



JURNAL EKONOMI BISNIS DAN AKUNTANSI

Halaman Jurnal: <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/Jebaku>

Halaman UTAMA: <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php>



PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MODAL AWAL INVESTASI DAN SOSIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT BERINVESTASI MAHASISWA DI PASAR MODAL (STUDI EMPIRIS PADA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA)

Putri Dwi Siswanti¹ Eko Triyanto²

Program Studi S1 Akuntansi, ¹Email: putrisiswanti64@gmail.com

²Email: triyantoeko376@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo.

ABSTRAK

The reason of this inquire about is to test the affect of introductory speculation capital, speculation information, and social media influencers on students' intrigued in contributing within the capital advertise. The investigate populace was all dynamic understudies at STIE Surakarta, both majoring in bookkeeping and administration, and the test was taken utilizing the slovin strategy, 96 understudy tests were gotten. The information gotten is essential information through surveys with a add up to of 22 questions. Each question was measured employing a 5 Likert scale. The information investigation strategy in this inquire about employments different direct relapse investigation procedures. The investigate comes about clarified that the variable beginning venture capital, speculation information, and social media influencers in part had a positive affect on venture intrigued. At the same time the factors of starting speculation capital, speculation information, and social media influencers have a noteworthy affect on speculation eagerly.

Keywords : Initial Investment Capital; Investment Knowledge; Social Media Influencer; investment interest

Abstrak

Tujuan riset berikut adalah guna pengujian dampak modal awal investasi, pengetahuan investasi, serta sosial media influencer pada minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. Populasi riset ialah seluruh mahasiswa aktif pada STIE Surakarta baik jurusan akuntansi maupun manajemen dan diambil sampel dengan metode slovin diperoleh 96 sampel mahasiswa. Data yang diperoleh ialah data primer melalui pemberian angket dengan total 22 butir soal. Tiap soal dilakukan pengukuran memakai 5 skala likert. Teknik analisa data dalam riset berikut menggunakan teknik analisa regresi linier berganda. Hasil rist memaparkan bahwasanya variabel modal awal investasi, pengetahuan investasi, dan sosial media influecer secara parsial signifikansinya berdampak positif pada minat berinvestasi. Secara simultan variabel modal awal investasi, pengetahuan investasi, serta sosiasal media influencer berdampak signifikan pada minat berinvestasi.

Kata Kunci : Modal Awal Investasi; Pengetahuan Investasi; Sosial Media Influencer; Minat Berinvestasi.

1. PENDAHULUAN

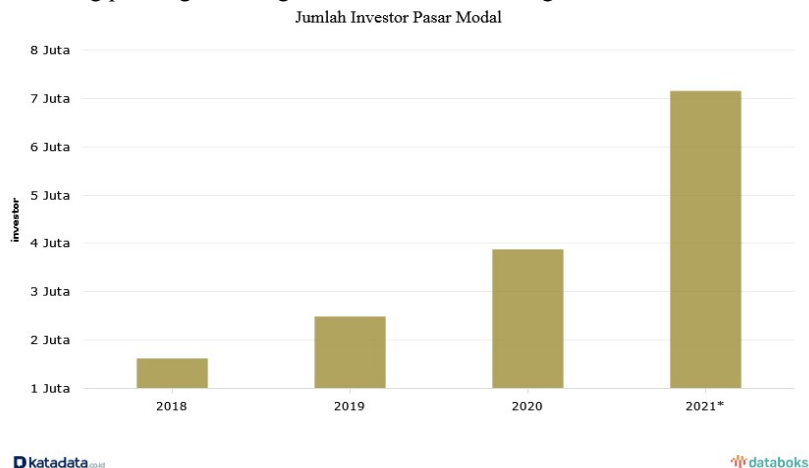
Indonesia merupakan negara berkembang yang perekonomiannya cukup baik. Namun sejak Indonesia dilanda pandemi COVID-19, perekonomiannya mengalami kondisi kritis dan banyak sektor mengalami pertumbuhan ekonomi lambat. Sehingga bukan hanya aspek finansial perusahaan tetapi aspek riil dan fundamental juga terkena imbas. Indonesia yang tengah terkena dampak pandemi Covid19 mempengaruhi keadaan pasar modal khususnya tumbuh kembang perekonomian serta turunnya IHSG (Indeks Harga Saham Gabungan). BEI (Bursa Efek Indonesia) serta sejumlah organisasi sekuritas lain yang sudah bermitra bersama perguruan tinggi di Indonesia telah meluncurkan program Galeri Investasi BEI. Program ini ialah kesempatan guna mempresentasikan pasar modal melalui sudut pandang teoretis namun praktis (Patrianissa, 2018).

