

Persepsi Risiko dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Dimoderasi dengan Media Sosial

Khovifa Nur Kumala^a, Lintang Venusita^b

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya^{a,b}
Unesa Kampus Ketintang, Jl. Ketintang No. 2A, Kota Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

ABSTRAK

Tujuan adanya riset ini ialah mengkaji pengaruh dari persepsi risiko serta lingkungan sosial pada minat berinvestasi dimoderasi dengan media sosial. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mengambil data melalui penyebaran kuesioner. Kemudian, data tersebut dianalisa menggunakan *SmartPLS* 3.2.9. Hasil riset membuktikan bahwa persepsi risiko, lingkungan sosial, dan media sosial bernilai positif serta signifikan memengaruhi minat investasi mahasiswa. Media sosial tidak dapat menjadi variabel moderasi diantara hubungan persepsi risiko dengan minat investasi mahasiswa. Namun, media sosial dapat memoderasi hubungan lingkungan sosial dengan minat investasi mahasiswa yang memiliki pengaruh negatif dan signifikan.

Kata Kunci: Lingkungan Sosial; Media Sosial; Minat Investasi; Persepsi Risiko

Perception of Risk and Social Environment on Investment Interest in the Capital Market Moderated by Social Media

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the effect of risk perception and the social environment on investment intentions moderated by social media. This research used purposive sampling technique to take the data by distributing questionnaires. Then, the data was analyzed using SmartPLS 3.2.9. The results proved that perceptions of risk, social environment, and social media had positive and significant impact on students' interest in investing. Social media cannot be a moderating variable between the relationship between risk and student investment interest. However, social media can moderate social environment relations with student investment interest which has a negative and significant influence.

Keywords: Investment Interest; Risk Perception; Social Environment; Social Media

PENDAHULUAN

Salah satu keinginan serta tujuan banyak orang adalah hidup secara mandiri dan memiliki finansial yang kuat. Banyak cara yang bisa dilakukan seseorang untuk mencapai hal tersebut, salah satunya melalui investasi. Dengan berinvestasi, seseorang dapat merencanakan kekuatan finansialnya untuk menjamin keuangan di usia pensiun. Investasi juga dapat menjadi dana darurat untuk menghadapi kemungkinan timbulnya krisis keuangan di masa depan. Contohnya ialah ketika pandemi covid-19 menyebar di seluruh dunia. Adanya covid-19 menimbulkan berbagai dampak buruk terhadap semua aspek, mulai dari pendidikan, ekonomi, pariwisata, dan lainnya. Putra et al., (2022) dalam studinya memaparkan perekonomian Indonesia secara signifikan terdampak negatif oleh adanya covid-19. Keadaan ini akhirnya mengharuskan setiap keluarga menyiapkan finansial yang stabil sehingga tetap dapat mencukupi kebutuhan hariannya meskipun penghasilannya menurun akibat pandemi yang sedang berlangsung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perencanaan keuangan penting untuk dilaksanakan. Investasi berperan sebagai salah satu bentuk usaha agar terwujud perencanaan keuangan yang baik.

Kegiatan transaksi investasi sudah menjadi hal yang umum di Indonesia. Pasar modal yang menjadi wadah untuk melakukan transaksi tersebut memungkinkan seorang individu untuk menghasilkan uang dan memperoleh pengembalian dari dana yang diinvestasikan. Data dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia mengungkapkan bahwasannya jumlah investor pada Juni 2022 di pasar modal Indonesia berjumlah 9.112.677 SID, meningkat 1.623.340 SID dari tahun sebelumnya yang berjumlah 7.489.337 SID (Ksei, 2022). Meskipun jumlah investor mengalami peningkatan jika melihat data dari Dukcapil Kemendagri, (2022) angka masyarakat Indonesia pada tanggal 30 Juni 2022 mencapai 275.361.267 jiwa dan jika dibandingkan maka persentasenya hanya sebesar 3,3%. Dari

jumlah tersebut terlihat bahwasannya tingkat dari minat investasi masyarakat Indonesia tergolong masih rendah.

