

Volume 11 Nomor 1 April 2026  
E-ISSN 2541-0938 P-ISSN 2657-1528

# JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI JURKAMI

JURKAMI

VOLUME 11  
NOMOR 1

SINTANG  
APRIL  
2026

DOI  
10.31932

E-ISSN  
2541-0938  
P-ISSN  
2657-1528

**MENGURAI PENGARUH SOCIAL MEDIA DAN FINANCIAL LITERACY  
TERHADAP INVESTMENT DECISION INVESTOR MUDA MELALUI  
HERDING EFFECT**

Nur Faridatus Sholikhah<sup>1✉</sup>, Nurjanti Takarini<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,  
Indonesia<sup>12</sup>

✉Corresponding Author Email: [nur.faridatussholikhah@gmail.com](mailto:nur.faridatussholikhah@gmail.com)

Author Email : [yayannurjanti.em@upnjatim.ac.id](mailto:yayannurjanti.em@upnjatim.ac.id)

**Article History:**

Received: November  
2025

Revision: February  
2026

Accepted: February  
2026

Published: April 2026

**Keywords:**

Financial Literacy;  
Herding Behavior;  
Investment Decision;  
Social Media Exposure

**Abstract:**

*This study aims to analyze the impact of herding behaviour in mediating the relationship between social media exposure and financial literacy on the investment decisions of young investors affiliated with the UPN Veteran East Java Investment Gallery. This study involved 173 young investors selected using probability sampling. The research approach was quantitative, using an online questionnaire and analysis based on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (SEM-PLS). The results of this study indicate a significant positive influence of social media exposure and financial literacy on investment decisions. Other findings indicate that herding behaviour is able to mediate complementarily in the influence of social media exposure on investment decisions and mediate competitively in the influence of financial literacy on investment decisions. This study is expected to enrich knowledge regarding the mediating role of herding behaviour within the framework of the Theory of Planned Behaviour and Social Learning Behaviour, which can emphasise the importance of financial literacy and digital literacy among young investors. The limitation of this study lies in the use of a limited sample at UPN Veteran East Java Investment Gallery, so it is recommended that future studies expand the scope of the research area.*

**Abstrak:**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai dampak herding behavior dalam memediasi hubungan pengaruh social media exposure dan financial literacy terhadap invetsment decision investor muda yang terafiliasi dengan Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur. Penelitian ini melibatkan 173 investor muda yang dipilih menggunakan probability sampling. Pendekatan penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif melalui kuesioner yang disebarakan secara daring dengan analisis menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh dari social media exposure dan financial literacy terhadap invetsment decision. Temuan lain menunjukkan herding behavior mampu memediasi secara komplementer dalam pengaruh social media exposure terhadap invetsment decision dan memediasi secara kompetitif dalam pengaruh financial literacy terhadap invetsment decision. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan terkait peran mediasi herding behavior dalam kerangka Theory of Planned Behavior dan Social Learning Behavior yang dapat mempertegas pentingnya literasi finansial dan literasi digital para investor muda. Keterbatasan penelitian ini terletak pada penggunaan sampel yang terbatas di Galeri Investasi UPN Vetran Jawa Timur sehingga disarankan penelitian selanjutnya memperluas cakupan wilayah penelitian.

**Sejarah Artikel:**

Diterima: November  
2025

Direvisi: Februari 2026  
Disetujui: Februari  
2026

Diterbitkan: April 2026

**Kata kunci:**

Literasi Finansial;  
Perilaku Herding;  
Keputusan Investasi;  
Paparasi Sosial  
Media.



How to Cite: Nur Faridatus Sholikhah, Nurjanti Takarini. 2026. MENGURAI PENGARUH SOCIAL MEDIA DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP INVESTMENT DECISION



INVESTOR MUDA MELALUI HERDING EFFECT. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 11 (1), DOI : [10.31932/jpe.v11i1.5727](https://doi.org/10.31932/jpe.v11i1.5727)

## PENDAHULUAN

Pasar modal di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan perkembangan yang pesat, salah satunya tercermin dari pertumbuhan jumlah investor individu. Saham menjadi instrumen investasi yang paling diminati dan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor di pasar modal mengalami tren kenaikan yang konsisten dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 2021 tercatat sebanyak 7.489.337 *Single Investor Identification* (SID). Angka tersebut terus bertambah hingga mencapai 15.161.166 SID pada Januari 2025 yang berarti terjadi kenaikan sekitar 102,4% dalam kurun waktu lima tahun. Pertumbuhan jumlah investor terjadi di berbagai kelompok usia. Namun, di balik peningkatan tersebut, data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) menyoroti adanya fenomena yang cukup mengkhawatirkan dalam dunia investasi pasar modal. Proporsi investor muda berusia di bawah 30 tahun justru menunjukkan tren penurunan dari tahun ke tahun. Jika pada 2021 kelompok ini mendominasi dengan 60,02% dari total investor, maka pada 2024 angkanya menyusut menjadi 54,83%. Penurunan konsisten sebesar 5,19% ini mencerminkan adanya tantangan dalam proses pengambilan keputusan investasi di kalangan generasi muda.

