



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis

1. Teori Minat

Minat merupakan suatu ketertarikan individu terhadap suatu objek tertentu yang membuat individu itu sendiri merasa senang dengan objek tersebut. Minat adalah suatu perangkat yang terdiri dari campuran-campuran perasaan, harapan, pendidikan, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang menggerakkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Minat merupakan dorongan yang kuat untuk seorang individu dalam mencapai suatu keinginan tertentu dan memiliki peranan yang sangat penting terhadap individu tersebut pada perilaku dan sikap yang dimiliki pada suatu objek atau kegiatan (Sutrisno, 2013:34).

Minat yang terdapat dalam diri seseorang kedepannya akan memberikan semangat dalam menjalankan kegiatan tersebut dalam mencapai tujuan. Rasa Minat yang dimilikinya akan mendorong secara jauh seseorang tersebut dalam melaksanakan aktivitas, memiliki pemahaman tentang subjek tersebut, dan juga memunculkan ketrampilan dengan tujuan menimbulkan perhatian atau usaha pencapaian yang diinginkan oleh orang tersebut (Saputra, 2018:67). Sementara itu, Suryabrata (2014:87) berpendapat bahwa minat sebagai kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangi suatu objek. Timbulnya minat terhadap suatu objek ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Jadi dapat dikatakan orang yang berminat terhadap sesuatu maka seseorang tersebut akan merasa senang atau tertarik terhadap objek yang diminati tersebut.

Dari pendapat para ahli tersebut dapat diasumsikan bahwa timbulnya minat seseorang itu disebabkan oleh beberapa faktor penting yaitu rasa tertarik atau rasa senang,



faktor perhatian dan kebutuhan. Kaitannya dengan penelitian minat investor dan calon investor melalui perusahaan tanam duit pada Bursa Efek Jakarta adalah minat terhadap sesuatu tersebut tidak dapat diketahui secara langsung harus digunakan faktor-faktor yang dapat digunakan untuk mengungkap minat seseorang terhadap sesuatu. Dalam faktor ini nantinya akan disusun pertanyaan-pertanyaan yang berguna untuk mengungkap minat seseorang terhadap suatu kegiatan.

2. *Theory of Reasoned Action*

Teori ini dikemukakan oleh Ajzen (1985) yang menyatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh suatu intensi yang merupakan fungsi dari tingkah laku terhadap perilaku norma subjektif. Intensi ini mampu memprediksi perilaku seseorang dengan sangat baik dan merupakan representasi kognitif dari kesiapan seseorang dalam berperilaku. Intensi ini ditentukan oleh tiga hal yakni tingkah laku, norma subjektif, dan pengendalian perilaku.

Theory of Reasoned Action ini dapat diaplikasikan ke dalam perilaku konsumen. Misalnya pada perilaku membeli yang dipengaruhi oleh niat (*intention*), sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan norma subjektif. Teori ini menjelaskan bahwa sikap akan mempengaruhi perilaku melalui suatu proses pengambilan keputusan yang teliti dan beralasan, yang bisa berdampak pada tiga hal yaitu:

- a) perilaku bukan hanya dipengaruhi oleh sikap secara umum tetapi juga dengan sikap yang lebih spesifik terhadap objek
- b) perilaku tidak hanya dipengaruhi oleh sikap tapi juga norma-norma subjektif yaitu keyakinan mengenai apa yang orang lain inginkan agar melakukan sesuatu
- c) sikap terhadap perilaku bersama dengan membentuk niat untuk berperilaku

Penelitian yang dilakukan oleh Phan dan Zhou (2014:8) menunjukkan bahwa norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap investor dalam



berinvestasi. Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan norma subjektif. Sementara itu Philmore dan Broome (2010:10) mengungkapkan bahwa norma subjektif adalah prediktor yang paling penting untuk memprediksi intensi investor dalam berinvestasi saham. Mereka menemukan bahwa investor yang potensial akan melihat bagaimana pandangan orang terdekatnya sebagai alat untuk menentukan keputusan bagaimanapun resikonya.