Individu yang berpotensi melakukan investasi adalah mahasiswa. Dengan bekal ilmu yang diperoleh ketika kuliah, mahasiswa mengimplementasikan teori yang sudah didapatkan ketika kuliah seperti praktek berinvestasi. Menurut pendapat Malik (2017), informasi investasi dibutuhkan guna meminimalisir kerugian investasi serta mendapatkan pengembalian investasi sebaik mungkin.

Berinvestasi di pasar modal membutuhkan kecukupan informasi guna meminimalisir kerugian, lantaran ketika berinvestasi, risiko ialah satu diantara asoej kompromi, aspek yang lain ialah return.

Faktor lain yang mempengaruhi individu menentukan besarnya investasi dan tingkat resiko yang dipilih adalah besarnya modal awal untuk terjun investasi. Adanya kebijakan baru BEI yaitu perubahan satuan lot yang awalnya 1 lot = 500 lembar kemudian 100 lembar/lot membuat para calon penanam modal mudah melakukan transaksi dengan modal awal yang minimal. Riset yang dijalankan (Ummah et al., 2018) menjelaskan bahwasanya investasi dengan resiko yang lebih rendah cenderung disukai oleh individu dengan tingkat penghasilan yang lebih rendah. Tetapi bila individu berpenghasilan bertambah, membuat toleransi resiko pada investasi lainnya menurun serta investasi yang resiko lebih tinggi akan dijalankan.

Sebagaimana diketahui semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, informasi tentang investasi disajikan dalam bentuk yang mudah di akses banyak orang khususnya anak muda. Kemudahan bertransaksi dipasar modal hanya dengan melalui smartphone atau disebut online trading menjadi daya tarik tersendiri untuk meningkatkan investor. Dikutip dari rctiplus.com pada Rabu, 3 Maret 2021 Hasan Fawzi, Direktur Pengembangan BEI, memaparkan dirinya selalu mendorong saham agar senantiasa berinvestasi dalam mengedukasi pengikutnya di pasar modal. Tujuannya ialah guna meningkatkan rasa sadar serta pendidikan perihal investasi pasar modal di semua elemen publik Indonesia BEI juga kerap memberikan iklan di sosial media terkait investasi melalui influencer yang tak lupa dengan slogannya Yuk Nabung Saham . Kampanye Yuk Nabung Saham secara tidak langsung mendorong publik guna mengubah kebiasaan menabung ke investasi.



Gambar 1. Jumlah Investor Pasar Modal dari Tahun 2018-2021

Sumber : databoks.katadata.co.id

Adanya pasar modal membutuhkan keterlibatan dari investor. Dari data diatas terlihat kenaikan investor yang terjadi dari tahun 2018-2021. Dikutip dari databoks.katadata.co.id, berdasarkan pelaporan KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia) dapat diambil data banyaknya penanam modal [pasar modal pada bulan November 2021](#) menembus 7,15 juta penanam modal. Angka tersebut meningkat 84,28% daripada tahun lalu yaitu senilai 3,88 juta penanam modal.

Laporan KSEI menunjukkan, generasi milenial ataupun usia di bawah 30 tahun mendominasi data banyaknya penanam modal pasar modal berpangsa 59,81%. Pemodal pasar modal paling banyak berikutnya ialah kelompok umur 31 hingga 40 tahun berpangsa 21,48%. Kemudian penanam modal pasar modal dalam golongan umur 41-50 berpangsa 10,51%. Sedangkan, 5,23% penanam modal pasar modal berusia antara 51 dan 60 tahun. Selebihnya 2,97% penanam modal berusia lebih 60 tahun.

Hasil penelitian mengenai minat mahasiswa menjalankan investasi di pasar modal diantaranya riset yang dijalankan Pratiwi (2020) menyimpulkan bahwasanya modal awal investasi berdampak negatif pada minat mahasiswa menjalankan investasi di pasar modal, pemahaman investasi berdampak positif pada minat mahasiswa menjalankan investasi di pasar modal, serta sosial media influencer berdampak positif pada minat mahasiswa menjalankan investasi di pasar modal. Dikemukakan pada hasil penelitian lain oleh Fauzianti & Retnosari (2022) secara parsial menunjukkan modal investasi berdampak pada minat menjalankan investasi, pemahaman investasi berdampak pada minat menjalankan investasi, sosial media influencer berpengaruh pada minat berinvestasi dan secara simultan variabel modal awal investasi, pemahaman investasi, serta sosial media influencer berdampak pada minat menjalankan investasi.

