

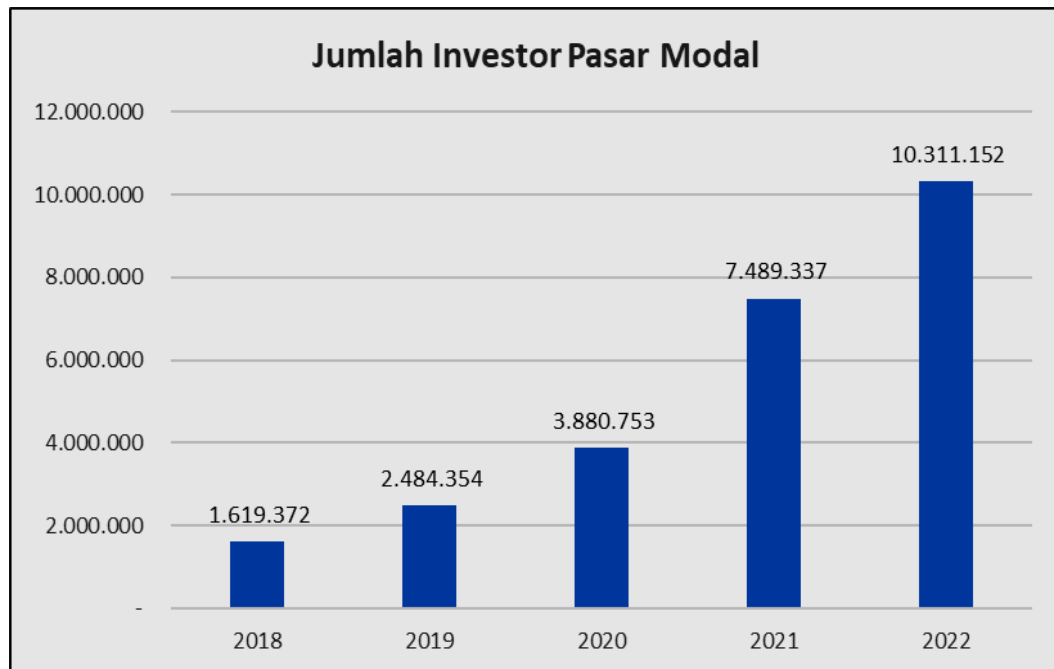
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia tidak lepas dari berbagai jenis kebutuhan dalam memenuhi kehidupan di masa depan. Pada era globalisasi kebutuhan manusia dari waktu ke waktu akan cenderung lebih banyak, sehingga membuat setiap individu kesulitan dalam memprediksi kebutuhan apa saja yang akan diperlukan di masa yang akan datang. Setiap orang harus bisa mengelola keuangan dan kekayaan yang dimiliki agar dapat membantu permasalahan perekonomian di masa depan. Salah satu upaya untuk membantu permasalahan di masa depan adalah dengan melakukan investasi. Investasi adalah kegiatan mengalokasikan dana yang dimiliki saat ini, dengan harapan mendapatkan keuntungan dan manfaat di masa depan. Kegiatan investasi memiliki peran yang sangat penting bagi negara Indonesia, investasi dapat meningkatkan tingkat perekonomian dan berdampak secara langsung terhadap kesejahteraan masyarakat (Cahya & Kusuma, 2019).

Fadilla (2018), menyatakan bahwa pasar modal (*capital market*) merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik berbentuk utang maupun modal sendiri. Pasar modal adalah tempat bertemunya investor sebagai pemilik yang memiliki kelebihan dana dan perusahaan yang membutuhkan dana untuk mengembangkan bisnisnya. Pasar modal memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Berikut adalah gambaran pertumbuhan jumlah investor di pasar modal Indonesia dari tahun 2018 sampai dengan 2022.



Gambar 1.1
Pertumbuhan Jumlah Investor Pasar Modal 2018-2022

Sumber: www.ksei.co.id

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa jumlah investor yang tercatat pada PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mengalami peningkatan dari tahun 2018 sampai tahun 2022. Jumlah investor di pasar modal tahun 2022 mencapai 10.311.152 SID (*Single Investor Identification*), meningkat sebesar 35,57%. Peningkatan jumlah investor di pasar modal didominasi investor muda dengan usia dibawah 30 tahun (KSEI, 2022). Meski setiap tahun jumlah investor di pasar modal mengalami peningkatan namun peningkatan tersebut masih tergolong rendah dibandingkan dengan negara lain. Investor di Indonesia hanya sekitar 3,7% dari penduduk Indonesia yang berjumlah 275.361.267 jiwa tahun 2022 (badan Pusat Statistik, 2022). Jeffrey Hendrik yang merupakan direktur BEI mengatakan jumlah investor di Indonesia masih dikategorikan rendah dibandingkan dengan negara Singapura mencapai 16,2%, Malaysia 8,7%,

Thailand 5% (NBC Indonesia, 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat Indonesia dalam berinvestasi di pasar modal masih sangat rendah.

