

STUDI LITERATUR *THIRD LAYER STOCK- SMALL CAP*



DISUSUN OLEH :
SIDIQ ADIN HAKIKI
20120123

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
SURAKARTA
2024**

PERSETUJUAN

Nama : Sidiq Adin Hakiki
NIM : 20120123
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : STUDI LITERATUR *THIRD LAYER STOCK-SMALL CAP*

Disetujui dan di sahkan

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 28/03/2024

PEMBIMBING



Heny Kurnianingsih, S.E., M.M
NIDN. 1615037501

Mengetahui,

Wakil Ketua I STIE Surakarta



Liliya Liliyan, S.M.B., M.M
NIDN. 0606118902

PENGESAHAN

Nama : Sidiq Adin Hakiki
NIM : 20120123
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : STUDI LITERATUR *THIRD LAYER STOCK-SMALL CAP*

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Kamis
Tanggal : 28/03/2024

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Heny Kurnianingsih, S.E., M.M.)

Anggota : Aditya Lelayan, S.M.B., M.M.)

Mengetahui,
Ketua I STIE Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H
NIDN. 0625127401

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

STUDI LITERATUR *THIRD LAYER STOCK-SMALL CAP*

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 22 Januari 2024

Yang memberikan pernyataan



Sidiq Adin Haki

MOTO

1. Saya meminta kekuatan dan Allah memberi Saya kesulitan untuk membuat Saya kuat
2. Saya meminta kebijaksanaan dan Allah memberikan Saya permasalahan untuk diselesaikan
3. Saya meminta kemakmuran dan Allah memberi Saya tenaga untuk bekerja
4. Saya meminta keberanian dan Allah memberikan Saya rintangan untuk diatasi
5. Saya meminta cinta dan Allah memberikan Saya orang-orang yang dalam masalah untuk dibantu
6. Saya meminta nikmat dan Allah memberikan Saya peluang
7. Saya tidak selalu mendapatkan apa yang Saya inginkan, tetapi Saya selalu mendapatkan apa yang Saya butuhkan

Sallahudin Al-Ayubi

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT, kedua orang tua tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan, saudara-saudaraku yang selalu memberi semangat dan sahabat-sahabatku yang selalu membantu dan menemaniku.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulisan Skripsi yang berjudul “STUDI LITERATUR *THIRD LAYER STOCK-SMALL CAP*” ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen Strata I di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penyusunan skripsi ini telah mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan setulus hati menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat baik secara moral maupun material dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Ibu Heny Kurnianingsih, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan masukannya.
3. Bapak dan Ibu dosen/karyawan STIE Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan
4. Seluruh teman-teman yang bersedia saya wawancara.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki peneliti, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Akhir kata, semoga hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat bermanfaat untuk perkembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 22 Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

STUDI LITERATUR <i>THIRD LAYER STOCK-SMALL CAP</i>	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
b. Faktor Eksternal	7
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Berfikir.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	25
B. Tempat dan Waktu	25
C. Sumber dan Data	26
D. Sempel.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Definisi Oprasional	29
G. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian	36

B. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
BAB V PENUTUP.....	53
A. KESIMPULAN	53
B. SARAN	53
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. Sampel Saham Gorengan	27
Tabel 3. Definisi Oprasional	29
Tabel 4. Jadwal Wawancara	36
Tabel 5. Profil Trading	37
Tebel 6. Batasan Auto Reject	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Investor Pasar Modal	1
Gambar 2. Pertumbuhan Investor Pasar Modal	2
Gambar 3. Kerangka Berfikir	24
Gambar 4. Model Analisis Interaktif Miles & Huberman	33
Gambar 5. Grafik Saham ASHA	41
Gambar 6. Grafik Saham Dewi	42
Gambar 7. Grafik saham SMK.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara dengan para Informan	57
Lampiran 2. Foto Transaksi para Informan	58
Lampiran 3. Foto Wawancara dengan para Informan	61

STUDY LITERATUR *THIRD LAYER STOCK-SMALL CAP*

Sidiq Adin Hakiki⁽¹⁾, Heny Kurnianingsih⁽²⁾

Progam Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Indonesia

Sahakiky@gmail.com⁽¹⁾, Henykurnianingsih17@gmail.com⁽²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat yang berinvestasi di pasar modal terkhusus saham untuk mengetahui saham gorengan agar tidak menimbulkan kerugian financial. Metode yang digunakan metode penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Pendekatan pada penelitian ini pendekatan diskriptif karena ingin menggambarkan realita empirik dibalik fenomena secara mendalam. Data informasi menggunakan data primer yaitu melakukan wawancara dan data sekunder yang merupakan data-data yang telah tersedia melalui jurnal, buku, dan sumber pendukung faktual lainnya. Selain itu, analisis data informasi yang digunakan menggunakan Model Analisis Interaktif Miles & Huberman dimulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Metode observasi pengamatan saham melalui aplikasi stockbit, untuk melihat pergerakan saham dalam masa 3 (tiga) tahun berjalan. Saham gorengan merupakan salah satu saham yang bisa memberikan return cepat dalam sekejap mata. bertransaksi di saham gorengan haruslah seseorang yang mempunyai profil resiko agresif dan sudah memiliki jam terbang yang tinggi di dalam dunia saham. Harga sahamnya memiliki kenaikan yang luar biasa, hal ini disebabkan oleh *Market Maker* yang dengan sengaja memanipulasi harga saham.

Kata Kunci: Saham Gorengan, Manipulasi, Market Maker

This research aims to educate people who invest in the capital market, especially shares, to know about fried stocks so as not to cause financial losses. The method used is library research and field research. The approach to this research is a descriptive approach because it wants to describe the empirical reality behind the phenomenon in depth. Information data uses primary data, namely conducting interviews and secondary data which is data that is available through journals, books and other factual supporting sources. Apart from that, analysis of the information data used uses the Miles & Huberman Interactive Analysis Model starting from data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. Stock observation observation method through the stockbit application, to see stock movements over the current 3 (three) year period. Fried stocks are one of the stocks that can provide fast returns in the blink of an eye. To transact in fried stocks, someone must have an aggressive risk profile and already has a lot of experience in the world of stocks. The share price had an extraordinary increase, this was caused by the Market Maker deliberately manipulating the share price.