Investor pasar modal bukan hanya berasal dari kalangan pengusaha dan masyarakat saja, akan tetapi pelajar juga dapat menjadi investor pasar modal, termasuk mahasiswa. Maka perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh pada peningkatan minat investasi mahasiswa di bursa efek. Minat investasi mahasiswa dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti persepsi risiko dan lingkungan sosial. Kegiatan investasi yang dilakukan seseorang tidak dapat terlepas dari ketidakpastian atau biasa disebut sebagai risiko. Risiko memungkinkan pengembalian investasi berbeda dari yang diharapkan (Bhattacharjee et al., 2021). Dengan menghitung serta memperkirakan risiko secara tepat, seseorang dapat memperkecil atau menghindari kerugian investasi. Lestari et al., (2022) memaparkan bahwa minat investasi mahasiswa dapat dipengaruhi oleh persepsi risiko.

Crow dan Crow dalam Syaifullah et al., (2019) memaparkan salah satu faktor pendorong timbulnya ketertarikan dalam melakukan kegiatan tertentu adalah faktor dorongan yang bersifat sosial. Lingkungan sosial secara langsung maupun tidak dapat memengaruhi pola pikir seseorang namun sering kali tidak disadari oleh setiap orang (Pakaya et al., 2021). Studi yang dilakukan Sondari & Sudarsono, (2015) memaparkan bahwa norma subjektif dapat memengaruhi niat untuk berinvestasi. Artinya niat untuk berinvestasi akan semakin tinggi jika kekuatan pengaruh sosialnya juga semakin tinggi.

Tidak diragukan bahwa informasi dan pengetahuan menjadi poin penting dalam memengaruhi pemikiran seseorang. Di era perkembangan teknologi yang semakin maju, media sosial menjadi sarana dalam menyebarkan informasi dan komunikasi ke berbagai penjuru dunia. Perkembangan teknologi ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi. Saat ini banyak sosialisasi terkait investasi di pasar modal yang memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan informasi. Dari penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk menambahkan media sosial sebagai variabel moderasi. Tujuan dari riset ini ialah menguji pengaruh persepsi risiko serta lingkungan sosial terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal dengan moderasi variabel media sosial. Diharapkan hasil riset ini dapat dipergunakan sebagai bahan evaluasi serta referensi bagi Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk meningkatkan angka penanam modal di Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior

Ajzen mengembangkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari pendalaman teori sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action* (TRA). Menurut teori ini, untuk memprediksi perilaku seorang individu dapat dilihat melalui minat. *Theory of Planned Behavior* menjabarkan bahwa minat individu dipengaruhi oleh tiga faktor antara lain *attitude toward the behavior* yaitu penilaian atau evaluasi individu baik menguntungkan/ tidak menguntungkan dari suatu perilaku, *subjective norm* ialah tekanan sosial yang memengaruhi individu untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan suatu perilaku, dan *perceived behavioral control* adalah pemahaman individu tentang kemudahan/ kesulitan untuk mewujudkan perilaku yang diminati (Ajzen, 1991).

Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal

Setiap peluang dalam investasi selalu disertai dengan berbagai risiko serta keuntungan. Ardiana et al., (2020) berpendapat semakin berani seseorang mengambil risiko maka peluang untuk mendapatkan keuntungan juga akan semakin tinggi. Bhattacharjee et al., (2021) menjelaskan bahwa dalam psikologi, perubahan tingkat pengetahuan individu dapat menghasilkan penyesuaian persepsi risiko mereka terhadap aktivitas risiko tertentu. Sari, (2021) dalam risetnya memaparkan persepsi risiko memiliki nilai negatif namun signifikan pada minat investasi. Hal ini berarti apabila persepsi risiko seseorang mengenai investasi semakin rendah, maka ketertarikan untuk berinvestasi akan semakin meningkat. Ardiana et al., (2020) dalam risetnya memaparkan bahwasannya persepsi risiko secara positif berpengaruh pada minat investasi. Apabila ingin meningkatkan ketertarikan terhadap investasi maka seorang individu harus meningkatkan persepsinya pula mengenai risiko keuangan

terlebih dahulu (Vuk et al., 2017). Tandio & Widanaputra, (2016) memaparkan pernyataan yang berbeda bahwasannya persepsi risiko tidak dapat memengaruhi variabel minat investasi.

H₁: Persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal.