Hasil penelitian lain Adhikara dan Septiyano (2011:34) menunjukkan bahwa investor bersandarkan pada keuntungan jangka panjang. Faktor ini berpijak pada karakteristik dari sekuritas yang merupakan instrumen berisiko dengan pasar yang berisiko. Faktor penentu berikutnya adalah keuntungan cepat dalam jangka pendek, mengikuti saran orang atau teman, serta memiliki kewenangan dalam kepemilikan. Hal ini menunjukkan urutan yang tidak utama pada pertimbangan investasi saham. Selain faktor perilaku, faktor lain yang dapat mempengaruhi investor dalam memilih saham berupa informasi fundamental perusahaan maupun berita-berita terkait saham yang diinginkan. Informasi fundamental perusahaan dapat berupa informasi keuangan ataupun faktor mikro dan makro yang dapat digunakan untuk menentukan risiko sistematis maupun risiko yang tidak sistematis saham.

Adapun peran informasi ini adalah untuk merubah atau merevisi keyakinan sehingga perilaku pengambilan keputusan berubah ketika informasi baru tiba. Informasi bisa didapatkan dari manapun baik dari perusahaan langsung, media sosial ataupun website-website. Hal ini dapat menjelaskan apabila seseorang yang memiliki minat investasi maka dia cenderung akan melakukan tindakan-tindakan untuk dapat mencapai keinginannya yaitu melakukan investasi.

Kecenderungan kecenderungan tersebut antara lain adanya motivasi diri dalam seseorang, usaha untuk mempelajari lebih tentang motivasi, dan kecenderungan



memanfaatkan teknologi yang bisa mendukung dirinya dalam melakukan investasi. Dari uraian tersebut muncul variabel-variabel yang memiliki kemungkinan mempengaruhi minat investasi yaitu pengetahuan investasi, dan teknologi pada Kualitas informasi sosial media instagram .

Triwijayati dan Koesworo (2006:56) mengungkapkan mengenai teori sikap yaitu *Theory of Reasoned Action* menjelaskan bahwa adanya keinginan untuk bertindak karena adanya keinginan yang spesifik untuk berperilaku. Maka hal ini menunjukkan bahwa niat berperilaku dapat menunjukkan perilaku yang akan dilakukan oleh seseorang. Hal tersebut menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki minat berinvestasi maka kemungkinan besar seseorang akan melakukan tindakan yang dapat mencapai keinginan mereka untuk berinvestasi, seperti mengikuti pelatihan dan seminar tentang investasi, menerima dengan baik penawaran investasi, yang kemudian akhirnya melakukan investasi.

3. Minat Investasi

a. Definisi Minat Investasi

Minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respon terarahkan kepada suatu objek tertentu yang menyenangkan dan kepuasan kepadanya. Definisi ini menjelaskan bahwa minat berfungsi sebagai penggerak yang mengarahkan seseorang yang melakukan kegiatan tertentu. Minat pada hakikatnya merupakan sebab dan akibat dari pengalaman. Minat berkembang sebagai hasil daripada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama.

Kusmawati (2011:6) menyatakan bahwa minat berinvestasi merupakan keinginan untuk mencari tahu tentang jenis satu investasi dimulai dari keuntungan, kelemahan, kinerja investasi dan sebagainya. Ciri lain yang dapat dilihat adalah seseorang akan berusaha meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi tersebut atau mereka langsung mencoba berinvestasi pada jenis investasi



tersebut, bahkan menambah ukuran porsi investasi yang sudah ada. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat, diantaranya :

1) *The factor inner urge*

Rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan minat

2) *The factor of social motive*

Minat seseorang terhadap objek atau sesuatu hal. Selain the factor inner urge, minat juga dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia dan oleh motif social.

3) *Emotional factors*

Faktor emosi dan perasaan ini mempunyai pengaruh terhadap objek, misalnya perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatu kegiatan tertentu dapat pula membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya kegagalan yang dialami akan menyebabkan minat seseorang berkembang.