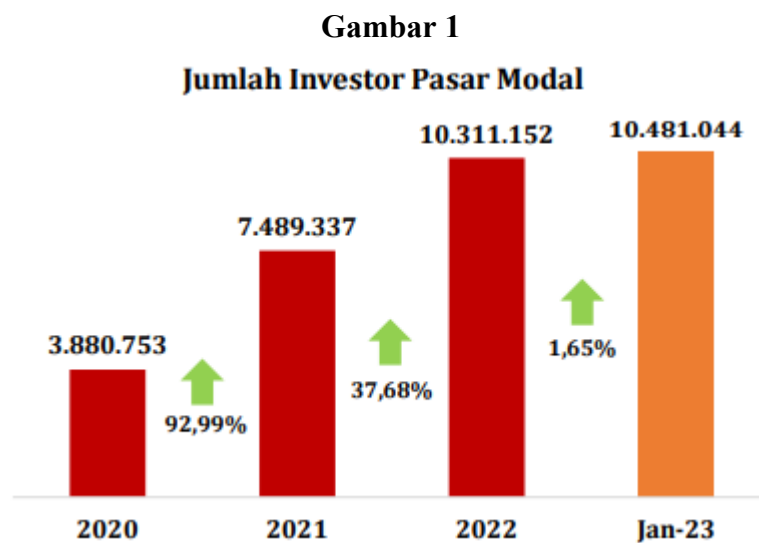
Keywords: Fried Stocks, Manipulation, Market Maker

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

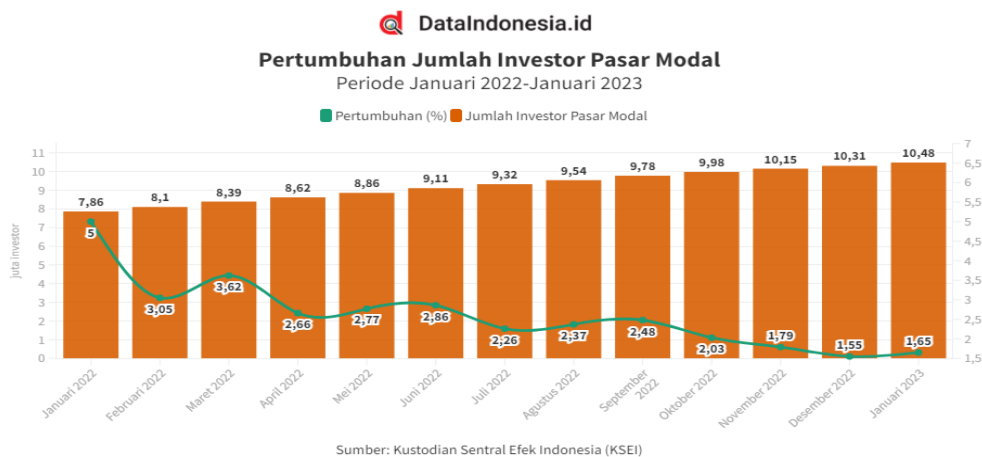
Semenjak Bursa Efek Indonesia (BEI) dibuka, investasi di Pasar Modal menjadi pilihan investasi yang lebih mudah diakses oleh masyarakat umum. Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan negara, suatu negara harus menggunakan investasi sebagai alat pembangunan. Berinvestasi adalah janji untuk menanamkan dana selama jangka waktu tertentu dengan harapan mendapatkan imbal hasil (*Return*).

Jumlah *Investor* pasar modal terus meningkat pada awal tahun ini, mengikuti tren yang sama dan mencapai 10,48 juta orang pada Januari 2023, mengikuti tren yang sama. Menurut data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah *Investor* pasar modal meningkat 1,65% dari 10,31 juta *Investor* pada Desember 2022 dan 33,28% dari 7,86 juta *Investor* pada Januari 2022.



Keterlibatan Bursa Efek Indonesia dan pihak terkait dalam mempromosikan pendidikan serta peningkatan teknologi telah mendorong peningkatan *Investor* pasar modal. Jaringan distribusi BEI tercatat telah tersebar di 30 kantor representatif, 710 galeri investasi, dan 448 komunitas investasi. Dengan pertumbuhan tahunan *Investor* ritel, BEI juga menargetkan penambahan 100 galeri investasi baru di tahun 2023. Selain itu, BEI terus memberikan pendidikan melalui platform digital seperti YouTube.

Gambar 2



Rochim & Asiyah (2022) Investasi adalah hal yang penting di era globalisasi saat ini, seperti yang diketahui semua orang. Sebagai bukti pertumbuhan sektor investasi dan pasar modal di Indonesia, transaksi saham di Bursa Efek Indonesia meningkat setiap tahunnya. Rasikha et al., (2022) *Investor* membeli saham perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Namun, investasi saham memiliki risiko yang tinggi karena banyak faktor yang memengaruhi pergerakan harga saham.

Murti et al., 2020 dalam Syahla & Ikhsan, (2022) Sebagian calon *Investor* memilih saham agresif karena mereka ingin mendapatkan return yang lebih besar. Hudaya (2020) Secara umum, ada tiga jenis profil risiko. Yang pertama adalah konservatif yaitu mereka yang ingin menghindari risiko tinggi. Yang kedua agresif akan memilih instrumen investasi dengan risiko yang ditanggung tinggi dan imbal hasil juga tinggi, sedangkan yang ketiga moderat akan memilih instrumen dengan risiko yang ditanggung sedang dan imbal hasil sedang juga.

Pasar saham terdiri dari tiga tingkatan. Saham lapis pertama, kapitalisasi pasar tinggi volatilitas rendah yang rata-rata tergabung di indeks LQ45 dan juga dikenal sebagai saham *Blue Chip*. Saham lapis kedua kapitalisasi pasar sedang volatilitas sedang juga. Dan yang ketiga saham lapis ketiga (*Thrid layer stock-small cap*) dengan kapitalisasi rendah volatilitas tinggi yang dikenal dengan istilah saham gorengan. Volatilitas tinggi saham lapis tiga ini disebabkan dimainkan oleh pihak-pihak tertentu karena harganya yang murah. Banyak yang membeli saham lapis tiga ini dengan tujuan *Trading*. Saham gorengan sekarang topik yang sering dibicarakan. Pasar saham adalah tempat investasi yang bagus. Tidak diragukan lagi, ada juga risiko yang sangat tinggi. Perusahaan di sektor keuangan nonbank, seperti asuransi, yang mengelola dana

kliennya, menggunakan pasar saham sebagai alat investasi.

Berdasarkan kasus korupsi dana pengelolaan investasi PT Asabri (Persero) dan PT Asuransi Jiwasraya (Persero), yang melibatkan Benny Tjokrosaputro (Bentjok) dan Heru Hidayat, kasus ini merupakan bagian terbesar dari praktik manipulasi perdagangan saham di Tanah Air. Kerugian total Asabri diperkirakan mencapai Rp 23 triliun, sedangkan kerugian Jiwasraya diperkirakan mencapai Rp 16,8 triliun. Sumber : <https://www.cnbcindonesia.com>.