Berdasarkan pemaparan diatas, dengan mempertimbangkan peningkatan investor dari tahun ke tahun khususnya didominasi pada kalangan milenial serta hasil riset terdahulu yang belum konsisten maka penulis mempunyai ketertarikan guna menjalankan riset berikut. Penulis mengambil penelitian studi kasus di STIE Surakarta tentang aspek-aspek yang berpengaruh terhadap minat menjalankan investasi pada mahasiswa. Rumusan permasalahan pada riset berikut ialah apakah dampak modal awal investasi, pengetahuan investasi, serta sosial media influencer pada minat menjalankan investasi di pasar modal mahasiswa STIE Surakarta.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Theory of Planned Behavior

Theory of Reasoned Action ataupun teori tindakan berencana menerangkan, bahwasanya tingkah laku individu ditetapkan dari niat, yang menjadi perilaku serta fungsi versus norma subyektif tingkah laku. Niat tersebut ditetapkan melalui 3 aspek yakni tingkah laku, norma subyektif, serta kontrol sikap. Teori tindakan beralasan menyebabkan seseorang mempercayai persepsi seseorang perihal perilaku yang sudah dijalankannya serta kerugian ataupun manfaat perilaku tersebut. Teori yang diperdebatkan mengasumsikan bahwasanya seseorang ialah makhluk yang rasional serta memakai informasi yang didapatkan secara sistematis. Seseorang berpikir perihal konsekuensi dari sikapnya sebelum membuat putusan apakah baik ataupun tidak untuk terlibat dalam perbuatan itu (Ajzen dalam Negara & Febrianto, 2020)

2.2. Minat Investasi

Minat investasi ialah keinginan kuat ataupun hasrat individu guna memahami beragam hal yang berhubungan terhadap investasi sampai dalam tahapan mengimplementasikannya (Tri Pangestika & Ellen Ruslianti, 2019). Adanya keinginan besar berinvestasi menyebabkan sikap yang dipilih berinvestasi dapat makin besar serta perilaku itu dapat berpengaruh terhadap niatan mahasiswa menjalankan investasi.

2.3. Keputusan Investasi

Keputusan investasi ialah sebuah peraturan yang ditujukan guna menginvestasikan modal dalam suatu aset ataupun kekayaan guna menghasilkan keuntungan pada masa depan, ataupun bagaimana seharusnya aset dialokasikan pada jenis investasi yang bisa menghasilkan keuntungan pada masa mendatang (Ernitawati et al., 2020)

2.4. Pasar Modal

Menurut Muharam (2018) , pasar modal diartikan menjadi pasar bagi sejumlah peralatan keuangan komersial periode lama yang dipublikasikan pemerintah dan organisasi swasta. Pasar modal berdasarkan Ghoni (2018), ialah pasar guna beragam peralatan finansial periode lama yang dapat diperdagangkan, berwujud saham, utang ataupun peralatan yang lain.

2.5. Fungsi Pasar Modal

Pasal 1(13) UU No.8/1995 perihal Pasar Modal menjelaskan fungsi pasar modal di Indonesia ialah aktivitas yang berkaitan terhadap penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan terhadap dampak yang mereka terbitkan, dan profesi serta instansi yang terkait terhadap dampak. Penyelenggaraan pasar modal ialah lokasi berlangsungnya perdagangan berbentuk ekuitas, surat utang, instrumen derivatif, dan peralatan yang lain. Pasar modal memiliki 2 fungsi, yakni menjadi penyedia keuangan untuk organisasi dalam mendapatkan anggaran dari publik (investor), serta yang selanjutnya ialah pasar modal untuk publik guna menjalankan investasi di peralatan keuangan layaknya obligasi, saham, serta reksadana.

2.6. Pengetahuan investasi

Pengetahuan investasi ialah ilmu seseorang perihal beragam faktor dalam berinvestasi, diawali dengan informasi mendasar perihal evaluasi investasi, taraf risiko serta pengembalian modal yang ditanamkan (Listyani et al., 2019). Edukasi investasi terutama yang berkaitan terhadap pasar modal harapannya bisa mengoptimalkan minat berinvestasi pada saham individu yang terkena dampaknya. Pemahaman yang tepat perihal industri tempat orang beroperasi mengoptimalkan kepercayaan dirinya ketika menjalankan investasi saham.