Fenomena pertumbuhan jumlah investor ini berjalan seiringan dengan kemajuan teknologi dan internet dimana pada 2022 tercatat 78,97% investor

individu aktif mengikuti diskusi saham di media sosial dan menjadikannya sumber utama untuk memperoleh informasi. Jika sebelumnya informasi pasar modal memerlukan waktu cukup lama untuk menyebar, kini penyebaran dapat berlangsung hanya dalam hitungan detik melalui *tweet*, *thread*, maupun diskusi daring. Ketergantungan investor individu pada media sosial sebagai sumber informasi investasi menghadirkan masalah baru, yaitu maraknya promosi investasi ilegal. Banyak akun yang mengaku sebagai analis atau *influencer* keuangan menawarkan skema investasi dengan janji keuntungan besar tanpa risiko. Hingga Januari 2025, OJK mencatat 23 entitas investasi ilegal yang merugikan masyarakat dengan modus peniruan entitas berizin. Kerugian akibat investasi ilegal pada 2022 mencapai Rp120,79 triliun, melonjak drastis dibandingkan 2021 yang hanya sebesar Rp2,54 triliun, sekaligus menjadi yang tertinggi dalam enam tahun terakhir.

Fenomena penipuan investasi yang terjadi semakin diperkuat dengan kondisi *financial literacy* masyarakat yang meskipun meningkat secara nasional, justru tidak sejalan dengan tingkat pemahaman khusus di sektor pasar modal. Indeks *financial literacy* nasional menunjukkan peningkatan signifikan dari 38,03% pada 2019 menjadi 65,43% pada 2024. Kendati demikian, kondisi di sektor pasar modal justru berbeda. Survei OJK mencatat adanya penurunan 0,81% pada literasi pasar modal yang mengindikasikan bahwa pertumbuhan



jumlah investor tidak diikuti dengan pemahaman yang memadai terkait instrumen investasi. Ketidakseimbangan ini dapat berdampak pada kualitas keputusan investasi masyarakat, terutama dalam menghadapi kompleksitas produk pasar modal.

Salah satu implikasi dari ketidakseimbangan literasi pasar modal tersebut adalah munculnya fenomena *herding behavior* yang terjadi ketika investor mengabaikan analisis pribadi dan lebih memilih mengikuti keputusan mayoritas atau figur yang dianggap berpengaruh di bidang investasi. Kondisi ini semakin relevan dengan meningkatnya jumlah investor, masifnya *social media exposure*, serta tingkat *financial literacy* yang masih beragam. *Herding behavior* tidak hanya memengaruhi keputusan investasi individu, tetapi juga berpotensi menciptakan dinamika serta meningkatkan volatilitas pasar secara keseluruhan (Wijaya & Meirisa, 2020). Permasalahan tersebut menegaskan bahwa kualitas pengambilan keputusan investasi yang didasarkan pada analisis mendalam dan informasi yang valid menjadi aspek krusial dalam menjaga kesehatan ekosistem investasi di Indonesia.

Investor muda yang terafiliasi dengan Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur menjadi kelompok menarik untuk dikaji karena galeri ini berfungsi sebagai sarana pembelajaran pasar modal sekaligus membentuk komunitas investor muda. Mahasiswa aktif yang terlibat di dalamnya merepresentasikan karakteristik generasi investor baru yang akrab dengan teknologi dan media sosial, namun masih berada pada tahap pengembangan literasi keuangan. Kondisi ini menjadikan mereka

relevan untuk diteliti, terutama terkait pengaruh faktor kontemporer dalam pengambilan keputusan investasi.

Permasalahan di atas menunjukkan bahwa pengambilan keputusan investasi yang berkualitas yang berdasarkan analisis dan informasi yang akurat menjadi hal penting yang harus diperhatikan dalam ekosistem investasi di Indonesia. Studi ini menggunakan kerangka Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) untuk menganalisis pengaruh *social media exposure* dan *financial literacy* dalam pengambilan *investment decision* yang dimediasi oleh *herding behavior*. Terbatasnya literasi keuangan dan paparan media sosial yang intensif membentuk sikap investasi yang kurang mandiri, dimana investor muda cenderung mengikuti *herding* karena adanya tekanan sosial dari lingkungan, persepsi kontrol yang rendah terhadap risiko pasar, dan ketergantungan pada informasi yang viral daripada analisis fundamental. Ketika menghadapi ketidakpastian pasar, kombinasi faktor-faktor ini justru menyebabkan para investor muda ini mengurangi aktivitas investasi karena kurangnya pemahaman mendalam dan ketidaknyamanan dalam mengelola risiko.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas keterkaitan antara *social media exposure* dan *investment decision* maupun pengaruh *financial literacy* terhadap *investment decision*. Namun, masih terdapat celah riset terkait peran *herding behavior* sebagai variabel mediasi yang masih minim, khususnya dalam konteks investor muda di pasar modal. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait keputusan