Skandal manipulasi saham Adani Group, perusahaan milik Gautam Adani, konglomerat India menjadi perhatian dari Presiden Jokowi. Jokowi tidak ingin situasi serupa terjadi di bursa saham nasional. karena konsekuensi negatif yang ditimbulkannya sangat besar bagi perekonomian. Jokowi berharap hal-hal seperti ini tidak terjadi lagi, terutama di pasar saham Indonesia. Dia juga memerintahkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan pengawasan industri keuangan yang jauh lebih ketat, mulai dari skala makro hingga mikro. Sumber : <https://www.cnbcindonesia.com>

Presiden Jokowi meminta Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meningkatkan keamanan sektor jasa keuangan untuk mencegah praktik menggoreng saham. Menurutnya, masyarakat membutuhkan perlindungan yang jelas dari produk keuangan seperti asuransi, pinjaman online, investasi, tur haji, dan umroh. Jokowi menyatakan bahwa pengawasan produk-produk jasa keuangan tersebut harus dilakukan secara detail. Sumber : <https://www.market.bisnis.com>

Indikasi aktivitas transaksi saham gorengan terbilang ramai pada tahun 2018 dan 2019. Banyak saham termasuk dalam kategori aktivitas pasar yang tidak biasa (UMA) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). UMA ini berhasil bersanding dengan saham-saham dengan kapitalisasi pasar yang tinggi di daftar saham dengan jumlah total transaksi terbesar di BEI. Sumber : <https://www.cnbcindonesia.com>

Permanasari *et al.*, (2023) Harga saham dapat digerakkan atau dimanipulasi oleh pasar, tetapi untuk menggerakkan. Seorang bandar memerlukan dana yang sangat besar untuk menggerakkan harga suatu saham. Bandar akan menurunkan harga suatu saham dan menaikkan harga suatu saham dengan mudah, itu yang menjadi masalah penting pada suatu *Investor*.

Melakukan tindakannya, *Market Maker*, atau bandar, membutuhkan peran *Influencer*. Pratiwi (2020) menyatakan bahwa Bursa Efek Indonesia menganjurkan program "*Investory*" kepada individu yang berpengaruh di media sosial, juga dikenal sebagai *Influencer*. Tujuan dari program ini adalah agar *Influencer* tersebut dapat

mengajarkan para pengikutnya tentang investasi di masa depan. Firdhausa & Apriani (2021) menyatakan bahwa banyak *Influencer* saham yang bersosialisasi melalui sosial media untuk menarik minat publik untuk berinvestasi saham.

Tahun ini, Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjuk perusahaan sekuritas sebagai Market Maker, dengan tujuan meningkatkan nilai transaksi saham. Menurut Irvan Susandy, Direktur Perdagangan dan Pengaturan Anggota Bursa BEI, konsep ini mirip dengan penerapan *liquidity provider di structured warrant*, yang berarti Market Maker akan menyediakan likuiditas ke pasar saham. Konsep ini juga telah diterapkan pada bursa di negara tetangga seperti Bursa Hong Kong, Singapura, dan Malaysia.

Menurut Irvan, BEI berencana untuk menyediakan likuiditas untuk efek pasar tertentu. Nanti, Market Maker diharuskan untuk menghitung jumlah transaksi sesuai dengan standar tertentu. "Sehari berapa lembar, ada pengaturannya," tambahnya. Selain itu, Market Maker akan dikenakan sanksi administratif jika tidak memenuhi janjinya. Namun, sanksi baru hanya akan diterapkan setelah BEI melakukan pembinaan sebelumnya. Aturan Market Maker dapat diterapkan pada semester pertama tahun ini. BEI dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) masih berusaha mempercepat pelaksanaan aturan ini hingga saat ini. Sumber : <https://www.cnbcindonesia.com>

Berdasarkan literatur yang diuraikan diatas, Saya selaku peneliti ingin membuat penelitian dengan judul “STUDI LITERATUR *THIRD LAYER STOCK-SMALL CAP*. ”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Return* terhadap saham gorengan?
2. Bagaimana pengaruh *Market Maker* terhadap saham gorengan?
3. Bagaimana pengaruh *Influencer* terhadap saham gorengan?

C. Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh *Return* terhadap saham gorengan
2. Mengetahui pengaruh *Market Maker* terhadap saham gorengan
3. Mengetahui pengaruh *Influencer* terhadap saham gorengan

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini akan meningkatkan pengetahuan dan wawasan tentang investasi saham, khususnya tentang pilihan investasi saham gorengan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan penulis mengenai saham gorengan yang ada di pasar modal

- b. Bagi Masyarakat Umum

Diharapkan penelitian ini akan memberi tahu masyarakat lebih banyak tentang cara membuat keputusan investasi yang lebih baik. Ini juga akan mengajarkan orang-orang yang berinvestasi di pasar saham untuk menghindari saham yang tidak sehat agar mereka tidak mengalami kerugian *finansial*.

- c. Bagi Akademik

Harapan kami adalah bahwa penelitian ini akan memberikan wawasan baru dan referensi untuk membantu penelitian lebih lanjut, terutama yang berkaitan dengan saham gorengan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Saham Gorengan

Hudaya (2020) Setiap saham terbagi menjadi tiga kategori: saham lapis satu, juga dikenal sebagai saham *Blue Chip*, memiliki kapitalisasi pasar tinggi dan volatilitas rendah, saham lapis dua memiliki kapitalisasi pasar sedang, dan saham lapis tiga adalah saham yang paling berisiko, memiliki tingkat volatilitas harga yang tinggi yang disebut "gorengan".

Syahla & Ikhsan (2022) Saham gorengan adalah saham yang sangat berisiko, jadi orang yang bertransaksi di dalamnya harus memiliki profil risiko agresif dan pengalaman saham yang luas. Saham gorengan biasanya berasal dari perusahaan dengan nilai kapitalisasi pasar kecil biasanya kurang dari Rp500 miliar, karena mereka tidak membutuhkan modal yang besar, yang membuatnya mudah untuk dimanipulasi harganya oleh bandar saham. Sumber : <https://snips.stockbit.com>

Menurut Prayogi & Sanjoko (2018) Saham yang "digoreng" biasanya berada di peringkat teratas daftar saham yang sedang naik dan kadang-kadang menarik, dan biasanya dapat dibeli oleh pedagang setelah harganya melonjak dengan cepat.

Menurut Tri & Suryana (2020) Manajer investasi yang menginvestasikan dana kelolaannya ke saham gorengan saat ini adalah kasus yang sedang dibicarakan. Saham gorengan tersebut berada di bawah saham lapis pertama atau *big caps* dan saham lapis kedua atau *second liner*.

2. Return

Murti et al. 2020 dalam Syahla & Ikhsan (2022) Seorang calon *Investor* memilih saham agresif karena menginginkan *return* yang besar. Hudaya (2020) Calon *Investor* memilih saham agresif karena mereka ingin mendapatkan *Return* yang lebih besar.

Menurut Setiyono (2016) *Return* saham adalah hasil dari investasi yang dilakukan *Investor*. Setiap *Investor* ingin mendapatkan return saham terbaik. Realisasi keuntungan dan ekspektasi keuntungan adalah dua kategori keuntungan saham. Realisasi keuntungan adalah keuntungan yang telah terjadi atau telah terealisasi, sedangkan keuntungan ekspektasi adalah keuntungan yang diharapkan

Investor untuk diperoleh di masa mendatang, tetapi masih belum terjadi.

