J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah
Vol.4, No.1, Desember 2024

Pengaruh Pengalaman Investasi, Tingkat Risiko, dan Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi pada Mahasiswa/I UNPAB

Hadi Pradja[1], Maf'ul Taufiq[2]
[12] Program Studi Akuntansi, Universitas Panca Budi , Medan, Indonesia
Email: hadipradja859@gmail.com[1], mafultaufiq@gmail.com[2]

Article History:
Received: 19 November 2024
Revised: 03 Desember 2024
Accepted: 06 Desember 2024

Keywords: *Pengalaman Kerja, Tingkat Risiko, Influencer Sosial Media, Keputusan Investasi*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk mencari bagaimana pengaruh pengalaman investasi, tingkat risikom dan influencer sosial media terhadap keputusan investasi pada mahasiswa/i Universitas Pembangunan Panca Budi (UNPAB). Penelitian kali ini merupakan penelitian dengan jenis kuantitatif. Populasi pada penelitian ini berjumlah berupa mahasiswa Universitas Pembangunan Panca Budi Sampel penelitian ini merupakan 100 investor pasar modal Universitas Pembangunan Panca Budi. Lokasi yang dipilih untuk melaksanakan penelitian kali ini adalah Universitas Pembangunan Panca Budi. Analisis data pada penelitian kali ini menggunakan metode Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa influencer sosial media berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menandakan bahwa influencer sosial media tidak berpengaruh secara langsung dalam pengambilan keputusan investasi.*

PENDAHULUAN

Dewasa ini, investasi menjadi suatu kegiatan yang sedang banyak dilakukan oleh sebagian besar orang. Tentu saja hal ini bukan tanpa sebab, melainkan dorongan guna memenuhi kebutuhan primer, sekunder dan tersier pada saat ini maupun di masa depan. Selain itu, terdapatnya keinginan dalam menambah atau melindungi aset, serta adanya inflasi merupakan beberapa hal yang melatarbelakangi seseorang dalam melakukan investasi. (Keith C dan Frank K, 2009) dalam [1] menjelaskan bahwa investasi adalah suatu kegiatan yang mengharuskan seseorang untuk mengalokasikan sejumlah uang yang dimiliki dalam jumlah tertentu di masa kini guna mendapatkan pengembalian yang lebih besar di masa depan.

Variasi ini dapat diketahui dari jenis investasi keuangan yang meliputi dua jenis yakni pasar modal dan pasar uang. Pasar uang merupakan investasi keuangan yang meliputi obligasi jangka pendek dan pasar uang. Sedangkan pasar modal meliputi sekuritas saham dan obligasi jangka panjang atau lebih dari satu tahun. Pasar modal merupakan tempat transaksi instrumen keuangan jangka panjang, termasuk saham dan obligasi. Pasar modal Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan sejak tahun 2019 hingga akhir 2022. Investor pasar modal Indonesia jumlahnya

meningkat terus menerus, pada tahun 2019 sebanyak 2.484.354 investor yang kemudian naik 56,21% menjadi 3.880.753 investor pada tahun 2020. Jumlah ini terus mengalami peningkatan hingga tahun 2021 berhasil naik 92,99% menjadi 7.489.337 investor dan 9.112.677 investor atau naik 37,53% di bulan akhir Tahun 2022.Pertumbuhan jumlah investor yang cukup besar menandakan bahwa investor memiliki harapan besar pada pasar modal.

Berdasarkan jenis kelamin, investor individu di Indonesia terdiri dari 62,97% laki-laki dan 37,03% perempuan. Jika melihat dominasi investor generasi milenial dan Z menandakan bahwa pengetahuan dari pengalamannya masih belum sempurna. Hal ini dikarenakan usia investor yang mendominasi pasar modal Indonesia berada pada usia 30 tahun ke bawah, dimana hal ini menandakan bahwa pengalaman mereka dalam dunia pasar modal belum begitu banyak. Pengalaman investasi sendiri diartikan sebagai pengalaman yang berasal dari banyaknya frekuensi investor melakukan investasi dalam bentuk produk keuangan. Investor yang berpengalaman akan lebih banyak mengalokasikan dana yang dimilikinya untuk investasi.