Menurut Salim dalam Kusmawati (2011:104) minat adalah sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah, keinginan. Perluasan dari definisi minat meliputi :

1) Minat sebagai perantara faktor-faktor rasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku

2) Minat menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba

3) Minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang

Uraian diatas menunjukkan bahwa niat berperilaku dapat menunjukkan perilaku yang akan dilakukan oleh seseorang. Hal ini juga berarti bahwa seseorang yang memiliki minat melakukan investasi maka kemungkinan besar dia akan melakukan tindakan-tindakan yang dapat mencapai keinginan mereka untuk melakukan investasi,



seperti mengikuti seminar investasi, pelatihan investasi, maupun mencari sebanyak-banyaknya informasi tentang investasi melalui internet maupun grup chat yang dimilikinya. Berdasarkan dari penjelasan tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa minat investasi adalah ketertarikan seseorang untuk mencari tahu, meluangkan waktu dalam mempelajari investasi sampai pada mempertimbangkan dan memutuskan untuk berinvestasi.

b. Indikator Minat Investasi

Menurut Kusmawati (2011:104) berikut adalah indikator minat investasi yaitu :

- 1) Keinginan mencari tahu tentang suatu investasi dimana hal yang dimaksudkan adalah menyukai dan memiliki rasa antusias untuk membaca dan mencari informasi mengenai investasi atau mengikuti perkuliahan yang berkaitan tentang investasi.
- 2) Meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi dengan mengikuti pelatihan dan sosialisasi mengenai investasi. Dalam hal ini berarti seseorang tersebut memiliki semangat yang tinggi pada kegiatan yang berkaitan dengan investasi.
- 3) Mencoba berinvestasi artinya bagi yang sudah memiliki keinginan untuk berinvestasi.

4. Informasi *sosial media* Instagram

a. Definisi Informasi *sosial media*

Menurut Roberts dan Zahay (2013:77) informasi *sosial media* adalah informasi dari adanya konten dalam penggunaan saluran media sosial yang dipilih untuk memahami pelanggan serta melibatkan pelanggan dalam komunikasi dan kolaborasi melalui cara yang mengarah pada pencapaian pemasaran utama dan tujuan bisnis. Kualitas informasi dalam suatu postingan di media sosial Instagram akan menjadi daya tarik serta dapat memberikan kesan yang baik terhadap perusahaan tersebut. Dalam hal ini, kualitas informasi merupakan salah satu tolak ukur mengenai seberapa baik informasi tersebut



dapat disajikan dengan lengkap. Kualitas informasi merupakan suatu ukuran tentang seberapa jelas informasi dan pengetahuan tersebut dimuat atau disampaikan kepada khalayak atau masyarakat.

Pada awalnya, *social information processing* menganggap bahwa komunikator berkomunikasi dengan motivasi untuk faktor faktor yang meningkatkan dorongan motivasi untuk membangun hubungan online hanyalah sebagai kebutuhan pribadi. Namun seiring perkembangan waktu, akhirnya terdapat faktor faktor yang meningkatkan motivasi dalam membangun hubungan online, yaitu antisipasi interaksi di masa depan dan skeptisme (Littlejohn & Foss, 2011).

Seiring perkembangan waktu, akhirnya terdapat faktor-faktor yang meningkatkan motivasi dalam membangun hubungan online, yaitu :

- 1) Antisipasi interaksi di masa depan, komunikator menginginkan untuk adanya komunikasi yang terus berlanjut hingga ke masa depan dengan bertukar pesan dengan lebih banyak untuk membangun hubungan
- 2) Skeptisme yaitu komunikator menggunakan computer mediated communication dengan tujuan membangun persahabatan. Komunikator dengan tingkat skeptis yang tinggi cenderung memiliki sahabat yang lebih sedikit dibanding skeptis rendah (Littlejohn & Foss, 2011:78).

Informasi merupakan hasil dari proses intelektual seseorang yang memproses stimulus yang diterima oleh pancaindera dan diteruskan ke otak hingga diproses dengan pengetahuan, pengalaman, selera, dan keyakinan yang dimiliki seseorang sehingga berujung menjadi sebuah informasi. Informasi yang terekam di otak seseorang maka akan berubah menjadi sebuah pesan. Pendapat lain menyebutkan bahwa membagi informasi yang berkualitas ke dalam 3 aspek, yaitu:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- 1) *accuracy* (kecermatan) yaitu informasi yang disampaikan harus akurat dan bebas dari kesalahan-kesalahan. Informasi harus akurat karena penyampaian informasi ke penerima memungkinkan banyak terjadinya gangguan atau noise yang dapat merubah isi dari informasi.
- 2) *timeliness* (tepat waktu) yaitu informasi harus disampaikan pada saat yang diperlukan sehingga dapat menjadi informasi yang tepat waktu.
- 3) *relevancy* (relevansi) yaitu sebuah informasi harus ada relevansi yang berhubungan dengan kepentingan pengambilan keputusan yang telah direncanakan”.
(Wiryanto, 2014).

