

SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI SAHAM SEKTOR KEUANGAN DI KOTA MAKASSAR

WAHYU DZULL IKRAM

A021201058



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI SAHAM SEKTOR KEUANGAN DI KOTA MAKASSAR

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen

Disusun dan diajukan oleh

WAHYU DZULL IKRAM

A021201058



Kepada

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2024**

SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI SAHAM SEKTOR KEUANGAN DI KOTA MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh

WAHYU DZULL IKRAM

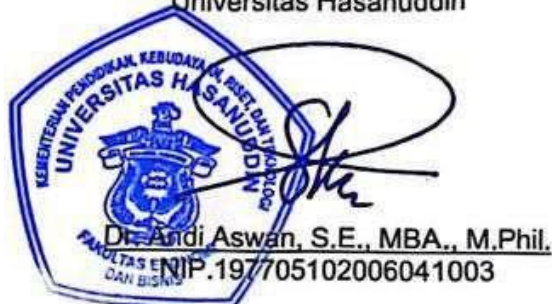
A021201058

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 8 Mei 2024 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. Syamsu Alam, SE.,M.Si., CIPM., CWM	Ketua	1. 
2	Dr. Nur Alamzah, S.E.,M.Si. Dr. Muhammad Ismail,	Sekretaris	2. 
3	S.E.,M.Si.,CSF.,C.NNLP.,CM.NNLP.,CMA	Anggota	3. 
4	Dr. Mursalim Nohong, S.E.,M.Si	Anggota	4. 

Ketua Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
MINATBERINVESTASI SAHAM SEKTOR KEUANGAN DI KOTA MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh

WAHYU DZULL IKRAM

A021201058

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 18 April 2024

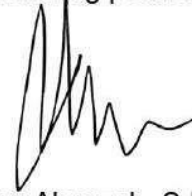
Pembimbing utama



Prof. Dr. H. Syamsu Alam, S.E.,M.Si.

NIP. 196007031992031001

Pembimbing pendamping



Dr. Nur Alamzah, S.E.,M.Si

NIP. 197512202009121001

Ketua Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Andi Aswan, S.E., MBA., M.Phil.

NIP. 197705102006041003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ,

Nama : Wahyu Dzull Ikram

NIM : A021201058

Departemen/ Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul

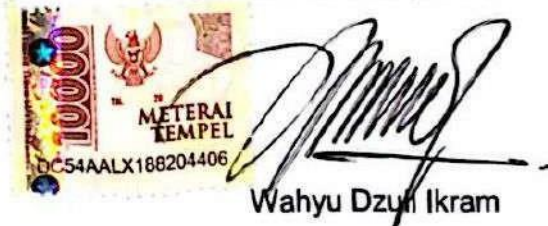
PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI SAHAM SEKTOR KEUANGAN DI KOTA MAKASSAR

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur – unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 18 April 2024

Yang membuat pernyataan


Wahyu Dzull Ikram

PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini juga tidak lepas dari doa dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan segenap rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan rasa terima kasih dan hormat yang setinggi – tingginya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT.
2. Kedua orang tua saya, Ayahanda Saharuddin dan Ibunda Sunniati yang telah memberikan segala hal yang dibutuhkan dan yang diinginkan dengan penuh cinta dan kasih sayang, yang selalu memberi semangat dan dukungan, dan yang dengan sabar mendidik sejak kecil hingga sekarang.
3. Kedua adik saya Widri Rahmadani Syah dan Widia Perlita Atmariansi Syah, yang telah memberikan dukungan dan canda tawa dalam mewarnai proses penulisan skripsi penulis.
4. Bapak Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, S.E.,M.Si.,CIPM,CWM,CRA.,CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
5. Bapak Dr. Andi Aswan, S.E.,MBA.,M.Phil.,CWM. Dan Ibu Dr. Wahda, S.E., M.Pd., M.Si. Selaku Ketua dan Sekretaris Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
6. Bapak Prof. Dr. H. Syamsu Alam, S.E.,M.Si.,CIPM.,CWM dan bapak Dr. Nur Alamzah, S.E.,M.Si. Selaku dosen pembimbing I dan II atas bimbingan serta arahan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian.
7. Bapak Dr. Muhammad Ismail, S.E.,M.Si.,CSF.,C.NNLP.,CM.NNLP.,CMA dan bapak Dr. Mursalim Nohong, S.E.,M.Si. selaku dosen penguji 1 dan 2 dalam

seminar proposal dan seminar hasil atas berbagai saran dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian.