Untuk mengetahui kekayaan pemegang saham, *Investor* dapat melihat return saham, yang merupakan tingkat pengembalian yang mereka peroleh dari investasi mereka dalam saham. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Hasil Perdagangan Saham:

a. Faktor Internal

Menurut Zulfikar 2016 dalam Tri & Suryana (2020) mengatakan bahwa beberapa komponen internal yang mempengaruhi fluktuasi harga berdampak pada return saham, misalnya :

- a) Laporan produksi, pengumuman pemasaran, produksi, penjualan, marketing, perubahan harga, penambahan produk baru
 - b) Pengumuman pendanaan, juga dikenal sebagai pengumuman hutang dan ekuitas
 - c) Keputusan manajemen seperti perubahan struktur organisasi, susunan direksi, dan komisaris
 - d) Pengumuman tentang merger, investasi ekuitas, dan akuisisi
 - e) Pengumuman investasi, seperti ekspansi, pengembangan, riset, atau penutupan bisnis
 - f) Pengumuman ketenagakerjaan, seperti negosiasi baru, kontrak baru, pemogokan kerja atau PHK
- Pengumuman laporan keuangan perusahaan, yaitu laporan keuangan triwulanan dan tahunan.

b. Faktor Eksternal

- a) Pengumuman yang dibuat oleh pemerintah, termasuk perubahan suku bunga tabungan dan deposito, kurs valuta asing, dan inflasi, serta berbagai undang-undang dan peraturan ekonomi;
- b) Pengumuman yang memenuhi persyaratan hukum, seperti tuntutan karyawan terhadap perusahaan atau manajernya serta tuntutan perusahaan terhadap manajernya;
- c) Pengumuman industri sekuritas (*securities announcement*), seperti volume atau harga saham perdagangan, inditer *Trading* , laporan pertemuan tahunan, , pembatasan atau penundaan *Trading*;
- d) Pergerakan harga saham di bursa efek suatu negara dipengaruhi

secara signifikan oleh gejolak politik dalam negeri dan perubahan nilai tukar. Selain itu, ada sejumlah masalah internasional dan domestik.

3. *Market Maker*

Menurut Permanasari et al., (2023) Bandar saham, juga disebut sebagai Market Maker, dapat berupa individu atau kelompok orang yang setuju untuk membeli sejumlah besar saham, yang berarti mereka memiliki dana yang cukup untuk menguasai saham suatu perusahaan. Menurut prinsip bandar saham, karena ada perbedaan informasi antara bandar dan *Investor* di pasar modal, kondisi pasar tidak efisien. Untuk mendapatkan keuntungan, bandar saham akan mengubah harga saham, yang dapat mempengaruhi *Investor* ritel untuk mencari keuntungan.

Bandar saham melakukan dua tahap: akumulasi dan distribusi. Bandar mulai mengumpulkan barang dalam jangka waktu yang tidak menentu dalam fase yang disebut sebagai akumulasi. Selama fase akumulasi, harga saham akan turun agar bandar dapat mengumpulkan barang dengan harga murah. Sementara itu, selama fase distribusi, harga saham terus meningkat karena transaksi yang dilakukan oleh bandar dilakukan secara perlahan sehingga pasar tidak curiga terhadap pergerakannya. Setelah itu, bandar akan menjual barangnya pada saat harganya naik atau pada saat bandar mengambil keuntungan. Menurut Wafa (2023) Perusahaan yang ditargetkan bukanlah perusahaan kelas atas, tetapi perusahaan lapis ketiga (*Third Layer-small cap*).

Bambang & Iman (2022) Pembuat pasar atau penyedia likuiditas, baik individu maupun organisasi, dikenal sebagai Market Maker (Schultz, 2003). Market Maker juga dapat dikontrak oleh institusi untuk menjaga persediaan finansial atau saham yang dimiliki oleh perusahaan atau *Investor* (Lepone & Young, 2013).

Aamihud & Mendelson 1980 dalam Bambang & Iman (2022) menyatakan bahwa Market Maker dapat memperoleh informasi dari orang dalam perusahaan saat melakukan transaksi jual beli, sehingga mereka dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar dan lebih awal daripada Market Maker lain. Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian Milgrom (1985), yang menyatakan bahwa kualitas informasi yang diperoleh Market Maker dari penawaran dan permintaan (volume) perdagangan saham, serta jumlah informasi yang diperoleh dari orang dalam perusahaan.

Menurut Raintung (2022) *Investor* retail di pasar modal sangat familiar dengan istilah bandar saham atau Market Maker. Bandar dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti:

- a. Pemain bermain bersama dengan pemain lain dalam permainan seperti dadu, rolet, dan sebagainya
- b. Individu menjalankan bisnis perjudian
- c. Individu melakukan tindakan secara rahasia
- d. Individu melakukan tindakan secara rahasia.
- e. Tengkulak bisnis dan lainnya

Seorang bandar atau dikenal sebagai *Market Maker* berada di dalam pasar modal bertujuan untuk menjaga likuiditas suatu emiten dan memberi ruang *Investor* ritel untuk melakukan jual beli suatu saham. Namun, dengan kemajuan zaman dan kemudahan akses ke informasi dan teknologi, bandar dapat menggunakan sumber dayanya untuk mempermainkan harga saham perusahaan. Ini mungkin karena hanya dengan menyebarkan luaskan sentimen positif terhadap perusahaan bandar, orang-orang akan dengan mudah membeli sahamnya dengan harapan mendapatkan keuntungan.

Silalahi (2020) Ketika harga saham naik dengan cepat, bandar jelas ada. Satu saham dapat mengalami ARA (Auto Reject Atas) berkali-kali. Dalam hal ini, saham tersebut dapat mengalami kenaikan lebih dari seratus persen dalam waktu satu minggu, atau lima hari kerja di bursa efek. Sebaliknya, harga saham tersebut dapat jatuh dengan cepat. Sudah jelas bahwa kenaikan saham yang cepat ini tidak dilakukan oleh bandar, tetapi secara spontan dibantu oleh para *Investor* ritel yang juga ingin memperoleh keuntungan dalam waktu yang relatif singkat. Jika dilihat dari volume transaksi, *Investor* retail adalah yang paling aktif menggerakkan harga. Penulis pernah melakukan analisis broker summary pada suatu sekuritas. Hasilnya, ketika harga saham naik, *Investor* retail lebih aktif daripada bandarnya. Namun, hanya Bandar atau Market Maker yang dapat menggerakkan kenaikan harga saham. *Investor* retail tidak dapat melakukannya.

Benni Sinaga, 2015: 94 dalam Aldyan (2018) Menggoreng saham juga disebut sebagai "*Cornering the Market*" adalah usaha di mana individu bekerja sama dengan suatu perusahaan sekuritas untuk melakukan pembelian suatu saham dalam jumlah yang besar, sehingga mendongkrak kenaikan harga saham suatu emiten naik

drastis dalam hitungan detik, dan ketika harga naik para pelaku *Cornering the Market* menjual sahamnya yang ber efek Harga saham biasa turun drastis dalam beberapa detik.

