dan sebagian besar dari investor merupakan pelajar/mahasiswa. Hal ini dikarenakan seorang pelajar atau mahasiswa memiliki cukup banyak waktu luang sehingga mereka bisa melakukan trading (Christanti et al., 2011). Karakteristik demografi dari seorang investor dapat mempengaruhi pemodal untuk melakukan investasi. Faktor-faktor demografi tersebut mengarah pada keputusan seorang investor untuk melakukan investasi (Lathifatunnisa & Nur Wahyuni, 2021).

Hubungan Faktor Demografi Terhadap Pengalaman Berinvestasi

Beatrice et al. (2021) menyatakan bahwa faktor demografi yaitu *gender*, usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan pekerjaan, secara signifikan berhubungan dengan pengalaman investasi oleh investor di pasar saham. Setiap faktor secara unik membentuk cara investor mengambil keputusan finansial dan manajemen risiko. Jenis kelamin memainkan peran penting dalam perilaku investasi. Studi menunjukkan bahwa pria sering kali menunjukkan toleransi risiko lebih tinggi daripada wanita, sehingga investor pria mengadopsi strategi investasi lebih agresif. Sebaliknya, wanita lebih cenderung memilih investasi konservatif karena toleransinya lebih rendah terhadap risiko.

Usia juga mempengaruhi lama pengalaman investasi seseorang. Investor yang lebih muda dengan waktu lebih banyak sebelum pensiun, mampu mengambil investasi berisiko lebih tinggi yang menawarkan potensi keuntungan lebih besar. Sebaliknya, investor lebih tua sering memprioritaskan mempertahankan modal dan lebih memilih portofolio lebih rendah risiko ketika mendekati atau memasuki masa pensiun (Lutfi, 2010). Tingkat pendidikan merupakan faktor penting lainnya dimana pendidikan tinggi sering kali berkorelasi dengan pemahaman yang lebih baik tentang instrumen keuangan yang kompleks serta strategi investasi. Selanjutnya akan mendukung pengembangan portofolio yang terdiversifikasi dan optimal. Individu dengan latar belakang pendidikan terbatas akan kurang memiliki sumber daya atau kepercayaan diri untuk kegiatan investasi lebih canggih.

Tingkat pendapatan mempengaruhi kapasitas dan strategi investasi. Individu dengan penghasilan lebih tinggi biasanya memiliki lebih banyak dana yang dapat dibelanjakan, sehingga memungkinkan untuk membangun portofolio lebih luas dan beragam. Sebaliknya, individu dengan pendapatan lebih rendah cenderung lebih konservatif dalam berinvestasi, meminimalkan risiko karena sumber daya keuangannya terbatas. Pekerjaan berhubungan dengan literasi keuangan dan pengambilan keputusan. Para profesional yang bekerja di bidang

keuangan cenderung memiliki pengetahuan keuangan lebih tinggi, sehingga memungkinkan investor membuat pilihan investasi lebih terinformasi dan strategis. Di sisi lain, individu yang bekerja di bidang non-keuangan mungkin lebih bergantung pada penasihat keuangan atau menunjukkan perilaku investasi yang berbeda dikarenakan latar belakang karir.

Awareness Media Online dan Perilaku Herding

Kemajuan teknologi yang pesat membuat akses informasi semakin mudah, terutama melalui media *online*. Saat ini, berbagai macam informasi telah tersedia, sehingga dapat mempengaruhi keputusan investasi secara signifikan. Namun, perlu diperhatikan bahwa informasi tersebut dapat dipercaya dan jelas. Berbagai informasi yang dibagikan, seperti prediksi kenaikan atau penurunan harga saham dan berita, merupakan informasi yang dapat mempengaruhi nilai saham, dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan investor. Investor berusaha mengandalkan informasi semacam itu sebagai panduan melakukan investasi. Oleh karena itu, investor perlu melakukan evaluasi atas kredibilitas sumber informasi tersebut secara kritis.