Peningkatan angka investor tidak hanya terjadi secara nasional tetapi juga terjadi di provinsi Bali. Kepala perwakilan Bursa Efek Indonesia (BEI) Bali, I Gusti Agus Andiyasa mengatakan bahwa pertumbuhan Investor di Bali mengalami peningkatan pada bulan oktober 2022 secara keseluruhan berjumlah 186.327, naik 38.057 investor baru atau 26% dari tahun sebelumnya. Jumlah investor tersebut yang di didominasi oleh generasi milenial usia 18-25 tahun. Sebaran investor di bali sebagian besar berada di wilayah Denpasar 40%, Badung 18%, Gianyar 10%, Buleleng 9%, Tabanan 9%, Karangasem 5% dan Jembrana 4%, klungkung 3% dan Bangli 2%. (Bisnis Bali,2022). Meski secara keseluruhan jumlah investor yang ada bali mengalami peningkatan namun peningkatan tersebut belum terjadi secara merata di seluruh kabupaten di Bali. Berdasarkan sebaran jumlah investor yang di Bali, persentase dari Kabupaten masih memiliki persentase rendah, terlebih Kabupaten Buleleng memiliki penduduk terpadat, dengan jumlah penduduk 827.642. Kabupaten Buleleng seharusnya memiliki tingkat jumlah investor yang tinggi karena memiliki jumlah penduduk terbanyak di provinsi bali. Namun pada kenyataannya jumlah investor di kabupaten buleleng masih sangat rendah.

Dilansir dari (www.merdeka.com) beragam kasus investasi bodong yang ditemukan oleh Satgas Waspada Otoritas jasa Keuangan dengan mencatat kerugian investasi legal pada tahun 2022 sebanyak Rp.109,67 triliun. Salah satu dari kasus Investasi bodong tersebut berkedok aplikasi yaitu Binomo dan Quotex yang mana pelakunya bernama Indra Kenz dan Doni Salaman, disamping itu

mereka juga melakukan modus investasi mesin seperti robot trading dengan memanfaatkan bursa komoditi dan aplikasi *artificial intelligence* dalam melakukan praktiknya (CNN Indonesia, 2022). Sebagian korban dari kasus investasi bodong ini yaitu mahasiswa. Kasus investasi bodong yang terjadi saat ini karena masyarakat ingin cepat kaya tapi tidak mau bekerja keras sehingga pada saat memperoleh tawaran investasi yang menjanjikan dengan hasil tinggi dan tanpa ada resiko langsung diambil tanpa mencari tahu investasi yang akan dilakukan aman atau tidak, tidak hanya terjadi pada masyarakat yang memiliki pendidikan rendah namun masyarakat yang memiliki pendidikan tinggi seharusnya lebih tahu cara mengelola keuangan dengan baik. Sehingga dari kasus tersebut membuat calon investor khawatir akan resiko dalam memutuskan untuk berinvestasi di pasar modal.

Upaya Pemerintah dalam meningkatkan jumlah investor di Indonesia untuk berinvestasi di pasar modal yaitu dengan terus menerus PT Bursa Efek Indonesia (BEI) mengadakan pengenalan program dengan melalui kampanye “Yuk Nabung Saham” dengan modal Rp.100.000 sudah bisa membuka rekening sekuritas. Perusahaan yang sudah listing di BEI sudah banyak menawarkan saham dengan harga murah, sehingga dengan memiliki modal Rp.100.000 calon investor sudah bisa langsung melakukan transaksi saham (Dewi, dkk., 2017). Kampanye tersebut dilakukan untuk memotivasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya investasi bagi perekonomian pribadi maupun perekonomian negara dan dengan melalui kampanye Bursa Efek Indonesia diharapkan dapat merubah kebiasaan masyarakat Indonesia dari kebiasaan menabung menjadi berinvestasi (IDX, 2021). Selain itu juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran

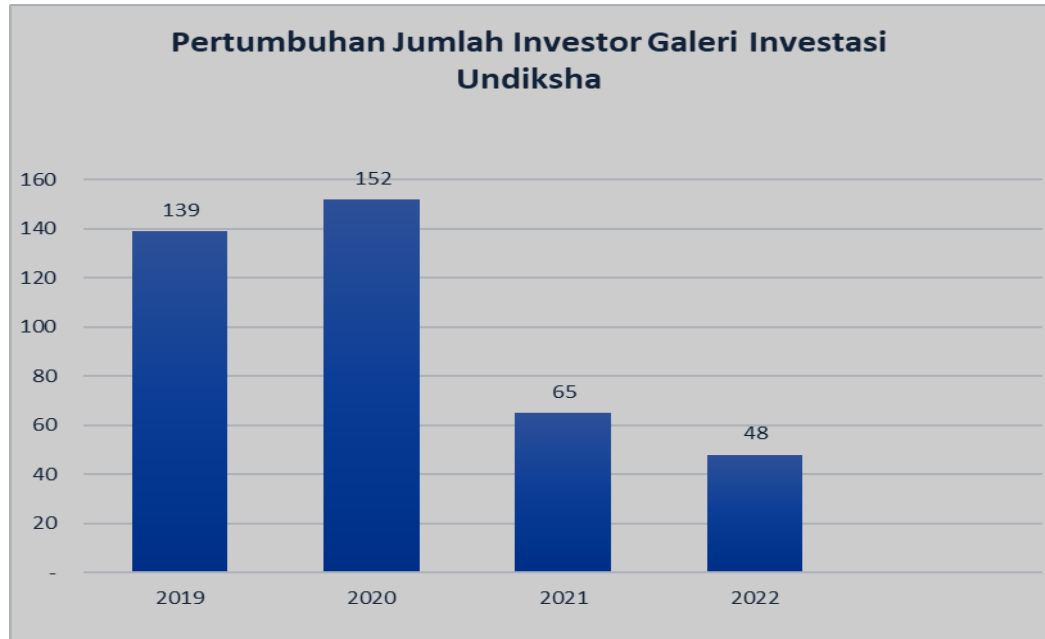
masyarakat khususnya mahasiswa akan investasi di pasar modal agar dapat meningkatkan jumlah investor baru yang mengarah ke segmentasi generasi muda. Dalam meningkatkan pemahaman mahasiswa terkait investasi maka BEI melakukan salah satu kegiatan dari program Yuk Nabung Saham yaitu *roadshow go to campus* dengan tujuan untuk mengedukasi mahasiswa sehingga memiliki pemahaman yang luas mengenai investasi saham dan diharapkan dapat menumbuhkan minat investasi dan akhirnya mulai melakukan investasi saham di pasar modal (Sidiq & Niati, 2020). Berdasarkan data dari KSEI, jumlah investor di Bursa Efek Indonesia tahun 2022 didominasi oleh investor lokal yang berusia di bawah 30 tahun atau disebut generasi milenial dengan persentase sebesar 58,71% dibandingkan dengan usia di atas 30 tahun. Pada umur di bawah 30 tahun tersebut sebagian besar mereka merupakan mahasiswa.

Mahasiswa sebagai calon investor yang paling banyak menarik perhatian dan dianggap memiliki potensi yang besar untuk melakukan investasi di pasar modal karena mahasiswa telah mendapatkan pengetahuan mengenai investasi selama mengikuti perkuliahan. Upaya yang dilakukan BEI dalam memberikan edukasi investasi sosial media. Dikarenakan saat ini mahasiswa sudah memiliki hp dan kebanyakan mahasiswa sudah memiliki sosial media Instagram, Tik Tok maupun Youtube, dan mahasiswa juga sudah mengikuti beberapa *influencer* di sosial media. Mayoritas masyarakat juga menganggap bahwa *influencer* media sosial sebagai sumber informasi terpercaya ketika sedang mencari berbagai informasi dari suatu produk keuangan (Wang *et al.*, 2012). Dengan melihat fenomena tersebut maka BEI mengajak beberapa orang yang memiliki pengaruh besar di sosial media yang sering disebut sebagai *social media influencer* yang

sudah menjadi investor saham aktif di Bursa Efek Indonesia melalui program inventory dengan harapan nantinya para *influencer* mampu memberikan edukasi terkait investasi terhadap para *followers* atau pengikutnya. Sehingga followers atau pengikutnya pada sosial media mereka akan banyak yang terpengaruh dalam hal berinvestasi.

Bursa Efek Indonesia juga melakukan kerjasama dengan seluruh perguruan tinggi yang ada di Indonesia salah satunya pada perguruan tinggi yang ada di Bali utara yaitu Universitas Pendidikan Ganesha (UNDIKSHA) sebagai salah satu universitas yang memiliki galeri investasi yang terletak di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang telah bekerjasama dengan MNC Sekuritas yang diresmikan pada 15 November 2016. Adanya galeri investasi bertujuan sebagai sarana pengenalan investasi di pasar modal pada dunia pendidikan dengan harapan mahasiswa dapat mengetahui pasar modal dari segi teori dan dapat mempraktekkan langsung, namun pada kenyataannya selama 6 tahun galeri investasi masih sepi pengunjung. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh Ni Putu Sriasih (2020) galeri investasi masih sepi pengunjung karena pengurus yang sibuk dengan kegiatan lain dan program galeri investasi masih minim. Hal ini karena masih banyak mahasiswa yang belum berpartisipasi aktif menjadi investor galeri investasi undiksha. Hal tersebut yang menyebabkan tujuan galeri sebagai sarana pendukung bagi mahasiswa yang berkeinginan berinvestasi tidak berjalan dan upaya dalam meningkatkan jumlah investor di kalangan mahasiswa belum tercapai. Melihat kondisi galeri investasi saat ini secara tidak langsung mengindikasikan bahwa minat mahasiswa dalam berinvestasi masih rendah.

Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam berinvestasi telah melakukan berbagai upaya diantaranya dengan memasukan materi pasar modal dalam mata perkuliahan dengan memperhatikan kualitas materi pengetahuan mengenai investasi. Tujuan dimasukkan materi pasar modal pada mata kuliah yakni untuk memberikan gambaran mengenai pasar modal dan prakteknya agar mahasiswa paham. Sehingga mahasiswa S1 Akuntansi sudah memiliki pengetahuan mengenai investasi dengan tingkat kedalaman materi yang berbeda sesuai dengan tingkat setiap semesternya. Selain itu Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha juga memberikan fasilitas dengan mengeluarkan program Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) UNDIKSHA yang berfokus pada edukasi dan pengenalan terhadap pasar modal khususnya saham. Berdirinya kelompok ini bertujuan untuk memberikan edukasi berkelanjutan kepada para mahasiswa yang memiliki keinginan untuk masuk ke dunia pasar modal. Dengan adanya mata kuliah Manajemen Keuangan, Investasi dan Pasar Modal (IPM) dan adanya Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) seharusnya dapat meningkatkan minat mahasiswa berinvestasi dengan memanfaatkan fasilitas Galeri Investasi yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.



