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

Shiwi Angelica Cindiyasari^{a,*}, Meiza Anjelita^b, Marsi Fella Riski^c

^a Universitas Teknokrat Indonesia, Indonesia

^b Universitas Teknokrat Indonesia, Indonesia

^c Universitas Teknokrat Indonesia, Indonesia

*shiwi.angelica@teknokrat.ac.id

Diterima: April 2024. Disetujui: April 2024. Dipublikasi: Mei 2024

ABSTRACT

The purpose of this study is to test whether there is a significant influence between financial influencers, financial literacy and risk preferences on investment interest in the capital market among students in Bandar Lampung. The uniqueness of this study is that it focuses 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 used in this study was 120 students. The test tools used in this study were validity tests, reliability tests and multiple linear analysis to test the influence between independent variables and dependent variables with the help of SPSS. This study uses independent variables, namely financial influencers, financial literacy and risk preferences and uses dependent variables, namely investment interest. The results of this study prove that the variables of financial literacy and risk preferences have a positive and significant influence on investment interest in the capital market among students in Bandar Lampung. Meanwhile, the financial influencer variable has no influence on investment interest in the capital market among students in Bandar Lampung. In addition, the determination coefficient test in this study was 86.3%, which means that the ability of the independent variable to explain the dependent variable was 86.3%, while the remaining 13.7% was explained by other variables that were not tested in this study, such as technological progress, investment capital and accounting financial ratios.

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara influencer keuangan, literasi keuangan dan preferensi risiko terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa di Bandar Lampung. Keunikan penelitian ini adalah berfokus 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 yang digunakan pada penelitian ini adalah 120 mahasiswa. Alat uji yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas,

uji reliabilitas serta analisis linier berganda untuk menguji pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen dengan bantuan SPSS. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu influencer keuangan, literasi keuangan dan preferensi risiko serta menggunakan variabel dependen yaitu minat investasi. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa variabel literasi keuangan dan preferensi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa di Bandar Lampung. Sedangkan, Variabel influencer keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa di Bandar Lampung. Selain itu, uji koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebesar 86.3% yang berarti bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 86.3%, sedangkan sisanya 13.7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini seperti kemajuan teknologi, modal investasi dan rasio keuangan akuntansi.

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

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 (termasuk saham, obligasi, reksa dana, dan instrumen keuangan jangka panjang lainnya) yang jatuh tempo lebih dari satu tahun dan diperdagangkan di pasar modal. Pasar modal adalah suatu wadah dimana fungsinya adalah untuk mempertemukan orang yang memiliki kelebihan dana dan orang yang kekurangan dana untuk memperjual belikan efek. Pasar modal memainkan peran krusial pada ekonomi suatu negara dengan melaksanakan dua fungsi sekaligus yaitu ekonomi dan keuangan. 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 mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari KSEI (2022), 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 menyediakan infrastruktur untuk mendukung pengimplementasian perdagangan yang terkelola, adil, dan efektif. Infrastruktur ini mudah diakses oleh semua stakeholders Secara umum, pasar saham memiliki dua peran, yaitu peran sebagai fasilitator dan pengendali harga aksi korporasi di Indonesia (Chaniago & Wahyono, 2022). Berbagai usaha yang dilaksanakan BEI untuk meningkatkan minat dan kontribusi masyarakat di pasar modal. Salah satu program yang dilakukan oleh BEI adalah dengan mengadakan program kampanye “Aku Investor Saham”. Program ini diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk investasi di pasar modal sehingga semakin banyak masyarakat yang dapat menikmati

potensi pertumbuhan 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)

Nilai transaksi pasar modal di Provinsi Lampung mencapai Rp. 23 triliun dengan total investor pasar modal sebanyak 246.603 investor. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa Bandar Lampung menduduki posisi pertama dengan total investor terbanyak yaitu mencapai 86.903 investor, sedangkan Pesisir Barat menduduki posisi terendah dengan sejumlah 740 investor. Pasar modal telah menarik minat dari berbagai kalangan termasuk mahasiswa sebagai generasi muda sehingga dapat menjadi target untuk dijadikan pemegang saham baru. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kesadaran mengenai pentingnya investasi untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang,

seperti persiapan untuk masa pensiun, pendidikan, dan tujuan finansial lainnya. Karena itu peneliti tertarik untuk membuktikan aspek apa saja yang memberi pengaruh pada minat pemegang saham untuk menanamkan modalnya di pasar modal (Sri, 2023).