investasi generasi muda, sekaligus menjadi dasar dalam pengembangan strategi edukasi dan perlindungan investor di Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif untuk menganalisis pengaruh *social media exposure* dan *financial literacy* terhadap *investment decision* dengan herding behavior sebagai mediator. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert lima poin. Populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah seluruh investor muda yang berstatus mahasiswa aktif UPN Veteran Jawa Timur pada tahun 2024 dan terafiliasi dengan Galeri Investasi yang selanjutnya dipilih melalui teknik probability sampling sehingga terpilih sampel sejumlah 173 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin dari

**Tabel 1: Butir Angket**

Variabel	Kode	Butir Pernyataan Angket	Sumber Referensi
<i>Social Media Exposure</i> (X1)	X1.1	Saya sangat aktif menggunakan sosial media	Awad et al. (2025)
	X1.2	Saya aktif menggunakan media sosial populer seperti instagram, x (twitter), dan tiktok secara terus menerus dan berinteraksi secara aktif	
	X1.3	Saya mampu mencari informasi seputar hal-hal yang berkaitan dengan investasi di forum diskusi, berita, maupun analisis ahli di media sosial secara efektif	
<i>Financial Literacy</i> (X2)	X2.1	Saya paham terkait dengan instrumen investasi yang Saya pilih	(Jain et al, 2023)
	X2.2	Saat melakukan investasi, saya paham dan mempertimbangkan terkait nilai waktu dari uang, bunga majemuk, dan inflasi	
	X2.3	Saya mengetahui risiko investasi dan melakukan diversifikasi	
<i>Herding Behavior</i>	Z.1	Pilihan investasi orang lain	(Kaur et al, 2024)

total populasi sebanyak 302 mahasiswa yang terafiliasi dengan Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur. Data yang digunakan adalah data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *Google Form* yang didukung data sekunder studi kepustakaan yang bersumber dari buku, jurnal, artikel ilmiah, catatan, dan laporan yang relevan. Selanjutnya, data dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS), melalui uji validitas, reliabilitas, dan pengujian hubungan antarvariabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, kuesioner telah dibagikan kepada responden dengan butir-butir pernyataan yang menjadi indikator dalam penelitian ini yang dijabarkan sebagai berikut:



(Z)		mempengaruhi keputusan investasi yang Saya buat	
	Z.2	Besar volume investasi yang dilakukan orang lain berpengaruh terhadap keputusan investasi yang Saya buat	
	Z.3	Saya umumnya akan bereaksi cepat terhadap keputusan investasi yang dibuat orang lain dan mengikuti keputusan yang mereka ambil	
	Z.4	Keputusan investasi orang lain saat menjual atau membeli saham mempengaruhi keputusan investasi yang akan saya buat	
<i>Investment Decision</i> (Y)	Y.1	Secara umum, Saya puas dengan keputusan investasi yang Saya ambil	Kaur et al. (2024)
	Y.2	Saya percaya keputusan Saya dalam berinvestasi di pasar modal akan membantu Saya dalam memperoleh keuntungan	
	Y.3	Secara umum, Saya mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dari yang Saya perhitungkan	
	Y.4	Saya membuat keputusan investasi berdasarkan pertimbangan Saya sendiri	
	Y.5	Tingkat pengembalian dari investasi yang Saya lakukan membuktikan bahwa keputusan investasi yang Saya buat merupakan langkah yang tepat	

Sumber: data olahan.

**Tabel 2: Sebaran Karakteristik Responden**

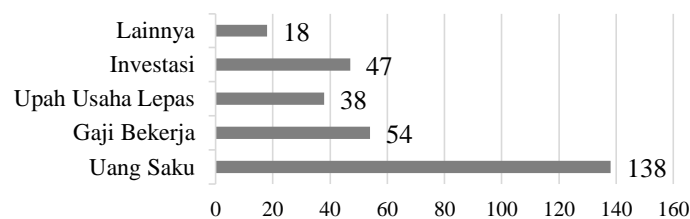
1.	Jenis Kelamin	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
		Laki-laki	72	42
		Perempuan	101	58
		<b>Jumlah</b>	173	100
2.	Angkatan	2020	18	10
		2021	82	47