Gambar 1.2
Pertumbuhan Jumlah Investor Galeri Investasi Undiksha Tahun 2019-2022
 (sumber: Galeri Investasi Undiksha)

Peningkatan jumlah investor di pasar modal tidak berlaku di Universitas Pendidikan Ganesha yang mana berdasarkan data yang diperoleh dari MNC Sekuritas jumlah investor yang tercatat pada Galeri Investasi di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dari tahun 2020 sampai 2022 mengalami penurunan yang sangat drastis. Pada tahun 2022 jumlah mahasiswa yang tercatat di galeri investasi MNC Sekuritas hanya berjumlah 48 mahasiswa atau sebesar 4,7% dari 1.028 mahasiswa prodi S1 Akuntansi yang aktif di fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Hal ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa program S1 Akuntansi dalam berinvestasi saham masih di kategori rendah, meski mahasiswa sudah mendapatkan pengetahuan mengenai investasi di kelas maupun pada kegiatan seminar yang diadakan kampus. Maka dari itu, perlu untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat investasi saham di pasar modal pada mahasiswa S1 Akuntansi

Berdasarkan pada fenomena yang ada maka peneliti melakukan observasi awal untuk mengetahui kondisi minat pada kalangan mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019 dengan melalui penyebaran kuesioner melalui google form. berdasarkan hasil observasi awal dengan penyebaran kuesioner berbentuk google form terhadap mahasiswa program studi S1 Akuntansi Angkatan 2019 Universitas Pendidikan Ganesha yang mana mereka telah mendapatkan mata kuliah manajemen keuangan dan mata kuliah investasi dan pasar modal. Adapun 100 responden yang telah mengisi kuesioner, seluruh responden memiliki minat untuk berinvestasi di pasar modal, akan tetapi sebanyak 20 mahasiswa belum berani berinvestasi pada pasar modal dengan alasan yaitu belum terlalu memahami mengenai investasi saham di pasar modal, takut akan resiko kegagalan dalam berinvestasi, belum mampu dalam menentukan produk investasi yang ingin digunakan, kekhawatiran akan penipuan dan investasi bodong, kurangnya waktu luang untuk melakukan dan mengontrol transaksi. Serta terdapat 80 mahasiswa sudah berinvestasi di pasar modal karena beberapa alasan seperti pentingnya untuk melakukan investasi sejak dini agar dapat membantu dalam meningkatkan perekonomian negara, selain itu karena sudah memiliki pengetahuan mengenai keuangan serta karena adanya keuntungan yang akan didapatkan ketika melakukan investasi, dan adanya dukungan dari orang tua. Berdasarkan observasi bahwa sebanyak 80 mahasiswa sudah melakukan investasi dengan jenis investasi lainnya yaitu investasi reksadana, emas, *life insurance*, pasar uang, *cryptocurrency* dan deposito.

Alasan dipilihnya mahasiswa prodi S1 akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Angkatan 2019 karena sudah mendapatkan mata

kuliah Manajemen Keuangan dan Investasi dan Pasar Modal (IPM). Dalam mata kuliah Manajemen Keuangan mempelajari mengenai *capital budgeting* atau penganggaran modal yang merupakan suatu perencanaan dalam pengambilan keputusan pengeluaran modal untuk melakukan investasi, manajemen portofolio untuk dapat meminimalisir resiko kerugian dalam melakukan investasi. Sedangkan mata kuliah Investasi dan Pasar Modal (IPM) mempelajari mengenai ilmu dalam berinvestasi seperti konsep dalam berinvestasi, mengenal pasar modal, analisis teknikal yaitu menganalisis sekuritas melalui volume historis dan grafik sehingga dapat menentukan pergerakan saham di masa mendatang atau dapat menentukan kapan harus membeli atau menjual, mempelajari terkait return dan risiko sehingga dapat mengetahui risiko dan return dalam melakukan investasi. Mata kuliah tersebut didapat pada semester 2 dan 4 pada semester tersebut pemahaman yang dimiliki mahasiswa masih sangat fresh dalam memahami materi. Mahasiswa ini juga mendapat seminar mengenai investasi di akhir mata kuliah Investasi dan Pasar Modal (IPM) yang diadakan oleh dosen pengampu mata kuliah tersebut. Jadi mahasiswa ini sudah selangkah lebih maju dalam pemahaman mengenai investasi dari Angkatan sebelumnya, sedangkan apabila menggunakan Angkatan 2020 dan 2021 terdapat perbedaan kurikulum. Sehingga pada penelitian ini lebih fokus pada satu angkatan yaitu angkatan 2019 agar memperoleh pengalaman belajar yang sama serta dalam penelitian ini ingin mendapatkan data yang homogen dan tidak menggunakan prodi lain, karena mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Angkatan 2019 dianggap oleh peneliti lebih banyak mendapatkan materi mengenai investasi dibandingkan prodi lain

