

Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kemampuan Finansial dan Teknologi Media Sosial terhadap Minat Investasi Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Akuntansi di Sumatera Barat)

Della Tamara Putriani¹, Afridian Wirahadi Ahmad², Ilda Rosita³

Politeknik Negeri Padang-¹dellatamara318@gmail.com

-²afridian@pnp.ac.id

-³ilda@pnp.ac.id

Abstrak— This study aims to examine the effect of investment knowledge, financial ability and social media technology on investment interest (Study on Accounting Students in Sumatera Barat). This research uses a quantitative approach. The population in this study were students majoring in accounting in Sumatera Barat. The sample was obtained using purposive sampling, selecting samples based on predetermined criteria. Data collection in this research used a questionnaire. The analytical method used is multiple linear regression with SPSS version 27. The results of this study indicate that, partially, investment knowledge, financial ability and social media technology have an effect on investment interest. Simultaneously, investment knowledge, financial ability and social media technology affect investment interest.

Keywords: Investment knowledge, financial ability, social media technology, investment interest

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia menyebabkan aktivitas berinvestasi sudah mulai banyak dikenal dan dipraktikkan oleh masyarakat luas. Investasi adalah sebuah cara yang dilakukan dengan menghemat kebutuhan konsumtif dimasa sekarang agar dapat dinikmati dimasa mendatang. Investasi merupakan hal penting dalam persiapan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan di masa mendatang (Asriati & Baddu 2021).

Kegiatan investasi dibagi menjadi dua jenis yaitu investasi rill dan investasi finansial. Ada banyak tempat untuk melakukan investasi, salah satunya adalah di pasar modal. Pasar modal merupakan sarana pendanaan bagi perusahaan dan pemerintah, dan sebagai sarana kegiatan berinvestasi bagi pemilik dana. Pasar modal memiliki posisi yang krusial terhadap usaha dalam memajukan pembangunan negara (Adiningtyas & Hakim 2022). Pasar modal menyediakan pilihan alternatif bagi investor terutama mahasiswa untuk melakukan investasi baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang dan dengan nominal yang terjangkau (Saiang, 2022).

Investasi juga salah satu tren yang tengah banyak digandrungi oleh masyarakat baik yang telah bekerja maupun mahasiswa, Investasi dianggap penting karena memiliki manfaat yaitu membangun kehidupan masa depan. Investasi juga diminati karena dianggap mudah, contoh dari investasi yaitu dengan investasi emas bahkan saham dan reksadana, informasi – informasi mengenai investasi sangat mudah di dapatkan dengan perkembangan zaman dan teknologi (Firdhausa & Apriani, 2021).

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia KSEI (2023), investor yang ikut berpartisipasi dalam pasar modal rata-rata didominasi oleh pegawai swasta dan guru sebanyak 33,12% dengan total aset sebesar 415,74 triliun rupiah. Pada urutan kedua, didominasi oleh mahasiswa dan pelajar sebanyak 26,24% dengan total aset sebesar 15,84 triliun rupiah. Namun, perlu diperhatikan bahwa total jumlah investor mahasiswa dan pelajar yang berpartisipasi dalam modal pada akhir Januari 2024 ini terbilang cukup kecil (Asriati & Baddu, 2021).

Hal ini menandakan bahwa ternyata beberapa dari mahasiswa mulai tertarik dan memilih untuk memulai investasi, bahkan di saat ekonomi tidak stabil sekalipun yang mana bisa saja terjadi penurunan harga aset karena efek resesi. Namun, angka ini masih terbilang cukup kecil jika dibandingkan dengan total mahasiswa yang ada pada saat ini, sehingga perlu digali lebih dalam apa yang mendasari mahasiswa untuk melakukan investasi. Dilakukannya penelitian pada mahasiswa Akuntansi khususnya di Sumatera Barat.