b. Indikator informasi sosial media

Menurut Mc Leod (2010) mengatakan suatu informasi yang berkualitas harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Akurat: berarti harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan. Akurat juga berarti bahwa informasi harus jelas mencerminkan maksudnya.
- 2) Tepat waktu: berarti informasi tersebut datang pada penerimanya tidak boleh terlambat. Informasi yang sudah usang tidak akan mempunyai nilai lagi, karena informasi merupakan landasan di dalam pengambilan keputusan.
- 3) Relevan: informasi tersebut mempunyai manfaat untuk penggunanya.
- 4) Lengkap: artinya informasi harus diberikan secara lengkap. (Darmawan dan Fauzi, 2013: 2).

Jadi, informasi yang berkualitas berpusat pada bagaimana penilaian pengguna informasi terhadap manfaat atau tingkat kepentingan dari informasi tersebut. Mulai dari informasi yang harus akurat, tepat waktu dalam penyampaiannya, relevan untuk khalayak yang membacanya dan lengkap. Dalam menyampaikan akun instagram @tanamduit.id



memberikan informasi yang cukup berkualitas adalah hal yang dibutuhkan oleh masyarakat, dengan menyampaikan hal yang berkaitan dengan informasi investasi.

5. Pengetahuan Investasi

a. Definisi Pengetahuan Investasi

Pengetahuan menurut aliran Idealisme merupakan proses-proses mental ataupun proses-proses psikologis yang sifatnya subjektif. Pengetahuan tidak menggambarkan kebenaran yang sesungguhnya atau pengetahuan tidak memberikan gambaran yang tepat tentang hakikat sesuatu yang berada diluar pikiran manusia.

Pengetahuan merupakan proses mengingat suatu materi maupun pengalaman yang sudah pernah dipelajari yang kemudian dijadikan dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Adapun pengetahuan sangat diperlukan dalam setiap minat berinvestasi. Pemahaman dasar mengenai investasi sangat dibutuhkan sebelum melakukan transaksi investasi, seperti mengetahui risiko-risiko investasi, keuntungan dalam melakukan investasi, proses investasi, pihak-pihak yang terlibat dalam investasi sampai dengan memilih perusahaan yang tepat untuk berinvestasi.

Tujuan seseorang melakukan investasi adalah untuk menghasilkan sejumlah uang dan meningkatkan kesejahteraan investor. Kesejahteraan tersebut diukur dalam hal kesejahteraan moneter yang bisa diukur dengan jumlah pendapatan saat ini ditambah pendapatan di masa yang akan datang. Selain itu beberapa alasan seseorang menjadi investor adalah :

1) Untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak di masa yang akan datang

Seseorang yang bijaksana akan berpikir bagaimana meningkatkan taraf hidupnya dari waktu ke waktu atau setidaknya berusaha bagaimana mempertahankan tingkat pendapatannya sekarang agar tidak berkurang di masa yang akan datang.

2) Mengurangi tekanan inflasi



Dengan melakukan investasi dalam pemikiran perusahaan atau objek lain, seseorang dapat menghindarkan diri dari risiko penurunan nilai kekayaan atau hak miliknya akibat adanya pengaruh inflasi.

3) Dorongan untuk menghemat pajak

Beberapa negara di dunia banyak melakukan kebijakan yang bersifat mendorong tumbuhnya investasi di masyarakat melalui pemberian fasilitas perpajakan kepada masyarakat yang melakukan investasi pada bidang usaha tertentu.

Dalam melakukan investasi, seseorang harus mengetahui tentang risiko dan tingkat keuntungan yang diharapkan saat berinvestasi. Umumnya semakin besar risiko maka semakin besar pula tingkat return yang diharapkan. Risiko bisa diartikan sebagai kemungkinan return aktual yang berbeda dengan return yang diharapkan. Ada beberapa sumber risiko yang bisa mempengaruhi besarnya risiko suatu investasi, antara lain :

1) Risiko suku bunga

Perubahan suku bunga akan mempengaruhi harga saham secara terbalik atau ceteris paribus, artinya jika suku bunga meningkat maka harga saham akan turun dan sebaliknya jika suku bunga turun maka harga saham akan naik.

