

Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi, dan Media Sosial Terhadap Minat Investasi Pasar Modal Pada Mahasiswa

Victor Devin Santoso^{1*}, Noer Sasongko²

^{1*,2} Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh motivasi investasi, pengetahuan investasi, dan media sosial terhadap minat investasi pasar modal pada mahasiswa. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kausalitas kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta semester 6, semester 8, dan semester 10 dengan jumlah sebanyak 3001 mahasiswa. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Purposive Sampling. Data yang digunakan adalah data primer data berupa tanggapan yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi investasi, pengetahuan investasi dan media sosial berpengaruh terhadap minat investasi.

Kata kunci: Motivasi Investasi; Pengetahuan Investasi; Media Sosial; Minat Investasi.

Abstract. This study aims to examine the effect of investment motivation, investment knowledge, and social media on capital market investment interest in students. The type of research used is quantitative causality. The population used in this study are students of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Surakarta semester 6, semester 8, and semester 10 with a total of 3001 students. The technique used in this study is Purposive Sampling. The Data used is primary data data in the form of responses obtained through questionnaires distributed to respondents. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. The results of this study showed that investment motivation, investment knowledge and social media affect investment interest.

Keywords: Investment Motivation; Investment Knowledge; Social Media; Investment Interest.

* Corresponding Author. Email: b200200475@student.ums.ac.id ^{1*}.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang begitu cepat saat ini memberikan banyak kemudahan dalam berbagai hal. Salah satu sektor yang terpengaruh oleh perkembangan teknologi adalah sektor ekonomi. Kemajuan teknologi menyebabkan perubahan signifikan bagi perekonomian negara maupun dunia. Ekonomi dunia secara keseluruhan sedang mengalami perubahan pesat dengan adanya faktor-faktor yang mendasarinya, antara lain: faktor globalisasi, pertumbuhan perdagangan global, dan persaingan internasional yang eksplosif yang berdampak pada tidak adanya negara yang dapat terisolasi dari perekonomian saat ini (Fuad dkk, 2006). Berkat adanya perubahan pesat dari perekonomian dunia, bisnis juga mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya berbagai perusahaan yang berdiri dengan menggunakan teknologi yang canggih. Perkembangan teknologi juga memberikan kemudahan bagi pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya. Bagi sebuah perusahaan, pengembangan/ekspansi bisnis merupakan cara agar perusahaan dapat bertahan bahkan semakin besar di kemudian hari. Salah satu cara agar bisnis berkembang adalah dengan berinvestasi. Perusahaan akan melakukan penanaman modal agar modal yang ditanamkan semakin besar dan dapat dipergunakan oleh perusahaan.

Investasi sendiri merupakan salah satu kegiatan bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan serta mengembangkan kekayaan seseorang dengan cara menyimpan uang dalam bentuk surat berharga, tanah, maupun barang lainnya yang memiliki nilai keuangan. Secara sederhana, investasi diartikan sebagai penanaman modal (Suherman, 2009). Dewasa ini, dengan adanya teknologi, berbagai informasi mengenai jenis dan cara investasi begitu mudah untuk didapatkan. Informasi mengenai investasi dapat dengan mudah diakses melalui internet. Menurut Nordhaus (1993), investasi merupakan pengeluaran yang dilakukan oleh para penanam modal yang menyangkut penggunaan sumber-sumber seperti peralatan, gedung, peralatan produksi, dan mesin-mesin baru lainnya atau persediaan yang diharapkan akan memberikan keuntungan dari investasi

tersebut. Dapat disimpulkan bahwa investasi merupakan sarana pengembangan bisnis dengan menyisihkan sebagian dana perusahaan untuk disimpan dalam bentuk barang yang memiliki nilai keuangan dan diharapkan dapat berkembang di kemudian hari.