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior*, karena teori ini dapat menjelaskan bagaimana individu dapat melakukan suatu tindakan atau perilaku yang pasti didasarkan akan beberapa sebab yang mendukungnya. Sama halnya seperti fenomena yang sedang terjadi saat ini, beberapa mahasiswa memiliki minat berinvestasi di pasar modal pasti didasarkan oleh beberapa alasan yang mendukungnya untuk melakukan investasi di pasar modal. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal yaitu *social media influencer*, lingkungan keluarga, efikasi diri dan informasi produk. Minat investasi pada mahasiswa akan meningkat apabila mahasiswa memiliki pemahaman yang dalam mengenai investasi di pasar modal, selain itu apabila mahasiswa memiliki kepercayaan atau keyakinan diri yang tinggi terhadap kemampuan yang dimiliki pasti akan dapat meningkatkan minat berinvestasi.

Faktor pertama yang diduga dapat mempengaruhi minat berinvestasi yaitu *social media influencer* (Pratiwi, 2020). *Influencer* pada media sosial merupakan salah satu pihak yang populer dan mempunyai pengikut yang banyak di sosial media Instagram, Tik Tok dan Youtube. Pihak ini mampu memberikan pengaruh pada pengikutnya mengenai beberapa hal sehingga apapun yang disampaikan menjadi sangat memberikan pengaruh pada opini yang bersifat public. Dalam hal ini influencer sebagai pihak yang dapat memberikan motivasi terkait pentingnya investasi serta dapat memberikan pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk melakukan penanaman modal pada pasar modal. Hal ini dibuktikan oleh Direktur Pengembangan BEI Hasan Fawzi menyatakan bahwa kolaborasi yang dilakukan dengan sosial media *influencer* ini memberikan efek yang cukup substansi bagi

pertumbuhan investor di BEI pada tahun 2020. Hal tersebut didukung oleh penelitian Fauzianti (2022) dan Darajati (2022) menyatakan bahwa media sosial Influencer mampu memberikan pengaruh pada minat untuk melakukan investasi. Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Nur (2022), menyatakan bahwa *social media Influencer* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi generasi milenial. Penelitian Putri & Patria (2018) menyatakan bahwa minat beli dari mahasiswa tidak dipengaruhi oleh endorsement selebriti.

Peneliti menggunakan variabel *social media influencer* karena semakin banyaknya *influencer* investasi yang memberikan edukasi mengenai investasi mulai dari cara menganalisis laporan keuangan, cara analisis teknikal untuk menentukan kapan harus membeli atau jual saat melakukan investasi serta cara membaca kenaikan atau penurunan harga saham dengan penyampaian yang mudah dipahami sehingga mahasiswa akuntansi yang kurang memahami mengenai investasi bisa dengan menonton konten-konten mengenai investasi yang telah dibuat oleh *influencer* dan saat ini juga sudah banyak *social media influencer* melakukan kerjasama dengan perusahaan sekuritas untuk menarik minat calon investor berinvestasi. Selain itu saat ini banyak juga influencer di sosial media yang memberikan edukasi. Sehingga akan dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal.

Faktor yang kedua yang diduga dapat mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi yaitu lingkungan keluarga (Erika, 2020). Menurut Penelitian Yuningsih & Santoso (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “*Does Family Environment Moderate The Effect of financial Literacy, Attitudes and Motivation*

on Investment Interest: Support From the Family environment will give higher motivation. Artinya bahwa jika seseorang mendapat support dari keluarga maka akan menjadikan motivasi orang tersebut menjadi lebih tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Darmawan (2022) dan Asrifah (2022) menyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Perdana & Yasa (2021) menyatakan bahwa Lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di Bursa Efek Indonesia. Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan Pratiwi (2022) yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat investasi.

Peneliti menggunakan lingkungan keluarga karena Lingkungan keluarga merupakan tempat belajar yang paling awal bagi semua orang. Dalam lingkungan keluarga anak tidak hanya mendapatkan perhatian, motivasi, bimbingan, pemenuhan kebutuhan ekonomi dan anak juga mendapatkan pengetahuan keuangan dalam hal pengelolaan keuangan yang berfokus pada pemahaman mengenai nilai uang dan penanaman sikap serta perilaku anak untuk dapat mengatur pemanfaatan uang seperti anak diajarkan untuk membuat perencanaan keuangan dengan melakukan saving dari beberapa persen uang yang dimiliki atau membeli aset investasi misalnya seperti saham atau emas agar keuangan dapat tertata dengan baik. Minat anak dapat terbentuk dari didikan dan kondisi lingkungan keluarga. Semakin orang tua memberikan dorongan untuk melakukan investasi, maka anak akan cenderung melakukan investasi begitu juga sebaliknya.

Dikarenakan sikap dan aktivitas sesama keluarga saling berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung.

