

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Investasi adalah suatu bentuk komitmen terhadap sejumlah uang atau sumber daya tertentu yang disediakan sekarang dengan tujuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari (Tandelilin, 2010). Saat ini, terdapat berbagai bentuk investasi yang dapat dipilih, antara lain tabungan, emas, properti, serta instrumen keuangan seperti saham dan obligasi. Di antara pilihan tersebut, pasar modal menjadi alternatif pembiayaan yang memberikan keuntungan bagi sektor publik maupun swasta. Sejak kehadiran Bursa Efek Indonesia (BEI), investasi pasar modal semakin diminati karena kemudahan akses terhadap berbagai layanan yang tersedia (Bakhri, 2018).

Menurut Tandelilin (2010) Pasar modal adalah tempat dimana instrumen keuangan jangka panjang seperti surat utang, ekuitas dan instrumen derivatif diperdagangkan. Peran ini menjadikan pasar modal tidak hanya sebagai sumber pendanaan bagi sektor swasta dan publik, tetapi juga sebagai indikator yang mencerminkan kepercayaan investor terhadap kondisi ekonomi suatu negara. Selain itu, keberadaan pasar modal turut mendorong efisiensi alokasi dana ke sektor-sektor produktif, sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Peran strategis pasar modal sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, karena menyediakan alternatif sumber pendanaan bagi perusahaan. Melalui pendanaan tersebut, perusahaan mampu meningkatkan skala operasionalnya, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan laba serta kesejahteraan masyarakat. Sekarang ini, keberadaan investasi saham bukan lagi hal yang asing bagi masyarakat Indonesia. Tingkat ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap aktivitas investasi pun tergolong cukup baik (Fatimah, 2020).

Perkembangan Pasar modal Indonesia menunjukkan peningkatan beberapa tahun terakhir. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah investor

dari tahun ke tahun. Berdasarkan data statistik pasar modal Indonesia yang berasal dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor yang tercatat melalui *Single Investor Identification* (SID) mengalami kenaikan yang signifikan, dari 12,17 juta pada tahun 2023 menjadi 14,87 juta pada akhir Desember 2024. Peningkatan ini mencerminkan adanya kesadaran dan ketertarikan yang semakin besar dari masyarakat terhadap aktivitas investasi, khususnya pada investasi saham. Menariknya, dari total jumlah investor tersebut, sebagian besar berasal dari kelompok usia muda, yaitu di bawah 30 tahun, yang mencapai 54,8%. Banyaknya investor yang didominasi generasi muda ini, memberikan sinyal kuat bahwa generasi muda menunjukkan kesadaran investasi. Fenomena ini menunjukkan bawa generasi muda atau mahasiswa memiliki potensi yang besar untuk pertumbuhan pasar modal di masa depan (KSEI, 2024). Meskipun pasar modal Indonesia mengalami pertumbuhan positif, partisipasi masyarakat dalam investasi saham masih tergolong rendah. Hingga akhir Desember 2024, jumlah investor pasar modal di Indonesia mencapai 14,87 juta *Single Investor Identification* (SID). Jika dibandingkan dengan penduduk Indonesia yang berjumlah 281,6 juta jiwa pada pertengahan tahun 2024 maka rasio investor terhadap jumlah penduduk hanya sekitar 5,28% (BPS, 2024). Angka ini mencerminkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia belum terlibat dalam investasi pasar modal. Rendahnya tingkat keterlibatan masyarakat Indonesia dalam partisipasi investasi di pasar modal di sebabkan oleh berbagai faktor.

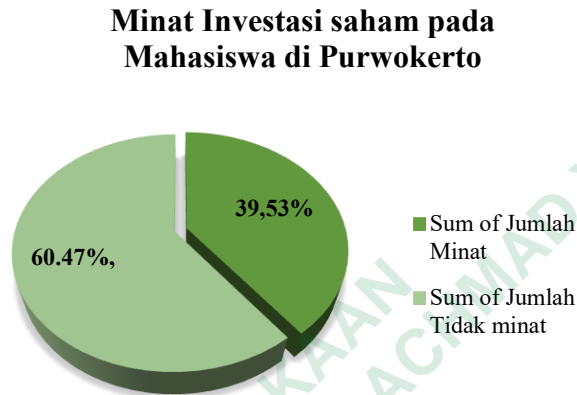
Salah satu pengaruh utama yang menyebabkan rendahnya partisipasi ini adalah kurangnya literasi masyarakat mengenai investasi. Theresia (2024) menemukan bahwa generasi muda masih memiliki keterbatasan dalam memahami instrumen dan mekanisme pasar modal, sehingga cenderung ragu atau belum siap untuk memulai investasi. Hal ini sejalan dengan temuan Rizal Fauzan Adhima *et al.*, (2024) yang mengungkapkan bahwa sebagian besar masyarakat belum mengetahui dasar-dasar investasi, termasuk risiko dan potensi keuntungan, sehingga menghambat mereka untuk memiliki ketertarikan berinvestasi.