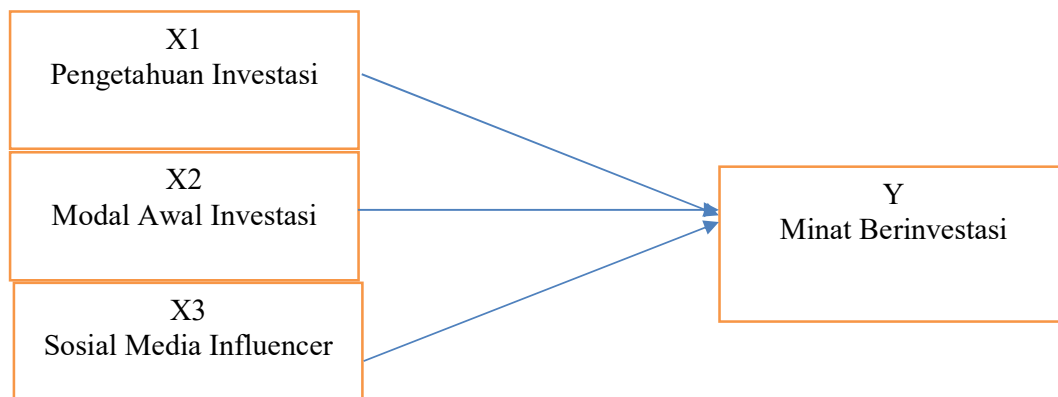
2.7. Modal awal investasi

Kebijakan modal minimum ialah kontribusi modal minimum yang ditentukan organisasi penanaman modal guna membuka rekening efek (Wibowo, 2019). Rendahnya modal investasi awal memudahkan calon penanam modal dalam masuk ke pasar modal. Makin nyaman seorang merasa selama aktivitas, makin besar dampaknya pada niatan bertindak (Pratiwi, 2020).

2.8. Sosial media influencer

Influencer marketing ialah upaya guna mempromosikan ataupun menjalankan pemasaran influencer pada media sosial layaknya Blog, Instagram, Twitter, Youtube, serta sejumlah media online lainnya. Influencer media sosial tersebut ialah pihak lain yang terkenal namun bukan selebritis ataupun public figure, namun dapat pula seorang yang mempunyai akun dengan jumlah follower yang banyak (Fauzianti & Retnosari, 2022). Menurut DJPPR Kemenkeu yakni Luky Alfirman dalam [bareksa.com](https://www.bareksa.com) memaparkan bahwasanya minat investasi publik meningkat selama pandemi, terbukti melalui kenaikan signifikan penanam modal SBN (surat berharga negara) sekitar pergantian milenium.

2.9. Kerangka Pikir



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

2.10. Hipotesis penelitian

Pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi

Pengetahuan mendasar perihal investasi diantaranya jenis-jenis investasi, resiko investasi, serta *return* mempermudah individu dalam membuat putusan menjalankan investasi (Dewi et al., 2018). Berdasar riset Febrianto & Negara (2020) memaparkan bahwasanya pemahaman investasi berdampak pada minat menjalankan investasi. Makin tinggi ilmu pemahaman individu perihal investasi, menjadikan minat dan ketertarikan menjalankan investasi itu meningkat pula.

H1 : Ada dampak pengetahuan investasi pada minat berinvestasi.

Pengaruh modal awal investasi terhadap minat berinvestasi

Investasi bisa terpengaruh dari perilaku seseorang, yang mana modal minimum dianggap cukup murah serta subyek dapat mencukupi modal minimum yang ditetapkan agar minat menjalankan investasi (Wibowo, 2019). Riset sebelumnya memaparkan bahwasanya modal minimum investasi berdampak pada minat menjalankan investasi (Nisa, 2017). Bermakna bahwasanya modal minimum investasi mempunyai signifikansi dampak pada minat mahasiswa menjalankan investasi dalam pasar modal.

H2 : Ada dampak modal awal investasi pada minat berinvestasi

Pengaruh sosial media influencer terhadap minat berinvestasi

Influencer marketing diartikan menjadi upaya membuat iklan melalui penggunaan influencer yang terdapat pada sejumlah platform media sosial yang sedang digandrungi komunitas online (Fauzianti & Retnosari, 2022). Riset terdahulu memaparkan hasil uji analisa regresi linear berganda perihal sosial media influencer memiliki signifikansi dampak positif terhadap niatan mahasiswa menjalankan investasi (Pratiwi, 2020). Bermakna dengan adanya influencer sosial media yang makin persuasif dan baik menjadikan minat investasi mahasiswa meningkat signifikan dan positif.

H3 : Ada dampak sosial media influencer pada minat berinvestasi

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis riset berikut adalah riset kuantitatif. Berdasarkan Aromega et al (Aromega et al., 2019), metode kuantitatif ialah metode riset sesuai filsafat positivisme, dipakai guna mengkaji suatu sampel/populasi, pengumpulan data memakai peralatan riset, analisa data sifatnya statistik/kuantitatif, bertujuan guna pengujian hipotesis yang sudah ditentukan.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Pada riset berikut penulis menggunakan sumber data primer, yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui sumber utama yang umumnya diartikan subyek. Data dan informasi didapatkan dari respon kuisioner yang akan diberikan ke sampel riset.

3.3. Populasi

Populasi dalam riset berikut ialah mengambil data semua mahasiswa aktif STIE Surakarta tahun 2021 baik jurusan Akuntansi maupun Manajemen yang berjumlah 2194 mahasiswa.

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Sampel

KRITERIA	Status	Jenjang	Jumlah
Mahasiswa Akuntansi	Aktif	S1	989
Mahasiswa Manajemen	Aktif	S1	1205

Sumber: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>

3.4. Sampel

Rumus untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

N :Banyaknya populasi

n :Banyaknya sampel

e :Batas toleransi *error* atau kesalahan

Kesalahan margin yang ditetapkan ialah 10% (0,10).