Faktor ketiga yang diduga dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berinvestasi di pasar modal yaitu faktor efikasi diri (Cholifah, 2018). Efikasi diri merupakan rasa percaya diri atau keyakinan diri terhadap kemampuannya untuk melakukan suatu *control* terhadap dirinya sendiri dan situasi dalam lingkungan. Banyak mahasiswa S1 Akuntansi telah memiliki kemampuan dalam pembuatan laporan keuangan dan menganalisis laporan keuangan baik analisis fundamental dan teknikal yang mana sebagai teori sehari-hari dari mahasiswa S1 Akuntansi, selain itu mahasiswa S1 Akuntansi juga memiliki pengetahuan keuangan mengenai cara berinvestasi yang baik dan benar yang didapat pada mata kuliah Manajemen Keuangan dan Investasi dan Pasar Modal (IPM). Banyak mahasiswa yang sudah mencoba melakukan investasi, namun tidak sedikit yang mengalami kegagalan. Hal itu terjadi karena tidak memiliki keyakinan atau kepercayaan diri untuk mempraktekkan ilmu yang didapat mengenai investasi dan manajemen keuangan yang sebenarnya.

Keyakinan dan kemampuan yang dimiliki dapat mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang disebut sebagai efikasi diri. Karena untuk memulai investasi dibutuhkan keyakinan diri bahwa investasi akan berhasil dan mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Keyakinan terhadap diri sendiri yang akan menumbuhkan minat berinvestasi dalam diri seseorang. Semakin tinggi keyakinan diri yang dimiliki mahasiswa terhadap kemampuan yang dimiliki maka tinggi pula minat untuk melakukan investasi di pasar modal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Trisnatio & Pustikaningsih (2017), menyatakan bahwa

efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat investasi saham pada mahasiswa FE UNY. Hal ini didukung oleh penelitian Febrian (2022) menyatakan bahwa efikasi diri berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi saham syariah pada GIS LAIN Curup. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Fans & Handoyo (2020) menyatakan bahwa efikasi diri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi. Penelitian Azizah (2017), menyatakan bahwa efikasi diri tidak berpengaruh terhadap minat wirausaha.

Penelitian ini menggunakan variabel efikasi diri karena mahasiswa sudah memiliki pemahaman mengenai investasi yang diperoleh dari mata kuliah Manajemen Keuangan dan Investasi dan Pasar Modal (IPM). Dalam mata kuliah manajemen keuangan mempelajari mengenai *capital budgeting* atau penganggaran modal yang merupakan suatu perencanaan dalam pengambilan keputusan pengeluaran modal untuk melakukan investasi, manajemen portofolio untuk dapat meminimalisir resiko kerugian dalam melakukan investasi. Sedangkan mata kuliah Investasi dan Pasar Modal (IPM) mempelajari mengenai ilmu dalam berinvestasi seperti konsep dalam berinvestasi, mengenal pasar modal, analisis teknikal yang mana dapat menganalisis sekuritas melalui volume historis dan grafik sehingga dapat menentukan pergerakan saham di masa mendatang atau dapat menentukan kapan harus membeli atau menjual, mempelajari terkait return dan risiko sehingga dapat mengetahui risiko dan return dalam melakukan investasi seharusnya dengan memiliki pengetahuan tersebut mahasiswa akan lebih berminat untuk berinvestasi di pasar modal karena mereka sudah mengetahui keputusan investasi yang akan mereka ambil dan memiliki keyakinan atau kepercayaan diri yang tinggi untuk berhasil mengelola investasi tersebut

Faktor terakhir yang diduga berpengaruh terhadap minat berinvestasi yaitu informasi produk (Huda, 2021). Minat berinvestasi di pasar modal perlu ditingkatkan, oleh karena itu dibutuhkan informasi produk investasi. Informasi produk dapat diterima dalam berbagai bentuk laporan keuangan dalam periode tiga bulan sekali, analisis fundamental dan teknikal saham emiten, maupun rekomendasi dari analisis saham (Ayumi, 2022). Informasi produk dapat digunakan sebagai pedoman saat transaksi di pasar modal, yaitu pedoman berupa nama produk, nama penerbit, penjelasan mengenai produk yang menggunakan bahasa umum agar mudah dipahami banyak orang awam (Widiantari & Oktaliasari, 2022). Para calon investor dapat mengakses mengenai informasi produk investasi pasar modal melalui web resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) tepatnya di www.idx.co.id. Huda (2021), menyatakan bahwa informasi produk dapat disampaikan melalui dosen, teman, kuliah, seminar, media cetak maupun media elektronik, buku dan internet. Semakin mudah mahasiswa mendapatkan informasi produk maka akan dapat meningkatkan minatnya untuk berinvestasi di pasar modal. Uniyanti (2018), menyatakan nasabah yang aktif mencari informasi mengenai produk, biasanya mempunyai minat yang lebih tinggi terhadap produk tersebut daripada orang yang pasif mencari informasi. Penelitian yang dilakukan oleh Trangana & Kuswardhana (2017), Toher (2021) dan Widiantari & Oktaliasari (2022) menyatakan bahwa informasi produk memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmannita (2020) yang mengungkapkan bahwa informasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat investor pada Green Sukuk seri ST006.

Namun sebaliknya pada penelitian Anggraeni (2021), menyatakan bahwa informasi produk tidak berpengaruh terhadap minat investasi pada sukuk.