Kurangnya literasi dan pengetahuan tersebut menjadikan edukasi keuangan sebagai langkah yang penting dalam membentuk kesadaran dan minat masyarakat terhadap investasi.

Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan berbagai perguruan tinggi di Indonesia melakukan kerja sama dalam rangka meningkatkan pemahaman terkait investasi. Melalui kerja sama tersebut, BEI secara aktif mendorong peningkatan literasi dan edukasi pasar modal di lingkungan akademik. Salah satu bentuk konkret dari kerja sama ini adalah pendirian Galeri Investasi BEI di lingkungan kampus yang berfungsi sebagai pusat edukasi, tempat simulasi transaksi saham, serta sarana promosi investasi yang aman dan legal (Andriani & Pohan, 2019). Selain itu, BEI juga rutin mengadakan seminar, pelatihan, dan kuliah umum bekerja sama dengan dosen dan praktisi pasar modal guna memberikan pemahaman mendalam mengenai instrumen-instrumen investasi seperti saham, reksa dana, dan obligasi (Mulyadi & Oktapiani, 2021). Kegiatan lain seperti kompetisi simulasi *trading* saham dan pembentukan Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) turut memberikan pengalaman langsung yang menarik bagi mahasiswa, sehingga mendorong munculnya ketertarikan untuk terlibat langsung dalam aktivitas investasi (Leni Afrina *et al.*, 2024). Kemudahan dalam pembukaan rekening efek secara kolektif yang difasilitasi oleh BEI dan perusahaan sekuritas juga berperan penting dalam menurunkan hambatan teknis yang mungkin dihadapi calon investor muda.

Namun demikian, realitas di beberapa daerah menunjukkan bahwa peningkatan minat investasi di kalangan mahasiswa belum merata. Salah satu contohnya adalah Purwokerto, sebuah kota pendidikan di Jawa Tengah yang memiliki jumlah mahasiswa yang cukup besar yang menjadi tujuan banyak pelajar dan mahasiswa dari berbagai daerah. Kota ini dikenal memiliki lingkungan akademik yang cukup kuat, ditandai dengan keberadaan sejumlah perguruan tinggi ternama, baik negeri maupun swasta (Pratamasari *et al.*, 2024). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) kabupaten Banyumas (2023) mencatat terdapat 59.045 jumlah mahasiswa aktif pada tahun akademik 2022/2023. Hasil survei awal

terhadap 129 mahasiswa menunjukkan bahwa hanya 39,5% mahasiswa yang berminat berinvestasi saham, mengindikasikan *gap* antara akses edukasi dan realisasi minat.



Gambar 1.1 Diagram Minat Investasi Pada Mahasiswa di Purwokerto

Hasil studi pendahuluan yang dilakukan terhadap 129 mahasiswa di Purwokerto menunjukkan bahwa 60,47% mahasiswa tidak memiliki minat untuk berinvestasi saham, artinya hanya 39,53% yang berminat. Temuan ini memperlihatkan bahwa tingkat minat mahasiswa terhadap investasi saham masih rendah, padahal mereka termasuk dalam kelompok usia yang mendominasi jumlah investor nasional.

Menurut Mappiare (1986) dalam Isticharoh dan Kardoyo (2020) Minat merupakan gabungan dari berbagai emosi, harapan, pendidikan, ketakutan, dan kecenderungan terhadap ketertaikan individu untuk membuat pilihan tertentu. Ketertarikan, keinginan, dan keyakinan terhadap sesuatu dapat memengaruhi minat, yang pada akhirnya berpengaruh pada pengambilan keputusan (Halimatus *et al.*, 2021). Minat investasi adalah ketertarikan dan perhatian seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang berhubungan dengan investasi, tanpa adanya paksaan dari pihak lain, dan disertai dengan perasaan senang. Menurut survei awal yang telah dilakukan terhadap beberapa mahasiswa di Purwokerto, kebanyakan

dari mereka tidak memiliki minat terhadap investasi. Meskipun demikian, mereka merupakan generasi yang aktif di media sosial, yang berpotensi besar terpengaruh dengan *influencer* saham.