	2022	37	21
	2023	23	13
	2024	13	8
	<b>Jumlah</b>	173	100
<b>3. Pendapatan Per Bulan</b>	> Rp1.000.000	44	25
	Rp1.000.001 - Rp3.000.000	97	56
	Rp3.000.001 - Rp5.000.000	24	14
	<5.000.000	8	5
	<b>Jumlah</b>	173	100

**4. Sumber Pendapatan**

**Sumber Pendapatan Responden**

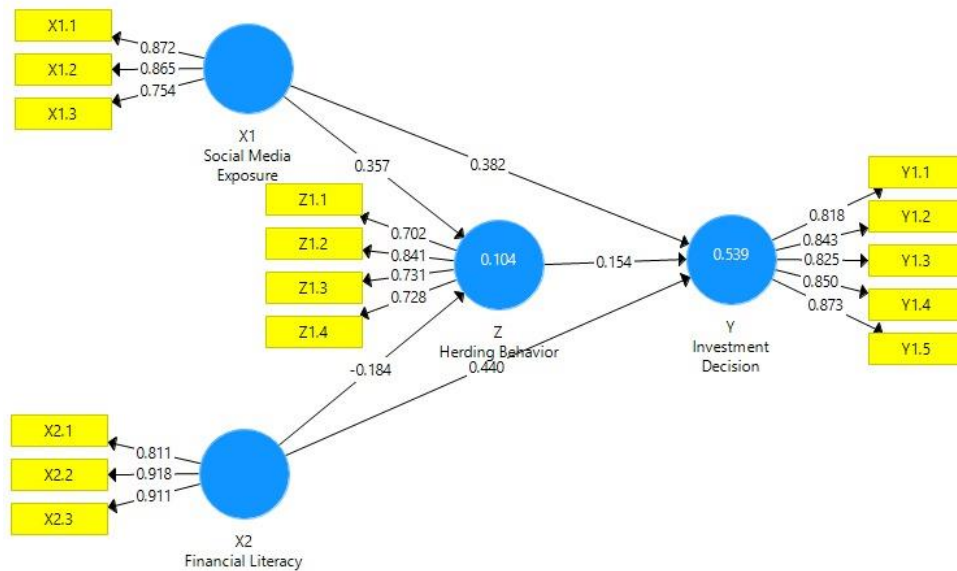


<b>5. Lama Investasi</b>	< 1 tahun	116	67
	> 1 tahun	57	33
	<b>Jumlah</b>	173	100

Sumber: Data Primer (2025)

Hasil analisis mengenai karakteristik responden yang digunakan dijabarkan sebagai berikut: Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (58%) dan didominasi oleh investor muda yang berasal dari angkatan 2021 (47%) yang mana akan sangat berpengaruh terhadap hasil penelitian karena telah menerima informasi keuangan yang lebih tinggi dibandingkan angkatan setelahnya dan di masa yang masih dapat aktif mengikuti kegiatan non-akademis. Distribusi pendapatan responden ini didominasi oleh

investor muda dengan pendapatan bulanan di kisaran Rp 1.000.001 – Rp 3.000.000 dengan sumber pendapatan dominan masih berasal dari uang saku yang diterimanya, mengindikasikan bahwa responden belum memiliki mandiri secara finansial. Mayoritas responden terindikasi merupakan investor pemula dengan lama waktu investasi kurang dari 1 tahun (67%). Hal ini akan sangat berpengaruh dengan hasil penelitian mengingat responden masih dalam tahap pengembangan pemahaman keuangan yang matang.



**Gambar 1.**

Kerangka PLS Model Penelitian

Sumber: Data diolah, *output smartPLS* (2025)

Berdasarkan hasil pengolahan hasil pengujian *outer model* sebagai kueioner tersebut, maka dapat disajikan berikut:

**Tabel 2: Outer Model**

Variabel	Indikator	Factor Loading	AVE	Cross Loading	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Social Media Exposure (X1)	X1.1	<b>0,872</b>	0,692	<b>0,872</b>	0,777	0,871
	X1.2	<b>0,865</b>		<b>0,865</b>		
	X1.3	<b>0,754</b>		<b>0,754</b>		
Financial Literacy (X2)	X2.1	<b>0,811</b>	0,777	<b>0,811</b>	0,858	0,912
	X2.2	<b>0,918</b>		<b>0,918</b>		
	X2.3	<b>0,911</b>		<b>0,911</b>		
Herding Behavior (Z)	Z.1	<b>0,702</b>	0,566	<b>0,702</b>	0,748	0,839
	Z.2	<b>0,841</b>		<b>0,841</b>		
	Z.3	<b>0,731</b>		<b>0,731</b>		
	Z.4	<b>0,728</b>		<b>0,728</b>		
Investment Decision (Y)	Y.1	<b>0,818</b>	0,709	<b>0,818</b>	0,898	0,924
	Y.2	<b>0,843</b>		<b>0,843</b>		
	Y.3	<b>0,825</b>		<b>0,825</b>		

Y.4	0,850	0,850
Y.5	0,873	0,873

Sumber: Data diolah, *Output SmartPLS*, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 3, dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator dalam model penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *factor loading* masing-masing indikator yang berada di atas 0,7, sehingga setiap indikator dinilai mampu merepresentasikan konstruk laten secara optimal. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang melebihi 0,5 menunjukkan bahwa variabel laten memiliki kemampuan yang memadai dalam menjelaskan varians indikator-indikatornya, sehingga persyaratan *convergent validity* telah terpenuhi.