Berdasarkan beberapa faktor yang telah dijelaskan sebelumnya, investasi dilakukan pada dasarnya dikarenakan adanya minat. Minat memiliki pengaruh yang besar terhadap aktivitas yang akan dilakukan khususnya bagi seseorang yang sedang melakukan kegiatan pembelajaran mengenai investasi atau sedang menempuh pendidikan pada Fakultas Ekonomi yang berhubungan dengan investasi, sehingga dapat menambah pengetahuan seseorang mengenai investasi. minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal masih tergolong rendah meskipun sudah mendapatkan mata kuliah mengenai investasi yaitu mata kuliah Manajemen Keuangan dan Investasi dan Pasar Modal (IPM) maupun setelah mengikuti seminar mengenai investasi.

Alasan terpilihnya judul “Pengaruh *Social Media Influencer*, Lingkungan Keluarga, Efikasi diri dan Informasi Produk Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019”, karena saat ini investasi di pasar modal memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian negara, selain itu belakangan ini investasi menjadi sebuah trend dikalangan masyarakat dan mahasiswa terkait beragamnya kasus investasi tidak resmi via internet seperti investasi bodong yang ditemukan oleh Satgas Waspada Otoritas Jasa Keuangan dengan mencatat kerugian investasi legal pada tahun 2022 sebanyak Rp 109,67 triliun. Investasi bodong tersebut berkedok robot trading aplikasi seperti kasus *binary option platform* Binomo dan *Quotex* dari kasus tersebut jutaan orang telah tertipu tidak hanya masyarakat namun juga beberapa mahasiswa. BEI bekerjasama dengan kampus untuk mendirikan galeri investasi di fakultas

ekonomi agar menjadi wadah bagi mahasiswa yang berkeinginan melakukan investasi namun pada kenyataannya Galeri Investasi Fakultas Ekonomi Undiksha sejak didirikan di tahun 2016 sampai saat ini masih sepi pengunjung dan terlihat tidak aktif. Jumlah investor di pasar modal secara nasional mengalami peningkatan namun hal tersebut tidak berlaku di Universitas Pendidikan Ganesha. Berdasarkan data mahasiswa yang tercatat di galeri investasi sebagai investor di pasar modal mengalami penurunan jumlah investor dari tahun 2020-2022. Pada tahun 2022 jumlah investor yang tercatat di Galeri Investasi hanya 4,7% (48 mahasiswa) dari jumlah mahasiswa S1 Akuntansi yang masih aktif di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Hal ini menunjukkan minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal masih cukup rendah. Variabel Pengaruh *Social Media Influencer*, Lingkungan Keluarga, Efikasi diri dan Informasi Produk investasi perlu diteliti kembali, dikarenakan hal tersebut dapat menjadi faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan Ulmi, dkk (2022) yang meneliti mengenai pengaruh *social media influencer* terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Adapun yang membedakan penelitian ini dari penelitian terdahulu adalah mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel baru yaitu lingkungan keluarga, efikasi diri dan informasi produk dari penelitian Tatawijaya (2022) dan Widiyanti & Oktaliasari (2022).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Ulmi, dkk (2022) yaitu pada penelitian ini melakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser dengan harapan nantinya memperoleh hasil yang lebih

tepat sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ulmi, dkk (2022) menggunakan gambar scatterplot yang dalam interpretasinya secara subjektif sehingga dapat berbeda bagi orang lain dalam memahami hasilnya. Serta yang menjadi dasar perbedaan ini yaitu pada populasi, tempat penelitian, teknik sampling, serta waktu melakukan penelitian. Pada penelitian Ulmi *et al.* (2022) menggunakan populasi mahasiswa Universitas Hasanuddin, Universitas Negeri Makassar dan Universitas Islam Negeri Alauddin dengan menggunakan *simple random sampling* serta waktu penelitiannya pada tahun 2022. Sementara penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang bertempat di Kabupaten Buleleng Bali dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan penelitian ini dilakukan di tahun 2023. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulmi *et al.* (2022) yaitu pada variabel bebasnya *social media influencer* serta variabel terikatnya minat investasi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Tatawijaya (2022) yaitu pada penelitian Tatawijaya (2022) variabel lingkungan keluarga dan efikasi diri digunakan dalam variabel dependen minat wirausaha, sedangkan dalam penelitian ini variabel lingkungan keluarga dan efikasi diri digunakan dalam variabel dependen minat investasi di pasar modal. Serta yang menjadi dasar perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada populasi, tempat penelitian, teknik sampling, serta waktu melakukan penelitian. Pada penelitian Tatawijaya (2022) menggunakan populasi mahasiswa Angkatan 2016 Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan dengan menggunakan *simple random sampling* serta waktu penelitiannya pada tahun 2022. Sementara

penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang bertempat di Kabupaten Buleleng Bali dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan penelitian ini dilakukan di tahun 2023. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Tatawijaya (2022) pada variabel bebasnya lingkungan keluarga dan efikasi diri. Selain itu pada penelitian ini menggunakan metode penelitian yang sama dengan penelitian Tatawijaya (2022) yaitu menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Berganda, Uji T, Uji F, dan Uji Determinasi (R^2).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiantari & Oktaliasari (2022) yaitu yang menjadi dasar perbedaan ini yaitu pada populasi, tempat penelitian, teknik sampling, serta waktu melakukan penelitian. Pada penelitian Widiantari & Oktaliasari (2022) menggunakan populasi mahasiswa KSPM pada perguruan tinggi di Provinsi Bali dengan menggunakan *proportional random sampling* serta waktu penelitiannya pada tahun 2022. Sementara penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang bertempat di Kabupaten Buleleng Bali dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan penelitian ini dilakukan di tahun 2023. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Widiantari & Oktaliasari (2022) yaitu pada variabel bebasnya informasi produk serta variabel terikatnya minat investasi.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena yang terjadi, penelitian ini diupayakan untuk menelaah lebih jauh dan khusus mengenai bagaimana pengaruh *social media influencer*, lingkungan keluarga, efikasi diri dan informasi

produk terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa. Penelitian ini akan dilakukan kepada mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019. Dengan mengambil judul **“Pengaruh *Social Media Influencer*, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri dan Informasi Produk Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa S1 Akuntansi angkatan 2019”**

1.2 Identifikasi Masalah

Jadi dari berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut

1. Minat mahasiswa dalam berinvestasi cenderung tinggi pada awal pembelajaran maupun setelah mengikuti seminar investasi namun tidak sedikit dari mahasiswa yang mengurungkan niatnya ketika pengetahuan yang dimiliki dipraktikan di dunia nyata
2. Berdasarkan catatan PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) jumlah investor di pasar modal hanya 3,7% dari jumlah penduduk yang ada di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam berinvestasi di pasar masih di kategori rendah.
3. Jumlah investor di provinsi Bali mengalami peningkatan, namun untuk Kabupaten Buleleng dengan jumlah penduduk terbanyak masih minim jumlah investor.
4. Galeri investasi yang ada di fakultas Ekonomi Undiksha sampai saat ini masih sepi pengunjung dan tidak terlihat aktif
5. umlah persentase mahasiswa yang tercatat di galeri investasi sebagai investor di pasar modal hanya 4,7% (48 orang) dari jumlah mahasiswa S1 Akuntansi yang masih aktif di Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan

Ganesha. Hal ini menunjukkan minat mahasiswa dalam berinvestasi saham di pasar modal masih cukup rendah

6. Berdasarkan hasil observasi, mahasiswa tidak berminat berinvestasi dikarenakan minimnya sisa uang saku, takut menghadapi resiko kegagalan ketika berinvestasi, kurangnya kepercayaan atau keyakinan diri terhadap kemampuan yang dimiliki untuk berinvestasi serta kekhawatiran akan penipuan dan investasi bodong karena saat ini maraknya penipuan dengan berkedok investasi dengan melalui internet.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan identifikasi masalah di atas serta mengingat banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat investasi di pasar modal pada mahasiswa S1 akuntansi Angkatan 2019, maka peneliti membatasi penelitian ini agar penelitian yang dilakukan bisa lebih mendalam sehingga penelitian ini hanya fokus menggunakan 4 faktor yaitu *social media influencer*, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri dan Informasi Produk dengan subjek penelitian yang dilakukan pada mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019 Universitas Pendidikan Ganesha karena dinilai memiliki pemahaman yang mendalam mengenai investasi di pasar modal.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *social media influencer* berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019?
2. Apakah lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019?
3. Apakah efikasi diri berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa S1 akuntansi Angkatan 2019?
4. Apakah informasi produk berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh temuan yang teruji tentang pengaruh sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *social media influencer* terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa S1 Akuntansi angkatan 2019
2. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa S1 Akuntansi angkatan 2019
3. Untuk mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa S1 Akuntansi angkatan 2019
4. Untuk mengetahui pengaruh informasi produk terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa S1 Akuntansi angkatan 2019

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan *theory of planned behavior* yang berhubungan dengan minat investasi serta faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat investasi seseorang. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu dalam mengembangkan mata kuliah Investasi dan Pasar Modal (IPM) serta mata kuliah Manajemen Keuangan sebagai tambahan referensi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat berinvestasi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Bagi penulis hasil penelitian ini sebagai alat dalam melatih kemampuan di bidang penelitian serta dapat menambah pemahaman mengenai investasi di pasar modal. Selain itu hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan terkait pengambilan keputusan dalam investasi di pasar modal.

b. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Diharapkan hasil penelitian ini, agar Universitas Pendidikan Ganesha dapat memberikan edukasi terkait pasar modal yang lebih dalam kepada mahasiswa. Selain itu penelitian dapat menjadi bahan masukan bagi Universitas Pendidikan Ganesha untuk dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal.

c Bagi Mahasiswa

Diharapkan dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai investasi dan dapat juga dijadikan pertimbangan dalam memulai melakukan investasi di pasar modal, sehingga diharapkan dapat mendorong minat dan motivasi mahasiswa dalam melakukan investasi.

d Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pembandingan dengan tema yang sama untuk merumuskan permasalahan baru dalam penelitian selanjutnya dan penelitian ini juga diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan wawasan dalam membentuk mental mahasiswa guna menghadapi persaingan dalam dunia kerja.