Lingkungan Sosial terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal

Lingkungan sosial adalah lingkungan tempat kita melakukan kegiatan sehari-hari. Dalam lingkungan sosial terdapat sebuah interaksi yang disebut sebagai interaksi sosial. Interaksi sosial memungkinkan seseorang untuk bertukar informasi antara keluarga, teman, tetangga, dan orang lain di sekitarnya (Moueed et al., 2015). Peneliti menggunakan variabel lingkungan sosial sebagai prediktor dari *subjective norm* dalam *Theory of Planned Behavior*. Seseorang yang tinggal di lingkungan dengan mayoritas masyarakatnya berinvestasi di pasar modal secara tidak langsung dapat memengaruhi pola pikirnya mengenai investasi. Pembahasan mengenai investasi pasti sering muncul ketika dia berinteraksi dengan mereka. Sondari & Sudarsono, (2015) memaparkan minat berinvestasi secara signifikan dipengaruhi oleh norma subyektif. Artinya ketertarikan seseorang untuk melakukan penanaman modal akan semakin meningkat apabila kekuatan pengaruh sosial juga semakin tinggi. Penelitian Aprayuda & Misra, (2020) menyatakan hal yang berbeda bahwa dampak lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan pada ketertarikan investor muda untuk berinvestasi di bursa efek.

H₂: Lingkungan sosial memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal.

Media Sosial terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal

Perkembangan media sosial yang semakin pesat digunakan oleh masyarakat sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Kemajuan teknologi ini dapat mempermudah individu dalam mengakses informasi terkait investasi. Riset Luthfiah et al., (2021) memaparkan bahwa minat berinvestasi di pasar modal dipengaruhi oleh media sosial. Dalam hasil penelitiannya dijelaskan bahwa sebanyak 70% mahasiswa Riau berpendapat media sosial memiliki pengaruh pada minat investasi generasi milenial. Sebanyak 10% responden menyatakan hal yang berbeda bahwa pengetahuan investasi yang mereka miliki berasal dari orang sekitar serta beberapa sumber literatur. Dan 20% responden memilih tidak berinvestasi terlebih dahulu sampai memiliki finansial yang baik. Riset Tandio & Widanaputra, (2016) menyatakan hal yang berbeda bahwa ketertarikan investasi mahasiswa tidak dipengaruhi oleh kemajuan teknologi.

H₃: Media sosial memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal.

Efek Moderasi Media Sosial terhadap Hubungan antara Persepsi Risiko dengan Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal

Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi berguna untuk menghilangkan batasan seseorang dalam bersosialisasi. Orang-orang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan informasi. Studi yang dilakukan Prasetyo & Susanti, (2023) memaparkan platform investasi banyak yang diterbitkan dan diedukasikan menggunakan media sosial. Adanya hal ini membuat banyak mahasiswa memperoleh informasi tentang investasi dari media sosial yang mereka pakai. Firdhaus & Apriani, (2021) memaparkan bahwa kemajuan teknologi ini memperluas akses informasi mengenai investasi sampai menyentuh semua kalangan masyarakat sehingga dapat memengaruhi minat untuk berinvestasi di bursa efek. Dari berbagai informasi yang telah didapatkan melalui media sosial akan menimbulkan persepsi-persepsi mengenai risiko yang akan dihadapi ketika terjun dalam dunia investasi.

H₄: Media sosial memoderasi hubungan antara persepsi risiko dengan minat investasi mahasiswa di pasar modal.

Efek Moderasi Media Sosial terhadap Hubungan antara Lingkungan Sosial dengan Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal

Melalui media sosial, setiap hari terdapat lautan informasi keuangan yang mengalir luas (Wu, 2022). Secara nyata, hampir semua jenjang dan strata sosial telah mengalami perubahan akibat adanya media sosial. Ikatan sosial di dunia nyata sudah berpindah ke dunia maya sehingga membentuk sebuah

komunitas *online* yang menggabungkan berbagai individu dari seluruh dunia (Tiago & Veríssimo, 2014). Media sosial memungkinkan seseorang yang memiliki ketertarikan pada investasi pasar modal untuk bergabung dalam kelompok/ komunitas yang khusus membahas investasi pasar modal. Saran dan masukan dari anggota komunitas yang lebih berpengalaman dapat membantu para pemula untuk membuat pilihan investasi yang sesuai dengan tujuan investasinya. Media sosial membantu individu untuk meninjau manfaat investasi melalui informasi yang tersedia dengan cepat tanpa dibatasi waktu dan tempat sehingga tujuan investasi yang ingin dicapai oleh individu dapat terealisasi dengan mudah.