Tasya (2023) Tidak semua perdagangan di bursa dilakukan hanya oleh *Investor* atau *Trader*. Ada kemungkinan bahwa *Market Maker* melakukan transaksi perdagangan tertentu dengan tujuan mendorong harga saham ke arah tertentu. *Market Maker* dapat menggerakkan hampir semua saham, mulai dari kapitalisasi kecil hingga besar. Biasanya, mereka adalah broker asing dan broker lokal. Bandar, juga dikenal sebagai *Market Maker*, berfungsi untuk memastikan bahwa pasar likuid, yaitu adanya volume perdagangan saham yang cukup sehingga perdagangan dapat berlangsung walau tanpa adanya *Market Maker*, meskipun saham dengan fundamental yang baik namun tidak likuid. Dengan kata lain, *Investor* yang ingin menjual sahamnya tapi terhalang oleh kurangnya pembeli di pasar.

4. *Influencer*

Amalia & Sagita, 2019 dalam Anjani et al., (2022) Jenis media di internet yang membuat seseorang berkomunikasi, berbagi, bekerja sama dan terhubung dengan orang lain secara virtual biasa disebut dengan Media sosial. Dengan munculnya media sosial, beberapa profesi berkembang, termasuk *Influencer*, yang berarti seseorang yang mempengaruhi audiensnya dengan membuat konten tentang topik tertentu. *Influencer* sering digunakan oleh bisnis di berbagai industri untuk memasarkan barang mereka melalui endorsement karena mereka dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas.

Untuk menunjukkan kepada orang-orang bahwa berinvestasi di saham memiliki mekanisme yang sangat sederhana, *Influencer* saham menghidupkan kembali pasar modal. Peraturan yang berlaku harus digunakan untuk memfasilitasi investasi saham. Emiten percaya bahwa kehadiran idola, atau *Influencer* saham, sangat efektif untuk mendapatkan lebih banyak calon *Investor* dari masyarakat. Partisipasi dan intervensi *Influencer* saham dapat mendorong optimisme tentang peningkatan *Investor*. Untuk membuat masyarakat waspada terhadap potensi risiko, risiko yang terkait dengan investasi saham harus diperhatikan dan dikomunikasikan.

Kholiq (2022) Pengelola investasi *Trading* harus berupaya mendorong partisipasi masyarakat dalam investasi *Trading*, secara langsung dan tidak

langsung. "*Affiliator*" dan "*Influencer*" adalah istilah kata yang digunakan dalam baik investasi maupun *Trading*. Mereka yang mendapatkan pelanggan baru dan menawarkan platform investasi disebut afiliator. Namun, *Influencer* adalah individu yang mendorong platform investasi. Karena *Influencer* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap para *follower* untuk mengikutinya, oleh karena itu kerja sama dengan seorang *Influencer* sangatlah menguntungkan. Perusahaan lebih suka membayar *Influencer* dengan harga yang tinggi karena mereka secara tidak langsung akan mempengaruhi pengikut mereka dan meningkatkan kesadaran terhadap barang yang diiklankan atau ditawarkan. Ini menunjukkan bahwa penggunaan jasa *Influencer* merupakan bentuk kerja sama yang menguntungkan. Mega *Influencer* adalah selebriti paling populer yang memiliki banyak pengikut di internet dan di dunia nyata; Macro *Influencer* adalah pembuat konten yang ingin membagikan kisah hidup mereka pada titik tertentu; dan Micro *Influencer* adalah mereka yang memiliki banyak pengikut, biasanya antara 1000 dan 10.000.

Mahyuni & Putra (2023) Pengambilan keputusan seorang *Investor* dipengaruhi oleh *Influencer* dalam memberikan sebuah informasi. Seorang *Influencer* memerlukan media sosial untuk mempromosikan saham dari suatu perusahaan. Atau lebih dikenal sebagai saham pom-pom.

.Menurut Norisa (2021) Istilah "pom-pom saham" digunakan untuk menggambarkan tindakan seseorang atau kelompok orang yang secara tersirat mendorong orang lain untuk melakukan transaksi terhadap saham tertentu, seperti membeli, mempertahankan, dan menjual, dengan tujuan untuk membuat harga saham naik atau turun dengan cepat. Jika orang yang memberikan informasi ini berpengaruh, seperti *Influencer* dengan banyak pengikut, maka informasi tersebut mungkin dapat mempengaruhi pengikut dari *Influencer* tersebut. Fenomena pertumbuhan *Investor* dan pom-pom saham menunjukkan bahwa informasi sangat memengaruhi keputusan investasi.

Pahlevi (2021) Banyak faktor saham memengaruhi investasi di pasar modal. Dengan fenomena *Influencer* saham baru-baru ini, diperlukan pendekatan edukasi dan persuasi *Influencer* untuk memahami secara menyeluruh risiko dan konsekuensi investasi. Mereka juga harus mengajarkan orang-orang bagaimana berinvestasi dengan benar. Lahiran *Influencer* saham membantu masyarakat memahami pasar modal. *Influencer* saham dapat diklasifikasikan menjadi pengaruh positif dan negatif.

Faktor-faktor yang memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan investasi di pasar modal yaitu :

- a. Untuk membantu masyarakat memahami prospek dan keuntungan investasi saham di masa depan, investasi saham di pasar modal membutuhkan edukasi dan sosialisasi.
- b. Membantu Bursa Efek Indonesia dalam memperkenalkan pasar modal kepada publik.
- c. Dengan menyediakan informasi yang mudah diakses untuk *Investor* pemula, kami berusaha untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap investasi saham di pasar modal. *Influencer*, yang mencakup selebriti, artis, selebgram, youtuber, dll., biasanya memiliki banyak penggemar, yang membuat mereka lebih efektif dalam menarik minat masyarakat. Karena penganut biasanya mempercayai dan mengikuti perilaku dan pernyataan idolanya.
- d. Meningkatkan minat *Investor* di pasar modal karena semakin banyak masyarakat yang mengetahui atau terpengaruh oleh informasi yang diberikan oleh *Influencer*. Akibatnya, pasar modal menjadi lebih likuid dan ramai.

Faktor-faktor yang memiliki dampak negatif terhadap pertumbuhan investasi di pasar modal yaitu :

- a. *Influencer* dapat memberikan informasi yang tidak kredibel kepada *Investor* pemula, terutama mereka yang menerimanya tanpa melakukan analisis fundamental dan teknikal. Ini karena tidak semua *Influencer* memiliki kemampuan untuk memberikan edukasi dan informasi yang tepat kepada pengikutnya tentang saham, sehingga mereka cenderung memberikan informasi yang salah. Adapun ciri-ciri *Influencer* yang dapat merugikan *Investor* antara lain :
 - a) Jika ada informasi tentang potensi keuntungan besar yang tidak masuk akal dalam waktu singkat, dapat diduga kuat bahwa ada suspensi atau aktivitas pasar yang tidak biasa. *Influencer* hanya menunjukkan keuntungan besar dalam waktu singkat tanpa memberi tahu *Investor* tentang peluang kerugian.

