

ANALISIS PENGARUH EDUKASI PASAR MODAL DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI PADA GENERASI MILLENNIAL DI PROVINSI BALI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MAHENDRADATTA)

Ni Made Yusmini^{1*}, Ni Putu Yuli Tresna Dewi², Ni Gusti Ayu Putu Rahmadewi³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahendradatta Denpasar

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the Effect of Capital Education and Social Media on Investment Decisions in Millennials at Mahendradatta University. This research's type is quantitative research using the case study method. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results is capital market education and social media simultaneously influence the investment decisions of millennial generation students at Mahendradatta University. So this can be interpreted that if the X variable's value (the effect of capital education and social media) increases, then the Y variable's value (investment decision) will also increase. In other words, if there is an increase in market education capital and the influence of social media, then there will also be an increase in student's decisions to invest.

Keywords: *Capital Market Education, Social Media, Investment Decisions*

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan memahami Pengaruh Edukasi Modal dan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Millennial di Universitas Mahendradatta. Penelitian ini berjenis kuantitatif yang mempergunakan metode studi kasus. Teknik pengambilan sampel yang dipergunakan yakni pengambilan sampel bertujuan. Teknik penganalisisan data yang diterapkan yakni analisis regresi linear berganda. Temuan penelitian ini menyebutkan edukasi pasar modal dan media sosial mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan investasi mahasiswa generasi millennial di Universitas Mahendradatta. Jadi bisa diartikan bahwa jika nilai variabel X (pengaruh edukasi modal dan media sosial) meningkat, maka nilai Y (keputusan investasi) juga akan meningkat. Dengan kata lain apabila ada peningkatan pada edukasi pasar modal dan pengaruh media sosial, maka ada peningkatan juga pada keputusan mahasiswa untuk berinvestasi.

Kata kunci: *Media Sosial, Keputusan Investasi, Edukasi Pasar Modal*

Article history:

Received: 7 Februari 2023

Revised: 22 Februari 2023

Accepted: 30 Maret 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.33366/ref.v10i2.4445>

E-mail corresponding author :
yusikaylasantika@gmail.com

PENERBIT:

UNITRI PRESS

Jl. Telagawarna, Tlogomas-

Malang, 65144, Telp/Fax:

0341-565500

PENDAHULUAN

Kegiatan berinvestasi kini lumrah terjadi di masyarakat. Sejatinya, individu berinvestasi guna mendapatkan *return* yang tinggi. Investasi sangat penting dilakukan tidak terkecuali bagi Negara. Saat ini sangat banyak jenis investasi, salah satunya adalah investasi pasar modal yang sangat trading serta merupakan jenis investasi banyak diminati dan digemari dimasa sekarang ini (Inarno Djajadi, 2021).

Menurut Widodoatmodjo (2012), diketahui pasar modal kini memiliki peran penting untuk membantu keuangan perusahaan maupun individu. Segara (2021) pada Indonesia *millenials financial summit* memaparkan, keputusan berinvestasi para generasi muda dapat dipengaruhi oleh imbauan *public figure*, *influencer*, dan *social media*, alhasil potensi menjadi korban penipuan dengan kedok investasi pun kian tinggi. Oleh sebab itu, investor memerlukan edukasi dan sosialisasi agar mampu mengambil keputusan secara tepat untuk berinvestasi.

Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa edukasi pasar modal untuk generasi milenial memang penting dilakukan, agar generasi muda lebih paham dalam pengelolaan keuangannya untuk berinvestasi. Edukasi pasar modal merupakan suatu ilmu dasar perihal investasi di pasar modal. Yang mana pengetahuan itu akan membantu dalam pengambilan keputusan melakukan investasi (Dewi, 2020).