8. Bapak Prof. Dr. Sumardi, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing akademik serta seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai pendidik yang telah membimbing penulis secara formal dalam bentuk pemberian materi kuliah sesuai disiplin ilmu penulis.
10. Seluruh staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah dengan sabar memfasilitasi dan membantu penulis dalam hal administrasi mulai dari penulis menjadi mahasiswa baru tahun 2020 sampai dengan tahun 2024 ini.
11. Saudari Direzam yang telah menjadi bagian dalam memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
12. Teman-teman ab20lut manajemen FEB UH yang telah kebersamai proses perkuliahan penulis.
13. Teman-teman HIPMI PT UNHAS terutama Abyan, Syawal, Rey, Arul, Awal, Bang Dims, Fari, Fathur, Tata, Raden, Alfian, Dede, Indra yang telah ikut turut andil dalam memberikan pengalaman, pengetahuan, dan semangat bagi penulis.
14. Teman-teman pengurus IMMAJ yang memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
15. Keluarga Ekowowits FC terutama Arul, Aan, Adli, Ridz, Oci, Naufal, Iqbal, Rey, Pupet, Kak Mels, Fadel, Jar, Pallang, Ari, Aqila, Arif, Atary, Dhani, Rifdah, Zico yang telah mewarnai masa-masa perkuliahan penulis.

16. Teman-teman AB20LUT Hijrah Adam, Alif, Fia, Dwi, Husna, Lani, Atary, Subhan, Fian, Fatih, Syakli, Sauqi, Andika, Faura, Arul, Singgih, Marco, Zakwan, Alkindi, Diva dan Naa yang telah kebersamai dalam proses hari – hari perkuliahan dan penyusunan skripsi. Terimakasih telah memberi semangat serta bantuan secara moril kepada penulis.
17. Posko 11 Mama Baya dan Tetta, Kak Pitti, Kak Kifli, Zammil, Cawang, Ana, Adel, Shanti dan pipi.
18. Teman teman Teknik Mesin yaitu Pajo, Kevin, Iccang, Alam, Ilo, Ilhu, Oji, Adam yang telah memberikan dukungan dan semangat bagi penulis,
19. Teman teman SMA terutama Fuad, Fiat, Danil, Fachru, Eki, Risal, Fandi, Firman, Ahmad, Buha, Fitrah, Izzul, Hanafi, Cakapu, Alif, Hizbul yang telah menjadi tempat bercerita di luar perkuliahan penulis.
20. Dan Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu yang telah ikut berpartisipasi dalam segala macam bentuk bantuan. Semoga dilain waktu kita dapat dipertemukan kembali dan saya bisa berkesempatan membalas kebaikan kalian semua.

ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI SAHAM SEKTOR KEUANGAN DI KOTA MAKASSAR

Wahyu Dzul Ikram

Syamsu Alam

Nur Alamzah

Penelitian ini fokus pada pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap minat berinvestasi saham sektor keuangan pada kota makassar. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan sampel 97 responden, Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ; literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi, media sosial berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Hasil analisis variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan bahwa nilai koefisien determinan (R^2) sebesar 0,776.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Media Sosial, Minat Berinvestasi, Saham Sektor Keuangan.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY AND SOCIAL MEDIA ON INTEREST IN INVESTING IN FINANCIAL SECTOR SHARES IN MAKASSAR CITY

Wahyu Dzul Ikram

Syamsu Alam

Nur Alamzah

This research focuses on the influence of financial literacy and social media on interest in investing in financial sector shares in the city of Makassar. The method used was quantitative descriptive with a sample of 97 respondents. The data analysis technique used was multiple linear regression with classical assumption tests and hypothesis testing. The research results show that; financial literacy influences interest in investing, social media influences interest in investing. The results of the analysis of the independent variable on the dependent variable show that the determinant coefficient (R^2) is 0.776.

Keywords : Financial Literacy, Social Media, Interest in Investing, Financial Sector Shares.

DAFTAR ISI

	halaman
SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan teoritis	6
1.4.2 Kegunaan Praktisi.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 TINJAUAN TEORI DAN KONSEP	8
2.1.1 Literasi Keuangan.....	8
2.1.2 Sosial Media	9
2.1.3 Media Sosial <i>Instagram</i>	11
2.1.4 Media Sosial <i>You Tube</i>	11
2.1.5 Minat Berinvestasi	12
2.1.6 Saham Sektor Keuangan.....	13
2.2 Tinjauan Empirik.....	14
1. Tri Pangestika, et al. (2019).....	14
2. Ozdemir, et al. (2021).....	15
3. Akhmad Darmawan, et al. (2019).....	16