- b) *Influencer* tidak pernah memberikan informasi tentang margin keamanan, atau perbedaan antara harga jual saham dan nilai intrinsiknya.
 - c) *Influencer* menciptakan kondisi yang disebut FOMO (fear of missing out), yang merupakan kecemasan dan kecemasan yang dihasilkan dari berbagi informasi tentang saham di media sosial dengan ribuan pengikut. Jadi, orang yang melihatnya akan khawatir dan khawatir jika ketinggalan dan tidak membeli sekarang karena orang lain akan membeli lebih dulu. Para calon *Investor* kemudian terburu-buru mengambil keputusan investasi tanpa mempelajari lebih lanjut tentang saham dan perusahaan yang akan mereka beli.
- b. Banyak orang yang belum tentu memiliki kredibilitas teknis dan fundamental di pasar saham bermunculan untuk berbagi pengalaman dan memberikan informasi seputar saham karena tidak ada standar atau peraturan yang jelas tentang bagaimana menjadi *Influencer*. Akibatnya, aturan tentang jenis informasi seputar saham yang layak disampaikan kepada publik juga tidak jelas. Jadi, jika masyarakat mengejar endorsement dari *Influencer* dan kemudian mengalami kerugian, *Influencer* akan mengatakan bahwa ia hanya berbagi pengalaman dan tidak ingin mengajak atau mempengaruhi masyarakat untuk membeli saham tersebut.
- c. Bursa Efek Indonesia belum mengawasi dan mengelola strategi endorsement oleh *Influencer* saham dengan baik. *Influencer* belum berhasil meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi dengan benar. Mayoritas *Influencer* tidak jelas kredibilitasnya dan mungkin tidak benar-benar memahami cara yang aman dan benar untuk berinvestasi dengan saham. Sebagian besar dari mereka berusaha menarik perhatian publik dengan memanfaatkan status dan popularitas mereka. Untuk menghindari kekecewaan dan kerugian, informasi yang dikirim harus ditinjau ulang. Selain itu, perlu dikaji ulang apakah keterlibatan *Influencer* terutama selebriti dan publik figure murni bertujuan untuk mendorong investasi saham kepada masyarakat atau apakah pihak lain bekerja sama dengan *Influencer* untuk meminta jasa mereka untuk mempromosikan saham

perusahaan tertentu dengan tujuan meningkatkan jumlah peminat dari masyarakat dengan memanfaatkan popularitas publik figure yang menjadi *Influencer*.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

N o	Penulis dan Tahun	Judul	Alat Analis	Hasil
1	Rochim & Asiyah (2022)	Pengaruh Analisis Teknikal, Fundamental, dan Bandarmologi terhadap Keuntungan <i>Investor</i> Tahun 2021 di Bursa Efek Indonesia	Studi ini menerapkan analisis regresi berganda.	1. Keuntungan <i>Investor</i> dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh analisis teknikal. 2. Keuntungan <i>Investor</i> sebagian dipengaruhi positif oleh analisis fundamental. 3. Analisis Bandarmologi memiliki dampak negatif terhadap keuntungan <i>Investor</i> , tetapi dampak ini tidak signifikan.
2	Rasikha et	Teknik <i>long</i>	Penelitian ini	Teknik

	al., (2022)	<i>sort-term memory</i> untuk analisa mengatasi fenomena <i>pump and dump</i>	menggunakan analisis <i>STUDY</i> literatur	pengambilan keputusan <i>Trading</i> dengan harga saham historis sebagai satu-satunya prediktor model LSTM dapat digunakan.
3	Syahla & Ikhsan, (2022)	Studi Literatur : Saham Gorengan	Penelitian ini menggunakan analisis metode obervasi	Saham gorengan sangat berisiko, jadi mereka yang bertransaksi harus memiliki profil risiko agresif dan jam terbang yang tinggi.
4	Hudaya (2020)	Berinvestasi di Saham-Saham <i>Thirdliner</i> : Apa Saja Rasio Fundamental yang Menentukan ?	Penelitian ini menggunakan analisis statistika deskriptif	1. <i>price to earning rasio, net profit margin</i> , dan <i>price to book value</i> tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap perubahan harga saham. 2. <i>Return on asset</i> berdampak positif terhadap perubahan harga saham.
5	Permanasa	Pembuatan	Penelitian ini	Dengan metode

	ri et al., (2023)	Program Untuk Menentukan Jual Beli Saham Berdasarkan Perubahan Harga Menggunakan Metode Bandarmology	menggunakan analisis metode obervasi	bandarmology, keputusan untuk jual atau beli saham didasarkan pada data dari ringkasan indikator broker dan buku pesanan. Hasilnya menunjukkan presentase keuntungan sebesar 57,40%.
6	Raintung (2022)	Perlindungan hukum bagi <i>Investor</i> pasar modal di tengah maraknya bandar saham atau	metode penelitian literatur dan atau studi kepustakaan	kedudukan hukum tindakan manipulasi pasar saham dan posisi seorang bandar saham yang melakukan transaksi di pasar modal
7	Silalahi (2020)	Peran badan pengawas pasar modal dan lembaga keuangan dalam pergerakan harga saham di bursa efek indonesia	Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah library research dengan analisis deskriptif naratif	Hanya Bandar (Market Maker) yang mampu menggerakkan saham yang ada di pasar modal. Rencana, keputusan, dan tindakan Bandar sangat berpengaruh

				terhadap dinamika keuntungan pelaku pasar modal.
8	Pratiwi (2020)	Pengaruh pengetahuan investasi modal awal investasi dan sosial media <i>Influencer</i> terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal	Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda	Hipotesis pertama dan ketiga yang diuji menunjukkan bahwa pengetahuan investasi (X1) dan pengaruh sosial media (X3) memengaruhi minat investasi dengan cara yang positif, tetapi tidak dapat membuktikan bahwa modal awal investasi (X2) memengaruhi minat investasi dengan cara yang negatif.
9	Firdhausa & Apriani (2021)	Pengaruh platform media sosial terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di	Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana	Kehadiran media sosial sangat memengaruhi komunikasi dan berbagi informasi.

		pasar modal		
10	Prayogi & Sanjoko (2018)	Jargon pedagang saham di telegram	Penelitian ini menggunakan analisis observasi	Namun, istilah "pedagang saham" sudah ada sebelum Telegram digunakan oleh para pedagang saham. Namun, karena fiturnya yang terbatas pada platform lain yang lebih populer, Telegram menjadi lebih populer dan menjadi platform utama untuk berbicara dan menyebarkan informasi tentang saham di internet.
11	Tri & Suryana (2020)	Market Value Ratio Analysis of Stock Returns In Companies With Largest Market Capitalization Period 2014-2018	Penelitian ini menggunakan analisis observasi	1. Price Earning Ratio dan Earning Yield dalam penelitian ini berdampak positif pada Return 2. Pada penelitian ini, dividen yield dan market to book ratio tidak berdampak