Investasi tidak hanya dapat dilakukan dengan menyimpan uang dalam bentuk barang yang memiliki nilai keuangan dan dapat berkembang, tetapi juga dapat dilakukan dengan membeli surat berharga yang dikeluarkan oleh suatu entitas maupun suatu negara. Untuk melakukan investasi surat berharga, perusahaan maupun individu dapat berinvestasi melalui pasar modal. Pasar modal memiliki peran yang sangat penting bagi pelaku bisnis dalam melakukan investasi. Pasar modal adalah tempat di mana bertemuanya pihak yang memiliki kelebihan dana (investor) dengan pihak yang membutuhkan dana (perusahaan) dengan cara memperjualbelikan sekuritas (Eduardus, dalam Rika 2014). Selain itu, pasar modal sendiri dapat digunakan untuk memperluas jaringan baik perusahaan maupun pelaku bisnis. Menurut Yuliana (2010), mereka dapat menyalurkan kelebihan dana yang dimilikinya untuk diinvestasikan, sehingga para pengusaha dapat memperoleh tambahan modal untuk memperluas jaringan usahanya dari para investor yang berada di pasar modal. Perkembangan teknologi saat ini membuat pasar modal dapat diakses dengan mudah kapanpun dan dimanapun oleh para investor. Pasar modal memiliki peran penting dalam pembangunan suatu negara. Dengan adanya pasar modal, investor individu maupun badan usaha dapat menyalurkan kelebihan dana yang mereka miliki untuk diinvestasikan di pasar modal, dan para pengusaha dapat memperoleh dana tambahan modal untuk memperluas jaringan usahanya dari para investor yang ada di pasar modal. Saat ini, BEI (Bursa Efek Indonesia) sedang gencar-gencarnya melakukan sosialisasi guna meningkatkan minat investasi pada masyarakat Indonesia. Investasi dapat dilakukan oleh siapapun dan di manapun asalkan terdapat jaringan internet. Hal inilah yang membuat investasi sudah mulai banyak diminati dan diperlakukan di kalangan masyarakat maupun mahasiswa. Pasar modal Indonesia sendiri lebih didominasi oleh generasi milenial. Menurut Strauss dan Howe (2000), generasi milenial atau generasi Y adalah orang

yang lahir dalam rentang waktu kelahiran tahun 1982-2000. Banyaknya orang yang berinvestasi, ada beberapa dari mereka yang gagal atau tidak paham lebih dalam mengenai berinvestasi. Penyebab utama mengapa hal tersebut terjadi adalah karena mereka tidak memiliki tujuan keuangan yang spesifik dan terukur dalam berinvestasi, akibatnya terjadi beberapa hal seperti sulitnya mengetahui keberhasilan investasi dan kurangnya motivasi dalam berinvestasi (Mike, dalam Pajar 2014). Bagi sebagian masyarakat Indonesia, investasi pada sektor finansial sebagai suatu kegiatan penanaman modal untuk mendapatkan keuntungan merupakan hal yang masih baru jika dibandingkan dengan negara lain. Pengetahuan dan motivasi masyarakat Indonesia masih terbilang cukup rendah. Hal tersebut disebabkan karena rendahnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat terkait investasi di pasar modal (Merawati, 2015). Dasar-dasar pengetahuan investasi merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui oleh calon investor. Ini bertujuan supaya investor terhindar dari praktik investasi yang tidak rasional (Judi), penipuan, dan risiko kerugian. Diperlukan pengetahuan, pengalaman, serta naluri bisnis yang cukup untuk menganalisis efek-efek mana yang akan dibeli dalam berinvestasi di pasar modal (Halim, 2005).

Negara Indonesia merupakan negara yang sedang berkembang di mana orientasi secara finansial masyarakatnya masih berjangka pendek yang mana dalam kategori *saving society* (menabung), bila dibanding dengan negara maju orientasinya lebih ke dalam kategori *investing society* atau investasi. Maka dari itu, diperlukannya edukasi publik yang intensif dan berkelanjutan guna mengubah masyarakat dari *saving society* ke *investing society* (Ari, 2019). Pada pembahasan ini, yang diharapkan adalah edukasi yang dilakukan secara terus menerus dan mampu menumbuhkan motivasi masyarakat daripada menabung menjadi berinvestasi. Dalam membangun sebuah usaha, diperlukan adanya penelitian dan perencanaan bisnis yang matang, dalam hal ini pemerintah memiliki peranan penting untuk turut memberikan pengaruh kepada masyarakat. Meskipun begitu, pemerintah memiliki