*Discriminant validity* juga telah tercapai, yang tercermin dari nilai *cross loading* setiap indikator yang lebih tinggi pada konstruk yang diukur dibandingkan dengan konstruk lainnya. Di samping itu, nilai *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* pada seluruh konstruk yang berada di atas 0,7 mengindikasikan tingkat konsistensi internal dan reliabilitas konstruk yang baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam model penelitian ini layak dan andal untuk digunakan dalam tahap analisis selanjutnya.

**Tabel 4: Path Coefficient**

Variabel	Original Sample (O)	P-values
<i>Social Media Exposure</i> (X1) → <i>Investment Decision</i> (Y)	0,382	0,000
<i>Financial Literacy</i> (X2) → <i>Investment Decision</i> (Y)	0,440	0,000

Variabel	Original Sample (O)	P-values
<i>Social Media Exposure</i> (X1) → <i>Herding Behavior</i> (Z) → <i>Investment Decision</i> (Y)	0,055	0,030
<i>Financial Literacy</i> (X2) → <i>Herding Behavior</i> (Z) → <i>Investment Decision</i> (Y)	-0,028	0,047

Sumber: Data diolah, *Output SmartPLS*, 2025

**Pengaruh *Social Media Exposure* terhadap *Investment Decision***

Berdasarkan hasil analisis data, *social media exposure* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi investor muda di Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat

paparan media sosial yang diterima, maka semakin baik kualitas keputusan investasi yang diambil. Dominannya indikator frekuensi penggunaan media sosial menegaskan bahwa intensitas akses menjadi faktor utama dalam membentuk *social media exposure*. Media sosial berfungsi sebagai sarana penyebaran



informasi investasi yang luas, mudah diakses secara *real time*, dan disajikan dalam format konten yang menarik. Paparan berulang terhadap konten investasi, seperti testimoni keberhasilan investor dan analisis pasar, membentuk *echo chamber* melalui algoritma media sosial yang pada akhirnya memengaruhi pola pikir dan perilaku investor muda dalam pengambilan keputusan investasi.

Ditinjau dari perspektif *Social Learning Theory* (Bandura, 1977), investor muda cenderung mempelajari dan meniru perilaku investasi melalui pengamatan terhadap konten yang tersedia di media sosial, khususnya konten yang menyajikan informasi praktis dan mudah dipahami (Olajide et al., 2024). Sementara itu, *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa *social media exposure* membentuk sikap positif terhadap investasi sebagai aktivitas yang bernilai dan menguntungkan (S. Krishnaprabha, 2024), serta meningkatkan *perceived behavioral control* melalui keyakinan bahwa keberhasilan investasi dapat dicapai oleh siapa pun. Temuan ini sejalan dengan penelitian Daulay et al. (2024), Nguyen et al. (2024), serta Singh dan Chakraborty (2024), yang menyimpulkan bahwa paparan media sosial berperan penting dalam memfasilitasi pengambilan keputusan investasi, terutama pada investor muda yang mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi pasar dan investasi.

### **Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Investment Decision***

Berdasarkan hasil analisis data, *financial literacy* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

investasi investor muda di Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki investor muda, maka semakin baik pula kualitas keputusan investasi yang diambil. Investor dengan literasi keuangan yang memadai cenderung lebih mampu memahami karakteristik instrumen investasi serta menyusun perencanaan portofolio secara lebih matang. Hal ini tercermin dari dominannya indikator pemahaman mengenai nilai waktu uang, bunga majemuk, dan inflasi sebagai komponen utama dalam mengukur *financial literacy*. Pengetahuan tersebut berperan dalam menurunkan tingkat ketidakpastian, sehingga investor dapat mengambil keputusan investasi dengan lebih percaya diri serta mencapai kepuasan atas keputusan yang dibuat (Bai, 2023).

Temuan ini dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa *financial literacy* meningkatkan *perceived behavioral control* melalui keyakinan individu terhadap kemampuan dan pengetahuan yang dimilikinya dalam berinvestasi. Tingkat literasi keuangan yang baik mendorong investor muda untuk lebih percaya diri dalam mengevaluasi risiko dan peluang investasi secara objektif sebelum mengambil keputusan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Nadhifah dan Anwar (2021), Mumtazah dan Anwar (2022), serta Wikartika et al. (2023), yang menunjukkan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *investment decision*. Keselarasan tersebut menegaskan pentingnya literasi keuangan sebagai faktor fundamental



dalam menghasilkan keputusan investasi yang rasional, terukur, dan berkualitas.