Salah satu fenomena psikologis yang mempengaruhi keputusan investasi adalah perilaku *herding*. *Herding* adalah kecenderungan investor untuk mengikuti tindakan mayoritas, membuat keputusan beli atau jual berdasarkan apa yang dilakukan orang lain, daripada melakukan analisis independen. Perilaku *herding* dapat menyebabkan pilihan investasi yang tidak rasional, karena keputusan dibuat berdasarkan tindakan dan ide orang lain, sering kali didorong oleh emosi daripada penalaran yang cermat. Menurut Sibarani (2011), investor yang menunjukkan perilaku *herding* biasanya kurang memiliki pengetahuan tentang pasar saham dan lebih cenderung mengikuti kerumunan. Perilaku ini terutama lazim di antara individu yang kurang memiliki pemahaman mendalam tentang pasar, sehingga investor menjadi lebih rentan terhadap pengaruh tren media sosial dan media online.

Penelitian terbaru mengenai kesadaran media sosial dan perilaku *herding* telah menggiring opini akibat kemudahan akses informasi melalui platform *online*. Media sosial, khususnya, telah menjadi alat yang ampuh untuk membentuk persepsi dan perilaku investor, yang terkadang membuat investor meniru tindakan orang lain tanpa pemahaman yang komprehensif mengenai implikasi keuangannya. Studi Bikhchandani et al. (2019) dan Shiller (2020) menyoroti bahwa platform media sosial berkontribusi pada perilaku herding dengan menciptakan lingkungan di mana opini dan tren populer mendominasi, yang semakin memperkuat perilaku kelompok di pasar keuangan.

Rahman & Abstrak (2021) menyebutkan durasi pengalaman berinvestasi oleh seorang investor dapat dipengaruhi oleh kerentanan individu terhadap perilaku tersebut. Investor yang lebih sadar akan potensi jebakan pengaruh media sosial dan penggiringan opini dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi dan rasional, yang mengarah pada pengalaman investasi jangka panjang dan lebih stabil. Sebaliknya, investor yang sangat terpengaruh oleh kerumunan orang banyak terlibat dalam perilaku trading jangka pendek dan reaktif sehingga memungkinkan tidak menghasilkan hasil jangka panjang yang menguntungkan. Oleh karena itu, memahami hubungan antara kesadaran media sosial, perilaku herding, dan durasi keterlibatan investor di pasar sangat penting untuk mendorong pengambilan keputusan yang lebih baik dan memitigasi risiko investasi emosional.

Hipotesa

H1 : Karakteristik demografi (jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, pendidikan) investor berhubungan dengan pengalaman berinvestasi

Kerangka Berpikir



METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Berdasarkan Fraenkel & Wallen (1993), minimal sampel yang digunakan untuk penelitian deskriptif adalah 100 orang. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data yang diperoleh berasal dari kuesioner melalui Google Form yang telah disebarluaskan ke masyarakat yang sudah berinvestasi secara online. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis hubungan menggunakan uji Chi Square dan analisis perbedaan demografi terhadap *awareness* sosial media dan perilaku *herding* menggunakan uji one way ANOVA dengan program software SPSS 29. Skala pengukuran variabel *awareness* sosial media dan perilaku *herding* menggunakan skala likert dengan nilai 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju) dalam penelitian ini. Tabel 1 menampilkan detail pengukuran dari kedua variabel yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang telah dibagikan ini, dilakukan dengan melakukan pendekatan kepada responden, menjamin anonimitas, serta ketersediaan menjadi partisipan sukarela. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada kuesioner diadaptasi dari literatur yang ada dan kemudian disesuaikan dengan konteks yang lebih spesifik dan sesuai.

Table 4. Pernyataan Setiap Faktor di Kuesioner

Variabel	Sumber
<i>Awareness media online</i>	
1. Saya mengakses media online untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi pasar saham dan emiten-emiten saham.	(Abu-Thaleb & Nillson, 2021)
2. Informasi dari media online (contoh: berita <i>online</i> , media sosial), mempengaruhi keputusan investasi saya.	
3. Saya lebih percaya dengan informasi yang berasal dari media online daripada sumber informasi perusahaan yang tradisional, seperti laporan keuangan perusahaan.	
4. Saya merasa informasi yang akurat mudah untuk didapatkan dari berbagai sumber media yang tersedia.	
5. Saya bisa membedakan antara media yang menyajikan informasi keuangan dengan cara sensasional dan media yang menyajikan informasi berbasis data factual.	
<i>Perilaku herding</i>	
1. Pilihan investasi saya dipengaruhi oleh pilihan saham investor lain.	(Tan et al., 2008)
2. Pilihan investasi saya dipengaruhi oleh pilihan volume saham investor lain.	
3. Keputusan investasi saya dipengaruhi oleh keputusan jual-beli saham investor lain.	