H₅: Media sosial memoderasi hubungan antara lingkungan sosial dengan minat investasi mahasiswa di pasar modal.

METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan perolehan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan diukur memakai skala likert 5 poin. Dalam riset ini digunakan teknik *purposive sampling* untuk mengambil sampel penelitian dengan kriteria yaitu (1) Mahasiswa aktif yang berkuliah di universitas yang memiliki galeri investasi di Kota Surabaya, (2) Mahasiswa aktif yang menjadi investor di pasar modal. Penentuan jumlah sampel didasarkan pada pendapat Hair et al., (2014:100) yaitu total minimum sampel yang digunakan sebaiknya lima kali lebih banyak dari total variabel observasinya dan lebih dapat diterima jika mempunyai rasio 10:1. Sehingga ukuran sampel dalam riset ini ialah $14 \times 10 = 140$ sampel. Metode analisis data yang dilakukan dalam riset ini menggunakan *SmartPLS 3.2.9*.

Persepsi Risiko (X_1) merupakan evaluasi subjektif yang dibuat individu mengenai karakteristik serta tingkat keparahan risiko (Bhattacharjee et al., 2021). Variabel persepsi risiko dinilai dengan indikator yang merujuk pada studi yang dilakukan Pavlou, (2003) dan Masoud, (2013) dan telah disesuaikan dengan penelitian ini yaitu adanya risiko tertentu, mengalami kerugian, risiko finansial, dan risiko waktu.

Lingkungan sosial (X_2) merupakan segala hal yang berada disekeliling kehidupan manusia yang memberikan pengaruh kepada dirinya sendiri maupun individu lain di sekitarnya (Pakaya et al., 2021). Variabel lingkungan sosial diukur dengan indikator yang merujuk dari studi yang dilakukan Ahmad, (2019) yaitu lingkungan sosial keluarga, lingkungan sosial sekolah, serta lingkungan sosial masyarakat.

Rizki dalam Asrifah et al., (2022) mendefinisikan minat investasi (Y) sebagai kemauan individu untuk menggali informasi tentang investasi seperti jenis-jenis investasi, manfaat, risiko, kinerja, dan sebagainya. Variabel minat investasi dinilai menggunakan indikator yang merujuk dari riset Ardiana et al., (2020) yaitu keinginan dalam memahami jenis investasi, menyisihkan waktu luang untuk belajar mengenai investasi, dan keyakinan untuk mulai berinvestasi.

Isticharoh & Kardoyo, (2020) mendefinisikan media sosial (Z) sebagai teknologi yang memfasilitasi penggunaannya untuk membuat *web page*-nya sendiri yang menghubungkan satu orang dengan yang lainnya untuk *sharing* informasi, komunikasi, dan menjalin interaksi antara satu sama lain. Variabel media sosial diukur dengan indikator yang merujuk pada penelitian Isticharoh & Kardoyo, (2020) dan Raheni, (2018) dan telah disesuaikan dengan penelitian ini yaitu intensitas penggunaan media sosial, memanfaatkan media sosial untuk mengeksplor informasi tentang investasi, kemudahan, dan kepercayaan.

HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN

Rentang usia responden dalam penelitian ini adalah 18-24 tahun dengan mayoritas 65,7% berjenis kelamin perempuan serta 34,3 % berjenis kelamin laki-laki. Responden berasal dari beberapa universitas di Kota Surabaya di antaranya Universitas Negeri Surabaya sebesar 32,9%, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya sebesar 16,4%, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur sebesar 20,7%, Universitas Airlangga sebesar 11,4%, STIE Mahardhika sebesar 2,9%,

Universitas Surabaya sebesar 4,3%, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya sebesar 7,1%, dan Universitas Katolik Widya Mandala sebesar 4,3%.

