

DAMPAK INFLUENCER KEUANGAN, LITERASI KEUANGAN, DAN PREFERENSI RISIKO TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL

Shiwi Angelica Cindiyasari¹⁾, Meiza Anjelita²⁾, Marsi Fella Rizki²⁾

^{1), 2), 3)} Akuntansi, Universitas Teknokrat Indonesia

Jl. H.ZA Pagaram, No 9-11, Labuhanratu, Bandar Lampung

Email : shiwi.angelica@teknokrat.ac.id¹⁾, anjelitameiza6@gmail.com²⁾, marsi.fella.rizki@teknokrat.ac.id³⁾

Abstract

This study aims to examine the factors that influence investment interest in the capital market. The focus of this study is on students in Bandar Lampung aged 21-40 where this demographic group is a generation that is literate in technology and is developing in investment activities. The sample of this study was 120 students. The statistical tools used are validity tests, reliability tests and multiple linear analysis to test the influence between independent variables and dependent variables. This study is able to prove that the investment interest variable is influenced by financial literacy and risk preferences in students in Bandar Lampung. Meanwhile, the investment interest variable is not influenced by the financial influencer variable.

Keywords: Financial Influencer; Financial Literacy; Risk Preference; Investment Interest.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi di pasar modal. Fokus penelitian ini pada mahasiswa di Bandar Lampung yang berusia 21-40 dimana kelompok demografis ini merupakan generasi yang melek akan teknologi dan sedang berkembang dalam aktivitas investasi. Sampel penelitian ini adalah 120 mahasiswa. Alat statistik yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas serta analisis linier berganda untuk menguji pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini mampu membuktikan bahwa variabel minat investasi dipengaruhi oleh literasi keuangan dan preferensi risiko pada mahasiswa di Bandar Lampung. Sedangkan, variabel minat investasi tidak dipengaruhi oleh variabel *influencer* keuangan.

Kata Kunci: *Influencer* Keuangan; Literasi Keuangan; Preferensi Risiko; Minat Investasi.

1. Pendahuluan

Investasi atau penanaman modal adalah salah satu opsi dalam pengelolaan pembangunan yang memberikan kontribusi dan mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Surat berharga yang berupa obligasi, saham, reksadana, dan instrumen keuangan lainnya yang dapat diperdagangkan di pasar modal. Pasar modal adalah tempat yang berfungsi untuk mempertemukan orang yang memiliki kelebihan dana dan orang yang kekurangan dana untuk memperjual belikan efek/sekuritas. Pasar Modal dapat membantu mengalokasikan dana secara efisien, mendukung pertumbuhan bisnis, dan memberikan kesempatan bagi calon investor untuk menjadi lebih kaya (SikapiUangmu, 2023). Selama beberapa tahun terakhir, jumlah investor pasar modal terus meningkat. Data dari KSEI (2022) menemukan bahwa total pemegang saham dalam negeri di pasar modal hingga Juni 2022 mencapai 9.112.667 dimana terjadi peningkatan sebesar 21,68% dari sebelumnya 7.489.337 per akhir Desember 2021.

Tabel 1. Data Jumlah Investor Pasar Modal

Tahun	Jumlah Investor
2019	2,484,354
2020	3,880,753
2021	7,489,337
2022 (Juni)	9,112,677

Sumber: KSEI (2022)

Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah organisasi *self-regulation* yang mendukung pengimplementasian perdagangan Di Pasar Modal. Berbagai usaha yang dilaksanakan BEI untuk meningkatkan minat dan kontribusi masyarakat di pasar modal. Program yang BEI yang banyak dikenal adalah dengan mengadakan program kampanye “Aku Investor Saham”. Tujuan program ini adalah untuk membuat masyarakat tertarik berinvestasi di pasar modal sehingga banyak masyarakat yang mendapatkan keuntungan dengan berinvestasi di pasar modal di Indonesia. Peringkat pertama investor pasar modal terbanyak berlokasi di Pulau Jawa yaitu sekitar 66,59% dari seluruh investor pasar modal, pulau selanjutnya adalah Pulau Sumatera sebesar 16,62%, disusul dengan Kalimantan senilai 5,42%, Sulawesi senilai 4,07%, Bali senilai 3,33%, NTB dan NTT sebesar

3,33%, serta Maluku dan Papua. dengan 0,98% (KSEI, 2022).