pengaruh yang terbatas terhadap beberapa faktor seperti faktor geografis, namun mereka memiliki faktor yang lebih menentukan terhadap keamanan hak-hak atas properti, penafsiran peraturan usaha dan perpajakan, penyedia infrastruktur, berfungsinya pasar keuangan. Membentuk iklim investasi akan mendorong terjadinya pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan (Ariyanto, 2005). Sebelum mengenal investasi, kebanyakan orang menyisihkan uangnya dalam bentuk tabungan, namun dengan semakin berkembangnya perekonomian bisnis dunia dan teknologi saat ini, banyak masyarakat menyisihkan sebagian uangnya untuk membeli saham, obligasi, atau pun logam mulia yang dapat memberikan keuntungan menjantikan di masa depan. Dengan berkembangnya zaman, mahasiswa dituntut untuk mempelajari teori investasi dan praktik langsung sebagai bentuk pengalaman berinvestasi. Beberapa hal diduga dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berinvestasi di pasar modal, yaitu pemahaman seseorang akan cara berinvestasi di pasar modal, modal untuk berinvestasi tidaklah besar dengan modal yang minimal dapat melakukan investasi, dan motivasi untuk menunjukkan eksistensi diri mereka. Menurut Nisa (2017), di kalangan akademisi investasi masih merupakan hal yang belum lumrah untuk dilakukan, bahkan hampir sedikit mahasiswa yang tahu menahu mengenai alur berinvestasi, yaitu pada skala 10% dari 100% mahasiswa di universitas yang sudah mengetahui dan memiliki pengalaman di dunia investasi. Menurut Zulaikha (2017), memunculkan minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal sebenarnya tidaklah sulit, hal ini bisa dilakukan dengan cara mendekatkan dan memberi pengetahuan tentang pasar modal di kalangan akademisi, meningkatkan pengetahuan tentang investasi, dan memberi pengarahan atau praktik untuk berinvestasi secara nyata. Tidak hanya pengarahan, seiring dengan perkembangan zaman teknologi sudah mulai menduduki peran penting dalam kehidupan manusia. Teknologi informasi sudah menjadi kebutuhan yang berkelanjutan bagi manusia, dengan adanya teknologi terdapat kemudahan bagi mahasiswa dalam mempelajari dan menggali pengetahuan terkait investasi, seperti halnya *gadget* yang dapat menjadi multifungsi dan diisi dengan berbagai

fitur aplikasi, termasuk aplikasi persahaman seperti IPOT Go, Reksadana, dll. Dengan adanya pelajaran teori investasi dan pasar modal, diharapkan hal tersebut dapat menjadi salah satu cara agar menumbuhkan rasa keinginan untuk berinvestasi dari dalam diri mahasiswa. Namun, masih banyak kendala yang harus dihadapi dalam investasi ini terutama bagi para investor pemula jika mereka tidak memahami dengan benar tata cara berinvestasi atau risiko apa yang akan dihadapi bagi investor. Penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi telah beberapa kali dilakukan, namun sedikit yang membahas mengenai minat investasi pada investor milenial khususnya mahasiswa, sehingga diharapkan penelitian ini dapat mengembangkan minat investasi mahasiswa sehingga investasi dapat dijadikan sebagai salah satu pekerjaan utama bukan sebagai tempat penghasilan tambahan, melirik terhadap besarnya peluang pendapatan yang diperoleh dari investasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi investasi, pengetahuan investasi, dan penggunaan media sosial terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi penting bagi institusi pendidikan dan pemangku kebijakan dalam merancang strategi edukasi dan sosialisasi yang lebih efektif guna meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam kegiatan investasi pasar modal.

Tinjauan Literatur

Theory of Planned Behavior (TPB)/ Theory of Reasoned Action (TRA)

Teori ini menjelaskan hubungan antara sikap dan perilaku manusia. Teori ini digunakan untuk memprediksi bagaimana individu akan berperilaku berdasarkan sikap dan niat berperilaku yang sudah ada sebelumnya. Hubungan antara *Theory of Planned Behavior/ Theory of Reasoned Action* dengan minat investasi yaitu adanya perilaku mahasiswa yang ingin berinvestasi namun kurangnya pemahaman mengenai investasi sehingga menyebabkan adanya hubungan antara perilaku dengan niat.