4. Susanto Ichsan, et al. (2022)	16
5. Muhammad Panji W, et al (2022).....	17
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	18
3.1 Kerangka Konseptual.....	18
3.2 Hipotesis	19
1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi Saham	19
2. Pengaruh Sosial Media terhadap Minat Berinvestasi Saham	20
BAB IV METODE PENELITIAN.....	21
4.1 Rancangan Penelitian.....	21
4.2 Tempat dan Waktu.....	21
4.3 Populasi dan Sampel.....	22
4.3.1 Populasi.....	22
4.3.2 Sampel	22
4.4 Jenis dan Sumber Data	24
4.4.1 Jenis Data.....	24
4.4.2 Sumber Data	24
4.5 Teknik Pengumpulan Data.....	24
4.6 Teknik Sampling	26
4.7 Variabel Penelitian Dan Defenisi Operasional.....	26
4.7.1 Variabel Penelitian	26
4.7.2 Defenisi Operasionel	27
4.8 Instrumen Penelitian	29
4.9 Uji Realibilitas dan Validitas	29
4.9.1 Uji Realibilitas	29
4.9.2 Uji Validitas.....	30
4.11 Teknik Analisis Data.....	33
4.10.1 Analisis Deskriptif	33
4.10.2 Analisis Regresi Linear Berganda	33
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
5.1 Gambaran Umum Minat Berinvestasi Saham Sektor Keuangan	37
5.2 Deskripsi Responden	38
5.2.1 Deskripsi Responden Penelitian berdasarkan jenis kelamin	38

5.3 Deskripsi Variabel	39
5.3.1 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan	40
5.3.2 Deskripsi Variabel Sosial Media	45
5.3.3 Deskripsi Variabel Minat Berinvestasi	52
5.4 Hasil Uji Deskriptif	60
5.5 Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	62
5.5.1 Uji Validitas	62
5.5.2 Uji Realibilitas	64
5.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	65
5.6.1 Hasil Uji Normalitas	65
5.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
5.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
5.7 Hasil Regresi Linier Berganda	68
5.8 Hasil Uji Hipotesis	69
5.8.1 Uji Parsial (Uji t)	69
5.8.2 Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	70
5.9 Pembahasan.....	71
BAB VI PENUTUP	73
6.1 Kesimpulan	73
6.2 Saran	73
6.3 Keterbatasan Penelitian.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Alternatif Jawaban dan Penentuan Skor	25
Tabel 4. 2 Defenisi Operasional	27
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 5. 2 Rentang Skala	40
Tabel 5. 3 Deskripsi Variabel Literasi keuangan	41
Tabel 5. 4 Deskripsi Variabel Sosial Media	46
Tabel 5. 5 Deskripsi Variabel Minat Berinvestasi	52
Tabel 5. 6 Hasil Uji Deskriptif	60
Tabel 5. 7 Hasil Uji Validitas	62
Tabel 5. 8 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 5. 9 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 5. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 5. 11 Hasil Uji Heteroskedastitas.....	67
Tabel 5. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	68
Tabel 5. 13 Hasil Uji Parsial (Uji t)	69
Tabel 5. 14 Hasil Uji Koefisien Determinan (Uji R ²).....	70

DAFTAR GAMBAR

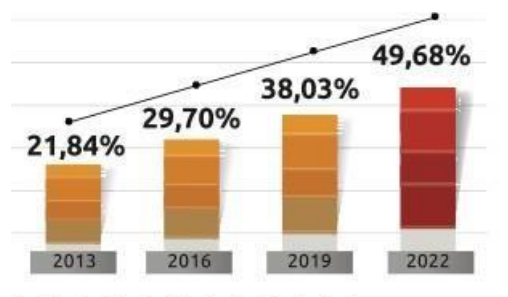
Gambar 1. 1 Data Literasi Keuangan	1
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	18

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini Indonesia masih menjadi salah satu dari sekian banyak negara berkembang. Fokus Indonesia saat ini salah satunya adalah pertumbuhan ekonomi. Ketika pertumbuhan ekonomi di Indonesia melesat tinggi maka hal tersebut bisa menjadi indikator dalam membangun roda pembangunan. Sumber utama dalam pertumbuhan ekonomi adalah dukungan investasi sehingga kegiatan penanaman modal akan terus menambah stok modal. Apabila stok modal mengalami peningkatan, maka akan berpengaruh dalam peningkatan produktivitas serta kapasitas dan kualitas produksi, dengan hal tersebut dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi serta peningkatan tenaga kerja. (Astuti, 2018) Oleh sebab itu, investor saat ini perlu mencermati mengenai literasi keuangan dan menyadari pengaruh media sosial agar dapat mengambil keputusan investasi yang lebih terarah dan terinformasi.