2) Risiko pasar

Fluktuasi pasar secara keseluruhan akan mempengaruhi variabilitas return suatu investasi disebut juga dengan risiko pasar. Fluktuasi pasar biasanya ditunjukkan oleh berubahnya indeks pasar saham secara keseluruhan

3) Risiko inflasi

Inflasi yang meningkat akan mengurangi daya beli rupiah yang telah diinvestasikan. Jika inflasi mengalami peningkatan, investor biasanya menuntut tambahan premium inflasi untuk mengkompensasi penurunan daya beli yang dialaminya.

4) Risiko bisnis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Risiko dalam menjalankan bisnis dalam suatu jenis industri disebut sebagai risiko bisnis. Misalnya perusahaan pakaian jadi yang bergerak pada industri tekstil, akan sangat dipengaruhi oleh karakteristik industri tekstil itu sendiri.

5) Risiko finansial

Risiko ini berkaitan dengan keputusan perusahaan untuk menggunakan utang dalam pembiayaan modalnya. Semakin besar proporsi utang yang digunakan perusahaan, semakin besar risiko finansial yang akan dihadapi.

6) Risiko likuiditas

Risiko ini berkaitan dengan kecepatan suatu sekuritas yang diterbitkan perusahaan bisa diperdagangkan di pasar sekunder. Semakin cepat suatu sekuritas diperdagangkan, akan semakin likuid sekuritas tersebut, demikian sebaliknya. Semakin tidak likuid suatu sekuritas semakin besar pula risiko likuiditas yang dihadapi.

7) Risiko nilai tukar mata uang

Risiko ini berkaitan dengan fluktuasi nilai tukar mata uang domestik dengan nilai mata uang negara lain.

8) Risiko negara

Risiko ini disebut juga risiko politik, karena sangat berkaitan dengan kondisi perpolitikan suatu negara. Bagi perusahaan yang beroperasi di luar negeri, stabilitas politik dan ekonomi negara bersangkutan sangat penting diperhatikan untuk menghindari risiko negara yang terlalu tinggi

Selain mempertimbangkan risiko-risiko yang akan dihadapi seseorang yang akan melakukan investasi juga mempertimbangkan tingkat keuntungan yang diharapkan. Alasan seseorang melakukan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan. Return yang diharapkan investor dari investasi yang dilakukannya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



merupakan kompensasi atas biaya kesempatan dan risiko penurunan daya beli akibat adanya pengaruh inflasi. Dalam konteks manajemen investasi perlu adanya perbedaan antara return yang diharapkan dan return yang terjadi. Return yang diharapkan merupakan tingkat return yang diantisipasi investor di masa yang akan datang. Sedangkan return yang terjadi atau return aktual merupakan tingkat return yang telah diperoleh investor pada masa lalu. Ketika investor melakukan investasi, dia akan mensyaratkan tingkat return tertentu dan jika periode investasi telah berlalu, investor tersebut akan dihadapkan pada tingkat return yang sesungguhnya diterima.

b. Indikator Pengetahuan Investasi

Indikator pengetahuan investasi, diantaranya sebagai berikut:

1) Mengetahui tujuan investasi

Seseorang terlebih dulu harus mengetahui tujuan atau alasan dia melakukan investasi saham apakah hanya sebatas untuk mendapatkan keuntungan semata atau ada alasan lain yang ingin dicapai selama melakukan investasi saham.

2) Mengetahui risiko investasi

Seseorang harus mengetahui apa saja risiko yang akan ditimbulkan dari kegiatan investasi. Kemudian menilai kemampuan dirinya dalam menghadapi dan meminimalisir risiko yang akan terjadi dalam melakukan investasi.

3) Mengetahui tingkat keuntungan yang diharapkan

Seseorang harus mengetahui berapa tingkat keuntungan yang ia harapkan dari adanya kegiatan investasi saham yang ia lakukan. Biasanya tingkat keuntungan yang didapatkan sebanding dengan tingkat penanaman saham yang dilakukan oleh para investor