Hipotesis Penelitian

Pengaruh Motivasi Investasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal

Motivasi adalah dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya. Motivasi dianggap sebagai daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (Hamzah, 2008). Sedangkan menurut Wahab (2015) mengatakan bahwa motivasi sebagai pendorong munculnya minat. *Theory of reasoned action* menjelaskan bagaimana tingkah laku seseorang dapat mempengaruhi niat seseorang. Umumnya tindakan yang dilakukan seseorang untuk memanfaatkan kelebihan dananya ialah dengan menabung atau mendepositokan. Tindakan ini biasanya dilakukan oleh orang-orang yang masuk dalam kategori takut risiko (*risk averse*). Berbeda halnya dengan orang dalam kategori penantang risiko (*risk taker*), mereka cenderung untuk menginvestasikan dananya pada bentuk-bentuk investasi. Keuntungan yang lebih besar yang akan diperoleh kemudian hari merupakan faktor pendorong seseorang dalam mengambil keputusan berinvestasi meskipun risiko yang dihadapi juga besar seperti investasi pada saham. Jadi keinginan ataupun motivasi berinvestasi timbul karena kebutuhan substansial seseorang sudah terpenuhi, sehingga kebutuhan yang ingin dipenuhi selanjutnya adalah kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan aktualisasi diri (Kusmawati, 2011). Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rizki, 2017) dan (Rizky dan Nur, 2022) menunjukkan bahwa motivasi investasi mempengaruhi minat investasi. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesisnya adalah:

H_1 : Motivasi investasi berpengaruh terhadap minat investasi.

Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal

Pengetahuan Investasi merupakan pemahaman dasar yang harus dimiliki seseorang sebelum melakukan proses investasi agar terhindar dari kerugian yang tidak diinginkan. Pengetahuan investasi meliputi tujuan dilakukannya investasi, risiko yang harus dihadapi, keuntungan yang diharapkan dan pengetahuan tentang pasar

modal. Untuk melakukan investasi di pasar modal diperlukan pengetahuan yang cukup, pengalaman, serta naluri bisnis untuk menganalisis efek-efek mana yang akan dibeli, yang akan dijual, dan yang akan dimiliki (Halim, 2005). *Theory of reasoned action* menunjukkan bahwa ketika seseorang memiliki ketertarikan terhadap sesuatu maka akan menunjukkan perilaku untuk memenuhi keinginannya tersebut. Hal ini dapat menjelaskan apakah seseorang yang tertarik untuk berinvestasi lebih cenderung mengambil langkah-langkah untuk memenuhi keinginan investasinya. Misalnya berpartisipasi dalam kursus dan seminar pelatihan investasi, untuk mendapatkan penawaran investasi yang sangat baik dan akhirnya berinvestasi (Kusmawati, 2011). Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Budi dan Mia, 2022) menunjukkan bahwa pengetahuan investasi mempengaruhi minat investasi. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesisnya adalah: H₂: Pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi.

Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Investasi di Pasar Modal

Media sosial membawa tiga bentuk hubungan sosial, yakni pengertian, komunikasi, dan kerja sama. Hadirnya media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap bentuk dan keefektifan berkomunikasi dan saling berbagi informasi dengan sesama tanpa melihat jarak termasuk dalam memberikan informasi mengenai kegiatan investasi. Dalam *theory of reasoned action* menjelaskan bahwa keinginan seseorang untuk berinvestasi membuat orang tersebut akan mencoba mencari pengetahuan agar dapat berinvestasi dengan baik salah satunya melalui media sosial. Media sosial memberikan informasi yang lebih cepat, dimana saja dan kapan saja. Kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan informasi ini sangat membantu orang-orang yang membutuhkan informasi tertentu salah satunya informasi tentang pasar modal dan investasi. Mulai dari perkembangan dan pergerakan harga saham hingga informasi tentang perusahaan-perusahaan yang membutuhkan dana melalui penjualan saham di bursa efek. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Erna, 2022) menunjukkan bahwa media sosial

mempengaruhi minat investasi. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesisnya adalah: H₃: Media sosial berpengaruh terhadap minat investasi.

Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah kausalitas kuantitatif, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menganalisis dan mengeksplorasi masalah dengan mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel. Populasi yang menjadi subjek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta dari semester 6, semester 8, dan semester 10, dengan total populasi sebanyak 3001 mahasiswa. Untuk pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan dapat memperoleh data yang lebih spesifik dan representatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengumpulkan tanggapan dari mahasiswa mengenai motivasi investasi, pengetahuan investasi, dan penggunaan media sosial, serta minat mereka terhadap investasi di pasar modal. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis dan menentukan sejauh mana variabel-variabel independen tersebut mempengaruhi variabel dependen, yaitu minat investasi.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Analisis data diperoleh dari kuesioner yang telah didistribusikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Analisis melibatkan pemeriksaan pengaruh motivasi investasi, pengetahuan investasi, dan penggunaan media sosial terhadap minat investasi di pasar modal.

Data yang telah dikumpulkan diolah dan dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda, dengan tujuan untuk mengidentifikasi hubungan kausal antara variabel-variabel tersebut. Hasil analisis akan dijelaskan secara rinci, dimulai dengan deskripsi

statistik variabel-variabel penelitian, diikuti oleh hasil uji asumsi klasik, dan diakhiri dengan interpretasi dari model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Pengambilan Kriteria Sampel

Nomor	Keterangan	Jumlah
1	Kuesioner yang dibagikan	114
2	Kuesioner yang tidak sesuai	17
	Total sampel yang layak di gunakan	97

Tabel 2. Uji Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev
TOTALMI	97	9.00	45.00	365.464	513.367
TOTALMO	97	16.00	45.00	351.443	519.011
TOTALPI	97	29.00	55.00	464.021	551.638
TOTALMS	97	4.00	15.00	133.196	202.868
Valid N (listwise)	97				

Variabel minat investasi memiliki nilai minimum 9, sedangkan maksimumnya 45, dengan nilai rata-rata 365,464 dan standar deviasi 513,367. Nilai standar deviasi variabel minat investasi lebih besar daripada nilai rata-rata, hal ini menunjukkan bahwa terdapat banyak variasi data yang didapatkan pada variabel minat investasi.

Variabel motivasi investasi memiliki nilai minimum 16, sedangkan maksimumnya 45, dengan nilai rata-rata 351,443 dan standar deviasi 519,011. Nilai standar deviasi variabel motivasi investasi lebih besar daripada nilai rata-rata, hal ini menunjukkan bahwa data pada variabel motivasi investasi memiliki sebaran yang luas. Variabel pengetahuan investasi memiliki nilai minimum 29, sedangkan maksimumnya 55, dengan nilai rata-rata 464,021 dan standar deviasi 551,638. Nilai standar deviasi variabel pengetahuan investasi lebih besar daripada nilai rata-rata, hal ini menunjukkan bahwa data pada variabel pengetahuan investasi memiliki sebaran yang luas. Variabel media sosial memiliki nilai minimum 4, sedangkan maksimumnya 15, dengan nilai rata-rata 133,196 dan standar deviasi 202,868. Nilai standar deviasi variabel media sosial lebih besar daripada nilai rata-rata,

hal ini menunjukkan bahwa data pada variabel media sosial memiliki banyak variasi data.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas untuk menentukan apakah variabel independen dan dependen terdistribusi normal. Dalam studi ini, uji normalitas menggunakan uji kolmogrov-smirnov menghasilkan nilai sig sebesar 0.881, nilai ini menunjukkan lebih dari 0.05. Hasil pengujian mengartikan bahwa data memiliki distribusi yang normal dan mematuhi asumsi normalitas. Dalam studi ini, peneliti memanfaatkan nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF) sebagai petunjuk untuk mengidentifikasi adanya multikolinearitas. Data menunjukkan tidak ada indikasi multikolinearitas dan nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10. Disimpulkan, semua variabel yang diamati dapat digunakan secara akurat. Variabel independen penelitian tidak terpengaruh oleh heteroskedastisitas, seperti yang ditunjukkan oleh hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Spearman-Rho yang menghasilkan nilai signifikansi > 0,05. Disimpulkan bahwa variabel independen layak digunakan karena nilai signifikansi dari semua model telah memenuhi persyaratan.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coef Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1.381	2.396	0.576	0.566
	TOTALMO	0.503	0.800	0.508	0.000
	TOTALPI	0.261	0.085	0.208	0.003
	TOTALMS	0.405	0.189	0.160	0.035