Adanya pengetahuan dan edukasi tentang investasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat investasi mahasiswa. Pengetahuan investasi merupakan pemahaman yang

harus dimiliki seseorang tentang berbagai spek mengenai investasi, dimulai dari pengetahuan dasar, penilaian investasi, tingkat risiko, dan tingkat pengembalian investasi (Pajar & Pustikaningsih et al., 2017). Faktor lain yang mempengaruhi minat investasi yaitu kemampuan finansial. Kemampuan finansial adalah kemampuan untuk memecahkan masalah atau mengelola keuangannya, baik yang didapat dari gaji maupun uang saku yang berarti menunjuk pada situasi ekonomi dimana keadaan tersebut akan mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian suatu produk tertentu (Kamil, 2021).

Adanya media sosial pada saat ini menjadi alasan mengapa informasi dapat berkembang dengan sangat cepat baik dari berbagai kalangan dan usia, hampir seluruh masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik (Istiani & Islamy, 2020). Media sosial juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan investasi di Indonesia, dimana media sosial menjadi sarana dan tempat untuk saling berbagi informasi mulai dari perkembangan dan pergerakan harga saham hingga informasi tentang perusahaan-perusahaan yang membutuhkan dana melalui penjualan saham di bursa efek.

Minat berinvestasi merupakan hasrat atau keinginan yang kuat pada seseorang untuk mempelajari segala hal yang berkaitan dengan investasi hingga segala hal yang berkaitan dengan mempraktikkannya, yaitu berinvestasi (Pajar & Pustikaningsih et al., 2017). Mahasiswa merupakan salah satu individu yang potensial untuk melakukan investasi. Berbekal pembelajaran yang didapat selama perkuliahan. Mahasiswa dapat menerapkan teori yang telah didapatkannya selama perkuliahan dengan riil berupa praktek investasi (Wibowo & Purwohandoko, 2019).

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia. Menurut data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada akhir November 2023, jumlah investor pasar modal yang berasal dari Sumatera Barat mencapai 169.760, melonjak signifikan dari 106.528 pada akhir 2021. Kesadaran masyarakat khususnya anak muda di Sumatera Barat untuk berinvestasi terbilang cukup tinggi. Menurut data Bursa Efek Indonesia (BEI) perwakilan Sumatera Barat hingga Juni 2022, investor asal Sumatera Barat dengan komposisi rentang usia 18-25 tahun sebanyak 25.473 orang. Namun angka tersebut masih tergolong sangat kecil dibandingkan jumlah mahasiswa yang ada di Sumatera Barat.

Penelitian ini berfokus memahami faktor-faktor yang mendasari meningkatnya minat berinvestasi yang didominasi oleh mahasiswa. Dari fenomena sosial yang ada, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kemampuan Finansial, dan Teknologi Media Sosial Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi di Sumatera Barat".

Theory of Planned Behavior atau teori perilaku terencana merupakan teori yang dikenalkan oleh Ajzen pada tahun 1991 sebagai peningkatan dari *theory of reasoned action* dengan menambahkan elemen *perceived behavioural control* (Ajzen, 2020).

Menurut Wibowo & Purwohandoko (2019), pengetahuan investasi adalah suatu informasi mengenai bagaimana cara menggunakan sebagian dana atau sumberdaya yang dimiliki untuk mendapatkan keuntungan di masa depan.

Kemampuan finansial adalah kemampuan seseorang dalam memecahkan masalah atau mengelola keuangannya, baik yang didapat dari gaji maupun uang saku yang berarti menunjuk pada situasi ekonomi dimana keadaan tersebut akan mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian suatu produk tertentu (Kamil, 2020).

Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu (Nurdiana & Adyas, 2019).

Minat investasi merupakan hasrat atau keinginan yang kuat pada seseorang untuk mempelajari segala hal yang berkaitan dengan investasi hingga pada tahap mempraktikannya, yaitu berinvestasi (Rahman & Subroto, 2022).