Gambar 1. 1 Data Literasi Keuangan

Berdasarkan data otoritas jasa keuangan melalui riset survei nasional literasi dan inklusi keuangan 2022, menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68 persen, naik dibanding pada tahun 2019 yang hanya 38,03 persen. Meski dikatakan meningkat dibanding tahun sebelumnya, tingkat literasi keuangan di Indonesia masih termasuk kedalam kelompok yang rendah. Indeks literasi keuangan 49,68 persen tersebut menunjukkan bahwa dari setiap 100 jiwa penduduk Indonesia hanya sekitar 49 orang yang mempunyai pengetahuan tentang lembaga keuangan dan produk jasa keuangan dengan baik. Maka dari itu terdapat 51 jiwa penduduk yang belum memiliki pengetahuan akan literasi keuangan.

Menurut Coskuner (2016) Literasi keuangan adalah kemampuan dalam memahami keuangan serta mampu dengan percaya diri menerapkan hal tersebut dalam pengambilan keputusan keuangan yang efektif. Penelitian Bhushan & Medury (2013) mengatakan bahwa literasi keuangan adalah keterampilan untuk membuat penilaian informasi serta membuat keputusan yang efektif baik dalam penggunaan serta pengelolaan keuangan. Seseorang ketika memiliki pemahaman mengenai literasi keuangan maka akan selalu mempertimbangkan segala sesuatu dalam pengambilan keputusan dengan bijak. Oleh karena itu, dalam melakukan investasi diperlukan memiliki keahlian dan pemahaman yang cukup agar dapat menentukan pilihan yang tidak menimbulkan kerugian.

Laporan *We Are Social*, menunjukka jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebesar 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah tersebut

mengalami peningkatan sebesar 12,35 persen dibandingkan pada tahun sebelumnya yang hanya sebanyak 170 juta orang. Berdasarkan hal tersebut, total keseluruhan masyarakat Indonesia yaitu 274 juta jiwa yang artinya pengguna aktif sosial media di Indonesia sudah mencapai 69,7 persen. Dengan total persentase tersebut maka sudah lebih dari setengah populasi masyarakat Indonesia yang menggunakan sosial media.

Sosial media umumnya digunakan sebagai gaya hidup, interaksi sosial, dan hiburan dibandingkan sebagai platform langsung untuk investasi. Konten terkait investasi yang tersebar di sosial media itu sangat banyak, tergantung bagaimana seseorang mencarinya saja, contoh akun Instagram yang membahas seputar investasi ialah seperti *ngertisaham* (1,3 juta pengikut), *sahamtalk* (246 ribu pengikut), *ruangsaham* (268 ribu pengikut), dan masih banyak lainnya yang mendapatkan banyak *followers* di Instagram, sedangkan di akun sosial media *youtube* ada Felicia Putri Tjiasaka (1.18 juta *Subscribers*), Saham dari nol (770 ribu *Subscribers*), *Astronacci International* (816 ribu *Subscribers*), dan masih banyak akun- akun lainnya. Akun sosial media tersebut membagikan informasi pengetahuan seputar dunia investasi saham dan juga terdapat tips yang berkaitan langsung mengenai langkah melakukan investasi saham.

Dengan demikian, dampak literasi keuangan yang baik membantu masyarakat memahami investasi, hal ini ditunjukkan oleh hasil penelitian Ratmojoyo et al., (2021), mengatakan variabel literasi keuangan memiliki pengaruh pada minat berinvestasi saham. Sementara sosial media memberikan akses berupa informasi dan komunitas terkait investasi.

Kombinasi dari kedua faktor ini dapat berkontribusi pada peningkatan minat dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan investasi.

Tanpa sadar setiap orang berhak menjadi calon investor yang professional apabila telah memahami dengan baik investasi. Terlebih lagi ketika masuk ke dalam pasar kerja dan menghasilkan pendapatan, hal tersebut akan sangat berguna karena selain memiliki pendapatan yang stabil mereka juga mampu menginvestasikan lebih banyak sumber daya ke dalam portofolio mereka.

Investasi saham terutama pada sektor keuangan merupakan hal yang paling cocok bagi pemula di pasar modal. Hal ini dikarenakan selain murah, cepat, transparan, dan memiliki *return* yang menjanjikan, pada sektor keuangan juga terdapat banyak jenis perusahaan yang bagus. Saham-saham pada sektor keuangan hampir mendominasi deretan saham *blue chip*. Saham *blue chip* merupakan suatu istilah di dunia pasar modal yang mengarah pada saham perusahaan besar yang mempunyai pendapatan stabil dan liabilitas yang tidak banyak. Suharsono & Wibisono, (2016)

Data dalam Kustodian Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor pasar modal Republik Indonesia sampai penghujung tahun 2022 memperoleh sebanyak 10,3 juta SID (Single Investor Identification) Dengan total investor saham dan surat berharga lainnya dicatat sebanyak 4,4 juta SID. Ketika dibandingkan dengan keseluruhan penduduk Indonesia saat ini, maka jumlah investor saham di Indonesia masih terlalu kecil yaitu sebesar 1,64% dari total populasi penduduk Indonesia per akhir Januari 2023 yakni 273,5 juta (Databoks, 2023). Angka tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia masih minim berinvestasi. Hal ini juga dikarenakan terdapat masyarakat Indonesia yang

masih begitu percaya cara lama dalam mengelola keuangannya seperti menyimpannya di bank, membeli emas, atau menumpuk uang di rumah.