### **Peran Mediasi *Herding Behavior* dalam Hubungan Pengaruh *Social Media Exposure* terhadap *Investment Decision***

Berdasarkan hasil analisis data, *herding behavior* terbukti mampu memediasi pengaruh *social media exposure* terhadap keputusan investasi investor muda di Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur. Temuan ini menunjukkan bahwa paparan media sosial tidak hanya memberikan pengaruh secara langsung terhadap *investment decision*, tetapi juga secara tidak langsung melalui pembentukan perilaku *herding* sebagai variabel perantara. Melalui penyebaran konten investasi yang masif di media sosial, investor muda memperoleh dorongan psikologis untuk mengambil keputusan investasi berdasarkan informasi, rekomendasi, maupun opini yang disampaikan oleh pihak lain. Investor muda juga cenderung aktif mencari serta berinteraksi dengan konten investasi yang relevan, sehingga meningkatkan kecenderungan untuk menyesuaikan keputusan investasinya dengan informasi yang sedang berkembang.

Hasil analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa indikator pilihan instrumen investasi yang digunakan oleh investor lain menjadi indikator paling dominan dalam mengukur *herding behavior*. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian investor muda mempertimbangkan instrumen yang sedang diminati oleh mayoritas dan dipersepsikan menguntungkan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. Temuan ini sejalan dengan dominannya frekuensi penggunaan dan intensitas keaktifan bermedia sosial,

yang memperbesar peluang investor untuk terpapar pada tren dan sentimen pasar. Informasi yang diperoleh melalui media sosial kemudian digunakan sebagai acuan dalam menentukan tindakan investasi, seperti melakukan pembelian, penjualan, mempertahankan aset, maupun melakukan diversifikasi portofolio. Dengan demikian, *herding behavior* berperan sebagai jembatan psikologis yang mengonversi paparan informasi media sosial menjadi tindakan investasi nyata yang sering kali didasarkan pada tren kolektif investor.

Mekanisme mediasi *herding behavior* dalam hubungan antara *social media exposure* dan *investment decision* dapat dijelaskan melalui Social Learning Theory (Bandura, 1977). Investor muda melakukan proses observasi terhadap perilaku sosial dan konsekuensi yang ditampilkan melalui media sosial, seperti maraknya investor yang membagikan keberhasilan dan keuntungan investasi di pasar modal. Proses observasi tersebut mendorong munculnya persepsi bahwa mengikuti keputusan mayoritas merupakan strategi yang menguntungkan (Kaur et al., 2024), terutama dalam kondisi pasar yang penuh ketidakpastian. Selain itu, validasi sosial turut berperan sebagai dasar pengambilan keputusan, di mana individu menggunakan tindakan orang lain sebagai rujukan untuk menentukan pilihan yang dianggap benar atau menguntungkan. Temuan ini selaras dengan penelitian Awad et al. (2025), yang menyimpulkan bahwa *social media exposure* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *investment decision* melalui *herding behavior*.

### **Peran Mediasi *Herding Behavior* dalam Hubungan Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Investment Decision***



Berdasarkan hasil analisis data, *herding behavior* terbukti memediasi pengaruh *financial literacy* terhadap keputusan investasi investor muda di Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur dengan pola mediasi kompetitif. Mediasi kompetitif ini menunjukkan bahwa peningkatan tingkat *financial literacy* justru menurunkan pengaruh tidak langsung terhadap *investment decision* melalui *herding behavior*. Dengan kata lain, *financial literacy* berperan sebagai faktor yang menekan kecenderungan *herding*, sehingga pengaruh *herding behavior* terhadap keputusan investasi menjadi semakin lemah. Investor muda dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung tidak menjadikan perilaku investor lain sebagai acuan utama dalam pengambilan keputusan, melainkan mengandalkan pemahaman dan analisis pribadi.

Hasil pengisian kuesioner yang didukung oleh pengolahan data menunjukkan bahwa investor muda Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur telah memiliki tingkat *financial literacy* yang relatif baik. Pemahaman mengenai nilai waktu uang, bunga majemuk, dan inflasi menjadi faktor utama yang mendasari kepercayaan diri investor dalam mengambil keputusan investasi, sehingga menimbulkan kepuasan atas keputusan yang diambil. Di sisi lain, indikator volume investasi investor lain menjadi aspek paling dominan dalam menggambarkan *herding behavior*, di mana investor cenderung menyesuaikan keputusan untuk menjual atau meningkatkan volume transaksi berdasarkan tindakan mayoritas. Namun, kepuasan investor lebih banyak muncul karena keputusan investasi dilakukan

berdasarkan analisis rasional dan pemahaman pribadi atas informasi yang tersedia, bukan semata-mata karena mengikuti tren pasar secara membabi buta (*blind trust*). Kondisi ini secara langsung menekan efek *herding behavior* dan meningkatkan kualitas keputusan investasi investor muda.