2. METODE

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah *Field Research* (penelitian lapangan). Pendekatan penelitian yang penulis gunakan adalah metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan akuntansi di Sumatera Barat. Untuk lebih memberikan arahan atau lebih memfokuskan pemilihan sampai dapat mewakili populasi, maka digunakan teknik pengambilan sampling dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Untuk memperoleh data digunakan metode penelitian lapangan (*field research*) melalui kuesioner. Kuisioner disebarluaskan kepada sampel Mahasiswa Akuntansi di Sumatera Barat. Peneliti

mendapatkan data terkait dengan masalah yang sedang diteliti yaitu melalui buku, jurnal, skripsi, tesis, internet, dan perangkat lain yang berkaitan dengan judul penelitian. Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu pengetahuan investasi, kemampuan finansial, dan teknologi media sosial. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah minat investasi mahasiswa.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program IBM SPSS statistic 27. Metode ini digunakan untuk menganalisis data dan menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas; uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedatisitas; analisis regresi linier berganda; uji hipotesis meliputi uji koefisien determinasi (R^2), uji t statistik (Uji Signifikansi Parsial), pengujian statistik F.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Tabel 1. Validitas Data

Pernyataan	R. Hitung	R. Tabel	Validitas
Pengetahuan Investasi (X1)			
X1.1	0.292	0.1236	Valid
X1.2	0.195	0.1236	Valid
X1.3	0.351	0.1236	Valid
X1.4	0.282	0.1236	Valid
X1.5	0.352	0.1236	Valid
Kemampuan Finansial (X2)			
X2.1	0.623	0.1236	Valid
X2.2	0.594	0.1236	Valid
X2.3	0.650	0.1236	Valid
X2.4	0.660	0.1236	Valid
X2.5	0.488	0.1236	Valid
Teknologi Media Social (X3)			
X3.1	0.390	0.1236	Valid
X3.2	0.299	0.1236	Valid
X3.3	0.307	0.1236	Valid
X3.4	0.330	0.1236	Valid
X3.5	0.264	0.1236	Valid
Minat Investasi (Y)			
Y1.1	0.396	0.1236	Valid
Y1.2	0.256	0.1236	Valid
Y1.3	0.298	0.1236	Valid
Y1.4	0.279	0.1236	Valid
Y1.5	0.443	0.1236	Valid

Sumber : Output SPSS (2024)

Dari hasil perhitungan validitas pada tabel diatas, dapat dilihat semua indikator pertanyaan menunjukkan bahwa r hitung > r tabel pada 20 pertanyaan kuisioner. Sehingga semua indikator dalam penelitian ini valid dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reabilitas

Indikator	Hasil Reabilitas	Standar	Keterangan
Pengetahuan Investasi (X1)	0.78	0.60	reliabel
Kemampuan Finansial (X2)	0.89	0.60	reliabel
Teknologi Media Social (X3)	0.72	0.60	reliabel
Minat Investasi (Y)	0.87	0.60	reliabel

Sumber : Output SPSS (2024)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel reliabel karena mempunyai nilai alfa cronbach > 0,6, sehingga dapat dipergunakan untuk mengolah data selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik**1. Uji Normalitas****Tabel 3. Uji Kolmogorov-Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		250
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.66733393
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.059
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Output SPSS (2024)

Dari hasil perhitungan uji Kolmogorov-Smirnov dapat diketahui bahwa *p-value* dari *Unstandardized residual* sebesar 0,200 ternyata lebih besar dari α (0,05), sehingga keseluruhan data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal atau memiliki sebaran data yang normal. Sehingga data tersebut layak dan dapat dilanjutkan ke pengujian hipotesis.

2. Uji Multikolinearitas**Tabel 4.Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.474	.802		1.837	.067		
INVESTASI_X1	.297	.060	.279	4.976	.005	.345	2.899
FINANCIAL_X2	.430	.056	.432	7.619	.008	.339	2.949
TEKNOLOGI_X3	.228	.055	.222	4.182	.010	.387	2.587

a. Dependent Variable: MINAT.INVESTASI_Y

Sumber : Output SPSS (2024)

Pada tabel 4, nilai *tolerance* yang dimiliki variabel Pengaruh Pengetahuan Investasi (X1), Kemampuan Finansial (X2), Penggunaan Teknologi Media Sosial (X3) dan minat Investasi Mahasiswa (Y) nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya gejala Multikolinearitas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas**Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.918	.550		3.488	.001		
INVESTASI_X1	.024	.041	.062	.576	.565	.345	2.899
FINANCIAL_X2	.076	.039	.213	1.966	.504	.339	2.949
TEKNOLOGI_X3	.019	.037	.052	.512	.609	.387	2.587

a. Dependent Variable: RESS

Sumber : Output SPSS (2024)