-
4. Saya biasanya merespons dengan cepat terhadap fluktuasi pilihan investor lain.
 5. Saya biasanya melacak respons investor lain terhadap pasar saham
-

Pada **Tabel 2**, sejumlah faktor demografis memiliki peran penting sebagai latar belakang investor dalam penelitian ini, yaitu jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan pekerjaan. Perempuan mendominasi dengan proporsi lebih dari 50%, lalu mayoritas responden berada dalam rentang usia 15 hingga 25 tahun. Sebagian besar responden juga berpendidikan terakhir di tingkat perguruan tinggi. Selain itu, sebagian besar responden yang terlibat dalam penelitian ini memiliki pendapatan rata-rata di bawah atau sama dengan Rp5.000.000, dengan persentase mencapai 40%. Terungkap bahwa ada lebih dari 50% dari responden baru mulai berinvestasi dalam rentang waktu 1 hingga 3 tahun terakhir. Sedangkan responden dengan kurun waktu 4 hingga 6 tahun terakhir terlihat bahwa kurang dari 20% dan responden dengan kurun waktu lebih dari 6 tahun terakhir kurang dari 15%.

Tabel 2. Data Demografi

	<i>Group</i>	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Lama Berinvestasi	1-3 tahun	75	68.2
	4-6 tahun	19	17.3
	> 6 tahun	16	14.5
Rata-rata Pendapatan	<=Rp5.000.000	44	40.0
	Rp.5.000.001 - Rp.10.000.000	23	20.9
	Rp.10.000.001 - Rp.15.000.000	15	13.6
	Rp.15.000.001 - Rp.20.000.001	8	7.3
	>=Rp20.000.001	20	18.2
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	53	48.2
	Karyawan	31	28.2
	Wiraswasta	21	19.1
	Profesi (contoh: dokter/pengacara)	2	1.8
	Freelancer	3	2.7
Tingkat Pendidikan	SMA/SMK	43	39.1
	S1	54	49.1
	S2	13	11.8
	S3	-	-
Jenis Kelamin	Perempuan	69	62.7
	Laki-laki	41	37.3
Umur	15-25 tahun	66	60.0
	26-35 tahun	9	8.2
	36-45 tahun	13	11.8
	46-55 tahun	18	16.4
	56-65 tahun	3	2.7
	66-75 tahun	1	0.9

Tabel 3 menampilkan skala ukur mean sebagai alat untuk mengukur dan mengevaluasi persepsi responden terkait *awareness* pada sosial media dan perilaku herding. Melalui pendekatan ini, persepsi investor akan memberikan wawasan yang lebih jelas dan komprehensif terkait kecenderungan umum dan pola pikir responden yang mengarah pada pengambilan keputusan

investasi. Dapat dilihat dari **Tabel 3** bahwa hasil rata-rata mean dari *awareness media* adalah 3,972 dan SD 0,9254 , sedangkan untuk rata-rata mean *herding behaviour* adalah 3,818 dan SD 1,068, disimpulkan bahwa hal ini membuktikan bahwa faktor *awareness media* memiliki rata-rata mean dan SD lebih besar daripada faktor *herding behaviour*. Hal ini menunjukkan sosial media merupakan salah satu alat yang dipakai investor untuk mencari informasi sebelum pengambilan keputusan investasi, dan perilaku *herding* menunjukkan persepsi investor yang bias akibat pengaruh dari sekelompok investor.