Berdasarkan penelitian terdahulu aspek-aspek yang memberi pengaruh pada minat penanaman modal di pasar modal adalah *influencer* keuangan, literasi keuangan, dan preferensi risiko.

Influencer keuangan adalah individu yang memiliki pengaruh yang signifikan 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) dan Fajrianti et al., (2023) yang menyatakan bahwa *Influencer* keuangan secara positif dan signifikan menetapkan minat investasi.

Literasi keuangan adalah 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 menjadi masalah yang sangat serius, dan regulator harus memperhatikannya 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). Banyak penelitian yang mendukung bahwa literasi keuangan mampu berpengaruh terhadap minat investasi. Hal ini berarti semakin paham masyarakat terhadap keuangan maka semakin tinggi minat terhadap investasi tertentu. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Salisa (2020) dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif dalam menentukan minat menanam saham di pasar modal. Tetapi berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lestiana & Nurfauliyah, (2023) membuktikan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi.

Selain *influencer* keuangan dan literasi keuangan, terdapat faktor lain yang mempengaruhi minat investasi yaitu preferensi risiko. 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 memainkan peranan penting dalam membantu seseorang menentukan alokasi aset yang sesuai dan memilih instrumen

investasi yang sesuai dengan profil risiko calon investor. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yunia et al., (2020) dimana penelitian tersebut mampu membuktikan bahwa preferensi risiko dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap minat investasi. Sedangkan, pada penelitian yang dilakukan oleh Gunanti & Mahyuni, (2022) membuktikan bahwa preferensi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi.

Pengaruh *influencer* keuangan, literasi keuangan, dan preferensi risiko terhadap minat investasi di dukung oleh teori perilaku berencana (*theory of planned behavior*) dimana teori ini 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. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemikiran dan sikap calon investor sangat penting dalam mengambil keputusan investasi sehingga dapat membantu calon investor untuk mengelola asetnya dan dapat mencapai tujuan finansial investor.

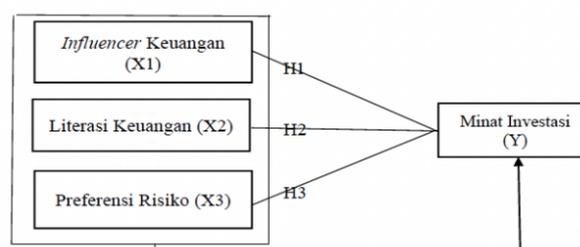
Penelitian ini adalah replikasi dari penelitian yang dilaksanakan oleh Gunanti & Mahyuni (2022), yang membedakan penelitian ini dengan sebelumnya adalah penelitian ini menambahkan saran dari penelitian Qowiyamatin & Yuniningsih, (2021) dengan menambahkan satu variabel yaitu *influencer* keuangan. Variabel *influencer* keuangan dipilih karena belum ada yang meneliti di wilayah Bandar Lampung. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis di Bandar Lampung. Mahasiswa dipilih menjadi target responden karena mahasiswa merupakan kelompok muda-mudi yang cenderung menggunakan sosial media dan mencari informasi dari *influencer* keuangan.

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 menjalani mata kuliah investasi pasar modal dan sejenisnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti secara empiris apakah terdapat pengaruh *Influencer* Keuangan, Literasi Keuangan, Preferensi Risiko Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Di Bandar Lampung. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *influencer* keuangan mempengaruhi minat investasi di pasar modal pada mahasiswa di Bandar Lampung?
2. Apakah literasi keuangan mempengaruhi minat investasi di pasar modal pada mahasiswa di Bandar Lampung?
3. Apakah preferensi risiko mempengaruhi minat investasi di pasar modal pada mahasiswa di Bandar Lampung?

Kerangka konseptual dalam penelitian dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Sumber: Data diolah (2024).