Tabel 1. Loading Factor

Variabel	Loading Factor
X1.1	0,711
X1.2	0,752
X1.3	0,780
X1.4	0,735
X2.1	0,707
X2.2	0,726
X2.3	0,777
X2.4	0,790
X2.5	0,800
Y.1	0,727
Y.2	0,753
Y.3	0,717
Y.4	0,746
Y.5	0,726
Y.6	0,710
Z.1	0,638
Z.2	0,626
Z.3	0,746
Z.4	0,797
Z.5	0,744
Z.6	0,806

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 2. AVE

Variabel	AVE
X1	0,555
X2	0,579
Y	0,533
Z	0,532

Sumber: Data diolah, 2023

Validitas konvergen dilihat melalui angka *loading factor* dan dinyatakan valid apabila nilainya $>0,7$. Akan tetapi menurut Hair et al., (2014) angka *loading factor* 0,50 masih dapat diterima. Validitas konvergen juga bisa dilihat dari angka AVE (*Average Variance Extracted*) yang dinyatakan valid apabila angka AVE yang dihasilkan diatas 0,5 (Hair et al., 2014:103). Tabel 1 dan 2 memperlihatkan bahwa semua item instrumen penelitian mempunyai angka *loading factor* $>0,5$ dan angka AVE $>0,5$ sehingga kriteria validitas konvergen dalam model penelitian ini telah terpenuhi.

	X1	X2	Y	Z	Z*X1	Z*X2
X1 * Z	-0.231	-0.256	-0.357	-0.244	1.000	0.837
X1.1	0.711	0.241	0.303	0.151	-0.173	-0.268
X1.2	0.752	0.034	0.225	0.109	-0.157	-0.189
X1.3	0.780	-0.028	0.244	0.071	-0.177	-0.261
X1.4	0.735	0.116	0.339	0.222	-0.175	-0.212
X2 * Z	-0.315	-0.170	-0.373	-0.149	0.837	1.000
X2.1	0.081	0.707	0.323	0.318	-0.159	-0.120
X2.2	0.075	0.726	0.288	0.230	-0.135	-0.052
X2.3	0.148	0.777	0.480	0.349	-0.287	-0.162
X2.4	0.156	0.790	0.510	0.360	-0.181	-0.174
X2.5	0.004	0.800	0.295	0.235	-0.174	-0.089
Y.1	0.255	0.473	0.727	0.367	-0.182	-0.168
Y.2	0.479	0.317	0.753	0.463	-0.394	-0.381
Y.3	0.201	0.399	0.717	0.356	-0.219	-0.258
Y.4	0.260	0.350	0.746	0.391	-0.279	-0.279
Y.5	0.191	0.472	0.726	0.488	-0.233	-0.297
Y.6	0.271	0.306	0.710	0.553	-0.240	-0.237
Z.1	0.122	0.147	0.258	0.638	-0.104	-0.041
Z.2	0.207	0.107	0.252	0.626	-0.150	-0.083
Z.3	0.136	0.416	0.506	0.746	-0.167	-0.131
Z.4	0.167	0.337	0.531	0.797	-0.219	-0.134
Z.5	0.044	0.240	0.358	0.744	-0.042	0.089
Z.6	0.192	0.371	0.564	0.806	-0.301	-0.245

Gambar 1. Output SmartPLS (Cross Loading)

Tabel 3. Kriteria Fornell-Larcker

Variabel	X1	X2	Y	Z
X1	0,745			
X2	0,137	0,761		
Y	0,385	0,527	0,730	
Z	0,198	0,407	0,604	0,729

Sumber: Data diolah, 2023

Hair et al., (2014:105) memaparkan validitas diskriminan bisa dilihat dari angka *cross loading* dan kriteria Fornell-Larcker. Angka *cross loading* pada gambar 1 memperlihatkan bahwa korelasi dari setiap indikator terhadap konstraknya mempunyai angka yang lebih tinggi dari korelasi dengan konstruk blok lain. Kriteria Fornell-Larcker pada tabel 3 memperlihatkan nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar dari korelasi dengan konstruk lain, maka dapat disimpulkan kriteria validitas diskriminan pada riset ini telah terpenuhi.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite Reliability
X1	0,736	0,833
X2	0,822	0,873
Y	0,825	0,872
Z	0,831	0,871

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 4 memperlihatkan seluruh angka *cronbach's alpha* >0,7 dan nilai *composite reliability* >0,6. Maka dapat ditarik kesimpulan riset ini telah mempunyai reliabilitas yang bagus.