Sedangkan berdasarkan jenis pekerjaan, pensiunan memiliki indeks literasi keuangan tertinggi dengan presentase 54,46% yang kemudian diikuti oleh pegawai dan profesional dengan presentase 54,02%. Secara usia, kelompok usia 26-35 tahun memiliki indeks literasi keuangan tertinggi sebesar 47,98% dan kelompok usia 18-25% sebesar 44,04%. Sedangkan, dari tingkat pendidikan, masyarakat yang lulus dari perguruan tinggi mempunyai indeks literasi keuangan tertinggi sebesar 77,69% yang kemudian diikuti oleh lulusan SMA dengan presentase 52,34% (OJK, 2021). Jumlah investor yang semakin bertambah setiap tahunnya, mengindikasikan banyaknya investor yang baru terjun ke dalam dunia pasar modal.

Hal ini tentunya menandakan bahwa pengalaman yang dimilikinya masih sangat minim yang dapat mengakibatkan kurang baiknya keputusan investasi yang diambil sehingga dapat memperbesar peluang terjadinya kerugian. Apalagi jika melihat data tingkat return pasar modal Indonesia dari tahun 2019-2022 ditemukan bahwa di tahun 2020 tingkat return pasar modal Indonesia mengalami penurunan yang cukup drastis hingga menyentuh angka minus. Hal ini merupakan salah satu risiko investasi di pasar modal yang harus dihadapi oleh semua investor, baik yang telah berpengalaman maupun yang masih belum berpengalaman. Kenaikan jumlah investor pasar modal Indonesia dari tahun 2019 hingga 2022 menunjukkan adanya ketertarikan investor terhadap pasar modal Indonesia. Secara lebih detail, investor pasar modal Indonesia di dominasi generasi milenial dan Z, dua generasi yang sangat identik dengan kemajuan teknologi. Bentuk kemajuan teknologi salah satunya adalah sosial media, dimana manusia dapat melakukan interaksi tidak secara langsung melainkan virtual dan dapat dengan mudah menyebarluaskan informasi yang dimilikinya. Adanya sosial media menyebabkan munculnya influencer yang memberikan berbagai informasi kepada setiap orang. Influencer sendiri dalam konteks investasi merupakan pihak yang mampu untuk menjelaskan berbagai hal mengenai investasi pasar modal dan bisa berpengaruh terhadap minat investasi dari investor. Dominasi investor muda yang terjadi di pasar modal Indonesia dengan kemajuan teknologi yang mengiringinya, membuat investor dengan mudah untuk mengakses semua informasi yang dibutuhkan dalam investasinya. Namun, adanya kemajuan teknologi ini juga menjadi ancaman bagi investor ketika mereka tidak mempunyai literasi keuangan yang baik. Adanya literasi keuangan, membuat investor dapat mempertimbangkan keputusan investasinya supaya terhindar dari berbagai ancaman keamanan dunia digital, dimana salah satunya merupakan ancaman penipuan.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengalaman investasi, tingakt risiko, dan influencer social media berpengaruh terhadap keputusan investasi pada mahasiswa. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Yuana Rizky Octabiani Mandagie, Meriam Febrianti, dan Lailah