Ditinjau dari Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), temuan ini menunjukkan bahwa *financial literacy* meningkatkan *perceived behavioral control* sekaligus melemahkan *subjective norm*, karena individu dengan literasi keuangan yang tinggi tidak lagi membutuhkan validasi sosial untuk mengambil keputusan investasi. Sementara itu, berdasarkan Social Learning Theory (Bandura, 1977), investor muda tetap mempelajari informasi melalui orang lain, namun bersikap lebih selektif dan kritis terhadap sumber informasi tersebut. Investor cenderung mengikuti analisis dari pihak yang memiliki kredibilitas dan keahlian, bukan sekadar mengikuti informasi yang ramai diperbincangkan tanpa kejelasan sumber. Temuan ini selaras dengan penelitian Wang dan Zou (2024) serta Shantha (2024), yang menyatakan bahwa *financial literacy* mampu menekan efek *herding behavior* dan secara signifikan meningkatkan kualitas serta rasionalitas keputusan investasi.

## PENUTUP

Penelitian ini melibatkan 173 investor muda yang terafiliasi dengan Galeri Investasi UPN Veteran Jawa Timur. Hasil dari penelitian ini menegaskan bahwa *social media exposure*, *financial literacy*, dan *herding behavior* merupakan faktor penting yang memengaruhi *investment decision* investor muda di pasar modal Indonesia.



Hasil analisis menunjukkan bahwa *social media exposure* berdampak positif terhadap keputusan investasi, di mana keterpaparan pada konten media sosial mendorong kecenderungan berinvestasi. Sementara itu, *financial literacy* juga berpengaruh positif dengan memperkuat rasionalitas dan objektivitas dalam pengambilan keputusan. Temuan lain menunjukkan bahwa *herding behavior* berperan sebagai mediator dengan efek komplementer pada hubungan *social media exposure* terhadap *investment decision*, serta efek kompetitif pada hubungan *financial literacy* terhadap *investment decision*. Implikasi teoritis penelitian ini memperkaya pemahaman mengenai peran mediasi *herding behavior* dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* dan *Social Learning Behavior*, sementara implikasi praktisnya menekankan pentingnya peningkatan literasi keuangan dan literasi digital guna membantu investor muda mengambil keputusan yang lebih bijak serta mengurangi risiko mengikuti perilaku pasar secara impulsif. Penelitian ini terbatas pada jangkauan sampel penelitian sehingga diharapkan penelitian selanjutnya memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasil yang diperoleh menjadi lebih general dan representatif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., & Wu, Q. (2022). Does herding behavior matter in investment management and perceived market efficiency? Evidence from an emerging market. *Management Decision*, 60(8), 2148–2173. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2020-0867>
- Bai, R. (2023). Impact of financial literacy, mental budgeting and self control on financial wellbeing: Mediating impact of investment decision making. *PLoS ONE*, 18(11 November), 1–18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294466>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Awad, A., Fathy Aziz, A., & Rashad Shma, T. (2025). Investment behavior in the Egyptian stock market: The impact of social media on investor decision-making. *Investment Management and Financial Innovations*, 22(1), 203–212. [https://doi.org/10.21511/imfi.22\(1\).2025.16](https://doi.org/10.21511/imfi.22(1).2025.16)
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1977). *Social learning theory* (Vol. 1, pp. 141-154). Englewood Cliffs, NJ: Prentice hall.
- Daulay, M. A. A., Marliyah, M., & Silalahi, P. R. (2024). The influence of social media, digitalization, and financial literacy on generation Z's investment decision. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.36407/serambi.v7i1.1449>
- Fauziah, H. I., & Rusmita, S. A. (2020). Analisis Deskriptif Herding Pada Jakarta Islamic Index. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(3), 576-584. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20203pp576-584>
- Gupta, S., & Shrivastava, M. (2022). Herding and loss aversion in stock markets: Mediating role of fear of missing out (FOMO) in retail investors. *International Journal of*