Perkembangan penggunaan teknologi media sosial sebagai media informasi serta komunikasi semakin berkembang dan kini telah mampu diakses lewat telepon genggam (Fidri Firdausha dan Rani Apriani, Juli 2021). Dampak perkembangan serta kemajuan teknologi menyebabkan saat ini investasi mampu dilaksanakan oleh seluruh kalangan dan peningkatan jumlah investor pasar modal mampu disebabkan oleh adanya *social media* sebab banyak *influencer* yang menarik intensi untuk melakukan investasi melalui konten yang dibuatnya. Generasi milenial tertarik berinvestasi karena mereka termasuk pengguna aktif media sosial. Sebagian besar investor pasar modal ialah generasi milenial yang merasa perlu untuk memperoleh sesuatu dengan cara cepat yakni melalui fasilitas trading secara daring. Sadar akan besarnya pengaruh dari konten digital, Bursa Efek Indonesia (BEI) berkolaborasi dengan beberapa *influencer* guna memberi edukasi ke masyarakat lewat konten *social media* pada acara Investor Incubator sejak 2019 (BEI, 2020). Dalam membagi informasi investasi melalui konten pun wajib dengan kehati-hatian, harus berdasarkan analisis yang mendalam dan jelas terkait rekomendasi investasi kepada masyarakat khususnya generasi milenial agar tidak terjadinya penipuan ataupun investasi bodong bagi investor yang sudah mengambil keputusan untuk berinvestasi didalamnya.

Demi peningkatan wawasan perihal investasi, PT Bursa Efek Indonesia (BEI) kerap melaksanakan sosialisasi bagi masyarakat melalui program “Yuk Nabung Saham”. Tujuannya yakni memotivasi, mengedukasi, serta mengajak generasi milenial untuk berinvestasi. Dengan modal 100.000, - individu telah dapat berinvestasi saham. Hal ini didukung oleh surat keputusan yang diterbitkan BEI yang menyebutkan perihal perubahan jumlah lembar per lot, yang sebelumnya adalah 500 lembar saham per lot, kini menjadi 100 lembar saham per lot, dengan harga saham minimum yakni Rp50 per lembar saham. Aturan ini diharap mampu menarik intensi calon investor.

Investor saham yang ada di Bali sebagian besar merupakan generasi millennial antar usia 18 hingga 25 tahun. I Gusti Agus Andiyasa selaku Kepala Kantor Perwakilan Bursa Efek Indonesia Regional Bali I menuturkan, walau terkategori usia muda, milenial di Bali telah melek informasi perihal investasi di pasar modal. Pengambilan keputusan investasi didasarkan pada sejumlah hal seperti faktor pribadi, lingkungan, serta finansial (Uslu Divanoğlu dan Bağcı 2018).

Pola Pikir serta intensi amat memengaruhi individu untuk mengambil keputusan. Tak hanya itu, faktor finansial serta dorongan dari pihak keluarga pun memberi pengaruh bagi investor dalam pengambilan keputusan. Sebagai Universitas tertua yang ada di Bali, Universitas Mahendradatta tetap menjadi pilihan bagi anak muda di Bali untuk meneruskan perkuliahan, terutama bagi Generasi Millennial. Semenjak tahun 2012, semua prodi yang ada pada Universitas Mahendradatta sudah berakreditasi mayor B. Pada tahun 2014, terbit Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional (BAN-PT) Nomor: 250/SK/BAN PT/Akred/ PT/VII/2014 Perihal Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi tanggal 19 Juli 2014 yang menyebutkan bahwasanya Universitas Mahendradatta Bali sudah resmi berakreditasi. Unmar ialah PTS kedua dari 54 PTS yang sudah mempunyai akreditasi institusi yang dikeluarkan oleh Kopertis Wilayah VIII Bali Nusra. Hal itu menjadikan kualitas serta posisi Universitas Mahendradatta dipersamakan dengan Perguruan Tinggi Negara (PTN). Ini juga menjadi alasan bagi mahasiswa dan penerus Bali untuk tetap memilih Universitas Mahendradatta dalam melanjutkan perkuliahannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kuantitatif dan menerapkan metode studi kasus. Adapun penelitian kuantitatif yaitu metode guna mengujikan sejumlah teori melalui penelitian korelasi antarvariabel. Variabel itu nantinya diukur mempergunakan instrumen penelitian, alhasil data mampu dianalisis secara statistik. Olah data mempergunakan aplikasi SPSS versi 22.