Tabel 3. Statistik Deskriptif

<i>Variabel</i>		<i>Mean</i>	<i>SD</i>
<i>Awareness Factor</i>			
1	Saya mengakses media online untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi pasar saham dan emiten-emiten saham	4.51	0.726
2	Informasi dari media online (contoh: berita online, media sosial) mempengaruhi keputusan investasi	4.07	0.843
3	Saya lebih percaya dengan informasi perusahaan yang berasal dari media online daripada sumber informasi perusahaan yang tradisional, seperti laporan keuangan perusahaan	3.30	1.223
4	Saya merasa informasi yang akurat mudah untuk didapatkan dari berbagai sumber media yang tersedia	3.88	0.955
5	Saya bisa membedakan antara media yang menyajikan informasi keuangan dengan cara sensasional dan media yang menyajikan informasi berbasis data aktual	4.10	0.88
<i>Average</i>		3.972	0.9254
<i>Herding Behavior</i>			
1	Pilihan investasi saya dipengaruhi oleh pilihan saham investor lain	3.92	1.024
2	Pilihan investasi saya dipengaruhi oleh pilihan volume saham investor lain	3.75	0.981
3	Keputusan investasi saya dipengaruhi oleh keputusan jual-beli saham investor lain	3.95	1.164
4	Saya biasanya merespons dengan cepat terhadap fluktuasi pilihan investor lain	3.62	1.049
5	Saya biasanya melacak respons investor lain terhadap pasar saham	3.85	1.077
<i>Average</i>		3.818	1.068

Lebih lanjut, analisis hubungan ditampilkan pada **Tabel 4** menggunakan Chi Square untuk membuktikan hubungan antara faktor demografi dengan pengalaman berinvestasi yang diukur melalui lama investasi yang telah dilakukan investor. Dasar pengambilan keputusan dalam uji Chi Square dapat dilakukan dengan melihat tabel *output* “Chi Square Test” yaitu dengan membandingkan Asym. Sig dengan batas kritis yaitu 0,05. Jika nilai Asymp. Sig lebih kecil dari 0,05 maka terbukti bahwa ada hubungan antara faktor demografi yaitu *gender*, usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan dan lama investasi. Hasil uji menunjukkan tingkat signifikansi $\leq 0,05$.

Maka dapat disimpulkan bahwa semua faktor demografis yang diteliti memiliki hubungan signifikan dengan lama investasi seseorang. Maka hal ini memperkuat hipotesa kami bahwa faktor demografi memiliki hubungan yang signifikan terhadap lama investasi. Sama seperti penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Singgih (2010) ditemukan adanya hubungan yang kuat antara faktor – faktor demografi dengan lama investasi seseorang.

Tabel 4. Chi-Square

	Value	df	Asym. Sig (2-sided)
Usia dengan Lama Investasi	54.956 ^a	10	0.000
Gender dengan Lama Investasi	6.587 ^a	2	0.037
Pendidikan dengan Lama Investasi	21.473 ^a	4	0.000
Pekerjaan dengan Lama Investasi	21.735 ^a	8	0.000
Pendapatan dengan Lama Investasi	28.163 ^a	8	0.000

Tabel 5. Uji Anova
***Awareness Factor & Herding Behavior* terhadap Jenis Kelamin**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
<i>Herding Behavior</i>					
Between Groups	207.104	1	201.104	11.563	0.001
Within Groups	1934.314	108	17.910		
Total	2141.418	109			
<i>Awareness Factor</i>					
Between Groups	87.394	1	87.394	7.727	0.006
Within Groups	1221.560	108	11.311		
Total	1308.955	109			

Hasil uji ANOVA ditampilkan pada **Tabel 5**, *awareness* sosial media dengan p-value 0.006 dan perilaku *herding* dengan p-value 0.001 berpengaruh signifikan terhadap faktor demografis terbukti. Faktor demografis yaitu jenis kelamin dan usia yang menunjukkan perbedaan secara signifikan atas kedua variabel tersebut. Penelitian (Siratan & Setiawan, 2021) juga menunjukkan setiap dari faktor demografi seperti jenis kelamin dan usia memiliki pengaruh dan pembentukan perilaku (bias) yang spesifik dalam pengambilan keputusan investasi.

Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Lama Investasi

Faktor jenis kelamin menunjukkan bahwa adanya pengaruh dalam lama berinvestasi. Banyak studi yang mengungkapkan bahwa perempuan kurang memiliki keberanian dalam mengambil keputusan investasi. Penelitian (Barber et al., 1998) menyatakan bahwa investor laki-laki lebih memiliki kepercayaan diri yang tinggi dibanding perempuan. Perempuan yang sudah berinvestasi, dimana biasanya pasar saham dan investasi dianggap sebagai wilayah dominan laki-laki. Penelitian (Yana, 2021) juga mengatakan bahwa adanya perkembangan perbandingan antara investor laki-laki dan perempuan. Diikuti dengan banyaknya Gen-Z yang mulai membentuk portofolio sejak dulu, sehingga saat usia semakin bertambah pengetahuan mengenai investasi semakin luas serta lebih bijak dalam mengambil keputusan dalam

berinvestasi. Ada studi yang turut mendukung bahwa investor senior akan lebih cenderung menjual saham yang menguntungkan lebih cepat.

PENUTUP

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa faktor demografi yaitu *gender*, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, dan penghasilan memiliki hubungan signifikan terhadap pengalaman investasi di kota Surabaya. Penelitian ini juga menganalisis pengaruh faktor demografi terhadap lama pengalaman investasi, dan hanya faktor demografi-gender terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman investasi di kota Surabaya. Kelemahan dari penelitian ini ditunjukkan oleh faktor demografi yang berhubungan signifikan terhadap lama pengalaman berinvestasi belum tentu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap lama pengalaman investasi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dianjurkan untuk menggali lebih dalam mengenai hal ini agar dapat memperluas pemahaman mengenai pendorong motivasi seorang individu untuk berpartisipasi di pasar saham. melalui penelitian ini, perusahaan-perusahaan jasa keuangan diharapkan untuk dapat menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan kelompok-kelompok demografi konsumen.

REFERENSI

- Abu-Thaleb, S. K., & Nillson, F. (2021). *Impact of Social Media on Investment Decision: A quantitative study which considers information online, online community behaviour, and firm image*. Umeå University.
- Aprilia, Z. (2024, July 13). *Lo Kheng Hong Ungkap Menabung Bikin Orang RI Miskin, Ini Alasannya*. CNBC Indonesia.
- Barber, B. M., Odean, T., Hirshleifer, D., Karolyi, A., Opton, E., Schieber, S., Starr-McCluer, M., & Thaler, R. (1998). *Boys will be Boys: Gender, Overconfidence, and Common Stock Investment*.
- Bergkvist, L., & Zhou, K. Q. (2016). Celebrity endorsements: a literature review and research agenda. *International Journal of Advertising*, 35(4), 642–663. <https://doi.org/10.1080/02650487.2015.1137537>
- Bhola, S. S., Shah, V. B., & Zanwar, P. S. (2012). A Study of Relationship between Occupation and Individual Investment. *Sinhgad International Business Review*, 5(1). www.sinhgad.edu
- Binekasri, R. (2024, October 28). *Gen Z dan Milenial Dominasi Investor Pasar Modal RI*. CNBC Indonesia.
- Budiyanti, E., & Lisnawati. (2011). PERKEMBANGAN PASAR MODAL DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA: ANALISIS VECTOR AUTOREGRESSIONS (VAR). *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 2(2), 707–728. www.bapepam.go.id/old/profil/sejarah.htm.
- Bursa Efek Indonesia. (2023, December 29). *Melalui Berbagai Pencapaian Tahun 2023, Pasar Modal Indonesia Tunjukkan Optimisme Hadapi Tahun 2024*. Bursa Efek Indonesia.
- Bursa Efek Indonesia. (2024, August 12). *Detail Siaran Pers*. Bursa Efek Indonesia.
- Bikhchandani, S., Hirshleifer, D., & Welch, I. (2019). Learning from the behavior of others: Conformity, fads, and informational cascades. *Journal of Economic Perspectives*, 33(4), 27–50. <https://doi.org/10.1257/jep.33.4.27>
- Calvet, L. E., Campbell, J. Y., & Sodini, P. (2007). Down or out: Assessing the welfare costs of household investment mistakes. *Journal of Political Economy*, 115(5), 707–747.