Gambar 1. Kerangka Konseptual

Dengan demikian, hipotesis penelitian ini:

- H₁ : *Influencer* keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi di pasar Modal.
- H₂ : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi di pasar modal.
- H₃ : Preferensi risiko berpengaruh positif terhadap minat investasi di pasar Modal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan bantuan kuisisioner dan disebarluaskan melalui *google form* secara *online*. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) di Bandar Lampung. Metode penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah berdasarkan penelitian Hair et al., (2017) yang merekomendasikan ukuran sampel minimal 5-10 kali variabel indikator. Menurut Hair et al., (2017) sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Maka perhitungan sampel yang dipakai yaitu:

$$N = (5-10) \times 17 \text{ Indikator}$$

$$N = 7 \times 12$$

$$N = 119 \text{ Responden (120)}$$

Penelitian ini menggunakan kriteria penentuan sampel yaitu responden berusia 21-40 Tahun dan termasuk kedalam mahasiswa FEB di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan skala likert rentang nilai 1-5 dengan bantuan aplikasi SPSS. Selain itu, penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji kuisisioner, serta menggunakan uji regresi berganda yang digunakan untuk membuktikan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Pada penelitian ini persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

dependen yaitu minat investasi (Y) dan tiga variabel independen yaitu *influencer* keuangan (X₁), literasi keuangan (X₂), dan preferensi risiko (X₃).

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator
<i>Influencer</i> Keuangan (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visibility 2. Attractiveness 3. Power 4. Credibility, (Pantouw & Kurnia, 2022)
Literasi Keuangan (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Basic Financial Concept 2. Saving and Borrowing 3. Asuransi 4. Investasi (Wardhani & Lutfi, 2016)
Preferensi Risiko (X ₃)	<ol style="list-style-type: none"> 1. High Risk, High Return 2. Pertimbangan sebelum investasi. 3. Meramalkan risiko untuk menanamkan modal 4. Berani mengambil risiko (Driantama et al., 2022)
Minat Investasi (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 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)

Sumber: Data diolah (2024).

HASIL DAN 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 Lampung	19	15.8%
Universitas Muhammadiyah Lampung	8	6.7%
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. Responden ini mencakup mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Bandar Lampung. Menurut hasil pengumpulan data melalui kuesioner pada *google form* secara *online* maka data responden 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 (X ₁)	X _{1.1}	0.824	Valid
	X _{1.2}	0.829	Valid
	X _{1.3}	0.825	Valid
	X _{1.4}	0.858	Valid
Literasi Keuangan (X ₂)	X _{2.1}	0.813	Valid
	X _{2.2}	0.831	Valid
	X _{2.3}	0.827	Valid
	X _{2.4}	0.825	Valid
Preferensi Risiko (X ₃)	X _{3.1}	0.835	Valid
	X _{3.2}	0.789	Valid
	X _{3.3}	0.856	Valid
	X _{3.4}	0.864	Valid
Minat Investasi (Y)	Y.1	0.869	Valid
	Y.2	0.865	Valid
	Y.3	0.864	Valid
	Y.4	0.860	Valid
	Y.5	0.795	Valid

Sumber: Data diolah (2024).

Tabel 5 menyajikan informasi mengenai validitas data yang ditunjukkan dengan membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel}. Item pertanyaan dalam penelitian dinyatakan sebesar 0,179, Dimana jika dilihat dari Tabel 5 keseluruhan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner yang diajukan kepada responden valid karena hasil dari *Corrected Item-Total Correlation* yang telah dikoreksi lebih besar dari pada nilai r_{tabel} tersebut.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Influencer Keuangan (X ₁)	0,846	Reliabel
Literasi Keuangan (X ₂)	0,836	Reliabel
Preferensi Risiko (X ₃)	0,835	Reliabel
Minat Investasi (Y)	0,904	Reliabel

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan pada Tabel 6 didapatkan hasil nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk seluruh variabel lebih besar dari 0,6. Hal ini berarti bahwa variabel penelitian yang terdiri dari *Influencer* Keuangan (X1), Literasi Keuangan (X2), Preferensi Risiko (X3) dan Minat Investasi (Y), yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	<i>Unstandar Coefficient</i>	T	Sig
Constanta (α)	-1.445	-1.693	0.093
<i>Influencer</i> Keuangan (X ₁)	-0.015	-0.167	0.868
Literasi Keuangan (X ₂)	0.410	3.542	0.001
Preferensi Risiko (X ₃)	0.973	7.118	0.000
F (Sig.)		0.000	
R Square		0.863	