Populasi dalam penelitian ini yaitu 344 mahasiswa Generasi Millennial mahasiswa Universitas Mahendradatta. Sampel yang dipergunakan yakni *purposive sampling*. Kriteria yang ditentukan di penelitian ini, yaitu:

1. Generasi milenial yang terlahir dalam rentang tahun 1980-2000.
2. Mempunyai KTP Bali dan tinggal di Bali terutama Denpasar.
3. Mahasiswa Aktif Generasi Millennial Universitas Mahendradatta.

Sesuai perhitungan rumus slovin, jumlah minimum responden penelitian ini yakni 78 mahasiswa.

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan yaitu melalui survei. Pengumpulan data primer didapat langsung lewat penyebaran angket ke responden dimulai dari meminta data mahasiswa Generasi Millennial Universitas Mahendradatta. Peneliti menghubungi setiap mahasiswa lalu mengirim angket lewat *Google Form* demi mendapat data. Perihal data sekunder, didapat dari artikel, buku, laman web, serta temuan penelitian sebelumnya.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Edukasi Pasar Modal

Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Generasi Milenial Universitas Mahendradatta Temuan uji statistik atas hipotesis pertama (H1) memperlihatkan bahwasanya edukasi pasar modal memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan investasi pada Mahasiswa generasi milenial Universitas

Mahendradatta. Ini terlihat dari signifikansi senilai $0,027 < 0,05$ serta $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,226 > 1,9719$). Temuan ini mendukung penelitian Pajar & Pustikaningsih (2017), serta Hastya Winantyo (2017) yang menyebutkan bahwasanya motivasi mempunyai pengaruh pada intensi investasi mahasiswa. Sejatinya, individu akan berinvestasi di pasar modal, apabila adanya dorongan dari suatu edukasi terkait hal investasi yang mana membuat mereka termotivasi dengan sendirinya. dimana seseorang atau generasi millennial akan mengambil keputusan berinvestasi di pasar modal sesuai pengetahuan yang didapatnya. Maka hasil penelitiannya semakin banyak pengetahuan dari edukasi didapat maka semakin meningkat keputusan investasi.

2. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Generasi Milenial Universitas Mahendradatta Bali.

Hasil pengujian statistik pada hipotesis kedua (H2) memperlihatkan bahwasanya hipotesis diterima, jadi media sosial mempunyai pengaruh terhadap keputusan investasi Mahasiswa generasi milenial Universitas

Mahendradatta. Ini terlihat dari signifikansi senilai $0,001 < 0,05$ serta $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($3,339 > 1,9719$). Temuan ini mendukung penelitian Raditya T, dkk (2014), Zulpiana (2019) serta Tandio & Widanaputra (2016) yang memaparkan bahwa variabel media sosial mempunyai pengaruh terhadap keputusan investasi. Simpulannya, Mahasiswa Generasi Milenial di Universitas Mahendradatta secara tak langsung memakai media sosial didalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Hasil penelitian menunjukkan semakin besar pengaruh informasi dan konten media sosial makin besar pula intensi individu mengambil keputusan investasi di pasar modal. Karena kemajuan teknologi saat ini memberi suatu keuntungan dan kemudahan bagi pelaku industri digital atau investor generasi millennial dalam memutuskan untuk berinvestasi di pasar modal.

3. Pengaruh Edukasi Pasar Modal Dan Media Sosial Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Berinvestasi di Provinsi Bali.