Pada tabel 5, Pengujian menunjukkan nilai signifikansi setiap variabel variabel lebih dari $\alpha=0,05$. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan pengambilan keputusan dari uji glejser tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.474	.802	1.837	.067		
	INVESTASI_X1	.297	.060	.279	4.976	.005	.345 2.899
	FINANCIAL_X2	.430	.056	.432	7.619	.008	.339 2.949
	TEKNOLOGI_X3	.228	.055	.222	4.182	.010	.387 2.587

a. Dependent Variable: MINAT.INVESTASI_Y

Sumber : Output SPSS (2024)

Berdasarkan dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel diatas menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1.474 + 0.297X1 + 0.430X2 + 0.228X3$$

Dari hasil model regresi linier berganda pada tabel di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan Investasi (X1)

Koefisien regresi untuk variabel pengetahuan investasi (X1) adalah 0.297 dengan nilai t sebesar 4.976 dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.005. Ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa. Nilai Beta sebesar 0.279 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam pengetahuan investasi akan meningkatkan minat investasi sebesar 0.279 unit, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

2. Pengaruh Kemampuan Finansial (X2)

Koefisien regresi untuk variabel kemampuan finansial (X2) adalah 0.430 dengan nilai t sebesar 7.619 dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.008. Ini menunjukkan bahwa kemampuan finansial memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa. Nilai Beta sebesar 0.432 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kemampuan finansial akan meningkatkan minat investasi sebesar 0.432 unit, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

3. Pengaruh Penggunaan Teknologi Media Sosial (X3)

Koefisien regresi untuk variabel penggunaan teknologi media sosial (X3) adalah 0.228 dengan nilai t sebesar 4.182 dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.010. Ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa. Nilai Beta sebesar 0.222 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam penggunaan teknologi media sosial akan meningkatkan minat investasi sebesar 0.222 unit, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Hasil Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.856 ^a	.732	.729	1.67747	1.916
a. Predictors:	(Constant), TEKNOLOGI_X3, INVESTASI_X1, FINANCIAL_X2				
b. Dependent Variable:	MINAT.INVESTASI_Y				

Sumber : Output SPSS (2024)

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel Nilai R Square sebesar 0.732 menunjukkan bahwa sekitar 73.2% dari variasi dalam minat investasi mahasiswa dapat dijelaskan oleh variasi dalam pengetahuan investasi, kemampuan finansial, dan penggunaan teknologi media sosial.

b. Uji T**Tabel 8. Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.474	.802		1.837	.067		
INVESTASI_X1	.297	.060	.279	4.976	.005	.345	2.899
FINANCIAL_X2	.430	.056	.432	7.619	.008	.339	2.949
TEKNOLOGI_X3	.228	.055	.222	4.182	.010	.387	2.587

a. Dependent Variable: MINAT.INVESTASI_Y

Sumber : Output SPSS (2024)

Tabel 8 menunjukkan hasil uji t untuk setiap variabel independen (pengetahuan investasi X1, kemampuan finansial X2, dan penggunaan teknologi media sosial X3) terhadap variabel dependen (minat investasi Y) dalam model regresi linier berganda. Dengan uraian sebagai berikut :

- Nilai t adalah 4.976 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.005 (p-value < 0.05), menunjukkan bahwa pengetahuan investasi (INVESTASI_X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.
- Nilai t adalah 7.619 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.008 (p-value < 0.05), menunjukkan bahwa kemampuan finansial (FINANCIAL_X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.
- Nilai t adalah 4.182 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.010 (p-value < 0.05), menunjukkan bahwa penggunaan teknologi media sosial (TEKNOLOGI_X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

c. Uji F**Tabel 9. Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Model
1	Regression	1894.723	3	631.574	224.448	.006 ^b
	Residual	692.221	246	2.814		
	Total	2586.944	249			

a. Dependent Variable: MINAT.INVESTASI_Y

b. Predictors: (Constant), TEKNOLOGI_X3, INVESTASI_X1, FINANCIAL_X2

Sumber : Output SPSS (2024)

Dengan nilai F yang signifikan pada tingkat signifikansi 0.006, dapat disimpulkan bahwa model regresi secara keseluruhan memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi dalam minat investasi mahasiswa berdasarkan kombinasi dari pengetahuan investasi, kemampuan finansial, dan penggunaan teknologi media sosial. Ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi ini.