Tabel 2. Data Total Investor Pasar Modal di Lampung

Wilayah	Jumlah Investor
Bandar Lampung	86,903
Lampung Tengah	28,937
Lampung Selatan	24,633
Lampung Timur	18,236
Lampung Utara	15,500
Tanggamus	12,478
Pesawaran	10,140
Pringsewu	9,896
Metro	9,243
Lampung Barat	7,984
Tulang Bawang	7,981
Way Kanan	7,019
Tulang Bawang Barat	4,368
Mesuji	2,545
Pesisir Barat	740

Sumber: Sri (2023)

Di Provinsi Lampung, nilai transaksi hampir mencapai Rp. 23 triliun dengan total investor pasar modal sebanyak 246.603 investor. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa Bandar Lampung sebagai kota pertama dengan total investor terbanyak yaitu mencapai 86.903 investor. Minat investasi dikalangan mahasiswa semakin meningkat karena terdapat peningkatan kesadaran mengenai pentingnya investasi untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang, seperti persiapan untuk masa pensiun, pendidikan, dan tujuan finansial lainnya (Sri, 2023). Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat faktor yang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi antara lain: *influencer* keuangan, literasi keuangan, dan preferensi risiko.

Influencer keuangan adalah seseorang yang berpengaruh di media sosial atau platform *online* lainnya, *influencer* keuangan sering secara aktif berinteraksi dengan audiens melalui komentar, pertanyaan, jawaban hingga *polling* untuk memahami kebutuhan para pengikutnya. *Influencer* keuangan biasanya memiliki pengetahuan mendalam tentang berbagai aspek keuangan seperti investasi, perencanaan keuangan, manajemen hutang, laporan keuangan dan lainnya. *Influencer* keuangan biasanya fokus berbagi pengalaman pribadi, memberikan edukasi dan informasi yang bisa mendorong calon investor dalam memilih pilihan keuangan yang lebih baik.

Investor asing dan lokal, baik besar maupun kecil, tertarik ke BEI, dan hal ini merupakan pertanda positif bagi pasar. Menjamurnya Artis atau publik figur yang mendukung investasi di pasar saham merupakan indikasi dari tren ini. Seiring dengan minat investor ritel yang tinggi di pasar modal, Investasi kini menjadi sesuatu

yang banyak diminati oleh kalangan anak muda atau generasi milenial, kini banyak bermunculan *influencer* atau para publik figur dan konten kreator di media sosial yang ramai mempromosikan ajakan untuk berinvestasi. Ajakan berinvestasi saat ini tengah ramai dilaksanakan oleh sejumlah tokoh ternama Tanah Air (CNBC, 2021).

Beberapa *influencer* seperti Rafi Ahmad, Raditya Dika, Prita Hapsari Ghozie, Felicia Putri Tjiasaka serta Andika Diskartes dan masih banyak lagi deretan *influencer* yang sering kali update/membagikan informasi, edukasi, tips serta pengelolaan tentang manajemen keuangan kepada pengikut di akun instagram, tiktok maupun di kanal youtube untuk mendorong masyarakat berinvestasi (Rahman, 2023). Hal ini relevan dengan hasil penelitian Tazkia & Wijayanti (2022), Fajrianti et al., (2023) dan Firmansyah, et al., (2024) yang menyatakan bahwa minat investasi dipengaruhi oleh *Influencer* keuangan.

Literasi keuangan merupakan salah satu faktor krusial untuk membangun stabilitas keuangan dan kesejahteraan. Welly et al., (2015) mengatakan bahwa literasi keuangan yaitu keterampilan seseorang untuk membuat keputusan keuangan yang baik. Semakin banyak kejahatan dalam hal keuangan terus terjadi di Indonesia, seperti simpan pinjam koperasi, kartu kredit hingga penipuan dunia investasi. Kasus mengerikan lainnya seperti perampokan rekening klien dengan menggunakan tautan undangan pernikahan palsu. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan di Indonesia harus diperhatikan karena dengan kurang pemahaman mengenai literasi keuangan maka akan membuat masyarakat salah dalam memilih investasi (Heykal, 2023).

Kenaikan dari 30,97% pada 2019 jadi 41,30% pada tahun 2022 dicatat oleh OJK Provinsi Lampung tentang indeks literasi keuangan daerah setempat. Berdasarkan data ini, provinsi Lampung mempunyai peningkatan skor literasi keuangan tertinggi ketiga di Pulau Sumatera. selanjutnya Sumatera Utara dan Bangka Belitung. Upaya yang dilakukan untuk mendorong peningkatan literasi keuangan OJK Lampung yaitu mengadakan aktivitas edukasi ataupun pengadaan pelayanan dan produk yang kian mudah diakses oleh masyarakat (Subagyo, 2022).