Minat investasi saham salah satunya dapat dipengaruhi oleh *influencer* saham. *Influencer* merupakan seseorang yang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pengikutnya. *Influencer* saham merupakan seseorang dengan pengikut banyak di media sosial dan memberikan pengetahuan terkait saham yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI). Fenomena kehadiran *influencer* saham ini menambah warna baru dalam dunia investasi, *Influencer* mampu memberikan pengaruh kepada pengikutnya agar tertarik terhadap konten yang dia buat (Pratiwi, 2020). Tidak semua *influencer* memiliki kemampuan yang memadai untuk memberikan informasi tentang saham dengan baik. Banyak *influencer* saham yang memberikan rekomendasi dan informasi tanpa didukung oleh analisis fundamental dan teknikal yang memadai karena mereka hanya fokus pada potensi keuntungan tanpa menjelaskan risiko yang mungkin terjadi. Sehingga diperlukan kehati-hatian dalam menerima informasi dari sosial media khususnya *influencer* saham agar dapat kritis dalam menerima informasi (Pahlevi, 2021).

Penelitian oleh Pratiwi (2020); Siswanti dan Triyanto (2023); Wulandari dan Rasmini (2024) menyatakan bahwa sosial media *influencer* berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa. Selaras dengan penelitian Fauzianti dan Retnosari (2022) bahwa *influencer* berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa akuntansi Universitas Tidar. Artinya bahwa dengan konten yang dibuat oleh *influencer* saham di media sosial dapat menumbuhkan minat mahasiswa dalam melakukan investasi. Berbeda dengan penelitian Saputri *et al.*, (2024) Menunjukkan bahwa *Influencer* dan *self control* terbukti tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Cindiyasari *et al.*, (2024) juga menunjukkan hasil bahwa minat investasi tidak dipengaruhi oleh *influencer* keuangan dikarenakan beberapa *influencer* tidak jujur terhadap produk yang mereka promosikan atau saham yang mereka rekomendasikan.

Motivasi juga memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan minat individu untuk berinvestasi, karena motivasi merupakan dorongan bagi seseorang untuk bertindak dan mengambil keputusan dalam mencapai tujuan tertentu (Nisa & Zulaika, 2017). Menurut Abidah dan Suryandani (2024) motivasi investasi merupakan dorongan yang berasal dari individu maupun orang lain, yang memengaruhi keinginannya untuk melakukan suatu tindakan yang berhubungan dengan aktivitas investasi. Motivasi sangat penting karena lingkungan yang baik dan dukungan keluarga pasti akan menumbuhkan minat mahasiswa dalam berinvestasi.

Abidah dan Suryandani (2024) dan Wulandari, (2020) memberikan hasil motivasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Selaras dengan penelitian Saputra (2018) memberikan hasil bahwa motivasi investasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi. Peningkatan motivasi memiliki dampak yang signifikan terhadap minat investasi di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang menerima dorongan motivasi, terutama dari orang tua dan lingkungan sekitarnya, cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa individu yang ingin berinvestasi biasanya memerlukan dukungan dan rasa percaya diri. Berbeda dengan penelitian Nabilah dan Hartutik (2020) memberikan hasil bahwa motivasi investasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat investasi karena mahasiswa cenderung lebih terpaku pada manfaat dan potensi keuntungan daripada motivasi investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Aini, (2019) dan Ramadhani dan Priantinah (2020) juga menunjukkan bahwa motivasi tidak berpengaruh positif terhadap minat investasi.

Selain motivasi investasi, minat investasi dapat dipengaruhi oleh pengetahuan investasi. Pengetahuan investasi adalah ilmu atau pengetahuan yang berhubungan dengan investasi, atau rangkuman teori-teori yang harus dimengerti atau dipahami mengenai risiko keuntungan dalam investasi dan berbagai manfaat lainnya (Sumaiya *et al.*, 2022). Dengan memiliki pengetahuan investasi bertujuan

untuk terhindar dari investasi yang merugikan atau penipuan (Isticharoh & Kardoyo, 2020). Semakin banyak pengetahuan seseorang tentang investasi, baik melalui studi maupun sosialisasi di pasar modal, maka semakin besar pula keinginannya untuk berinvestasi di pasar modal (Burhanudin *et al.*, 2021).