Berdasarkan penjabaran di atas maka peneliti ingin mencoba memperoleh pengetahuan lebih lanjut terkait apakah literasi keuangan dan media sosial dapat mempengaruhi minat berinvestasi saham khususnya pada sektor keuangan. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Media Sosial Terhadap Minat Berinvestasi Saham Sektor Keuangan di Kota Makassar”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi saham sektor keuangan?
2. Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap minat berinvestasi saham sektor keuangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap minat berinvestasi saham pada sektor keuangan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Media Sosial terhadap minat berinvestasi saham. Pada sektor keuangan

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan beberapa manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1.4.1 Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan secara teoritis dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman mengenai Literasi Keuangan dan Media Sosial terhadap Minat Berinvestasi Saham serta dapat memberikan kontribusi pada literatur dan pengembangan ilmu manajemen khususnya konsentrasi keuangan.

1.4.2 Kegunaan Praktisi

Bagi peneliti, yaitu sebagai sarana pembelajaran dan pengaplikasian teori yang telah diperoleh mengenai Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham yang dipengaruhi oleh Literasi Keuangan dan Media Sosial.

Bagi akademisi, yaitu sebagai bahan referensi atau informasi bagi para mahasiswa yang ingin mengetahui terkait Literasi Keuangan, Media Sosial, dan Minat Berinvestasi Saham dan sebagai bahan pertimbangan dan referensi untuk mengembangkan dan memperbaiki kekurangan penelitian ini untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pada skripsi ini disusun ke dalam lima bab, yang dirincikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari landasan teori yang membahas mengenai Literasi Keuangan, Media Sosial, dan Minat Berinvestasi Saham. Selanjutnya uraian tentang penelitian terdahulu atau tinjauan empirik.

BAB III KERANGKA KONSEPTUAL/PIKIR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi kerangka konseptual dan pengembangan hipotesis

BAB IV METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari rancangan penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, dan analisis data.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini terdiri dari hasil penelitian (deskripsi data), pengujian hipotesis dan pembahasan

BAB VI PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 TINJAUAN TEORI DAN KONSEP

2.1.1 Literasi Keuangan

Keuangan adalah hal yang penting bagi kehidupan manusia. Setiap individu memerlukan pengetahuan mengenai keuangan agar bisa mengatur segala bentuk keperluannya. Menurut Maulani, (2015) Literasi keuangan merupakan berbagai bentuk pengetahuan keuangan yang memiliki manfaat dalam peningkatan kemampuan individu dalam mengatur keuangan sehingga dapat terbebas dari berbagai masalah keuangan. Hal ini sejalan dengan yang dituangkan dalam Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa “Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat”

Dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi keuangan merupakan salah satu alat yang digunakan oleh individu maupun kelompok dalam memahami konsep dasar keuangan, baik itu mengatur, mengelolah, merencanakan, serta mengambil keputusan yang tepat agar terhindar dari masalah keuangan.

Menurut Kojo Oseifuah (2010) terdapat tiga indikator literasi keuangan:

- a. Pengetahuan finansial (*Financial Knowledge*), memiliki pengetahuan mengenai terminologi-terminologi keuangan.
- b. Sikap finansial (*Financial attitudes*), ketertarikan atau minat dalam memperbaiki pengetahuan keuangan.
- c. Perilaku finansial (*Financial behaviour*), berorientasi untuk spending dan saving, mencatat dan menyimpan catatan keuangan pribadinya.

2.1.2 Sosial Media

Media sosial merupakan suatu teknologi yang memiliki pengguna yang sangat luas. Di zaman sekarang hampir setiap orang memiliki akun sosial media. Menurut (Cahyono, 2016) Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para *user* dapat dengan leluasa dalam berpartisipasi, berbagi, dan menceritakan isi seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. (Kaplan & Haenlein, 2009) menyebut media sosial adalah istilah ini digunakan untuk menggambarkan aplikasi berbasis Internet yang dapat mempermudah konsumen dalam berbagi pendapat, wawasan, pengalaman, dan perspektif. (Feroza & Misnawati, 2020) berpendapat Media sosial memberikan keleluasaan bagi penggunanya dalam proses menyebarkan informasi serta berinteraksi dengan pengguna lainnya. Media sosial sangat praktis digunakan serta mudah untuk dipelajari bagi pengguna baru. Penggunaan media sosial bukan hanya praktis tetapi juga tidak memerlukan biaya yang besar dalam penggunaannya.