Masyarakat yang melek keuangan, sering kali memiliki lebih banyak pendapat mengenai investasi karena masyarakat tersebut berpengalaman dalam semua aspek keuangan pribadi (Upadana & Herawati, 2020). Penelitian Salisa (2020) telah mendukung dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa minat investasi dipengaruhi oleh literasi keuangan secara positif dan signifikan. Namun penelitian Lestiana & Nurfauziya, (2023) membuktikan bahwa minat investasi tidak dipengaruhi oleh literasi keuangan.

Preferensi risiko merupakan suatu gambaran tentang sejauh mana seseorang atau calon investor bersedia mengambil risiko dalam pengambilan keputusan finansial atau investasi. Beberapa orang tidak

bisa atau tidak mau mengambil risiko yang telah diperhitungkan, sementara yang lain selalu siap menghadapi tantangan. Tandio & Widanaputra (2016) mengatakan risiko ialah sesuatu yang dikhawatirkan dan ditakuti oleh investor. Dalam berinvestasi calon investor memilih instrumen investasi yang relevan dengan keuangannya dan harus menghindari investasi yang asal-asalan yang hanya mengikuti trend alias *Fear Of Missing Out* (FOMO). Masih banyak generasi muda atau calon investor yang ragu terhadap investasi. Hal ini didorong dengan banyaknya pemegang saham yang menghadapi kegagalan dalam berinvestasi. Oleh karena itu, preferensi risiko berperan penting dalam menentukan alokasi aset dan pemilihan instrumen investasi yang telah disesuaikan berdasarkan profil risiko calon investor. Yunia et al., (2020) mampu membuktikan bahwa minat investasi dipengaruhi oleh preferensi risiko. Penelitian Gunanti & Mahyuni, (2022) membuktikan bahwa minat investasi tidak dipengaruhi oleh preferensi risiko.

Pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen di dukung oleh *theory of planned behavior* dimana dapat diaplikasikan dengan mengartikan bahwa seorang investor atau calon investor akan mempunyai minat menanamkan modalnya jika investor tersebut secara aktif berusaha memahami faktor-faktor yang mendasari dunia investasi. Dengan melakukan usaha ini, investor dapat lebih mudah mencapai tujuan investasi (Tandio & Widanaputra, 2016). Dengan kata lain, calon investor yang berminat untuk berinvestasi cenderung akan berpikir secara cermat tentang langkah-langkah yang perlu diambil, risiko yang harus ditangani, dan manfaat yang mungkin diperoleh dari investasi. Penelitian ini memilih lokasi di Kota Bandar Lampung, dengan melibatkan seluruh mahasiswa Laki-laki dan perempuan dari rentang usia 21-40 tahun dengan tingkat pendidikan Diploma, S1, S2 dan S3 yang telah mengambil mata kuliah teori pasar modal dan sejenisnya.

2. Tinjauan Pustaka dan Perumusan Hipotesis

Teori Perilaku Berencana

Theory of Planned Behavior berpusat pada gagasan bahwa calon investor menggunakan informasi yang di peroleh secara teratur dan secara aktif mempertimbangkan tindakannya. *Theory of planned Behavior* bisa digunakan sebagai indikator untuk memahami sikap atau perilaku seseorang untuk memutuskan hal. Teori ini disusun dengan menggunakan 3 komponen sebagai model niat yaitu sikap pada perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dialami (Tandio & Widanaputra, 2016).

Minat Investasi

Minat investasi yaitu ketertarikan atau keterlibatan seseorang dalam kegiatan investasi dengan tujuan untuk menghasilkan pengembalian keuangan. Selain itu minat investasi pada seseorang dapat sangat bervariasi, beberapa individu mungkin lebih memilih instrumen investasi yang relatif aman dan stabil, sementara yang lain mungkin tertarik pada instrumen yang lebih berisiko

untuk mencapai imbal hasil yang lebih tinggi (Tandio & Widanaputra, 2016).