Beberapa penelitian sebelumnya oleh Fauzianti dan Retnosari (2022); Mastura *et al.* (2020); Negara dan Febrianto (2020) menunjukkan hasil pengetahuan seseorang tentang investasi memengaruhi minatnya dalam berinvestasi. Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi, (2020); Siswanti dan Triyanto (2023) dan Wulandari (2020) juga menunjukkan hasil bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Artinya, individu memiliki yang memiliki pengetahuan tentang analisis fundamental dan teknis membantu calon investor memilih investasi yang sesuai. Sedangkan penelitian Isticharoh dan Kardoyo (2020) dan Listyani *et al.* (2019) menunjukkan bahwa, pengetahuan investasi tidak memiliki pengaruh minat investasi mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Sagung *et al.*, (2023) juga menunjukkan bahwa pengetahuan investasi tidak Memberikan kontribusi yang signifikan dalam memengaruhi minat investasi. Ketika pengetahuan investasi yang dimiliki seseorang juga memikirkan risiko investasi maka minat terhadap investasi tersebut juga akan turun.

Peneliti menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Social Cognitive Theory* (SCT) sebagai landasan teoritis dalam penelitian ini karena kedua teori tersebut secara komprehensif mampu menjelaskan beberapa hal psikologis dan sosial yang memengaruhi minat dalam berinvestasi. Menurut TPB terdapat 3 komponen utama yang memengaruhi minat individu dalam bertindak yaitu *attitude behaviour toward*, *Subjectif norm*, dan *preceivide behaviour conrol*. Dalam konteks minat investasi, mahasiswa memandang investasi sebagai hal yang positif dan mendapat atau pengaruh sosial dari lingkungan sekitarnya, serta merasa mampu dalam menjalankan investasi, akan memiliki minat yang lebih tinggi memulainya (Ajzen, 1991).

Sementara itu, *Social Cognitive Theory* (SCT) menekankan bagaimana perilaku manusia dibentuk oleh komunikasi dua arah antara elemen-elemen perilaku dan pribadi, dan lingkungan sosial. Salah satu konsep utama dalam SCT adalah *self-efficacy*, merupakan kepercayaan seseorang terhadap kesanggupannya dalam melakukan tindakan secara efektif. Keyakinan ini sangat penting dalam membentuk minat mahasiswa untuk berinvestasi, terutama jika mereka memiliki pengetahuan, keahlian, dan kesiapan mental. Selain itu, SCT juga menggaris bawahi pentingnya *observational learning*, yaitu mengamati perilaku orang lain dalam proses belajar (Bandura, 2001). Dalam konteks ini, mahasiswa dapat mengembangkan minat investasi setelah mengamati pengalaman atau keputusan investasi orang lain.

Berdasarkan fenomena, masalah, dan hasil penelitian yang inkonsisten terkait minat investasi saham mahasiswa, peneliti tertarik mengetahui pengaruh *influencer*, motivasi investasi, dan pengetahuan investasi. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan sebelumnya yaitu pada objek penelitian dan waktu penelitian. Untuk membuktikan hasil penelitian ini, peneliti ingin mengajukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Influencer* Saham, Motivasi Investasi, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Saham pada Mahasiswa di Purwokerto”**.

B. Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan:

1. Apakah *influencer* saham memberikan pengaruh positif terhadap minat mahasiswa Purwokerto untuk berinvestasi saham?
2. Apakah motivasi investasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa Purwokerto dalam investasi saham?
3. Apakah pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa Purwokerto dalam investasi saham?

C. Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan penelitian berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah di uraikan:

1. Mengetahui apakah *influencer* saham berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa di Purwokerto.
2. Mengetahui apakah motivasi investasi berpengaruh positif terhadap investasi saham mahasiswa di Purwokerto.
3. Mengetahui apakah pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap investasi saham mahasiswa di Purwokerto.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memperdalam pemahaman di bidang ekonomi, khususnya investasi, dengan melihat bagaimana faktor saham, motivasi, dan pengetahuan mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih jauh tentang minat investasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang pentingnya pengetahuan investasi dan motivasi dalam mempengaruhi minat investasi. Selain itu penelitian ini diharapkan membuat mahasiswa lebih kritis dalam menerima informasi dari *influencer* saham.
- b. Bagi Universitas, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam, mengembangkan program atau pelatihan terkait investasi pada mahasiswa.
- c. Bagi pemerintah dan regulator pasar modal, penelitian ini dapat memberikan masukan terkait peran *influencer* saham, sehingga pemerintah dapat

memberikan regulasi yang tepat untuk *influencer* saham agar memberikan informasi yang relevan.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya meneliti populasi mahasiswa di Purwokerto, sehingga hasilnya tidak dapat dibandingkan dengan mahasiswa di seluruh Indonesia dan penelitian ini hanya mencakup variabel independen *Influencer* saham, motivasi investasi dan pengetahuan investasi yang menjadi fokus pada penelitian ini dan variabel dependen minat investasi saham pada mahasiswa.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANU
YOGYAKARTA