Berdasar dari berbagai macam pendapat di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial merupakan teknologi dimana seseorang bisa menyebarkan ataupun mendapatkan berbagai macam informasi. Artinya media sosial bisa menjadi wadah informasi terutama pelaku yang baru ingin berinvestasi di saham.

Menurut Isticharoh & Kardoyo, (2020), teknologi media sosial ini digunakan menjadi salah satu faktor yang diduga mempengaruhi minat investasi mahasiswa melalui tiga indikator yaitu :

a. Intensitas pengguna media sosial

Semakin banyak menghabiskan waktu di platform digital apalagi yang membahas mengenai investasi saham, maka semakin besar peluang untuk mendapatkan informasi mengenai saham yang paling worth it untuk dibeli. Hal ini dapat mempengaruhi minat untuk memulai investasi saham.

b. Pemanfaatan media sosial dalam mencari informasi

Media sosial menyediakan akses yang mudah untuk mencari informasi. Informasi yang tertera pada sosial media terkhususnya informasi mengenai investasi saham akan sangat banyak bertebaran di berbagai akun media sosial.

c. Efektivitas penggunaan media sosial dalam mendukung kegiatan

Penggunaan media sosial akan sangat bisa efektif apabila dapat dipergunakan dengan baik. Media sosial dapat mendukung kegiatan seperti berinteraksi lewat grup atau komunitas untuk menunjang pengetahuan akan investasi saham

2.1.3 Media Sosial *Instagram*

Menurut (Anisah et al., 2021) *Instagram* merupakan aplikasi *mobile* dimana *user* bisa memposting foto serta video dengan berbagai macam tulisan atau *caption*. Sebuah postingan, pengguna lain bisa menyukai postingan, berkomentar terkait postingan, dan terlibat dalam satu sama lain dalam postingan. Postingan konten-konten edukasi sangatlah bermanfaat bagi setiap pengguna *Instagram* terutama konten mengenai investasi saham. Di media sosial *intagram*, terdapat banyak akun-akun yang membahas seputar investasi. Akun *instagram* yang sering mengedukasi seputar investasi yaitu *ngertisaham*, *sahamrakyat*, *kuliahsaham*, *sahamtalk*, *dailyrekomsaham*, *theinvestor_id*, *ruangsaham*, *waktunyabelisaham* dan masih banyak lagi akun-akun yang memberikan konten edukasi mengenai investasi saham.

2.1.4 Media Sosial *YouTube*

Menurut (Borhani, 2020) *YouTube* merupakan perusahaan yang bergerak dalam kegiatan mengumpulkan koleksi *user generated content* yang memuat film pendek, episode televisi, dan ratusan film *full-length*. *Youtube* mampu melayani kurang lebih dua miliar video dalam per harinya, Berbeda dengan media sosial lain, seluruh konten-konten yang ada pada media sosial *youtube* menggunakan video sebagai kontennya. Konten-konten mengenai investasi juga terdapat banyak di dalamnya. Pada media sosial ini, pembahasan mengenai investasi disajikan dalam bentuk video sehingga penontonya dapat dengan mudah memahami maksud dan tujuan

dari penyampaian video tersebut. Akun-akun *youtube* yang membahas seputar edukasi mengenai investasi seperti, Akun *youtube* yang sering mengedukasi seputar investasi yaitu Felicia Putri Tjiasaka, Saham dari nol, Astronacci International, Kefas Evander, Andy Senjaya, Doddy Bicara Investasi, Investor Receh, dan masih banyak lagi akun-akun *youtube* yang membahas investasi saham.

2.1.5 Minat Berinvestasi

Minat adalah keinginan akan sesuatu. Menurut KBBI (2008: 916) arti kata minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan terhadap sesuatu. Pendapat yang serupa juga dengan Foerthiono & Sadjarto, (2014) bahwa minat merupakan ketertarikan seseorang terhadap suatu hal yang bersumber dari dalam diri dan hal tersebut membuat individu dalam mengambil suatu keputusan/tindakan.

Investasi merupakan kegiatan memasukkan sejumlah dana untuk memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang. Hal serupa juga disampaikan Kamarudin Ahmad bahwa yang dimaksud investasi adalah menempatkan uang atau dana dengan harapan untuk memperoleh tambahan atau keuntungan tertentu atas uang dana dengan harapan untuk memperoleh tambahan atau keuntungan tertentu atas uang atau dana tersebut. Dalam defenisi ini, investasi difokuskan pada penempatan uang atau dana dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan sebagaimana yang diharapkan. (Candra, 2018)

Berdasar serangkain pengertian sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwasanya minat berinvestasi merupakan kecenderungan atau ketertarikan hati untuk menempatkan sejumlah uang atau dana demi memperoleh keuntungan di masa depan.