Influencer Keuangan

Influencer keuangan adalah seorang motivator yang memiliki pengaruh dan keahlian dalam bidang keuangan, dan memakai media sosial atau *online* lainnya untuk memberi saran, informasi, dan panduan tentang topik keuangan kepada audiens. *Influencer* keuangan pada penelitian ini adalah seseorang yang berbagi ilmu, pengalaman, dan tips di pasar modal (Fajrianti et al., 2023)

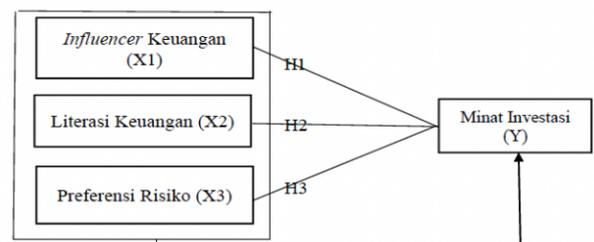
Literasi Keuangan

Keterampilan untuk memahami, mengatur, dan membuat pilihan yang bijaksana mengenai urusan keuangan seseorang dikenal sebagai literasi keuangan. Hal ini dapat melibatkan pemahaman tentang berbagai konsep keuangan termasuk pendapatan, pengeluaran, manajemen utang dan perlindungan keuangan (Upadana & Herawati, 2020).

Preferensi Risiko

Preferensi risiko adalah tingkat kenyamanan dan toleransi seseorang terhadap fluktuasi nilai investasi. Hal Ini mencerminkan sejauh mana seseorang siap untuk menghadapi risiko dalam investasi demi mencapai tujuan keuangan tertentu (Supriyanto et al., 2019).

Berikut merupakan kerangka konsep penelitian ini:



Sumber: Data diolah (2024).

Gambar 1. Kerangka Konseptual

Dengan demikian, hipotesis penelitian ini:

H1 : *Influencer* keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar Modal.

H2 : Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal.

H3 : Preferensi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar Modal.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang mendapatkan data dari penyebaran kuisioner *google form* secara *online*. Populasinya adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) di Bandar Lampung. Metode penentuan sampel yang digunakan yaitu berdasarkan Hair et al., (2017) yang merekomendasikan sampel minimal 5-10 kali variabel indikator. Menurut Hair et al., (2017) ukuran sampel sebesar 100 atau lebih besar. Maka perhitungan sampel yang dipakai yaitu :

$$N = (5-10) \times 17 \text{ Indikator} \\ = 7 \times 12 \\ = 119 \text{ Responden (120)}$$

Penelitian ini menggunakan kriteria penentuan sampel yaitu responden berusia 21-40 Tahun dan termasuk kedalam mahasiswa FEB di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS dengan data kuisioner (skala likert rentang nilai 1-5). Alat Uji yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas yang digunakan untuk menguji kuisioner, serta menggunakan uji regresi berganda yang digunakan untuk membuktikan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel (Ghozali, 2011). Berikut merupakan persamaan pada penelitian ini:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$$

Berikut ini merupakan definisi operasional variabel:

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator
Influencer (X1)	1. Visibility
	2. Attractiveness
	3. Power
	4. Credibility,
	(Pantouw & Kurnia, 2022)
Literasi (X2)	1. Basic Financial Concept
	2. Saving and Borrowing
	3. Asuransi
	4. Investasi
	(Wardhani & Lutfi, 2016)
Preferensi Risiko (X3)	1. High Risk, High Return
	2. Pertimbangan sebelum investasi
	3. Meramalkan risiko untuk menanamkan modal
	4. Berani mengambil risiko
	(Driantama et al., 2022)

1. Aspirasi untuk melaksanakan penanaman modal masa depan di pasar modal

2. Rencanakan untuk melaksanakan investasi masa depan di pasar modal

3. Buatlah Rencana jangka panjang untuk berinvestasi di pasar modal

4. Hasilkan uang segera dengan berinvestasi di pasar modal

5. Motivasi teman, rekan dan keluarga untuk menanamkan modalnya di pasar modal.

(Driantama et al., 2022)

Minat Investasi (Y)

Sumber: Data diolah (2024).

4. Pembahasan

Tabel 4. Data Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki – laki	39	32.5%
Perempuan	81	67.5%
Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
21-25 Tahun	70	58.3%
26-30 Tahun	29	24.2%
31-35 Tahun	21	17.5%
36-40 Tahun	0	0%
Asal Universitas	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Universitas Teknokrat Indonesia	41	34.2%
Universitas Darmajaya	16	13.3%
Universitas Bandar Lampung	13	10.8%
Universitas Mitra Lampung	10	8.3%
UIN Raden Intan Lampung	13	10.8%
Universitas	19	15.8%

Lampung
Universitas Muhammadiyah
Lampung

Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Diploma	6	5.0%
S1	106	88.3%
S2/S3	8	6.7%
Mengambil Mata kuliah Pasar Modal	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sudah Pernah	120	100%
Belum Pernah	0	0%

Sumber: Data diolah (2024).