Berdasarkan tabel tersebut, maka model regresi yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} MI &= \alpha + \beta_1 MO + \beta_2 PI + \beta_3 MS + e \\ MI &= 1,381 + 0,503MO + 0,261PI + 0,405MS \\ &+ e \end{aligned}$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 1,381. Hal ini berarti bahwa jika seluruh variabel independen konstan atau bernilai 0, maka Minat Investasi akan tetap sebesar 1,381 poin. Nilai koefisien beta variabel Motivasi Investasi sebesar 0,503. Hal ini berarti bahwa variabel motivasi investasi mengalami peningkatan sebesar 1% maka variabel minat investasi akan mengalami peningkatan sebesar 0,503%. Nilai koefisien beta variabel Pengetahuan Investasi sebesar 0,261. Hal ini berarti bahwa variabel pengetahuan investasi mengalami peningkatan sebesar 1% maka variabel minat investasi akan mengalami kenaikan sebesar 0,261%. Nilai koefisien beta variabel Media Sosial sebesar 0,405. Hal ini berarti bahwa variabel media sosial mengalami peningkatan sebesar 1% maka variabel minat investasi akan mengalami peningkatan sebesar 0,405%.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,725 atau 72,5%, maka minat investasi dapat dijelaskan oleh variabel motivasi investasi, pengetahuan investasi, dan media sosial. Sedangkan 27,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Nilai signifikansi yang diperoleh dari Uji F sebesar 0,000, karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka model penelitian ini lulus uji kelayakan dan variabel independen yaitu motivasi investasi, pengetahuan investasi, dan media sosial secara bersama-sama berpengaruh

terhadap variabel dependen yaitu minat investasi Berdasarkan hasil uji parsial, seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis diterima, yang berarti bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Pengaruh Motivasi Investasi terhadap Minat Investasi

Widyastuti, *dkk* (2004) menyatakan bahwa motivasi seringkali diartikan sebagai dorongan. Dorongan atau tenaga tersebut merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat, sehingga motivasi merupakan suatu tenaga yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku di dalam perbuatannya yang mempunyai tujuan tertentu. Secara teori motivasi investasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat investasi. Hal ini terjadi karena keinginan atau minat seseorang yang disebabkan oleh dorongan baik dari dalam diri sendiri atau luar. Dorongan inilah yang kemudian menimbulkan perasaan yang mengarah ketingkah laku sehingga akan terjadi reaksi untuk mencapai tujuan. Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel motivasi investasi memiliki nilai signifikansi 0,000, yang berarti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis (H_1) diterima artinya motivasi investasi berpengaruh terhadap minat investasi. Motivasi investasi berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa karena adanya dorongan untuk mulai berinvestasi dari dalam diri mahasiswa. Dorongan tersebut timbul karena adanya keinginan mahasiswa untuk meningkatkan kesejahteraan dengan menjadikan investasi sebagai pekerjaan utama bukan menjadikan investasi sebagai simpanan/tabungan masa depan. Kemudian

dengan adanya dorongan ini menyebabkan mahasiswa memiliki keinginan untuk melakukan kegiatan agar dapat melakukan investasi dengan baik dengan cara mengikuti kelas investasi, seminar investasi, maupun melalui buku panduan dan video tutorial berinvestasi. Hal tersebut sejalan dengan Teori *Reasoned Action* yang menjelaskan bahwa perilaku bisa terjadi karena keinginan atau minat seseorang yang disebabkan oleh adanya dorongan baik dari dalam diri sendiri atau luar. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Manik, Eliza dan Usman, Osly (2021) yang berjudul “The Influence of Motivation, Knowledge and Technology Advancement on Investment Interest of Jakarta State University Students in the Capital Market” yang menghasilkan bahwa variabel motivasi investasi berpengaruh terhadap minat investasi.

Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi

Pajar dan Pustikaningsih (2017) menyatakan bahwa pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang dimiliki dalam berinvestasi. Pengetahuan merupakan fondasi yang dimiliki oleh seseorang untuk mendorong tumbuhnya energi seseorang dalam melakukan suatu hal sehingga pengetahuan tentang investasi membantu seseorang dalam menentukan dan mempertimbangkan keputusan ketika melakukan investasi. Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel pengetahuan investasi memiliki nilai signifikansi 0,003, yang berarti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis (H_2) diterima artinya pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi. Pengetahuan investasi dapat berpengaruh terhadap minat investasi karena dengan semakin tingginya pengetahuan investasi akan meminimalisir terjadinya kerugian dalam berinvestasi sehingga minat investasi pada mahasiswa akan meningkat. Kemungkinan meminimalisir kerugian inilah yang memengaruhi mahasiswa untuk meningkatkan pengetahuan investasi dengan mengikuti kelas maupun sekolah investasi agar wawasan investasi semakin tinggi. Penelitian ini sejalan dengan Teori *Reasoned Action* yang menjelaskan bahwa perilaku timbul berdasarkan hasil yang diharapkan. Dengan

adanya keinginan untuk berhasil dan meminimalisir kerugian dalam berinvestasi maka mahasiswa akan meningkatkan pengetahuan investasinya. Semakin tingginya pengetahuan investasi, keberhasilan dalam berinvestasi dan kerugian dalam berinvestasi dapat diminimalisir. Oleh karena itu, semakin tinggi pengetahuan investasi maka semakin tinggi minat investasi pada mahasiswa. Hasil penelitian ini didukung oleh Rizky Achmad Firdaus (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara STAN di Pasar Modal” yang menghasilkan variabel pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi.

Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Investasi

Media sosial memberikan informasi yang lebih cepat, dimana saja dan kapan saja. Kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan informasi ini sangat membantu orang-orang yang membutuhkan informasi tertentu salah satunya informasi tentang pasar modal dan investasi. Kemajuan teknologi saat ini telah membawa manfaat bagi para pelaku investasi berupa peningkatan keamanan, kemudahan, dan perluasan akses informasi investasi di seluruh lapisan masyarakat, sehingga memengaruhi minat investasi di bursa (Firdausa, 2021). Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel media sosial memiliki nilai signifikansi 0,035, yang berarti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis (H_3) diterima artinya media sosial berpengaruh terhadap minat investasi. Media sosial dapat berpengaruh terhadap minat investasi karena dengan adanya media sosial kegiatan investasi akan semakin mudah diakses dan proses investasi juga menjadi semakin mudah. Oleh karena itu, media sosial meningkatkan minat investasi pada mahasiswa karena proses dan akses informasi investasi semakin mudah. Hal tersebut sejalan dengan teori *Reasoned Action* yang menyebutkan bahwa sikap dan perilaku yang mampu membuat seseorang sadar dalam memperkirakan tindakannya. Pandangan dan juga niatan seseorang untuk berinvestasi tidak dapat terwujud tanpa adanya sarana dan juga fasilitas

yang mendukung dalam kegiatan berinvestasi. Hasil penelitian ini selaras dengan Amy Matsura, dkk (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh motivasi investasi, pengetahuan investasi, dan teknologi informasi terhadap minat berinvestasi di pasar modal” yang menghasilkan variabel teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat investasi.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa motivasi investasi, pengetahuan investasi, dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara individual maupun kolektif berperan dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu sampel penelitian terbatas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) sehingga tidak dapat mewakili seluruh mahasiswa di Indonesia, jumlah responden yang digunakan hanya 97, yang dirasa kurang representatif dibandingkan dengan total populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS, serta penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu motivasi investasi, pengetahuan investasi, dan media sosial, sehingga tidak dapat mengidentifikasi variabel lain yang mungkin juga berpengaruh terhadap minat investasi.

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran. Pertama, untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai universitas di Pulau Jawa atau bahkan seluruh Indonesia, sehingga hasil penelitian lebih dapat digeneralisasikan. Kedua, disarankan untuk meningkatkan jumlah responden dalam penelitian mendatang guna memperoleh hasil yang lebih akurat dan representatif. Ketiga, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap minat investasi, seperti faktor ekonomi, akses informasi, dan

pengalaman investasi sebelumnya. Dengan menambah variabel penelitian, hasil penelitian dapat lebih komprehensif dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi mahasiswa.