- Emerging Markets, 17(7), 1720–1737. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2020-0933>
- Indonesia Stock Exchange (2022). *Laporan Kajian Optimalisasi Publikasi Statistik*. September 2022. [https://www.idx.co.id/media/20221278/laporan-final-ld-feb-ui-optimalisasi-publikasi-statistik-bei\\_1011.pdf](https://www.idx.co.id/media/20221278/laporan-final-ld-feb-ui-optimalisasi-publikasi-statistik-bei_1011.pdf)
- Jain, J., Walia, N., Kaur, M., Sood, K., & Kaur, D. (2023). Shaping Investment Decisions Through Financial Literacy: Do Herding and Overconfidence Bias Mediate the Relationship? *Global Business Review*, 09721509221147409. <https://doi.org/10.1177/09721509221147409>
- Kasoga, P. S. (2021). Heuristic biases and investment decisions: Multiple mediation mechanisms of risk tolerance and financial literacy—a survey at the Tanzania stock market. *Journal of Money and Business*, 1(2), 102–116. <https://doi.org/10.1108/JMB-10-2021-0037>
- Kaur, M., Jain, J., & Sood, K. (2024). “All are investing in Crypto, I fear of being missed out”: Examining the influence of herding, loss aversion, and overconfidence in the cryptocurrency market with the mediating effect of FOMO. *Quality & Quantity*, 58(3), 2237–2263. <https://doi.org/10.1007/s11135-023-01739-z>
- Komalasari, P. T., Asri, M., Purwanto, B. M., & Setiyono, B. (2022). Herding behaviour in the capital market: What do we know and what is next? *Management Review Quarterly*, 72(3), 745–787.
- Kompas.com (2025). *23 Investasi Ilegal Peniru per Januari 2025 Menurut Data OJK*. 25 Agustus 2025. <https://www.kompas.com/tren/read/2025/02/22/200000965/23-investasi-ilegal-peniru-per-januari-2025-menurut-data-ojk?page=all>
- Kustodian Sentral Efek Indonesia (2025). *Statistik Pasar Modal Indonesia*. Januari 2025. [https://www.ksei.co.id/files/Statistik\\_Publik\\_Januari\\_2025\\_final.pdf](https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Januari_2025_final.pdf)
- Li, T., Chen, H., Liu, W., Yu, G., & Yu, Y. (2023). Understanding the role of social media sentiment in identifying irrational herding behavior in the stock market. *International Review of Economics & Finance*, 87, 163–179. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2023.04.016>
- Maharani, B., & Hidayah, N. (2021). Peran Media Sosial dalam Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 275–286. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i2.9926>
- Mumtazah, M. R., & Anwar, M. (2022). Analisis pengaruh herding behavior dalam memoderasi keputusan investasi saham pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 115–123. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2012>
- Nguyen, T. T. H., Pham, P. T., Pham, T. A., Ly, T. V., Nguyen, T. L., & Pham, T. H. Y. (2024). Herding in the Digital Era: Social Media’s Impact on Personal Investor Decisions Using the 4A Framework. *FourA. The FouA Annual Conference 2024*.
- Otoritas Jasa Keuangan (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi*



- Keuangan (SNLIK) 2024*. 17 Oktober 2025. [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- Rizkyatul Nadhifah & Muhadjir Anwar. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Toleransi Risiko Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Warga Desa Sekapuk Kabupaten Gresik). *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 1–11. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i2.388>
- Shantha, K. V. A. (2024). Empowering Investors: Reducing Herd Bias through Financial Literacy and Self-reflective Thinking. *Journal of Management Matters*, 11(1), 73–91. <https://doi.org/10.4038/jmm.v11i1.68>
- Singh, S., & Chakraborty, A. (2024). Role of Social Media in Investment Decision-making: A Comprehensive Review and Future Roadmap. *Paradigm: A Management Research Journal*, 28(1), 45–64. <https://doi.org/10.1177/09718907241243187>
- Waningsih, R., & Meirini, D. (2023). Pengaruh pengetahuan investasi, literasi keuangan, risiko investasi dan efikasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa di PMS. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(2), 298-311.
- Wang, D., & Zou, T. (2024). Financial literacy, Cognitive bias, And personal investment decisions: A new perspective in behavioral finance. *Environment and Social Psychology*, 9(11). <https://doi.org/10.59429/esp.v9i11.3050>
- Wijaya, R., Sembel, R., & Malau, M. (2023). HOW HEURISTICS AND HERDING BEHAVIOUR BIASES IMPACTING STOCK INVESTMENT DECISIONS WITH FINANCIAL LITERACY AS MODERATING VARIABLE. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 29(1).
- Wikartika, I., Suwaidi, R. A., & Evanthi, A. (2023). Investment Decision Making With Investment Satisfaction As An Intervening Variable: Availability Bias And Financial Literacy. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 9(1), 12–24. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v9i1.1661>
- Yoon, J., & Oh, G. (2022). Investor herding behavior in social media sentiment. *Frontiers in Physics*. <https://doi.org/10.3389/fphy.2022.1023071>
- Yuniningsih, Y., & Santoso, B. (2020). Does Family Environment Moderate The Effect of Financial Literacy, Attitudes and Motivation on Investment Interest. *Atestasi : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2), 126–132. <https://doi.org/10.57178/atestasi.v3i2.261>