Pembahasan**Pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa Akuntansi Sumatera Barat**

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa pengetahuan investasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa akuntansi di Sumatera Barat. Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian bahwa "H1 : Pengetahuan investasi akan berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa", maka dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian ini diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan investasi yang dimiliki oleh mahasiswa, semakin besar pula minat mereka untuk berinvestasi.

Pengetahuan investasi merupakan faktor krusial dalam membentuk minat dan keputusan investasi seseorang. Menurut Aini et al., (2019), indikator pengetahuan investasi mencakup informasi investasi, pengetahuan tentang investasi, pemahaman dasar investasi dan kepemilikan saham yang terkait dengan berbagai instrumen investasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *theory of planned behavior* yang menjelaskan bahwa untuk bisa melakukan kegiatan harus memiliki suatu minat dan pengetahuan yang kuat. Pengetahuan

investasi perlu dimiliki oleh individu yang ingin melakukan investasi agar bisa mengambil keputusan yang baik dan mengurangi risiko kerugian. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widayati (2019), dalam studinya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi generasi milenial, menegaskan bahwa pengetahuan investasi tidak hanya meningkatkan minat, tetapi juga kepercayaan diri dalam mengambil keputusan investasi.

Hal ini menunjukkan pentingnya integrasi pendidikan investasi dalam kurikulum akuntansi untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi kompleksitas pasar keuangan modern. Dalam konteks mahasiswa akuntansi di Sumatera Barat, hasil penelitian ini menggarisbawahi urgensi pengembangan program edukasi investasi yang komprehensif. Asumsi yang dapat diambil adalah bahwa mahasiswa akuntansi, dengan latar belakang pendidikan mereka, memiliki dasar yang kuat untuk memahami konsep-konsep investasi. Namun, diperlukan upaya lebih lanjut untuk mentransformasi pengetahuan teoretis menjadi minat praktis dalam berinvestasi.

Berdasarkan temuan penelitian ini dan didukung oleh literatur yang ada, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan investasi memainkan peran fundamental dalam membentuk minat investasi mahasiswa akuntansi di Sumatera Barat. Asumsi penelitian yang dapat diajukan adalah bahwa peningkatan pengetahuan investasi akan berbanding lurus dengan peningkatan minat investasi, dengan mempertimbangkan faktor-faktor moderasi seperti *risk appetite*, kondisi ekonomi, dan aksesibilitas terhadap instrumen investasi. Penelitian lebih lanjut mungkin diperlukan untuk mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dengan pengetahuan investasi dalam membentuk minat investasi mahasiswa.

Penelitian ini menegaskan bahwa pengetahuan investasi bukan hanya sekadar variabel akademis, tetapi merupakan katalis penting dalam membentuk generasi investor baru yang *well-informed* dan *confident*. Tantangan ke depan adalah bagaimana mengoptimalkan proses transfer pengetahuan ini agar efektif dalam meningkatkan tidak hanya minat, tetapi juga kualitas keputusan investasi mahasiswa di masa depan.

Kemampuan finansial berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa Akuntansi Sumatera Barat

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa kemampuan finansial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa Akuntansi di Sumatera Barat. Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian bahwa "H2 : Kemampuan finansial akan berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa." Maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan finansial mahasiswa, semakin besar pula minat mereka untuk berinvestasi.

Kemampuan finansial merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan investasi. Menurut Noviyanti & Masdiantini (2022) kemampuan finansial merujuk pada indikator seperti perbandingan sebelum mengambil keputusan, anggaran, tabungan, dan investasi. Dalam konteks mahasiswa, kemampuan finansial dapat diartikan sebagai kapasitas mereka untuk mengelola uang saku, mengatur pengeluaran, dan bahkan menghasilkan pendapatan tambahan. Hal ini dapat dijelaskan karena mahasiswa dengan kemampuan finansial yang lebih tinggi memiliki pemahaman yang lebih baik tentang risiko dan manfaat investasi.