Daftar Pustaka

- Ahmad, K. (1996). *Dasar-dasar Manajemen Investasi* (Cetakan I). Jakarta: Rineka Cipta.
- Ari, W., & Purwohandoko. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE UNESA Yang Terdaftar Di Galeri Investasi FE UNESA). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 102-110.
- Ariyanto. (2005). *A Better Investment Climate for Everyone* (Edisi pertama). Jakarta: Salemba.
- Fahriani, D. (2012). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (PPAK). *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 1(12).
- Fatmasari, A. (2011). Pengaruh Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Berprofesi Sebagai Wakil Perantara Pedagang Efek (Wppe) Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syari'ah Jurusan Ekonomi Islam Iain Walisongo Semarang). Skripsi, Institut Agama Islam.
- Firdaus, A. R., & Ifrochah, N. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara STAN di Pasar Modal. *Jurnal Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*, Edisi Januari 2020, 16-28.
- Fuad, C. H., & Sugiarto. (2006). *Pengantar Bisnis* (Cetakan Kelima). Jakarta: Gramedia Utama.

- Halim, A. (2005). *Analisis Investasi* (Edisi ke-2). Jakarta: Salemba Empat.
- Herlianto, D. (2013). *Manajemen Investasi Plus Jurus Mendeksi Investasi Bodong*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Hertina, N. R., & Zulaikha, Z. (2017). Analisis Penerapan Konservatusme Akuntansi di Indonesia dalam Prespektif Positive Accounting Theory. *Diponegoro Journal of Accounting*, Edisi November 2017, 5(3), 479-488.
- Hidayat, L., Muktiadji, N., & Supriadi, Y. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Galeri Investasi Perguruan Tinggi. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 3(2), 63.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Books.
- Isticharoh. (2019). Pengaruh Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial terhadap Minat Investasi Pasar Modal di Phintacro pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Skripsi S1, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Khoiruddin, M. (2023). The Effect of Investment Knowledge, Technology Easy and Financial Capabilities on Student Investment in The Capital Market. *Jurnal Enterpreneurship, Economics, and Business International Conference*, Edisi 2023, 145-164.
- Kusmawati. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius)*, 1(2), Edisi Mei 2011, P: ISSN:2302-1018.
- Manik, E., & Usman, O. (2021). The Influence of Motivation, Knowledge and Technology Advancement on Investment Interest of Jakarta State University Students in the Capital Market. *Jurnal SSRN*, Edisi Maret 2021.
- Mastura, A., et al. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Informasi terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, Edisi Januari 2020, 64-75.
- Merawati, L. K., & Putra, I. P. M. J. S. (2015). Kemampuan Pelatihan Pasar Modal Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Penghasilan Pada Minat Berinvestasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 10(2), Juli 2015.
- Muhammad, B., & Andika, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa di JABODETABEK. *Jurnal Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Desember 2022, 31-42.
- Nisa, A. (2017). Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar*, 2(2).
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (1993). *Ekonomi* (Cetakan Keduabelas). Jakarta: Erlangga.
- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY. *Jurnal Provita*, Edisi 1, 5(1), 23-29.
- Robbins, S. (2006). *Perilaku Organisasi* (Edisi kesepuluh). Jakarta: Salemba.
- Sumanto, E. (2006). *Analisis Pengaruh Perkembangan Pasar Modal Terhadap Perekonomian Indonesia*. Skripsi S1, Fakultas Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Sutikno, M. R. (2014). Pentingnya Memiliki Tujuan Keuangan Dalam Berinvestasi. Diakses pada tanggal 14 Januari 2024 pukul 12:43 dari <https://mre.co.id/pentingnya-memiliki-tujuan-keuangan-dalam-berinvestasi/>.

Widiastuti, et al. (2004). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (PPAK). *SNA*, 2-3 Desember.

Yuliana, I. (2010). *Investasi Produk Keuangan Syariah*. Malang: Uin Maliki Press. Diakses pada tanggal 14 Januari 2024 pukul 13.14 dari <https://repository.uin-malang.ac.id/1353/>.