Tabel 5. R-Square

Variabel	R-Square	Adjusted R-Square
Y	0,562	0,546

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 5 memperlihatkan bahwa kemampuan variabel independen dari penelitian ini dalam menjelaskan varians dari variabel dependennya sebesar 54,6%. Sedangkan faktor lain yang bisa digunakan untuk menjelaskan variabel minat investasi persentasenya sebesar 45,4%.

Tabel 6. Uji Hipotesis

Variabel	Original Sample	T –Statistics	P-Values
X1-> Y	0,192	2,343	0,020
X2 -> Y	0,308	4,642	0,000
Z -> Y	0,426	5,406	0,000
Z*X1 -> Y	0,061	0,680	0,497
Z*X2 -> Y	-0,186	2,530	0,012

Sumber: Data diolah, 2023

Penerimaan hipotesis yang diajukan dapat diketahui dari angka t-statistics serta p-values yang dihasilkan. Hipotesis diterima apabila angka dari t-statistics > 1,96 serta angka p-values <0,05. Tabel 6 memperlihatkan bahwasannya variabel persepsi risiko (X_1) secara positif dan signifikan memengaruhi minat investasi (Y) dengan angka p-values 0,020. Hasil dari uji H_1 menunjukkan hipotesis dapat diterima. Hasil riset ini selaras dengan riset Ardiana et al., (2020) dan Salisa, (2020) yang memaparkan bahwa secara positif dan signifikan variabel persepsi risiko memengaruhi minat investasi mahasiswa. Apabila persepsi risiko yang dimiliki seseorang tinggi, maka individu akan mampu mengukur risiko investasi yang dapat diterimanya sehingga bisa mencegah kemungkinan timbulnya kerugian di masa depan.

Tabel 6 memperlihatkan variabel lingkungan sosial (X_2) secara positif dan signifikan memengaruhi minat investasi (Y) dengan angka p-values 0,000. Hasil dari uji H_2 menunjukkan hipotesis dapat diterima. Hasil dari riset ini mendukung bahwa norma subjektif dapat memengaruhi minat investasi individu. Keyakinan mengenai investasi yang diperoleh atas pandangan orang lain di sekitarnya yang telah terlebih dahulu terjun dalam investasi dapat memengaruhi pemikiran untuk memulai investasi. Penelitian Sondari & Sudarsono, (2015) memaparkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh pada minat untuk berinvestasi. Darmawan et al., (2019) dalam risetnya menyatakan bahwa lingkungan keluarga bisa memengaruhi tumbuhnya minat investasi mahasiswa. Penelitian Pranyoto & Siregar, (2015) juga memaparkan bahwa secara signifikan hubungan pertemanan berpengaruh terhadap minat investasi.

Tabel 6 memperlihatkan variabel media sosial (Z) secara positif dan signifikan memengaruhi minat investasi (Y) dengan angka p-values 0,000. Hasil dari uji H_3 menunjukkan hipotesis dapat diterima. Mendukung temuan tersebut, riset Luthfiyah et al., (2021) memaparkan bahwa media sosial berpengaruh pada ketertarikan generasi milenial untuk berinvestasi di bursa efek. Penelitian Isticharoh & Kardoyo, (2020) juga memaparkan bahwasannya teknologi media sosial memiliki nilai positif dan signifikan dalam memengaruhi minat investasi mahasiswa. Semakin efektif seseorang dalam menggunakan teknologi media sosial untuk mendapatkan informasi investasi, maka minat investasinya juga akan semakin meningkat. Dalam dunia investasi, adanya kemajuan teknologi memberikan keuntungan seperti meningkatkan rasa aman dan nyaman bagi pengguna, serta memperluas jaringan informasi mengenai investasi sampai bisa menyentuh seluruh lapisan masyarakat. Sehingga dari beberapa keuntungan tersebut dapat memengaruhi minat untuk berinvestasi di bursa efek (Firdhousa & Apriani, 2021).