Total responden yang ada pada penelitian ini sejumlah 120 responden yang terdiri dari mahasiswa FEB di Bandar Lampung yang didapatkan dari hasil pengumpulan data melalui kuesioner pada *google form* secara *online* terkait data responden yang dikumpulkan menurut jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan apakah responden telah atau belum mengikuti mata kuliah investasi pasar modal.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Ket
Influencer Keuangan (X1)	X1.1	0.824	Valid
	X1.2	0.829	Valid
	X1.3	0.825	Valid
	X1.4	0.858	Valid
Literasi Keuangan (x2)	X2.1	0.813	Valid
	X2.2	0.831	Valid
	X2.3	0.827	Valid
	X2.4	0.825	Valid
Preferensi Risiko (x3)	X3.1	0.835	Valid
	X3.2	0.789	Valid
	X3.3	0.856	Valid
Minat Investasi (Y)	X3.4	0.864	Valid
	X3.1	0.869	Valid
	X3.2	0.865	Valid
	X3.3	0.864	Valid
	X3.4	0.860	Valid
	X3.5	0.795	Valid

Sumber: Data diolah (2024).

Tabel 5 menyajikan informasi mengenai validitas data yang ditunjukkan dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan rtabel. Item pertanyaan dalam penelitian dinyatakan sebesar 0,179, Dimana jika dilihat dari Tabel 5 keseluruhan r hitung > rtabel. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner yang diajukan kepada responden valid karena

nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai rtabel.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Influencer Keuangan (X1)	0,846	Reliabel
Literasi Keuangan (X2)	0,836	Reliabel
Preferensi Risiko (X3)	0,835	Reliabel
Minat Investasi (Y)	0,904	Reliabel

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan pada Tabel diatas didapatkan hasil yaitu *Cronbach's Alpha* untuk seluruh variabel memiliki nilai yang lebih besar dari 0,6 artinya variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandar Coefficient	T	Sig
Constanta(a)	-1.445	-1.693	0.093
Influencer Keuangan(X1)	-0.015	-0.167	0.868
Literasi Keuangan(X2)	0.410	3.542	0.001
Preferensi Risiko(X3)	0.973	7.118	0.000
F (Sig)		0.000	
R Square		0.863	

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = -1.445 - 0.015.X1 + 0.410.X2 + 0.973.X3 + e$$

1. Diasumsikan variabel independen bernilai 0, maka nilai variabel dependen turun senilai 1.455. Namun, jika dilihat dari nilai signifikan sebesar 0.093 > 0.05. Berarti, minat investasi tidak dipengaruhi oleh variabel X1, X2, dan X3.

2. Variabel *influencer* keuangan (X1) sebesar -0.015 bernilai negatif dan nilai sig 0.868 > 0.05. Hal ini membuktikan bahwa variabel minat investasi tidak dipengaruhi oleh *influencer* keuangan

3. Literasi keuangan senilai 0.410 dengan signifikansi 0.001 < 0.05 yang menunjukkan bahwa variabel minat investasi dipengaruhi oleh literasi keuangan secara positif dan signifikan.

4. Preferensi risiko bernilai 0.973 dengan signifikansi 0.000 < 0.05 sehingga variabel minat investasi dipengaruhi oleh preferensi risiko secara positif dan signifikan.

Berdasarkan hasil Tabel 7, Nilai Uji F adalah 0.000 < 0.05 sehingga menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu, nilai R Square pada penelitian ini adalah sebesar 0.863 atau 86.3%. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 86.3%, sisanya yaitu sebesar 13.7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh *influencer* keuangan terhadap minat investasi di pasar modal

Berdasarkan hasil analisis di tabel 7 didapatkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-0.167 < 1.658) dan tingkat Signifikansi sebesar 0.093 > 0.05. Hal ini membuktikan bahwa minat investasi tidak dipengaruhi oleh *influencer* keuangan. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Ratih et al., (2023) yang membuktikan bahwa minat investasi tidak dipengaruhi oleh *influencer* keuangan. Hal ini dipengaruhi oleh ketidakmampuan *influencer* dalam mempengaruhi perilaku para pengikutnya. *Influencer* memiliki kekuatan untuk menggerakkan masa, namun tidak selalu berdampak pada pengikutnya. Terdapat bias pada *influencer* dalam mempromosikan dimana *influencer* pada umumnya bukanlah ahli pada bidang tertentu khususnya dalam hal keuangan. Selain itu, *influencer* juga dibayar oleh pihak-pihak keuangan untuk mempromosikan mengenai investasi. Menurut Chen et al., (2011) beberapa konsumen bisa saja meragukan kredibilitas dan kejujuran *influencer* pada saat mempromosikan terkait investasi.