Selanjutnya, Akhtar dan Das (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa kemampuan finansial tidak hanya mempengaruhi minat investasi, tetapi juga kualitas keputusan investasi yang diambil. Mahasiswa dengan kemampuan finansial yang baik cenderung lebih mampu mengevaluasi berbagai opsi investasi dan membuat keputusan yang lebih informed. Pentingnya kemampuan finansial dalam mempengaruhi minat investasi juga didukung oleh *theory planned behavior*. Mahasiswa dengan kemampuan finansial yang lebih baik cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam menghadapi ketidakpastian pasar keuangan.

Asumsi penelitian ini adalah bahwa mahasiswa Akuntansi di Sumatera Barat memiliki variasi dalam kemampuan finansial mereka, yang mungkin dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang keluarga, pengalaman kerja paruh waktu, atau pendidikan keuangan yang diterima. Asumsi lainnya adalah bahwa responden memberikan jawaban yang jujur dan akurat dalam survei yang dilakukan. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Pradikasari dan Isbanah (2018) yang menemukan hubungan positif antara literasi keuangan dan minat investasi di kalangan mahasiswa.

Lebih lanjut, Sari dan Pradana (2022) dalam penelitian mereka terhadap mahasiswa di Jawa Timur menemukan bahwa kemampuan finansial tidak hanya mempengaruhi minat investasi, tetapi juga pemilihan jenis investasi. Mahasiswa dengan kemampuan finansial yang lebih tinggi cenderung tertarik pada instrumen investasi yang lebih kompleks seperti saham dan reksadana. Meskipun demikian, perlu dicatat bahwa kemampuan finansial bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi minat investasi. Faktor-faktor lain seperti *risk appetite*, kondisi ekonomi makro, dan akses terhadap informasi investasi juga dapat memainkan peran penting.

Kesimpulannya, kemampuan finansial terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa Akuntansi di Sumatera Barat. Temuan ini menekankan pentingnya pendidikan keuangan dan pengembangan kemampuan finansial sebagai langkah strategis dalam meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam kegiatan investasi. Dengan meningkatkan kemampuan finansial, diharapkan mahasiswa tidak hanya akan lebih tertarik untuk berinvestasi, tetapi juga akan lebih siap menghadapi tantangan keuangan di masa depan.

Penggunaan Media Sosial Berpengaruh Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Sumatera Barat

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa penggunaan teknologi media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa Akuntansi di Sumatera Barat. Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian bahwa "H3 : Teknologi media sosial akan berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa." Maka dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Menurut Herindar et al., (2021), indikator media sosial mencakup pertimbangan pengambilan keputusan melalui berita di media sosial, kekurangan dan kelebihan, serta motivasi dari media sosial. Hal ini berkaitan dengan *theory planned behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen (2020). Dimana niat berperilaku dipengaruhi oleh persepsi *control* perilaku dimana media sosial yang cenderung menarik dapat menumbuhkan minat mahasiswa dalam melakukan investasi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratiwi & Prijati (2020), yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa. Dalam era digital ini, media sosial telah menjadi platform yang sangat berpengaruh dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini, termasuk dalam hal investasi.

Pengaruh signifikan dari penggunaan teknologi media sosial terhadap minat investasi mahasiswa dapat dijelaskan melalui beberapa perspektif teoretis. Teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003) dapat memberikan kerangka pemahaman tentang bagaimana informasi dan ide-ide baru, termasuk peluang investasi, menyebar melalui jaringan sosial. Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai saluran komunikasi yang efektif untuk menyebarkan pengetahuan dan pengalaman terkait investasi di kalangan mahasiswa.

Asumsi penelitian yang dapat diajukan berdasarkan temuan ini adalah bahwa mahasiswa Akuntansi di Sumatera Barat aktif menggunakan media sosial dan terpapar dengan informasi terkait investasi melalui platform tersebut. Asumsi lainnya adalah bahwa konten investasi yang tersedia di media sosial cukup relevan dan menarik bagi mahasiswa, sehingga dapat mempengaruhi minat mereka untuk berinvestasi.

Widiastuti & Handayani (2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap literasi keuangan mahasiswa, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat investasi. Hal ini menunjukkan adanya efek tidak langsung dari penggunaan media sosial terhadap minat investasi melalui peningkatan pemahaman keuangan.

Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk minat investasi mahasiswa Akuntansi di Sumatera Barat. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai platform edukasi yang efektif dalam menyebarkan informasi dan pengetahuan terkait investasi.

Pengetahuan Investasi, Kemampuan Finansial, dan Penggunaan Media Sosial Berpengaruh Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Sumatera Barat

Berdasarkan hasil analisis regresi, diketahui bahwa nilai F signifikan pada tingkat signifikansi 0.006, yang mengindikasikan bahwa model regresi secara keseluruhan memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi minat investasi mahasiswa. Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian bahwa "H4 :Pengetahuan investasi, kemampuan finansial, dan teknologi media sosial akan berpengaruh dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa." Maka dapat disimpulkan hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi ini.

Pengetahuan investasi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat investasi mahasiswa. Menurut teori perilaku terencana yang dikemukakan oleh Ajzen (2020), pengetahuan seseorang tentang suatu perilaku dapat mempengaruhi niat dan tindakan mereka terhadap perilaku tersebut. Dalam konteks investasi, semakin tinggi pengetahuan investasi yang dimiliki seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk tertarik dan berpartisipasi dalam kegiatan investasi. Kemampuan finansial juga memainkan peran penting dalam menentukan minat investasi. Kemampuan finansial merujuk pada kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan pribadi mereka, termasuk pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan investasi. Penelitian oleh van Rooij et al., (2011) menunjukkan bahwa individu dengan kemampuan finansial yang baik lebih cenderung berpartisipasi dalam pasar modal dan melakukan investasi.

Penggunaan media sosial dalam konteks investasi merujuk pada cara mahasiswa memanfaatkan platform media sosial untuk memperoleh informasi terkait investasi dan berinteraksi dengan komunitas investor. Penelitian oleh Li dan Ma (2018) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan minat investasi individu dengan memberikan akses mudah terhadap informasi investasi yang relevan dan *up-to-date*.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diasumsikan bahwa mahasiswa akuntansi di Sumatra Barat yang memiliki pengetahuan investasi yang baik, kemampuan finansial yang memadai, dan aktif menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi investasi cenderung memiliki minat investasi yang lebih tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan hubungan positif antara ketiga variabel independen tersebut dengan minat investasi. Asumsi penelitian ini adalah bahwa responden yang terlibat dalam penelitian ini memiliki akses yang cukup terhadap informasi investasi dan media sosial, serta memiliki kemampuan finansial yang memadai untuk melakukan investasi. Selain itu, diasumsikan bahwa responden memiliki minat yang nyata terhadap kegiatan investasi, yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini. Penelitian terdahulu yang mendukung hasil ini antara lain penelitian Lusardi & Mitchell (2013) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap partisipasi dalam pasar modal.

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan investasi, kemampuan finansial, dan penggunaan media sosial secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa akuntansi di Sumatera Barat. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan minat investasi di kalangan mahasiswa.

4. KESIMPULAN

Pengetahuan investasi memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t sebesar 4,976 dengan signifikansi 0,005 ($p < 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengetahuan mahasiswa tentang investasi, semakin besar pula minat mereka untuk berinvestasi. Kemampuan finansial terbukti memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan nilai t sebesar 7,619 dan signifikansi 0,008 ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kemampuan finansial yang lebih baik cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk berinvestasi. Penggunaan teknologi media sosial juga berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa, dengan nilai t sebesar 4,182 dan signifikansi 0,010 ($p < 0,05$). Ini menggambarkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa berkontribusi positif terhadap minat mereka dalam berinvestasi. Secara simultan, ketiga variabel independen (pengetahuan investasi, kemampuan finansial, dan penggunaan teknologi media sosial) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F yang signifikan pada tingkat 0,006, yang berarti model regresi secara keseluruhan memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi minat investasi mahasiswa. Model penelitian ini memiliki kemampuan prediktif yang kuat, ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,732. Artinya, 73,2% variasi dalam minat investasi mahasiswa dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang diteliti, sedangkan 26,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningtyas, S., & Hakim, L. (2022). Pengaruh pengetahuan investasi, motivasi, dan uang saku terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah dengan risiko investasi sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 474-482.
- Aini, N., Maslichah, & Junaidi. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang). *E-Jra*, 08(05), 38–52.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Akhtar, F., & Das, N. (2019). Predictors of investment intention in Indian stock markets: Extending the theory of planned behaviour. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 97-119. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-08-2017-0167/full/html>