4) Mengetahui tentang pasar modal dan pengetahuan umum lainnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Seseorang yang akan melakukan investasi harus mengetahui tentang pasar modal, baik pihak-pihak yang terlibat di dalamnya, bunga yang akan diterima, biaya transaksi dan lain-lain yang berhubungan dengan kegiatan investasi di pasar modal.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penilaian yang sudah pernah dilakukan dengan beberapa hal memiliki kesamaan baik variabel, indikator maupun metode penelitian. Adapun beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Aliyah Zahrah Fadhilah Ladamay, Trisiladi Supriyanto, Siwi Nugraheni (2021) dengan judul “Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas terhadap minat berinvestasi sukuk generasi Z di Jakarta. Deskriptif kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, dengan populasi yang digunakan adalah generasi Z di Jakarta yang berumur 17-26 tahun menggunakan teknik sampling non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan skala likert empat poin. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah media sosial, risiko, dan religiusitas berpengaruh signifikan secara parsial, sedangkan literasi keuangan dan imbal hasil tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berinvestasi sukuk generasi Z di Jakarta, dan secara simultan seluruh variabel memiliki pengaruh yang signifikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Berdasarkan hasil tersebut, diharapkan regulator dapat memanfaatkan faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi sukuk generasi Z di Jakarta.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel bebas yang digunakan jika sebelumnya menggunakan media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas sedangkan penelitian ini hanya menggunakan pengetahuan dan Kualitas informasi sosial media instagram terhadap investasi. Adapun persamaannya adalah sama-sama menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda melalui survey atau kuisisioner.

2. Penelitian oleh Evania Herindar, Alya Shabrina Zata Amani Dan Ricka Krisnawati (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas informasi sosial media instagram Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah”

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Kualitas informasi sosial media instagram terhadap minat investasi di pasar modal syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan mengambil 152 responden sebagai sample penelitian yang ditarik berdasarkan purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel online communities, interaction, sharing of content, accessibility, dan credibility secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi di pasar modal syariah dengan nilai f hitung $>$ f tabel yaitu, $(17,271 > 2,276)$ dan nilai sig $(0,000 < \alpha 0,05)$.

Adapun persamaannya adalah sama-sama menggunakan tekni analisis data regresi linier berganda melalui survey atau kuisisioner. Sedangkan perbedaannya penelitian sebelumnya tidak menggunakan variabel pengetahuan sedangkan penelitian ini menggunakan variabel independen pengetahuan.



3. Penelitian oleh Findri Firdhausa dan Rani Apriani (2021) dengan judul “Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal”

Teknologi merupakan suatu simbol kemajuan dari perkembangan zaman. Generasi milenial dianggap melek akan teknologi pada saat ini yang telah memberikan fasilitas kepada penanam modal untuk dapat dengan bebas menentukan cara berinvestasi. Berita perihal macam langkah berinvestasi tersedia begitu melimpah terutama dengan adanya platform media sosial. Metode penulisan kualitatif dengan teknik penulisan berupa naratif review yang bersumber dari studi kepustakaan yang terdiri dari undang-undang atau peraturan, jurnal ilmiah, koran elektronik, majalah hukum, dan lain sebagainya. Minat generasi milenial dalam berinvestasi terus bertambah beberapa waktu terakhir, tergambar dari jumlah investor yang terus bertambah dari waktu ke waktu. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah investor di pasar modal mengalami kenaikan sebesar 16,24% dalam kurun waktu dua bulan menjadi 4,51 juta investor pada akhir bulan Februari 2021 dari yang sebelumnya hanya berjumlah 3,88 juta investor tercatat pada akhir Desember 2020.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak di metode penelitian dimana sebelumnya menggunakan metode penelitian kualitatif dan teknik penulisan naratif review sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survey. Adapun persamaannya sama-sama mengkaji mengenai minat investasi.

4. Penelitian oleh Desyana Twinda Pratiwi (2020) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi Dan sosial media Influencer Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan investasi, modal awal investasi dan sosial media influencer terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi di Yogyakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik convenience sampling. Pengumpulan data responden menggunakan kuesioner dengan total dua puluh pertanyaan dan 124 orang partisipan. Setiap pertanyaan diukur dengan empat skala likert. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal, modal awal investasi tidak berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal dan sosial media influencer berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

5. Penelitian oleh Siti Nurhanifah Nasution (2021) dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram IDX Riau Terhadap Minat Investor Berinvestasi Di Galeri Investasi Syariah-Bei Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Suska Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”

Adapun tujuan yang mendasari dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh media sosial instagram IDX Riau terhadap minat berinvestasi investor Galeri Investasi Syariah-BEI Fakultas Syariah dan Hukum. Hasil penelitian uji regresi linier sederhana didapatkan $Y = 0,855 + 0,544 X$. Hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan sebesar 4,255 lebih besar dari t tabel 1,98609 ($93-2 = 91$) pada label signifikannya 5% ($4,255 > 1,98609$), artinya bahwa ada pengaruh yang sangat signifikan antara variabel pengetahuan terhadap variabel minat.