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Sehingga: $n = 2194 / (1 + (2194 \times 0,10^2))$

$$n = 2194 / (1 + (2194 \times 0,01))$$

$$n = 2194 / (1 + 21,94)$$

$$n = 2194 / 22,94$$

$$n = 95,64$$

Bila dilakukan pembulatan, ukuran sampel minimum 2194 mahasiswa bermargin kesalahan 10% ialah 96.

3.5. Alat analisis data

Metode guna menganalisa data riset dilakukan pengolahan memakai *software* SPSS.

3.5.1. Statistik deskriptif

Analisa statistik terbanyak serta utama ialah berhubungan terhadap statistik deskriptif.

3.5.2. Uji instrumen data

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ialah pengujian yang dijalankan guna mengerti seberapa jauh taraf kehandalan data yang didapat guna dikaji (Dasriyan Saputra, 2018). Sebuah variabel dinyatakan andal asalkan nilai koefisien keandalannya ataupun $\alpha > 0,60$ serta skor Cronbach Alpha positif.

Uji Validitas

Pengujian validitas menyatakan kevalidan sebuah kuisisioner pada riset (Ernitawati et al., 2020). Pengujian validitas dijalankan melalui perbandingan r-hitung terhadap r-tabel, yang mana data dinyatakan valid bila skor r-hitung melebihi r-tabel.

3.5.3. Uji asumsi klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dimaksudkan guna pengujian apakah variabel pengganggu/residual mempunyai distribusi normal pada pemodelan regresi (Dewati, 2020). Pengujian statistik yang dapat dipakai diantaranya melalui analisa grafik histogram, kolmogorov-smirnov test, serta normal probability plots. Pengujian normalitas dinyatakan normal bila skor Asymp.Sig (2-tailed) melebihi 0,05.

3.5.4. Uji Multikolinearitas

Pengujian Multikolinieritas didapatkan skor *Tolerance* melebihi 0,1 serta skor VIF (*Variance Inflation Factor*) dibawah 10 (Humaira & Sagoro, 2018).

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan guna pengujian pemodelan regresi mengalami persamaan variasi residual antar observasi (Abdillah & Aisyah, 2019). Bila skor Sig $> 0,05$ maka tidak mengalami heteroskedastisitas dan begitu kebalikannya.

3.5.5. Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisa data pada riset berikut memakai analisa regresi linier berganda lantaran riset berikut memakai variabel independent lebih. Guna memperoleh dampak variabel independent pada variabel dependent dipakai pemodelan regresi berganda melalui rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Ket:

Y :Minat Berinvestasi

X1 :Pengetahuan Investasi

X2 :Modal Awal Investasi

X3 :Sosial Media Influencer

a :Konstanta

e :Error disturbance ataupun taraf kesalahan perkiraan a

β :Koefisien Regresi Variabel

Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Skor Adjusted R-Square ialah diantara 0-1. Skor R-squared yang kecil bisa didefinisikan kapabilitas sejumlah variabel independent ketika memaparkan varian variabel dependent dibatasi (Nirmolo & Widjajanti, 2018).

Uji t (parsial)

Pengujian t dipakai guna pembuktian sejauh apakah variabel independent secara individual berpengaruh terhadap variabel dependent. Hasilnya dicermati melalui skor signifikansi yang dilakukan perbandingan terhadap skor α (10%) memakai ketetapan bila skor Sig < α maka Ho ditolak serta bila skor Sig > α maka Ho diterima (Bakhri et al., 2020).

Uji F (simultan)

Pengujian F dipakai guna menilai dampak semua variabel independent pada variabel dependent (Albab & Zuhri, 2019). Variabel independent dinyatakan signifikan berdampak secara bersamaan pada variabel dependent bila skor Sig. kurang dari 0,05.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Instrumen Data

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Kriteri	Kesimpulan
X1 Pengetahuan Investasi	0,680	0,60	Reliabel
X2 Modal Awal Investasi	0,875	0,60	Reliabel
X3 Sosial Media Influencer	0,858	0,60	Reliabel
Y Minat Berinvestasi	0,779	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Data dinyatakan andal bila skor Cronbach s Alpha > 0,60. Hasil dari Tabel 2. Memaparkan bahwasanya semua variabel berpengaruh terhadap skor Cronbach s Alpha > 0,60, hingga bisa dibuat simpulan bahwasanya variabel independent ataupun dependent pada riset berikut andal.