Berdasarkan dari item pernyataan kuesioner *influencer* keuangan yang tersusun dari 4 indikator dan 4 pernyataan kuesioner dengan nilai terendah dan tidak setuju sebesar 22.5% responden dengan pernyataan "Bagi saya, *influencer* keuangan dapat memberikan informasi yang kuat terkait investasi di pasar modal". *Influencer* keuangan dianggap kurang mampu dalam membuat kualitas konten yang relevan dan menarik untuk mempromosikan terkait minat investasi kepada pengikutnya. Hal ini berdampak pada *influencer* keuangan tidak berpengaruh pada minat investasi, maka dapat diartikan bahwa semakin banyak *influencer* keuangan maka minat investasi tidak mengalami peningkatan.

Penyebab promosi *influencer* kurang dipercaya adalah yaitu karena adanya unsur ketidakjujuran dari beberapa *Influencer* dimana *influencer* tidak selalu memberikan ulasan jujur terkait produk-produk yang dipromosikan. Terkadang beberapa *Influencer* dapat memberikan ulasan positif walaupun tidak benar-benar menyukai atau menggunakan produk-produk yang telah dipromosikan. Faktor kedua adalah audien dapat malas menonton suatu konten jika sudah tahu adanya unsur iklan di dalamnya (Ratih et al, 2023). Dalam perspektif akuntansi, *influencer* keuangan seharusnya benar-benar memahami instrumen-instrumen investasi secara mendalam terutama faktor-faktor yang mempengaruhi

investasi tersebut seperti inflasi, laporan keuangan akuntansi, suku bunga, pajak dan lainnya sehingga dapat membuat investor percaya dan tertarik untuk menanamkan asetnya pada investasi tertentu.

Pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi di pasar modal

Berdasarkan hasil analisis literasi keuangan pada minat investasi yang telah dilakukan, menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3.542 > 1.658) dengan signifikansi 0.001 < 0.05. Hal ini mampu membuktikan bahwa minat investasi dipengaruhi oleh literasi keuangan secara positif dan signifikan.

Penelitian Salisa (2020) menyatakan bahwa mahasiswa yang paham keuangan terkait instrumen pasar, risiko, imbal hasil, suku bunga inflasi, dan manajemen portofolio cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi di pasar modal khususnya saham karena memiliki pengetahuan yang cukup memadai. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan terkait keuangan seringkali memutuskan berbagai macam investasi sesuai dengan profil risikonya masing-masing (Upadana & Herawati, 2020). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunanti & Mahyuni (2022), Sulistyowati, et al., (2024) dan Adhima, et al., (2024) yang membuktikan bahwa minat investasi dipengaruhi oleh literasi keuangan.

Terdapat empat pernyataan dan empat indikator yang menjadi variabel literasi keuangan dalam survei tersebut. Pernyataan "kita dapat menghemat biaya bunga dengan memilih jangka waktu kredit 5 tahun dibandingkan 10 tahun" mempunyai skor tertinggi dengan 45.0% responden menyetujuinya. Jika masyarakat paham proses pengelolaan keuangan, maka masyarakat dapat memilih produk investasi sesuai dengan preferensi masing-masing sehingga keuntungan yang akan didapatkan dari produk investasi tersebut dapat meningkatkan taraf hidup untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Pengetahuan literasi keuangan yang memadai berkaitan dengan pemilihan mengelola keuangan yang lebih baik sehingga dapat menimbulkan minat pada investasi yang cenderung lebih besar.

Berdasarkan perspektif akuntansi, mahasiswa yang paham akan literasi keuangan maka mahasiswa tersebut membutuhkan kemampuan untuk memahami laporan keuangan dan analisis investasi. Dengan adanya kemampuan analisis akuntansi yang baik maka mahasiswa dapat memiliki kemampuan literasi keuangan yang baik. Hal ini dapat mendorong mahasiswa untuk dapat lebih selektif dalam memilih investasi dan mampu mengevaluasi risiko dan mengevaluasi imbal hasil dari investasi tersebut.