Dalam perspektif Ekonomi Islam, Investasi merupakan pengorbanan sumber daya pada masa sekarang untuk mendapatkan hasil yang pasti, dengan harapan memperoleh hasil yang lebih besar di masa yang akan datang, baik langsung maupun

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

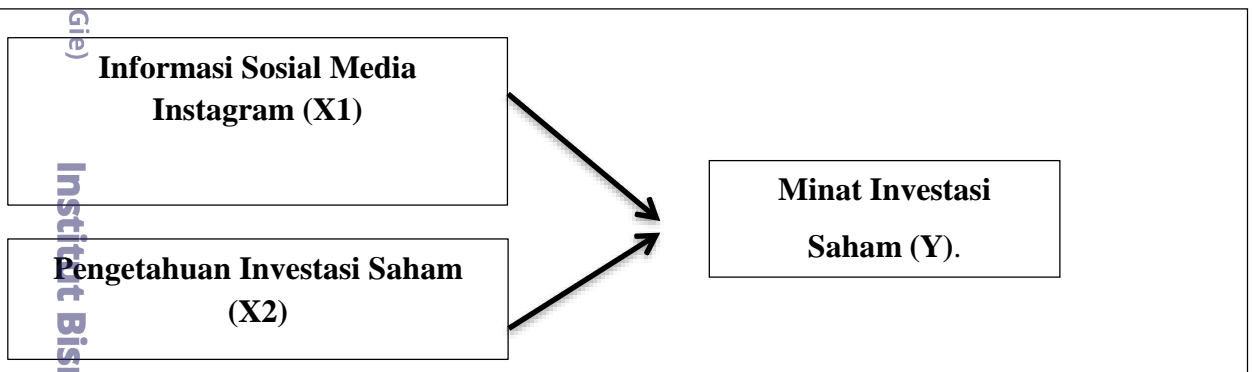
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

tidak langsung, Selain itu semua bentuk investasi dilakukan dalam rangka ibadah kepada Allah untuk mencapai kebahagiaan lahir batin didunia dan akhirat baik bagi generasi sekarang maupun generasi yang akan datang.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian selanjutnya adalah variabel bebas yang digunakan hanya fokus pada instagram sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah sosial media secara menyeluruh. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama mengkaji mengenai minat berinvestasi serta metode penelitian sama-sama kuantitatif.

C. Kerangka Pemikiran

Minat investasi seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor dan beberapa diantaranya adalah pengetahuan serta pengaruh Kualitas informasi sosial media instagram dimana di era digitalisasi saat ini minat investasi muncul karena pengaruh media sosial. Berdasarkan teori pendukung di atas, maka kerangka konseptual pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

1. Pengaruh Kualitas informasi sosial media instagram terhadap Minat Investasi

Salah satu bentuk media sosial yang digunakan untuk menyebarkan informasi investasi adalah instagram. Peranan instagram cukup besar untuk informasi investasi itu sendiri. Adapun instagram merupakan sebuah platform efektif untuk selalu bisa





menyebarkan informasi investasi. Testimoni serta kesuksesan para investor muda yang menjadi daya tarik tinggi dalam intagram sebagai bentuk atau bukti bahwa ainstagram menjadi cukup efektif dalam menyebarkan informasi. Adapun hal ini tentu dapat mempengaruhi pengguna lainnya dan akhirnya bisa menimbulkan respon bagi para pengguna instagram lain. Ditambah lagi dengan banyaknya orang yang ingin menjadi follower di akun @tanamduit.id.

Ketertarikan yang muncul dalam diri seseorang inilah kemudian membentuk perilaku seseorang yang memiliki kecenderungan untuk memutuskan sesuatu. Adapun dalam hal ketertarikan yang dimiliki maka muncul sebuah minat yang merupakan suatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memiliki atau menggunakannya (Kotler, 2012:205).