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Penyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
X1 Pengetahuan Investasi	PI1	0,421	0,17	Valid
	PI2	0,509	0,17	Valid
	PI3	0,576	0,17	Valid
	PI4	0,352	0,17	Valid
X2 Modal Awal Investasi	MAI1	0,700	0,17	Valid
	MAI2	0,691	0,17	Valid
	MAI3	0,721	0,17	Valid
	MAI4	0,735	0,17	Valid
	MAI5	0,671	0,17	Valid
X3 Sosial Media Influencer	SMI1	0,691	0,17	Valid
	SMI2	0,716	0,17	Valid
	SMI3	0,741	0,17	Valid
	SMI4	0,664	0,17	Valid
Y Minat Berinvestasi	MB1	0,550	0,17	Valid
	MB2	0,447	0,17	Valid
	MB3	0,406	0,17	Valid
	MB4	0,461	0,17	Valid
	MB5	0,572	0,17	Valid
	MB6	0,467	0,17	Valid
	MB7	0,391	0,17	Valid
	MB8	0,420	0,17	Valid
	MB9	0,467	0,17	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Pengujian validitas dijalankan melalui perbandingan r-hitung terhadap r-tabel. Data dinyatakan valid bila skor r-hitung melebihi r-tabel. Pada riset berikut r-hitung didapatkan dalam Tabel.3 serta skor r-tabel didapatkan melalui penggunaan $df = n-2$ dimana taraf signifikansinya 95% ($\alpha = 5\%$), hingga didapati skor r-tabel senilai 0,17. Hasil Tabel.3 memaparkan bahwasanya semua bobot soal memiliki skor r-hitung melebihi skor r-tabel, hingga bisa dibuat simpulan bahwasanya semua unit soal dari variabel independent/dependent ialah valid.

4.2. Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas**

Tabel 4. Hasil Pengujian Normalitas

Variabel	Asymp. Sig (2-tailed)	p-value	Kesimpulan
Unstandardized Residual	0,531	$p > 0,05$	Normal

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Data dikatakan normal bila skor Asymp.Sig (2-tailed) melebihi 0,05. Output pengujian normalitas memakai One-Sample K-S pada Tabel.4 diatas memaparkan skor Asymp.Sig (2-tailed) 0,531 melebihi 0,05 hingga data yang diolah pada riset berikut terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	p-Value	Kesimpulan
X1 Pengetahuan Investasi	0,476	0,05	Tidak Terdapat Heteroskedastisitas
X2 Modal Awal Investasi	0,316	0,05	Tidak Terdapat Heteroskedastisitas
X3 Sosial Media Influencer	0,417	0,05	Tidak Terdapat Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Jika skor Sig. tiap-tiap variabel independent > 0,05 maka tidak mengalami heteroskedastisitas, pun sebaliknya. Melalui Tabel.5 ditunjukkan bahwasanya skor Sig tiap-tiap variabel independent melebihi 0,05 bermakna pemodelan riset berikut tidak ada heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tolerance	Kesimpulan
X1 Pengetahuan Investasi	1.109	0,902	Tidak Terdapat Multikolinearitas
X2 Modal Awal Investasi	1.097	0,912	Tidak Terdapat Multikolinearitas
X3 Sosial Media Influencer	1.015	0,985	Tidak Terdapat Multikolinearitas

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Dari Tabel.6 menunjukkan hasil semua variabel independent mempunyai skor VIF < 10 serta skor tolerancenya $\geq 0,10$, hingga bisa dibuat simpulan bahwasanya data pada riset berikut tidak ada multikolinearitasnya.

4.3. Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Analisa Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	8,869	3,583		2,476	0,015
	Pengetahuan Investasi	1,180	0,187	0,522	6,296	0,000
	Modal Awal Investasi	0,220	0,089	0,204	2,476	0,015
	Sosial Media Influencer	0,247	0,118	0,166	2,095	0,039

Sumber : Data yang diolah, 2022

Hasil tabel Coefficients ialah rumus regresi. Koefisien regresi linier berganda dicermati dalam kolom B melalui Tabel.7 serta didapati Koefisien rumus regresi linier berganda diantaranya:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 8.869 + 1,180X_1 + 0,220X_2 + 0,247X_3 + e$$

Nilai α merupakan konstanta dengan anggapan variabel independen tidak mengalami kenaikan nilai, maka nilai minat berinvestasi sebesar 8,869.

Koefisien regresi X1 atau pengetahuan investasi sebesar 1,180 memaparkan bahwasanya tiap kenaikan satu Pengetahuan Investasi dapat menambah minat menjalankan investasi.

Koefisien regresi X2 atau modal awal investasi senilai 0,220 memaparkan bahwasanya tiap kenaikan modal awal investasi akan menambah minat berinvestasi.

Koefisien regresi X3 atau sosial media influencer sebesar 0,247 memaparkan bahwasanya tiap kenaikan sosial media influencer akan menambah minat berinvestasi.

Uji t (Parsial)

Bersumber tabel 7 dipahami dampak variabel independent terhadap variabel dependent secara individual. Adapun hasil tabel tersebut menyimpulkan bahwasanya:

Pengetahuan Investasi : Didapatkan sig 0,000 < 0,05 sehingga bisa dibuat simpulan bahwasanya pengetahuan investasi berdampak secara individual pada minat berinvestasi. H1 diterima dan H0 ditolak.