Menurut Kusmawati, (2011) indikator minat investasi adalah sebagai berikut :

- a. Keinginan mencari tahu tentang suatu investasi, keinginan yang dimaksud adalah menyukai dan mencari tahu yang berkaitan tentang investasi.
- b. Meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi, dalam hal ini artinya memiliki rasa antusias yang sangat baik terhadap kegiatan yang berkaitan dengan investasi
- c. Mencoba berinvestasi, dengan rasa antusias dan ketertarikan akan investasi maka penerapannya adalah membuat akun dan mencoba berinvestasi.

2.1.6 Saham Sektor Keuangan

Menurut Tandelilin, (2010) saham adalah sebuah surat bukti kepemilikan atas aset-aset perusahaan yang menerbitkan saham. Hal serupa juga dalam bursa efek Indonesia (IDX) tertulis bahwa Saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) dalam perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan adanya modal tersebut, maka pihak tersebut mempunyai klaim pendapatan

perusahaan, klaim aset perusahaan, dan berhak hadir dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Berdasarkan definisi di atas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa saham merupakan salah satu instrument investasi berupa surat kepemilikan dari suatu perusahaan. Pada dasarnya, ada dua keuntungan yang diperoleh investor dengan membeli atau memiliki saham (Idx 2023) :

- a. Dividen, Dividen merupakan pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan dan berasal dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan.
- b. Capital Gain, Capital Gain merupakan selisih antara harga beli dan harga jual.

Pada Bursa Efek Indonesia (BEI), terdapat 11 klasifikasi sektor dan subsektor. Namun yang akan di angkat oleh penulis ialah sektor keuangan saja. Sektor keuangan dalam BEI merupakan Industri keuangan yang mencakup perusahaan penyedia layanan keuangan seperti Bank, Lembaga Pembiayaan Konsumen, Modal Ventura, Jasa Investasi, Asuransi, dan Perusahaan Holdings. Daftar perusahaan sektor keuangan pada bursa efek indonesia adalah sebagai terlampir.

2.2 Tinjauan Empirik

1. Tri Pangestika, et al. (2019)

Dengan judul “Literasi Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal”. Penelitian ini dilakukan gunanya untuk mengetahui serta mengukur seberapa besar pengaruh literasi

keuangan dan efikasi keuangan terhadap minat berinvestasi. Variable pada penelitian ini meliputi literasi keuangan (X1), Efikasi keuangan (X2), Minat berinvestasi (Y).

Hasil uji validitas dan reabilitas kuesioner pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan valid. Penelitian ini juga memiliki hasil analisis deskriptif mengenai literasi keuangan dengan skor rata-rata 4,86. Menunjukkan kategori baik. Untuk efikasi keuangan skor rata-ratanya 4,77 juga menunjukkan kategori baik. Dan yang terakhir minat investasi memperoleh skor 4,90 yang artinya sama berkategori baik. Kemudian literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal dengan skor 79,9 persen. Begitu juga dengan Efikasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal yang skornya 5,4 persen.

2. Ozdemir, et al. (2021)

Dengan judul "The Influence of Motivation, Financial Literacy, and Social Media Financial Platforms on Student Investment Interest". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta mengukur seberapa besar pengaruh Motivation (X1), Financial Literacy (X2), Financial Platform (X3), Investment Interest (Y). Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data ini dapat diperoleh kesimpulan bahwa Motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, Literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, dan platform keuangan di media sosial juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.

3. Akhmad Darmawan, et al. (2019)

Dengan judul “Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui serta mengukur seberapa besar pengaruh Pengetahuan Investasi (X1), Motivasi Investasi (X2), Literasi Keuangan (X3), Lingkungan Keluarga (X4), Minat Investasi (Y). Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif serta Populasinya adalah mahasiswa Program Studi Manajemen FEB UMP Tahun Angkatan 2016 dan 2017. Teknik pengambilan datanya menggunakan Purposive Sampling.

Hasil dari penelitian ini adalah Pengetahuan investasi, motivasi investasi dan literasi keuangan secara simultan memiliki pengaruh signifikan, kemudian motivasi investasi dan literasi keuangan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Berbeda dengan pengetahuan investasi yang secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa.