Dapat dilihat dari hasil regresi analisis linear berganda, edukasi pasar modal serta media sosial berpengaruh secara simultan terhadap keputusan investasi Mahasiswa generasi milenial Universitas Mahendradatta. Persamaan regresi linear berganda yaitu : $Y = 7.991 + 0.549 X_1 + 0.220 X_2$

Interpretasinya adalah jika diperhatikan keseluruhan model regresi linear berganda, diketahui korelasi antara variabel dependen dengan independenya berupa korelasi positif atau searah. Ini berarti bahwa apabila variabel X meningkat nilainya, maka nilai variabel Y pun meningkat. Dengan kata lain apabila ada peningkatan pada edukasi pasar modal dan media sosial, maka ada juga peningkatan keputusan pada Mahasiswa untuk mulai berinvestasi.

Bisa juga dilihat nilai Konstantanya yakni 7.991. Jadi, jika tak ada variabel independen yang memengaruhi variabel dependen, maka variabel dependen (Y) bernilai 7.991. Nilai b1

sebesar 0.549 artinya atas tiap peningkatan variabel edukasi pasar modal sebesar satu satuan, variabel keputusan investasi (Y) pun meningkat sejumlah 0.549, asumsinya variabel dependen lain bernilai konstan. Nilai b_2 sebesar 0.220 berarti tiap peningkatan sebesar satu satuan pada variabel media sosial, maka meningkat pula variabel keputusan investasi (Y) senilai 0.220, asumsinya variabel dependen bernilai konstan.

Individu mampu termotivasi untuk berinvestasi jikalau mendapatkan edukasi dasar perihal investasi pasar modal serta dengan adanya kemajuan teknologi media sosial yang memudahkan generasi millennial untuk mengakses informasi terkait investasi pasar modal. Melalui sosialisasi *online* yang bisa dijangkau dimanapun dan kapanpun, dan kemudahan lainnya investasi saat ini dilakukan melalui media digital, yang mana sangat praktis dimasa sekarang. Disimpulkan bahwa makin meningkat edukasi pasar modal serta media sosial maka makin bijak keputusan investasi yang diambil.

KESIMPULAN

Variabel Edukasi Pasar Modal (X1) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan investasi Mahasiswa Generasi Millennial Universitas Mahendradatta. Hasil disimpulkan bahwa semakin meningkat Edukasi Pasar Modal didapat, maka semakin meningkat keputusan generasi millennial untuk berinvestasi di pasar modal.

Variabel Media Sosial (X2) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan investasi Mahasiswa Generasi Millennial Universitas Mahendradatta. Bahwa Media Sosial secara signifikan berpengaruh untuk keputusan berinvestasi karena kemudahan dalam mengakses informasi untuk memutuskan keputusan berinvestasi

Variabel Edukasi Pasar Modal (X1) dan Media Sosial (X2) mempunyai pengaruh secara serempak terhadap Variabel (Y) yaitu keputusan investasi pada Mahasiswa Generasi Millennial Universitas Mahendradatta. Disimpulkan bahwa edukasi pasar modal dan juga media sosial mempunyai pengaruh secara serempak untuk menentukan seseorang dalam mengambil keputusan berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Kurniawan, Albert. 2014. *Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis Dalam Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Purwanto, Erwan Agus, dan Dyah Ratih Silistyastuti. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Dalam Untuk Administrasi Publik dan Masalah - Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.

Jurnal dan lainnya

- Merawati, L.K., dan I.P.M.J.S. Putra. 2015. "Kemampuan Pelatihan Pasar Modal Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Penghasilan Pada Minat Berinvestasi Mahasiswa." *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 10 (2): 105-118.

- Sari, Oktiana Nur. 2018. "Pengaruh Pengetahuan, Keuntungan, Risiko dan Modal Minimal Terhadap Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah" *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Situmorang, Masri , Andreas, dan Riska Natariasari. 2014. "Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Dengan Pemahaman Investasi dan Usia Sebagai Variabel Moderat." *OMFEKON* 10(2): 1-18.

Dokumen Resmi

Bursa Efek Indonesia "Perubahan Satuan Perdagangan dan Fraksi Harga." Surat Keputusan Direksi PT. Bursa Efek Indonesia