<https://doi.org/10.1086/524204>

- Chairunnisa, A., & Dalimunthe, Z. (2021). Indonesian Stock's Influencer Phenomenon: Did Financial Literacy on Millennial Age Reduce Herding Behavior? *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 23(2), 62–68. <https://doi.org/10.9744/jak.23.2.62-68>
- Charness, G., & Gneezy, U. (2010). *Strong Evidence for Gender Differences in Experimental Investment*.
- Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur. (2024, April 29). *OJK Sebut Pasar Modal di Jatim Tumbuh Kuat*. Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur.
- Doddy Bicara Investasi. (n.d.). *Dosen & Investor [TikTok profile]*. Tiktok. Retrieved December 1, 2024, from <https://www.tiktok.com/@doddybicarainvestasi>
- Erdogan, B. Z. (1999). Celebrity Endorsement: A Literature Review. *Journal of Marketing Management*, 15(4), 291–314. <https://doi.org/10.1362/026725799784870379>
- Gultom, P., Wulandari, A., & Rahmadhina, N. M. (2024). The Effect of Financial Literacy and Investment Motivation on Investment Interest. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(3), 783–796. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i3.2607>
- Hossain, T., & Siddiqua, P. (2022). Exploring the influence of behavioral aspects on stock investment decision-making: a study on Bangladeshi individual investors. PSU Research Review. <https://doi.org/10.1108/PRR-10-2021-0054>
- Jawaheer, M., Jawaheer, B. M., & Manual, V. S. (2016). Gender Differences in Investment Decision Making Among the Working Class of Mauritius. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)*, 2(9).
- Jiao, P., Veiga, A., & Walther, A. (2020). Social media, news media and the stock market. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 176, 63–90. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2020.03.002>
- Juanita. (2017). *PENGARUH MODAL MINIMAL DAN PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA DI PASAR MODAL*. Universitas Negeri Semarang.
- Kristina, A. T., Hadi, S. P., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Tingkat Pendidikan, dan Kepercayaan Terhadap Pengambilan Keputusan Investor Milenial Dalam Berinvestasi Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Pada Komunitas Investor Tjuanmuda). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Lathifatunnisa, & Nur Wahyuni, A. (2021). Pengaruh Faktor Demografi, Risk Tolerance Dan Overconfidence Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Mahasiswa Di Kota Pekalongan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(2), 203–216. <https://doi.org/10.24123/jbt.v5i2.4688>
- OJK. (2023). *Laporan Statistik Bulanan Juni 2023*.
- Rabener, N. (2020, September 21). *Aging and Equities: Selling Stocks for the Long Term*. CFA Institute. <https://blogs.cfainstitute.org/investor/2020/09/21/aging-and-equities-selling-stocks-for-the-long-term/#:~:text=The%20young%20and%20middle%2Daged,moving%20from%20stocks%20to%20bonds.>
- Rahman, R. E., & Abstrak, E. (n.d.). Analisis Herding Behavior di Pasar Saham: Studi Kasus ASEAN-5+US.
- Shiller, R. J. (2020). Narrative economics: How stories go viral and drive major economic events.

- Princeton University Press.
- Sibarani, B. B. (n.d.). Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia Herding Behavior In Financial Market-Systematic Literature Review.Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 15(1), 33–45. <https://doi.org/10.21109/JRMSI.015.1.04>
- Sibarani, F. (2011). Herding behavior dalam pengambilan keputusan investasi pada pasar modal Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 123-135.
- Siratan, E. D., & Setiawan, T. (2021). Pengaruh Faktor Demografi dan Literasi keuangan dengan Behavior Finance dalam Pengambilan Keputusan Investasi. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 237–248. <https://doi.org/10.15408/ess.v11i2.23671>
- Tan, L., Chiang, T. C., Mason, J. R., & Nelling, E. (2008). Herding behavior in Chinese stock markets: An examination of A and B shares. *Pacific Basin Finance Journal*, 16(1–2), 61–77. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2007.04.004>
- Vaarmets, T., Liivamägi, K., & Talpsepp, T. (2019). From academic abilities to occupation: What drives stock market participation? *Emerging Markets Review*, 39, 83–100. <https://doi.org/10.1016/J.EMEMAR.2019.04.004>
- Yana, L. (2021). <title/>. *Jurnal Istiqro*, 7(2), 189. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v7i2.916>