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan Tabel 7, maka persamaan pada penelitian ini adalah:

$$Y = -1.445 - 0.015X_1 + 0.410X_2 + 0.973X_3 + e$$

1. Diasumsikan variabel independen yang meliputi *influencer* keuangan, literasi keuangan dan preferensi risiko bernilai 0 atau tidak ada perubahan, maka nilai variabel dependen turun senilai -1.455. Namun, jika dilihat dari nilai signifikan sebesar $0.093 > 0.05$ atau tidak signifikan. Berarti, tidak ada pengaruh signifikan pada variabel independen yang meliputi *influencer* keuangan (X₁), literasi keuangan (X₂), dan preferensi risiko (X₃) terhadap minat investasi.
2. Variabel *influencer* keuangan (X₁) sebesar -0.015 bertanda negatif dan nilai sig $0.868 > 0.05$. Hal ini membuktikan bahwa variabel *influencer* keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi.
3. Literasi keuangan senilai 0.410 dengan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$ maka menunjukkan bahwa variabel literasi

keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

4. Variabel preferensi risiko senilai 0.973 dan tingkat signifikasinya $0.000 < 0.05$ maka hal tersebut menyatakan bahwa variabel preferensi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

Berdasarkan hasil Tabel 7, didapatkan nilai signifikansi Uji F adalah $0.000 < 0.05$ sehingga didapatkan hasil bahwa variabel *influencer* keuangan, literasi keuangan, dan preferensi risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat investasi. 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 pada mahasiswa di Bandar Lampung

Berdasarkan hasil analisis di tabel 7 didapatkan bahwa nilai thitung $-0.167 < 1.658$ dan tingkat Signifikan sebesar $0.093 > 0.05$. Hal ini membuktikan bahwa *influencer* keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratih et al., (2023) yang membuktikan bahwa *influencer* keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi. Kondisi ini disebabkan 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 pada mahasiswa di Bandar Lampung

Berdasarkan hasil analisis literasi keuangan pada minat investasi di tabel 7 yang telah dilakukan, menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.542 > 1.658$) dengan tingkat Signifikansi $0.001 < 0.05$. Hal ini mampu membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara statistik antara literasi keuangan dan minat untuk terjun berinvestasi di pasar modal. Hal ini terkait dengan pentingnya pengetahuan keuangan dalam membangkitkan minat mahasiswa untuk berinvestasi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh 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 karena pengetahuan yang dimiliki mahasiswa tersebut cukup banyak. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik seringkali dapat 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) yang membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

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. Tingkat literasi keuangan yang tinggi berkaitan dengan pemilihan pengelolaan keuangan yang lebih baik sehingga dapat menimbulkan minat pada investasi yang lebih tinggi.

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 pada mahasiswa di Bandar Lampung

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 $0.000 < 0.05$. Maka membuktikan variabel preferensi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa di Bandar Lampung.

Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunia et al., (2020) dan Qowiyamin & Yuniningsih (2021) yang menunjukkan hasil penelitiannya bahwa

preferensi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. 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 lebih tinggi dihubungkan dengan potensi imbalan yang lebih tinggi dalam bentuk pendapatan. Sebaliknya, kemungkinan memperoleh keuntungan seringkali terbatas ketika tingkat risikonya rendah. Berdasarkan perspektif 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.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa:

1. *Influencer* keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa di Bandar Lampung.

2. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa di Bandar Lampung.
3. Preferensi risiko mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa di Bandar Lampung.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) di Bandar Lampung, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek yang lebih luas seperti seluruh mahasiswa Akuntansi di Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya berkaitan dengan *Influencer* keuangan, literasi keuangan dan preferensi risiko diharapkan bahwa peneliti selanjutnya dapat memakai analisis ini sebagai sumber referensi tambahan. Pada pengujian koefisien terdapat 13.7% yang tidak termasuk pada penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat memasukkan lebih banyak faktor yang dapat memberi pengaruh pada 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.

REFERENSI

- 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).
- 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>
- Qowiyamatin, 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>
- SikapiUangmu. (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>.

- 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 Universita. *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.
- 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 iiain pekalongan.1,54–62