Modal Awal Investasi : Didapatkan sig 0,015 < 0,05 hingga bisa dibuat simpulan bahwasanya modal awal investasi berdampak secara individual pada minat berinvestasi. H1 diterima dan H0 ditolak.

Sosial Media Influencer : didapatkan sig 0,039 < 0,005 hingga bisa dibuat simpulan bahwasanya sosial media influencer berdampak secara individual pada minat berinvestasi. H1 diterima dan H0 ditolak.

Uji F (Simultan)

Tabel 8. Hasil Pengujian F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	508,226	3	169,409	23,098	,000 ^a
	Residual	674,764	92	7,334		
	Total	1182,990	95			

Sumber : Data Yang Diolah, 2022

Variabel independent dinyatakan signifikansinya berdampak secara bersamaan pada variabel dependent bila skor Sig. Kurang dari 0,05. Melalui Tabel 8 memaparkan bahwasanya skor Sig 0,000, hingga bisa dibuat simpulan bahwasanya modal awal investasi, pengetahuan investasi, serta sosial media influencer berdampak secara bersamaan pada minat berinvestasi.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,655 ^a	,430	,411	2,708

Sumber : Data yang Diolah, 2022

Output hitung R2 didapatkan skor Adjusted R-Square senilai 0,411 ataupun 41,1% bermakna bahwasanya besar keterkaitan variabel pengetahuan investasi (X1), modal awal investasi (X2) serta sosial media influencer (X3) pada minat berinvestasi ialah senilai 41,1% serta selebihnya yakni 58,9% terpengaruh dari variabel lainnya di luar riset berikut.

4.4. Pembahasan Hasil Hipotesis

Pengaruh Pengetahuan Investasi (X1) terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa

Pengetahuan investasi signifikansinya berdampak positif pada minat menjalankan investasi. Bermakna bahwasanya menjalankan pelatihan, mencari tau lebih tentang investasi dan hal yang dapat menambah pemahaman dasar investasi dapat mempermudah seorang dalam membuat putusan berinvestasi. Selaras terhadap riset yang dijalankan Mastura et al., (2020) dan Mardiyana (2019) hasil riset berikut memaparkan pengetahuan investasi bisa berpengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa.

Semakin baik pemahaman dasar investasi maka juga semakin baik juga dalam menganalisa return, meminimalisir kerugian saat berinvestasi, mengoptimalkan portofolio investasi pada masa mendatang serta berpengaruh terhadap mengoptimalkan kesuksesan mahasiswa ketika menjalankan investasi.

Pengaruh Modal Awal Investasi (X2) terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa

Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi Dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Empiris Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta) (Putri Dwi Siswanti, Eko Triyanto)

Modal awal investasi signifikansinya berdampak positif pada minat menjalankan investasi. Hal ini diakibatkan lantaran modal awal yang dibutuhkan guna bertransaksi pada pasar modal cenderung bisa dijangkau hingga calon penanam modal tidak merasakan keberatan memulai berinvestasi. Perubahan kurs penjualan saham bermakna pengeluaran anggaran guna berinvestasi tidak amat besar. Selaras terhadap riset Wibowo (2019), dirinya memaparkan bahwasanya minat investasi mahasiswa terpengaruh dari modal awal investasi. Riset lainnya dari Dewi et al., (2018), makin kecil modal investasi minimum yang ditentukan, menjadikan minat mahasiswa dalam menjalankan investasi pada pasar modal makin meningkat.

Modal awal investasi sebagai bahan dalam mempertimbangkan pelaksanaan berinvestasi. Semakin sedikit modal awal yang diperlukan untuk memulai investasi maka semakin menarik calon investor untuk memulai bertransaksi dipasar modal.

Pengaruh Sosial Media Influencer (X3) terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa

Sosial Media Influencer signifikansinya berdampak positif pada minat menjalankan investasi. Kondisi tersebut berarti bahwasanya keputusan investasi dapat dipengaruhi oleh unggahan para influencer yang baik dan persuasif dalam hal investasi di sosial media. Sosial media influencer mempunyai peranan krusial dalam mengajak dan mempengaruhi publik sebelum bertindak. Hasil riset berikut sejalan dengan riset yang dijalankan Retnosari & Fauzianti (2022), memaparkan bahwasanya pihak influencer dengan memanfaatkan social media dapat memberi dampak di kemudian hari terhadap niatan mahasiswa menjalankan investasi di pasar modal.