4. Susanto Ichsan, et al. (2022)

Dengan judul “Pengaruh Norma Subjektif, Pengetahuan Laporan Keuangan, dan Literasi Finansial Terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui serta mengukur seberapa besar pengaruh Norma Subyektif (X1), Pengetahuan Laporan Keuangan (X2), Literasi Keuangan (X3), Minat Investasi (Y). Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian

ini adalah data primer. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Sekolah Pasca Sarjana Jurusan Ekonomi di Jakarta. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Kuesioner dibuat dengan menggunakan google form dan disebarluaskan secara online melalui media sosial. Kesimpulan pada penelitian ini adalah Norma subjektif, Pengetahuan laporan pengetahuan, dan Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang positif

5. Muhammad Panji W, et al (2022)

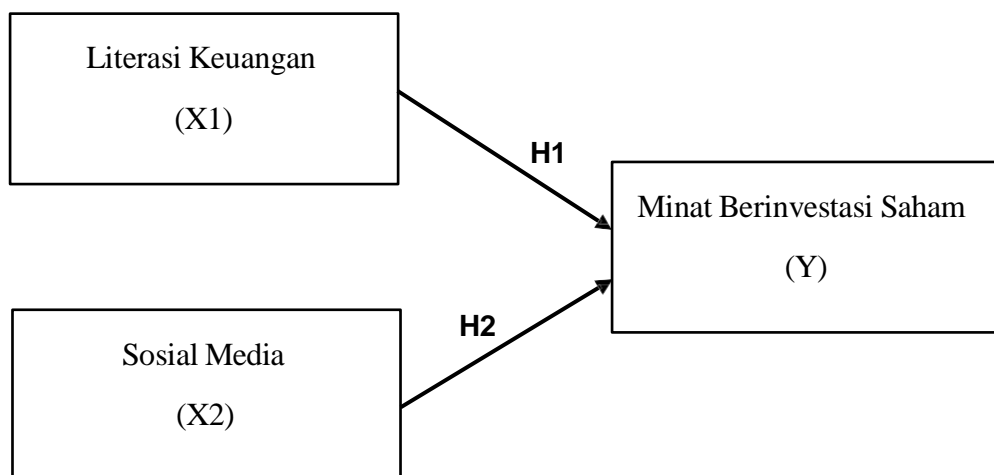
Dengan judul “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Edukasi Saham Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang)”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui serta mengukur seberapa besar pengaruh Literasi Keuangan (X1) Sosial Media, Edukasi Saham (X2), Keputusan Investasi (Y). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa kota Malang, Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah non-probability sampling dengan teknik convenience sampling. Hasil dari penelitian ini adalah literasi keuangan dan juga sosial media edukasi saham memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan investasi.

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Konseptual

Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Penelitian ini menggunakan variabel literasi keuangan (X1) dan media sosial (X2) sebagai variabel bebas (Independent variable), dan minat berinvestasi sebagai variabel terikat (Dependent variable) yang diilustrasikan kedalam gambaran skema berikut :



Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual

3.2 Hipotesis

Sugiyono (2013) mengemukakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi Saham

Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Penelitian yang dilakukan oleh Bagus & Purbawangsa, (2018) menunjukkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keputusan investasi individu. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan, maka semakin baik perilaku keputusan investasi individu. Pendapat ini berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keputusan investasi individu. Gunawan et al., (2021) dengan hasil penelitiannya diketahui bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi, hasil pengujian ini mendukung hipotesis yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung. Literasi keuangan berpengaruh terhadap perencanaan keuangan di masa depan, dengan memiliki pengetahuan keuangan yang baik keputusan dalam pengelolaan keuangan akan lebih efektif. Investasi merupakan keputusan dalam pengelolaan keuangan yang bertujuan mendapatkan manfaat di masa depan. Rendahnya pengetahuan tentang konsep-konsep keuangan akan berpengaruh terhadap rendahnya minat investasi. Semakin tingginya literasi keuangan seseorang akan

berpengaruh baik terhadap minat investasi. Perencanaan investasi yang dilakukan harus dibekali dengan pengetahuan mengenai keuangan yang baik agar investasi yang dilakukan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan untuk membangun kemandirian finansial.

H1: Terdapat Pengaruh Positif Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi Saham

2. Pengaruh Sosial Media terhadap Minat Berinvestasi Saham

Berdasarkan hasil penelitian Pratiwi, (2020), Menunjukkan sosial media influencer mempunyai pengaruh positif dan signifikan dengan niat mahasiswa berinvestasi. Maka penggunaan influencer sosial media yang semakin baik dan persuasif maka akan mampu meningkatkan minat investasi mahasiswa secara positif dan signifikan. Serupa juga dengan penelitian Sari, (2022) Menunjukkan bahwan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas informasi media sosial Instagram tentang minat investasi saham investor dan calon investor. Terdapat pengaruh pengetahuan investor terhadap minat investasi saham dan calon investor akibat investasi perusahaan di Bursa Efek Jakarta. Rokhim (2022) juga menunjukkan hasil penelitiannya bahwa sosial media memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.

H2: Terdapat Pengaruh Positif Sosial Media Terhadap Minat Berinvestasi Saham