Pengaruh Preferensi Risiko terhadap minat investasi di pasar modal

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu pada tabel 7, untuk variabel preferensi risiko menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (7.118 > 1.658) dengan tingkat signifikansi 0.000 < 0.05. Hal ini membuktikan bahwa variabel minat investasi

dipengaruhi oleh preferensi risiko secara positif dan signifikan.

Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunia et al., (2020) , Qowiyamatin & Yuniningsih (2021) dan **Error! Reference source not found.** yang menunjukkan hasil bahwa minat investasi dipengaruhi oleh variabel preferensi risiko. Supriyanto et al., (2019) mengemukakan bahwa di antara investor dengan kepribadian yang sama, jumlah risiko yang siap di ambil mungkin sangat bervariasi karena sifat subjektif dari preferensi risiko.

Berdasarkan dari item pernyataan kuesioner variabel preferensi risiko yang tersusun dari 4 indikator dan 5 pernyataan kuesioner dengan nilai tertinggi sangat setuju sebesar 46.7% responden dengan pernyataan “Sebelum berinvestasi dipasar modal saya mempertimbangkan fundamental dari perusahaan” yang artinya suatu perusahaan mungkin lebih dipahami oleh calon investor melalui analisis fundamental, yang merupakan metode untuk menentukan nilai sebenarnya suatu sekuritas dengan melihat keuangannya dan aspek terkait. Seorang investor memerlukan preferensi risiko sebelum memasukkan uang ke dalam investasi sehingga investor dapat mempertimbangkan keuntungan dan kerugian dari memasukkan uang ke dalam suatu perusahaan dengan kemungkinan imbalan di masa depan. Tingkat risiko yang tinggi berkaitan dengan potensi pendapatan yang tinggi pula. Sebaliknya, kemungkinan memperoleh keuntungan seringkali terbatas ketika tingkat risikonya rendah. Berdasarkan prespektif akuntansi, dengan memahami laporan keuangan dan analisis investasi, mahasiswa dapat mempertimbangkan investasi-investasi berdasarkan preferensi risiko masing-masing sehingga aset yang dimiliki dapat terdistribusi dengan baik dan aman.

5. Kesimpulan

Penelitian ini mendapatkan hasil yaitu variabel minat investasi dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan dan preferensi risiko secara positif dan signifikan. Sedangkan variabel minat investasi tidak dipengaruhi oleh variabel *influencer* keuangan. Keterbatasan penelitian ini yaitu hanya berfokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) di Bandar Lampung. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek yang lebih luas seperti seluruh mahasiswa ekonomi di Indonesia. Selain itu, saran untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan faktor lain yang berpengaruh terhadap minat investasi seperti kemajuan teknologi, modal investasi dan rasio keuangan akuntansi. Bagi investor, dapat memahami dengan baik laporan keuangan dalam akuntansi agar meningkatkan literasi keuangan dan dapat mengevaluasi risiko agar lebih selektif dalam memilih investasi serta dapat mengalokasikan aset sesuai dengan preferensi risiko masing-masing investor. Selain itu, bagi *influencer* keuangan seharusnya benar-benar memahami instrumen-instrumen investasi secara mendalam terutama faktor-faktor yang mempengaruhi investasi tersebut seperti

inflasi, laporan keuangan akuntansi, suku bunga, pajak dan lainnya sehingga dapat membuat investor percaya dan tertarik untuk menanamkan asetnya pada investasi tertentu.

Daftar Pustaka

- Adhima, R. F., Lukita, C. & Nadeak, T., (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi dan Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6)
- Chaniago, P., & Wahyono. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi di Pasar Modal. 1.
- Chen, Y., Fay, S., & Wang, Q. (2011). The Role of Marketing in Social Media: How Online Consumer Reviews Evolve. *Journal of Interactive Marketing*.
- CNBC. (2021). Dear Investor, Ini Saran BEI Soal Rekomendasi Saham Influencer diakses 01 Januari 2024 dari Cnbcindonesia.Com.
- Driantama, I., Krtika, & Wardhaningrum, O. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investor Pemula untuk Berinvestasi di Pasar Modal pada Masa Pandemi Covid-19. *Wahana Riset Akuntansi*, 10(2), 98–113.
- Fajrianti, R., Effendy, L., & Hudaya, R. (2023). The Influence of Educational Investment Gallery (GIE) Establishment , Financial Efficacy , Financial Literacy , Financial Influencers , and Parents ' Income on Students ' Investment Interests in the Capital Market . 1(March).
- Firmansyah, F. F., S. & Prapanca, D., (2024). Pengaruh Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi, dan Uang Saku terhadap Minat Investasi Pada Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah MEA(Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(1).
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariat Penelitian bagi Program SPSS. Badan Penerbit UNDIP.
- Gunanti, I. I. P., & Mahyuni, L. P. (2022). Minat Investasi Generasi Milenial di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 18(3), 425. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.10344>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM).
- Heykal, M. (2023). Fenomena Penipuan Investasi dan Pentingnya Literasi Keuangan. *Binus University School of Accounting*. diakses 05 Januari 2024 dari <https://accounting.binus.ac.id/2023/05/06/fenomena-penipuan-investasi-dan-pentingnya-literasi-keuangan/>

- Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). (2022). Statistik Pasar Modal Indonesia Juni 2022. Kustodian Sentral Efek Indonesia, April, 1–6. diakses 01 Januari 2023 dari https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Januari_2021.pdf
- Lestiana, & Nurfauziya, A. (2023). Pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan dan social media influencer terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. 5, 136–149. <https://doi.org/10.20885/ncf.vol5.art16>
- Pantouw, D. T. V., & Kurnia, K. (2022). Pengaruh Influencer Media Sosial terhadap Brand Image Erigo. *Inter Script : Journal of Creative Communication*, 4(2), 68. <https://doi.org/10.33376/is.v4i2.1648>
- Qowiyamin, H., & Yuniningsih, Y. (2021). Literasi Keuangan, Motivasi, Preferensi Risiko Terhadap Minat Investasi Saham Mahasiswa Feb Upn “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 243–247.
- Rahman, M. (2023). 30 Influencer Keuangan Berpengaruh di Indonesia 2023 diakses 01 Januari 2024 dari [Financer.Com.https://financer.com/id/blog/influencer-keuangan/](https://financer.com/id/blog/influencer-keuangan/).
- Ratih, S. D., Pramesti, E. D., Noviaty, E., & Sutrisno, S. (2023). Pengaruh Knowledge dan Influencer terhadap Literasi Investasi Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.37012/ileka.v4i1.1414>
- Salisa, N. R. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal: Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 9(2), 182. <https://doi.org/10.30659/jai.9.2.182-194>
- SikapUangmu. (2023). Hai Calon Investor, Yuk Mengenal Jenis Pasar modal diakses 05 Januari 2024 dari [Sikapuangmu.Ojk.Go.Id.https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10526](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10526)
- Sri. (2023). Nilai Transaksi Pasar Modal di Lampung Capai Rp. 23 Trillion Per November 2022 diakses 05 Januari 2024 dari <https://kupastuntas.co/2023/01/03/nilai-transaksi-pasar-modal-di-lampung-capai-rp23-triliun-per-november-2022>
- Subagyo, T. (2022). OJK sebut indeks literasi keuangan di Lampung naik jadi 41,30 persen diakses 05 Januari 2024 dari <https://lampung.antaranews.com/berita/665105/ojk-sebut-indeks-literasi-keuangan-di-lampung-naik-jadi-4130-persen>.
- Sulistiyowati, A. et al., 2024. Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020 dan 2021. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 5(3)
- Supriyanto, R. G. E., Andayani, E., & Al Arsy, A. F. (2019). Pengaruh Preferensi Risiko, Literasi Ekonomi, Pengetahuan Galeri Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v4i1.3773>
- Tandio, T., & Widanaputra, A. A. G. P. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 16, 2316–2341.
- Tazkia, A., & Wijayanti, R. (2022). Pengaruh Influencer Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal. *Jurnal Manajemen Risiko Dan Keuangan*, 1(2), 112–127.
- Tryaswati, S. P. & Astuti, C. D., (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko Investasi, dan Return Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial dengan Di moderasi Teknologi Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 5(1).
- Upadana, I. W. Y. A., & Herawati, N. T. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. 10(2), 126–135.
- Wardhani, A. K., & Lutfi. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan, experienced regret, risk tolerance, dan motivasi pada keputusan investasi keluarga dalam perspektif masyarakat Bali. *Journal of Business and Banking*, 6(2), 195–214.
- Welly, Kardinal, & Juwita, R. (2015). Analisis pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi di stie multi data Palembang. 1–16.
- Yunia, P. S., Khanifiana, R., & Faizah, C. N. (2020). Motivasi, pengetahuan, preferensi risiko investasi, dan minat investasi saham di pasar modal syariah pada mahasiswa feb iain pekalongan. 1, 54–62