Ditengah perkembangan teknologi, influencer yang mempunyai pengikut banyak atau populer dan sering mengunggah informasi investasi di akunnya memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempengaruhi calon investor. Dengan memberikan informasi mengenai pentingnya investasi dikalangan anak muda khususnya mahasiswa memberi dampak terhadap minat berinvestasi pada pasar modal berikut sifatnya positif

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penelitian yang dilakukan, bisa ditarik kesimpulan Pengetahuan investasi berdampak signifikan pada minat berinvestasi, bermakna bahwa makin seseorang paham pengetahuan investasi menjadikan minat menjalankan investasi makin banyak. Modal awal investasi berdampak signifikan pada minat berinvestasi, bermakna makin banyak modal yang dipunyai individu makin banyak minat berinvestasi. Sosial media influencer signifikansinya berdampak pada minat berinvestasi, artinya semakin baik dan persuasif seorang influence maka semakin banyak juga minat berinvestasi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan, peneliti memberikan saran untuk penelitian lanjutan dapat menambahkan beberapa variabel untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel lain terhadap pengambilan keputusan berinvestasi. Walaupun variabel yang diuji berpengaruh terhadap minat berinvestasi tetapi banyak variabel di luar riset yang bisa memberikan pengaruh pada minat menjalankan investasi mahasiswa. Penelitian ini diharapkan bisa digunakan pihak BEI dalam rangka menambah minat calon penanam modal dalam menjalankan investasi pada pasar modal. Saran bagi calon investor ada baiknya memperdalam pemahaman investasi agar meminimalisir terjadinya kerugian dan mendapatkan adanya return yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, S., & Aisyah, M. N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Preferensi Risiko Terhadap Minat Investasi. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 1.
- Albab, A. U., & Zuhri, S. (2019). Pengaruh manfaat, pengetahuan, dan edukasi terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah. *Li Falah : Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 129. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v4i1.1367>
- Aromega, T. N., Kojo, C., & Lengkong, V. P. K. (2019). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Yuta Hotel Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 741–750.

Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi Dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Empiris Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta) (Putri Dwi Siswanti, Eko Triyanto)

- Bakhri, S., Aziz, A., & Sarinah, R. (2020). Pengetahuan dan Motivasi untuk Menumbuhkan Minat Berinvestasi pada Mahasiswa. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 60–73. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1175>
- Dasriyan Saputra. (2018). Pengaruh Manfaat, Modal, Motivasi dan Edukasi Terhadap Minat Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 5(2), 178–190.
- Dewati, A. A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimum, Pelatihan Pasarmodal, Motivasi Investasi, Return Investasi Dan Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Skripsi*, 128.
- Dewi, N. N. S. R. T., Adnantara, K. F., & Asana, G. H. S. (2018). Modal Investasi Awal Dan Persepsi Risiko Dalam Keputusan Berinvestasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2), 173–190. <https://doi.org/10.23887/jia.v2i2.15636>
- Ernitawati, Y., Izzati, N., & Yulianto, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Proaksi*, 7(2), 66–81.
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(2337–8743), 26–35.
- Ghoni, M. A. (2018). Pasar Modal di Indonesia dalam Perspektif Fikih Muamalah. *Jurnal Ilmiah Mizani: Wacana Hukum, Ekonomi Dan Keagamaan Keagamaan*, 4(2), 145.
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Ukm Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19363>
- Listyani, T. T., Rois, M., & Prihati, S. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Pada Pt Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 2(1), 49.
- Malik, A. D. (2017). Analisa Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi Uisi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 61.
- Mardiyana, A. D. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal dan Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Mastura, A., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fia Dan Feb Unisma Yang Sudah Menempuh Mata Kuliah Mengenai Investasi). *Jiagabi*, 9(1), 64–75.
- Muharam, N. (2018). Perlindungan Hukum Bagi Investor dalam Pembelian Kembali Sahamnya. *Pranata Hukum*, 13(1), 59–71. <https://doi.org/10.36448/pranatahukum.v13i1.177>
- Negara, A. K., & Febrianto, H. G. (2020). Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial di Pasar Modal. *Business Management Journal*, 16(2), 81.
- Nirmolo, D., & Widjajanti, K. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 40.
- Nisa, A. (2017). Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Kesuma Negara). *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 2(2), 22–35.
- Patrianissa, D. R. (2018). Aktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Melakukan Investasi di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara) oleh. *Preeklamsia Berat*, 1–123.
- Pratiwi, D. T. (2020). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi dan Sosial Media Influencer. *Jurnal Akuntansi*.
- Saraswati, K. R. A., & Wirakusuma, M. G. (2018). Pemahaman Atas Investasi Memoderasi Pengaruh Motivasi dan Risiko Investasi Pada Minat Berinvestasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 24, 1584. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i02.p28>
- Tri Pangestika, & Ellen Ruslianti. (2019). Literasi dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 37–42.

- Ummah, R., Ekonomi, J. I., & Brawijaya, U. (2018). *Saham di Pasar Modal (Studi Di Kota Malang)*.
- Wibowo, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi. *Ilmu Manajemen, Vol 7, No.*, 192 – 201.