Fujianti (2020) melakukan penelitian berjudul "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi, dan Toleransi Risiko terhadap Keputusan Investasu (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Pancasila). Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh parsial signifikan dari literasi keuangan, pengalaman investasi, dan toleransi risiko terhadap keputusan investasi.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Noura Metawa, M. Kabir Hassan, Saad Metawa, dan M. Faisal Safa (2018) berjudul "*Impact of Behavior Factors on Investors's Financial Decisions: Case of the Egyptian Stock Market*". Penelitian ini menunjukkan hasil berupa adanya pengaruh signifikan dari faktor perilaku terhadap keputusan investasi, variabel usia; jenis kelamin; dan pendidikan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan investasi, pengalaman mempengaruhi faktor perilaku, dan pengalaman tidak berpengaruh signifikan pada keputusan investasi.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Fachrudin K. R. dan Fachrudin K. A. (2016) melakukan penelitian berjudul "*The Influence of Education and Experience Toward Investment Decision with Moderated by Financial Literacy*". Hasil penelitin ini menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan dari pendidikan dan pengalaman terhadap keputusan investasi secara parsial. Selain itu, ditemukan pula adanya peran literasi keuangan dalam memperkuat hubungan antara pendidikan dan pengalaman terhadap keputusan investasi.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian kali ini merupakan penelitian dengan jenis kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang memiliki landasan filsafat positivme yang memberikan hasil yang jelas dan pasti yang bertujuan guna menguji hipotesis yang telah ditentukan [2].

Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi yang dipilih untuk melaksanakan penelitian kali ini adalah Universitas Panca Budi, dengan objek penelitian yaitu Mahasiswa Universitas Panca Budi generasi Z dengan rentang usia 19-25 tahun yang telah memiliki pendapatan pribadi.

Populasi dan Sampel

Populasi terdiri dari sekumpulan kemungkinan objek penelitian atau dapat dikatakan semua objek sebagai pusat dari penelitian [3]. Pada penelitian kali ini menetapkan populasi berupa Mahasiswa Universitas Panca Budi. Sampel didefinisikan oleh [4] sebagai suatu bagian daripopulasi dengan jumlah dan karakteristik yang dimilikinya yang diangkat pada suatu penelitian. Sampel yang digunakan pada penelitian ini merupakan 100 investor pasar modal Universitas Panca Budi yang memiliki *influencer* sosial media panutan.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel penelitian kali ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan rumus *Lemeshow*. [5] menjelaskan bahwa rumus tersebut dapat dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \; x \; P \; x \; Q}{d^2}$$

Keterangan:

N : Jumlah sampel minimal
$Z\alpha$: Nilai standar

P : Maksimal Estimasi
Q : 1-P

d : Alpha atau *sampling error*

Dengan rumus tersebut, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \ x \ P \ x \ Q}{d^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 \ x \ 0{,}5 \ x \ 0{,}5}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{0{,}9604}{0{,}01}$$

n =96

Hasil perhitungan tersebut menjelaskan bahwa peneliti setidaknya membutuhkan 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden.

Data dan Jenis Data

Data pada penelitian kali ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

Teknik Pengumpulan Data

Kuisioner

Kuisioner menurut [6] adalah suatu teknik dalam mengumpulkan data yang berupa beberapa pertanyaan secara tertulis maupun verbal yang dijawab oleh responden.

Teknik Pengumpulan Data

Variabel yang digunakan dalam penelitian kali ini tersusun dari variabel independen, variabel dependen, dan variabel moderasi.

Analisis Data

Analisis data menggunakan statistik deskriptif teori [9] dan statistic inferensial teori [10]. Analisis data pada penelitian kali ini menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan memanfaatkan program pengolahan *Analysis of Moment Structural* (AMOS). Langkah-Langkah Penggunaan SEM-AMOS, [7] menyatakan bahwa penggunaan teknik analisis SEM-AMOS dapat dilakukan dengan mengikuti beberapa langkah berikut:

1. Pengembangan model berbasis teori
2. Hubungan kausalitas melalui diagram alur
3. Konversi diagram alur ke dalam persamaan struktural dan spesifikasi model pengukuran
4. Matrik input dan teknik estimasi model
5. Menilai problem identifikasi
6. Evaluasi model
7. Interpretasi dan modifikasi model

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
18 – 20 tahun	14	14%
21 – 23 tahun	75	75%
≥ 24 tahun	11	11%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	50	50%
Perempuan	50	50%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Investasi