Pada umumnya media sosial memiliki sifat komunikatif, hal ini strategi yang tepat adalah dimana para pengguna layanan ini dapat memberikan informasi sedetail mungkin terhadap para pengaksesnya. Selain itu fast respons juga menjadi salah satu keunggulan yang kerap digunakan dalam promosi dengan media sosial. Sesuai dengan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa promosi melalui sosial media instagram dapat sangat mempengaruhi dalam segi promosi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, dimana akun sosial media di era sekarang ini sangat efektif dalam mempromosikan segala produk yang ingin dipromosikan. Dengan menggunakan promosi melalui sosial media instagram kita dapat dengan mudah menarik pengguna jasa itu untuk memakai jasa atau barang yang kita tawarkan.

Eadi, informasi yang berkualitas berpusat pada bagaimana penilaian pengguna informasi terhadap manfaat atau tingkat kepentingan dari informasi tersebut. Mulai dari informasi yang harus akurat, tepat waktu dalam penyampaiannya, relevan untuk khalayak



yang membacanya dan lengkap. Akun Instagram menyampaikan informasi yang cukup berkualitas yang dibutuhkan oleh masyarakat, dengan menyampaikan hal yang berkaitan dengan informasi pekerjaan. Penelitian sebelumnya oleh Siti Nurhanifah Nasution (2021) menjelaskan bahwa Media Sosial Instagram IDX Riau berpengaruh Terhadap Minat Investor Berinvestasi Di Galeri Investasi. Penelitian lain oleh Kartika dan Yuningsih (2021) dan penelitian oleh Agustine dan Prasetyawati (2020) menyatakan bahwa media sosial instagram memberikan kualitas informasi yang berpengaruh pada citra dari media tersebut. Maka dari itulah hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ = Variabel informasi sosial media instagram berpengaruh signifikan terhadap minat investasi saham investor dan calon investor melalui perusahaan Tanam Duit pada bursa efek jakarta.

2. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Investasi

Minat investasi saham di pasar modal dipengaruhi oleh beberapa faktor anatara lain pengetahuan investasi. Pengetahuan investasi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi di pasar modal, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan seseorang akan investasi di pasar modal maka minat untuk berinvestasi saham di pasar modal akan semakin tinggi (merawati dan Putra, 2015).

Pengetahuan investasi adalah pemahaman yang harus dimiliki seseorang mengenai berbagai aspek investasi dimulai dari pengetahuan dasar penelitian investasi, tingkat risikonya dan tingkat pengembalian investasi (Mahakama, 2019). Pengetahuan investasi akan menyebabkan suatu perubahan minat yang nantinya akan mempengaruhi tingkah laku sebagai hasil dari pengalaman individu kemudian akan menumbuhkan minat bagi individu tersebut. Semakin banyak pengalaman dan pengetahuan seseorang tentang investasi yang diketahui, maka pemahaman tentang jenis investasi, return dan resiko pun semakin dalam, sehingga minat seseorang akan tumbuh seiring dengan banyaknya pengetahuan dan



informasi yang diterima untuk kegiatan investasi. Hasil penelitian Japar (2019) dan Finanto (2019) menunjukkan adanya pengaruh pengetahuan terhadap minat investasi pada untuk melakukan kegiatan investasi dipasar modal. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂ = Variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi saham investor dan calon investor melalui perusahaan Tanam Duit pada bursa efek Jakarta.

3. Pengaruh Kualitas informasi sosial media instagram dan Pengetahuan terhadap Minat Investasi

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Minat merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinneer dan Taylor (2012) bahwa minat merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan diambil karena sebuah ketertarikan.

Minat sendiri digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Dalam hal ini produk investasi merupakan daya tarik yang bisa memunculkan keinginan seseorang tentu yang dipengaruhi beragam faktor seperti sosial media instagram dan pengetahuan.

Media sosial merupakan media promosi yang lebih kompleks dan dapat terjadi komunikasi interaktif yang melibatkan antara seseorang dengan produk-produk investasi dan dengan sendirinya dapat meningkatkan awareness pada seseorang. Sementara itu ketika ketertarikan muncul maka keingintahuan seseorang pada suatu produk juga akan terus meningkat. Maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:



H₃ = Variabel informasi *sosial media* instagram dan Pengetahuan berpengaruh

© signifikan terhadap minat investasi saham investor dan calon investor melalui perusahaan Tanam Duit pada bursa efek jakarta.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.