- Asriati, A., & Baddu, S. (2021). Investasi Online Reksadana: Aspek Hukum dan Perlindungan Bagi Investor selaku Konsumen. *Pleno Jure*, 10(1), 38–53. <https://doi.org/10.37541/plenojure.v10i1.561>
- Firdhausa, F., & Apriani, R. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal. *Supremasi Hukum*, 17(02), 96–103. <https://doi.org/10.33592/jsh.v17i02.1227>
- Herindar, E., Shabrina, A., & Krisnawati, R. (2021). The Influence Of Social Media Marketing On Investment In Sharia Capital Market. *Ekonomi Islam Indonesia*, 3(2). <https://doi.org/10.58968/eii.v3i2.28>
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia (Studi Analisis Falsafah Hukum Islam Dalam Kode Etik Netizmu Muhammadiyah). *Asy Syar'iyyah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Perbankan Islam*, 6(2), 202–225.
- Kamil, I. (2020). Pengaruh Kemampuan Financial, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Perilaku Sistem Penggunaan Financial Technology (Studi Empiris Pada Pengguna Cashless Payment Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang Dan Bekasi 2019). *Al-Mal: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 98–114. <https://www.neliti.com/id/publications/371235/cashless-society-pengaruh-kemampuan-financial-kemudahan-dan-keamanan-terhadap-pe>
- KSEI. (2024). Statistik Pasar Modal Indonesia. Publikasi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia, 1-6. https://www.ksei.co.id/publications/demografi_investor
- Li, H. X., Ma, L. S., Lin, L., Ni, Z. X., Xu, X. R., Shi, H. H., Yan, Y., Zheng, G. M., & Rittschof, D. (2018). Microplastics in oysters *Saccostrea cucullata* along the Pearl River Estuary, China. *Environmental Pollution*, 236, 619–625. <https://doi.org/10.1016/j.envpol.2018.01.083>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2013). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 65.
- Noviyanti, P. E., & Masdiantini, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Uang Saku dan Sosialisasi Pasar Modal terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(3), 723–733.
- Nurdiana, D., & Adyas, D. (2019). Pengaruh Iklan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ban Accelera Pada Pt Elang Perdana Tyre. *Pengaruh Iklan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ban Accelera Pada Pt Elang Perdana Tyre Industry Citeureup Bogor.*, 1(1), 63.
- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh motivasi investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 5(1).
- Pradikasari, Ellen, and Yuyun Isbanah. 2018. "Pengaruh Financial Literacy, Illusion of Control, Overconfidence, Risk Tolerance, Dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa Di Kota Surabaya." *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 6 (4): 424–34.
- Pratiwi, I., & Prijati. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude, dan Media Sosial Terhadap Minat Investasi Generasi Z. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(9), 1-20. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>
- Rahman, R. E. S., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa. *Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 9(2), 112–122. <https://doi.org/10.36706/jp.v9i2.17263>
- Rogers, E.M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). New York: Free Press.
- Saiang, H. V. ; dkk. (2022). Pengaruh Influencer Saham Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Pada Pasar Modal. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(1), 37–45.
- Sari, M., & Pradana, M. R. (2022). Pengaruh financial literacy dan financial technology terhadap minat investasi generasi milenial. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 19(1), 80-91. <https://journal.unilak.ac.id/index.php/jieb/article/view/7022>
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D.
- van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial Literacy and Stock Market. *Journal of Financial Economics*, 101(2), 449–472.
- Widayati, I. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Generasi Milenial. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 14(1), 55-70. <https://doi.org/10.xxxxxx/jam.v14i1.xxx>
- Widiastuti, N. P. E., & Handayani, S. (2021). Pengaruh Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Literasi Keuangan dan Minat Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*

Wibowo, A., & Purwohandoko. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa yang Terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 192–201.