Usia	Frekuensi	Presentase
≤ 10 bulan	29	29%
11 – 20 bulan	32	32%
21 – 30 bulan	28	28%
31 – 40 bulan	9	9%
≥ 41 bulan	2	2%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Variabel *Influencer* Sosial Media

Tabel 4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Tingkat Risiko (X2)

Indikator	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Dalam investasi memungkinkan terjadinya untung dan rugi (X2.1)											
X2.1	4	4%			7	7%	21	21%	68	68%	4
Investor memiliki preferensi investasi yang berbeda-beda sesuai dengan tingkat toleransi risikonya (X2.2)											
X2.2	5	5%	9	9%	43	43%	31	31%	12	12%	3
Tidak semua kondisi investasi menguntungkan investor (X2.3)											
X2.3	4	4%	3	3%	8	8%	38	38%	47	47%	4
Seringkali investor melakukan investasi tanpa pertimbangan (X2.4)											
X2.4	6	6%	28	28%	29	29%	26	26%	11	11%	3

Investor memiliki pengetahuan untuk meminimalisir risiko (X2.5)											
X2.5	2	2%	5	5%	27	27%	35	35%	31	31%	4
Keberanian investor dalam mengambil risiko (X2.6)											
X2.6	3	3%	9	9%	33	33%	27	27%	28	28%	4

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Tabel 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Influencer Sosial Media (X3)

Indikator	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Keahlian *influencer* dalam melakukan investasi (X3.1)											
X3.1	2	2%	2	2%	12	12%	46	46%	38	38%	4
Informasi dari *influencer* merupakan informasi yang terbaik (X3.2)											
X3.2	2	2%	5	5%	22	22%	46	46%	25	25%	4
Kesesuaian cara analisis *influencer* ketika melakukan investasi (X3.3)											
X3.3	2	2%	13	13%	28	28%	44	44%	13	13%	4
Kepercayaan terhadap hasil rekomendasi *influencer* (X3.4)											
X3.4			12	12%	34	34%	40	40%	14	14%	4
Ketertarikan terhadap instrumen investasi yang dibicarakan oleh *influencer* (X3.5)											
X3.5	9	9%	25	25%	19	19%	36	36%	11	11%	3

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Tabel 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Investasi (Y)

Indikator	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Investor melakukan investasi dengan harapan mendapatkan *return* (Y1.1)											
Y1.1	3	3%	2	2%	13	13%	35	35%	47	47%	4
Pengambilan keputusan investasi harus memperhatikan risikonya (Y1.2)											
Y1.2	3	3%	3	3%	25	25%	48	48%	21	21%	4
Keputusan investasi didasarkan pada pertimbangan *return* dan risikonya (Y1.3)											

Y1.3	4	4%	1	1%	8	8%	40	40 %	47	47 %	4
Jangka waktu investasi mempengaruhi keputusan investasi (Y1.4)											
Y1.4	2	2%	4	4%	14	14%	40	40%	40	40%	4
Keputusan investasi berdasarkan presentase dana investasi yang telah ditetapkan (Y1.5)											
Y1.5	4	4%			10	10%	46	46%	40	40%	4

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Uji Asumsi SEM

Uji Normalitas

Tabel 8 Hasil *Assessment of Normality*

Variable	c.r.
X1	-0.645
Y1.5	-1.206
Y1.4	0.224
Y1.3	-0.747
Y1.2	-1.407
Y1.1	-1.061
X3.1	-1.36
X3.2	-0.529
X3.3	-0.559
X3.4	-1.21
X3.5	-1.768
X2.1	2.442
X2.2	-0.322
X2.3	-0.988
X2.4	-1.421
X2.5	-2.063
X2.6	-1.982
Multivariate	1.459

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa, semua indikator yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai c.r univariate dan multivariate yang berada dalam rentang -2,58 ≤ c.r ≥ 2,58. [7] mengatakan bahwa nilai dikatakan berdistribusi normal apabila masih berada dalam rentang -1,96 ≤ c.r ≤ 1,96 atau dapat dilonggarkan menjadi -2,58 ≤ c.r ≤ 2,58. Dengan deminikan, maka dapat dikatakan bahwa semua indikator pada penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi secara normal.