Tabel 6 memperlihatkan variabel media sosial (Z) tidak memoderasi hubungan antara persepsi risiko (X_1) dengan minat investasi (Y) dengan angka t-statistics 0,680 dan p-values 0,497 sehingga variabel moderasi (media sosial) tidak signifikan. Hasil dari uji H_4 menunjukkan hipotesis ditolak. Riset Prasetyo & Susanti, (2023) memaparkan bahwa mahasiswa lebih banyak memperoleh informasi investasi dari media sosial yang mereka pakai sehingga dapat membangkitkan minat investasinya. Meskipun banyak pengetahuan yang telah tersebar di media sosial namun tidak menjadikan variabel media sosial dapat memperkuat/memperlemah hubungan antara persepsi risiko dengan minat investasi.

Tabel 6 memperlihatkan hasil dari pengujian yang sudah dilakukan yaitu nilai original sample bernilai -0,186 dan t-statistics sebesar 2,530 serta p-values 0,012. Hasil dari uji H_5 menunjukkan hipotesis dapat diterima. Sehingga disimpulkan bahwasannya ada pengaruh negatif (memperlemah) namun signifikan terhadap variabel media sosial dalam memoderasi hubungan lingkungan sosial dengan minat investasi. Penggunaan media sosial oleh mahasiswa dapat mengurangi efek pengaruh lingkungan sosial terhadap minat untuk berinvestasi di pasar modal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan kesimpulan bahwa variabel persepsi risiko secara positif dan signifikan memengaruhi minat investasi mahasiswa. Seseorang yang memiliki persepsi risiko tinggi akan mampu mengukur risiko investasi yang dapat diterimanya sehingga dapat mencegah kemungkinan timbulnya kerugian dan dapat meningkatkan minat untuk berinvestasi. Variabel lingkungan sosial secara positif dan signifikan memengaruhi minat investasi mahasiswa. Ketika individu terbiasa berada di lingkungan dengan orang yang terjun dalam investasi, maka akan menerima keyakinan mengenai investasi dari pandangan orang lain di sekitarnya yang telah berinvestasi sehingga dapat memengaruhi pemikirannya untuk ikut melakukan investasi. Variabel media sosial secara positif dan signifikan memengaruhi minat investasi mahasiswa. Kebutuhan informasi mengenai investasi dapat terpenuhi dengan mudah melalui penggunaan media sosial yang efektif sehingga berpengaruh pada minat individu untuk memulai investasi dengan memanfaatkan keuntungan dari adanya media sosial. Variabel media sosial tidak bisa memoderasi hubungan antara persepsi risiko dengan minat investasi mahasiswa. Meskipun penggunaan media sosial mempermudah akses informasi mengenai investasi, media sosial tidak dapat memberikan pengaruh pada hubungan antara persepsi risiko dengan minat investasi mahasiswa. Variabel media sosial dapat memoderasi hubungan antara lingkungan sosial dengan minat investasi mahasiswa meskipun bernilai negatif. Artinya penggunaan media sosial dapat mengurangi efek pengaruh lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa untuk melakukan investasi. Riset ini terbatas pada responden yang berasal dari universitas di Kota Surabaya saja. Bagi penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas lokasi penelitian serta menambah jumlah data sampel agar dapat meningkatkan keakuratan data dalam pengujian. Penambahan beberapa jenis variabel bebas lain yang mengukur minat investasi juga dapat dilakukan untuk mengulas faktor-faktor lain yang bisa memberikan pengaruh pada minat investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. F. (2019). *Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar* (Vol. 53, Issue 9).
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179–211.
- Aprayuda, R., & Misra, F. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Keinginan Investasi Investor Muda di Pasar Modal Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(5), 1084–1098.
- Ardiana, T. E., Sugianto, L. O., & Chamidah, S. (2020). The Influence of Minimum Investment Capital, Risk Perception on Students Investment In Indonesia Capital Market. *International*

Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR), 4(3), 313–323.