				signifikan pada return saham.
12	Setiyono (2016)	Pengaruh kinerja keuangan dan ukuran perusahaan terhadap <i>Return</i> saham	Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda	1. 1. Return saham tidak dipengaruhi secara signifikan oleh Variabel Current Ratio (CR). 2. Secara signifikan, Return dipengaruhi oleh Variabel Debt to Equity Ratio (DER). 3. Tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap return saham oleh variabel return on assets (ROA). 4. Return saham sangat dipengaruhi oleh Variabel Earning Per Share (EPS).
13	Wafa (2023)	Tinjauan hukum positif dan hukum islam terhadap transaksi jual beli saham	Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda	Karena metode scalping yang dikembangkan oleh M Isa Abdussalam telah terhindar dari hal-

		syariah menggunakan metode scalping		hal yang melarang jual beli di pasar modal syariah, metode ini tidak mengandung unsur-unsur yang melanggar hukum Islam.
14	Bambang & Iman (2022)	Net Volume Saham <i>Market Maker</i> , Asimetri Informasi , Fundamental Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pendekatan Model Fixed Effect	Studi ini menggunakan analisis regresi berganda	Menurut hasil penelitian ini, likuditas saham Market Maker menunjukkan perannya sebagai penentu harga.
15	Aldyan (2018)	Problematika penegakan hukum kasus <i>Cornering The Market</i> perdagangan saham di pasar modal di Indonesia	Studi ini adalah penelitian hukum normatif. Dengan menggunakan metode pendekatan Perundang-Undangan	Dalam penegakan hukum kasus <i>Cornering the Market</i> di pasar modal, masalah utama adalah bagaimana membuktikan adanya kasus tersebut. Selain itu, selama ini, ketika terjadi

				kasus <i>Cornering the Market</i>, perusahaan sekuritas dan emiten yang dikenakan sanksi karena administrasi denda dan pembekuan kegiatan bisnis dan perdagangan saham, seharusnya yang dikenakan sanksi adalah pelaku <i>Cornering the Market</i>.
16	Tasya (2023)	Pengaruh Net Volume saham, <i>Market Maker</i>, Asimetri Informasi, Leverage dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Indeks IDX ESG Leaders	Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda	1. Sebagian besar, nilai perusahaan dipengaruhi negatif oleh volume saham <i>Market Maker</i>. 2. Asimetri informasi berdampak negatif pada nilai bisnis perusahaan. 3. Nilai perusahaan dipengaruhi

				secara signifikan oleh leverage. 4. Profitabilitas secara parsial meningkatkan nilai perusahaan. 5. Nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh volume saham Market Maker, asimetri informasi, leverage, dan profitabilitas.
17	Anjani et al., (2022)	Kedudukan <i>Influencer</i> yang Merekomendasikan Saham Tertentu Berdasarkan Hukum Pasar Modal di Indonesia	Penelitian ini Metode pendekatan yuridis normatif dan analisis berupa normatif kualitatif	Kedudukan <i>Influencer</i> yang merekomendasikan saham tertentu, Hukum Indonesia tidak memiliki peraturan yang mengatur kedudukan dan tindakan <i>Influencer</i> yang merekomendasikan saham tertentu.
18	Kholiq (2022)	Kajian pertanggung jawaban pidana <i>Influencer</i>	Penelitian yang digunakan adalah penelitian	Investasi online dapat membawa keuntungan dan risiko bagi

		terhadap investasi ilegal	hukum normative	mereka yang mengikutinya, termasuk aktivitas investasi ilegal..
19	Mahyuni & Putra (2023)	Analisis pengaruh <i>Influencer</i> terhadap pembentukan harga saham di BEI	Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana	Harga saham di Bursa Efek Indonesia tidak dipengaruhi oleh sentimen beli <i>Influencer</i> Saham.
20	Pahlevi (2021)	Legal Standing of Stock <i>Influencer</i> in Indonesia	Penelitian ini menggunakan STUDI kepustakaan	Investasi saham di pasar modal dipengaruhi oleh kemunculan <i>Influencer</i> saham.

C. Kerangka Berfikir

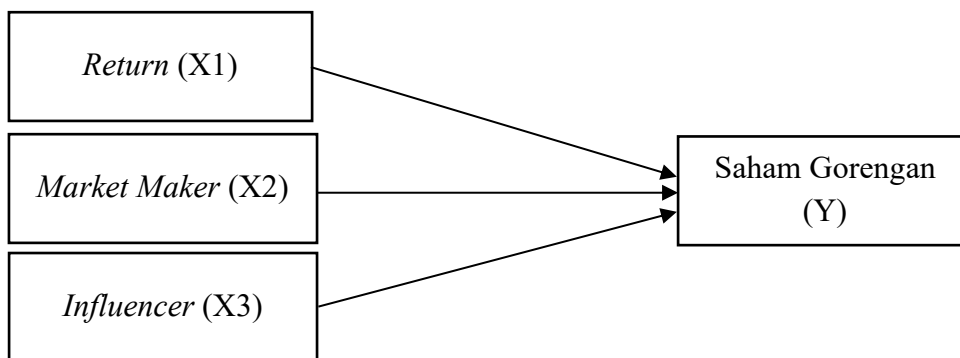
Untuk mendukung sub fokus yang menjadi latar belakang penelitian ini, kerangka pemikiran menggambarkan cara peneliti berpikir. Penelitian kualitatif membutuhkan landasan yang mendasari penelitian untuk membuat penelitian lebih terarah. Oleh karena itu, untuk memperjelas konteks dan konsep penelitian, serta metode dan penggunaan teori, diperlukan kerangka pemikiran. Penelitian ini akan menggabungkan teori dengan masalahnya dalam penjelasan yang disusun. Jika penelitian memiliki relevansi dengan fokus penelitian, kerangka berpikir penelitian harus disampaikan.

Maksud dari kerangka berpikir sendiri adalah supaya terbentuknya suatu alur penelitian yang jelas dan dapat diterima secara akal (Sugiyono, 2017: 92). Sebuah kerangka pemikiran bukanlah sekumpulan informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber namun, kerangka pemikiran membutuhkan lebih dari sekedar data atau informasi yang relevan dengan penelitian; peneliti harus memperoleh pemahaman tentang hasil pencarian dari berbagai sumber, lalu diterapkan dalam kerangka

pemikiran. Pemahaman sebelumnya akan didasarkan pada pemahaman dalam kerangka pemikiran. Pada akhirnya, kerangka pemikiran ini akan menghasilkan pemahaman yang mendasar, yang akan berfungsi sebagai dasar bagi semua ide lainnya.

Peneliti akan menggunakan beberapa konsep yang disebutkan di atas sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini. Kerangka teoritis di atas akan diterapkan dalam kerangka konseptual yang sesuai dengan penelitian, yaitu “STUDY LITERATUR *THIRD LAYER STOCK-SMALL CAP*”.

Gambar 3
Kerangka berpikir



Ada dua variabel, variabel dependen dan variabel independen, seperti yang ditunjukkan pada gambar di atas:

A. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2015 dalam Pradana, 2022) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pembelian Saham Gorengan (Y)

B. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2015 dalam Pradana, 2022) Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen/terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Return (X1)*, *Market Maker (X2)* dan *Influencer (X3)*

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Karena fluktuasi harganya yang cepat, saham gorengan menjadi saham yang berisiko tinggi. Untuk bertransaksi di saham gorengan, seseorang harus memiliki pengalaman saham yang luas dan profil risiko agresif. Meskipun saham gorengan memiliki fundamental yang buruk, harganya naik dengan cepat karena Market Maker dengan sengaja memanipulasi harga untuk mendapatkan keuntungan. Dengan menyebarkan isu-isu agar *Investor* retail membeli saham, Market Maker akan membentuk opini dan kemudian melakukan aksi profit taking dengan menjual seluruh atau sebagian sahamnya.