Uji Linearitas

Tabel 9 Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Pengalaman Investai	0,680	Linear
Tingkat Risiko	0,000	Linear
Influencer Sosial Media	0,000	Linear

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan perhitungan uji linearitas yang dijelaskan dalam tabel 4.9, maka dapat diketahui bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi persyaratan reliabilitas. Hal ini disebabkan, suatu model dikatakanlinear apabila model linear signifikan atau seluruh model non signifikan [8].

2. Uji Outlier

Tabel 10 Nilai Mahalonobis d-Squared Terbesar

No.	Mahalanobis d-Squared
32	41,414
63	34,614
11	32,272

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

[7] menyatakan bahwa nilai X^2 (22; 0,001) atau jumlah indikator sebanyak 22 dengan tingkat signifikansi 0,001 sebesar 48,268.

3. Uji Validitas dan Reabilitas

1) Uji Validitas

Validitas konvergen dapat diketahui bahwa nilai C.R setiap indikator 2 kali lebih besar dibandingkan dengan nilai SE-nya. Hal ini dapat dikatakan bahwa setiap indikator pada penelitian ini valid untuk digunakan sebagai alat pengukur model. Sedangkan validitas deskriminan dapat dilihat bahwa model tidak konstrain memiliki nilai sebesar 376,755 dimana nilai ini lebih kecil dari nilai model konstrain yang mempunyai nilai sebesar 413,160. Oleh sebab itu, validitas diskriminan pada model ini dapat tercapai.

2) Uji Reabilitas

Tabel 13 Nilai *Conctruct Reliability*

Variabel	Nilai CR
X2	0,7634
X3	0,8564
Y	0,7969

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

3) Uji Hipotesis

Tabel 14 *Regression Weights*

			Estimate	S.E.	C.R.	P
X1	□	Y	0.043	0.047	0.907	0.364

X2	□	Y	0.203	0.165	1.228	0.219
X3	□	Y	0.01	0.057	0.168	0.867
X1*Z	□	Y	0	0	2.225	0.026
X2*Z	□	Y	0.006	0.002	3.106	0.002
X3*Z	□	Y	0.003	0.001	2.435	0.015

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang telah dilakukan di atas, makadiperoleh kesimpulan pengalaman investasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan invstasi. Hal ini dapat diartikan jika pengalaman investasi tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan investasi. Tingkat risiko mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi. *Influencer* sosial media berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menandakan bahwa *influencer* sosial media tidak berpengaruh secara langsung dalam pengambilan keputusan investasi.

DAFTAR REFERENSI

[1] Nuzula, N. F., & Nurlaily, F. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Investasi*. UB Press.
[2] Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
[3] Suharyadi, & Purwanto. (2009). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (2nd ed.). Salemba Empat.
[4] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. CV. Alfabeta.
[5] Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gadjah Mada University Press.
[6] Muthoharoh, M. (2019). *Analisis Reaksi Pasar Modal Terhadap Pilkada Serentak Periode 27 Juni 2018 pada Indeks Saham Lq-45*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
[7] Waluyo, M. (2016). *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos dalam Aplikasi (SEM)*. Penerbit UPN "Veteran" Jawa Timur.
[8] Supriaddin, N. (2017). *Pengaruh Penanganan Komplain terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen dan Loyalitas Nasabah pada Bank Rakyat Indonesia (Bri) di Sulawesi Tenggara*. Penerbit Gawe Buku.
[9] Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS*. BadanPenerbit Universitas Diponegoro.
[10] Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statistik Inferensial*. Penerbit ANDI.