- Asrifah, Y. N., Rapini, T., & Riawan. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kemampuan Finansial, Lingkungan Keluarga terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 6(2), 281–292.
- Bhattacharjee, J., Singh, R., & Kajol, K. (2021). Risk Perception in Respect of Equity Shares: A Literature Review and Future Research Agenda. *DLSU Business and Economics Review*, 31(2), 101–119.
- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 08(02), 44–56.
- Dukcapil.kemendagri. (2022). *Dukcapil Kemendagri Rilis Data Penduduk Semester I Tahun 2022, Naik 0,54% Dalam Waktu 6 Bulan*. (<https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1396/dukcapil-kemendagri-rilis-data-penduduk-semester-i-tahun-2022-naik-054-dalam-waktu-6-bulan>. Diakses pada 8 Desember 2022).
- Fareva, I., Zulaihati, S., & Sumiati, A. (2021). Pengaruh Ekspektasi Return Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Investor Mahasiswa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Universitas Negeri Jakarta. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 1(2), 141–150. <http://ijebeff.esc-id.org/index.php/home/article/view/13>
- Firdhousa, F., & Apriani, R. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal. *Supremasi Hukum*, 17, 96–103.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. England: Pearson Education Limited.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. America: SAGE Publications, Inc.
- Isticharoh, & Kardoyo. (2020). Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 829–906. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42414>
- Ksei. (2022). *Statistik Pasar Modal Indonesia Juni 2022*. (https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_-_Juni_2022_v5.pdf. Diakses pada 8 Desember 2022).
- Lestari, A. E., Indriani, E., & Kartikasari, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Return, Persepsi Risiko, Gender dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Jurnal Risma*, 2, 726–738.
- Luthfiah, A., Martia, C., & Nurhasanah, F. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5, 10869–10875.
- Masoud, E. Y. (2013). The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management*, 5(6), 76–87.
- Moueed, A., Hunjra, A. I., Asghar, M. U., & Raza, B. (2015). Role Of Psychological and Social Factors on Investment Decision of Individual Investors in Islamabad Stock Market. *Sci.Int.(Lahore)*, 27(5), 4697–4706.
- Pakaya, I., Posumah, J. H., & Dengo, S. (2021). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Pendidikan Masyarakat Di Desa Biontong I Kecamatan Bolangitang Timur Kabupaten Bolaang Mongondow

- Utara. *JAP*, VII(104), 11–18.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce : Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Pranyoto, E., & Siregar, N. Y. (2015). Literasi Ekonomi, Hubungan Pertemanan, Sikap, Norma Dan Kontrol Diri Terhadap Minat Masyarakat Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 196–216.
- Prasetyo, I. B., & Susanti. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis. *Widya Akuntansi Dan Keuangan*, 5(01), 1–11.
- Putra, R., Kusumaningtiyas, R., Venusita, L., Pujiono, & Hidayat, R. S. (2022). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Keluarga Di Masa Pandemi Covid 19. *ABIMANYU: Journal Of Community Engagement*, 3(1), 80–91.
- Raheni, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82–85. <http://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM>
- Salisa, N. R. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal: Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 9(2), 182-194. <https://doi.org/10.30659/jai.9.2.182-194>
- Sari, R. T. R. (2021). Pengaruh Ekspektasi Return, Persepsi Terhadap Resiko, Dan Self Efficacy Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 10(1), 6–18.
- Sondari, M. C., & Sudarsono, R. (2015). Using Theory of Planned Behavior in Predicting Intention to Invest: Case of Indonesia. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 1(2), 137–141.
- Syaifulallah, M., Fachrurazi, Achmad, F., Usman, S. A., & Wahyuni, R. (2019). Manajemen Strategi Galeri Investasi Syariah Dalam Meningkatkan Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 3, 108–127. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v3i2.10037>
- Tandio, T., & Widanaputra, A. A. G. P. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi, Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 2316–2341.
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital Marketing and Social Media: Why Bother? *Business Horizons*, 57, 703–708. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>
- Vuk, K., Pifar, A., & Aleksić, D. (2017). Should I, Would I, Could I: Trust and Risk Influences on Intention To Invest. *Dynamic Relationships Management Journal*, 6(1), 61–67. <https://doi.org/10.17708/drmj.2017.v06n01a06>
- Wu, S. (2022). Research on Young Investors' Behaviors - Taking the Gamestop Short Squeeze as an Example. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 652, 865–869. <https://www.atlantispress.com/proceedings/icssed-22/125973953>