B. SARAN

Seorang *Investor* atau *Trader* harus bijak saat memilih emiten untuk menghindari risiko rugi saat bertransaksi di pasar saham. Sebelum melakukan pembelian, Anda harus lebih dulu menganalisis dan mengamati pergerakan saham. Untuk menghindari kerugian, Anda harus memahami bagaimana Market Maker mengumpulkan dan mendistribusikan barang. Selain itu, bagi *Investor* pemula, akan lebih baik untuk menghindari saham dengan volatilitas tinggi dan saham lapis tiga untuk menghindari risiko yang tidak diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Sumber website

- Dfh (2023). Saham Gorengan Hancurkan RI, Jokowi Sampai Marah Besar. CNBC Indonesia.com <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230209003105-17-412248/saham-gorengan-hancurkan-ri-jokowi-sampai-marah-besar>
- Pandu Gumilar & Annisa Kurniasari Saumi (2023) Kali Kedua Presiden Jokowi Ultimatum BEI dan OJK Soal Saham Gorengan. Bisnis.com. <https://market.bisnis.com/read/20230206/7/1625046/kali-kedua-presiden-jokowi-ultimatum-bei-dan-ojk-soal-saham-gorengan>
- Qoura. (2020). Mengapa banyak *Investor* saham yang terjebak di saham gorengan?. Qoura.com. <https://id.quora.com/Mengapa-banyak-Investor-saham-yang-terjebak-di-saham-gorengan>
- Romys Binekasri. (2023). Aksi Goreng Saham Terbesar, Rp 39 T Raib & Vonis Seumur Hidup. CNBC Indonesia.com. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230210073938-17-412654/aksi-goreng-saham-terbesar-rp-39-t-raib-vonis-seumur-hidup>
- Romys Binekasri (2023) BEI Bakal Tunjuk Sekuritas yang Bisa Jadi Market Maker. CNBC Indonesia.com <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240103172839-17-502524/bei-bakal-tunjuk-sekuritas-yang-bisa-jadi-market-maker>
- Romys Binekasri (2023). Tengah Jadi Perhatian Jokowi, Ini Bukti Saham Gorengan Haram!. CNBC Indonesia.com <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230210112730-17-412748/tengah-jadi-perhatian-jokowi-ini-bukti-saham-gorengan-haram>
- Stockbit. (2023). Apa Yang Dimaksud Dengan Saham Gorengan? Kenali Ciri-Cirinya. Stockbit.com. <https://snips.stockbit.com/investasi/apa-yang-dimaksud-dengan-saham-gorengan-kenali-ciri-cirinya>
- Stockbit. (2022). Mendulang Cuan Lewat Strategi Bandarmology. Stockbit.com. <https://snips.stockbit.com/investasi/bandarmology>

2. Artikel di Jurnal

- Aldyan, A. (2018). *Problematika penegakan hukum kasus Cornering The Market perdagangan saham di pasar modal di Indonesia*. 13, 10–27.
- Anjani, E. P., Suryanti, N., & Yuanitasari, D. (2022). *Kedudukan Influencer yang Merekomendasikan Saham Tertentu Berdasarkan Hukum Pasar Modal di Indonesia*. XXVI(2), 132–150.
- Bambang, A., & Iman, T. (2022). *Net Volume Saham Market Maker , Asimetri Informasi , Fundamental Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pendekatan Model Fixed Effect*. M(2). <https://doi.org/10.21070/jas.v4i1.401>
- Firdhausa, F., & Apriani, R. (2021). *Pengaruh platform media sosial terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di pasar modal*. 17, 96–103.
- Hudaya, R. (2020). *Berinvestasi di Saham-Saham Thirdliner : Apa Saja Rasio Fundamental yang Menentukan ?* 17(2), 87–96.
- Kholiq, A. (2022). *Kajian pertanggung jawaban pidana Influencer terhadap investasi ilegal*. 1, 154–170.
- Mahyuni, L. P., & Putra, I. gede A. W. (2023). *Analisis pengaruh Influencer terhadap pembentukan harga saham di Bursa Efek Indonesia*. February, 71–80.
- Pahlevi, F. S. (2021). *LEGAL STANDING INFLUENCER SAHAM DI INDONESIA (Legal Standing of Stock Influencer in Indonesia)*. 1(2), 17–41. <https://doi.org/10.21154/invest.v1i2.2908>
- Permanasari, L. A., Dirgantoro, B., & Dinimaharawati, A. (2023). *Pembuatan Program Untuk Menentukan Jual Beli Saham Berdasarkan Perubahan Harga Menggunakan Metode Bandarmology*. 10(1), 537–543.
- Pratiwi, D. T. (2020). *Pengaruh pengetahuan investasi modal awal investasi dan sosial media Influencer terhadap minat mahasiswa berinvestasi dipasar modal*. 1–43.
- Prayogi, I., & Sanjoko, Y. (2018). *Jargon pedagang saham di telegram*. 6(2), 201–213.
- Raintung, yosua. (2022). *Perlindungan hukum bagi Investor pasar modal di tengah maraknya bandar saham atau Market Maker yang beredar*. 1–11.
- Rasikha, A., Fatihurrahman, M. H., & Munandar, A. (2022). *Teknik long sort-term memory untuk analisa mengatasi fenomena pump and dump*. 8(3), 13–18.

- Rochim, M., & Asiyah, B. (2022). Pengaruh Analisis Teknikal, Fundamental, dan Bandarmologi terhadap Keuntungan *Investor* Tahun 2021 di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI Angkatan 2018-2021 UIN Satu Tulungagung). *Sinomika Journal*, 1(4), 981–998.
- Setiyono, E. (2016). *Pengaruh kinerja keuangan dan ukuran perusahaan terhadap Return saham*. 5, 1–17.
- Silalahi, J. (2020). *Peran badan pengawas pasar modal dan lembaga keuangan dalam pergerakan harga saham di bursa efek indonesia*. 1(2), 146–152.
- Syahla, N., & Ikhsan, M. (2022). *Studi Literatur : Saham Gorengan*. 22(2), 75–84.
- Tasya, N. (2023). *Pengaruh Net Volume saham, Market Maker, Asimetri Informasi, Leverage dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Indeks IDX ESG Leaders*.
- Tri, A. P., & Suryana, A. (2020). *Market Value Ratio Analysis of Stock Returns In Companies With Largest Market Capitalization Period 2014-2018*. 2(1), 28–47.
- Wafa, A. S. (2023). *Tinjauan hukum positif dan hukum islam terhadap transaksi jual beli saham syariah menggunakan metode scalping*.