



Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial

Isticharoh[✉], Kardoyo

DOI: 10.15294/eeaj.v9i3.42414

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia

Sejarah Artikel

Diterima: 22 Agustus 2020
Disetujui: 20 September 2020
Dipublikasikan:
30 Oktober 2020

Keywords

Investasi, Minat Investasi, Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, Teknologi Media Sosial

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh motivasi diri, pengetahuan investasi, dan teknologi media sosial terhadap minat investasi pasar modal pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Populasi penelitian berjumlah 865 mahasiswa dan sampel penelitian dihitung dengan rumus slovin dengan hasil akhir berjumlah 132 mahasiswa yang dapat mewakili seluruh jurusan yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2015. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebarlang langsung kepada mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Proportionate Random Sampling* dan *Quota Sampling*. Metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi diri berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa sebesar 9,36%, pengetahuan investasi tidak berpengaruh pada minat investasi mahasiswa, dan teknologi media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa sebesar 11,97%. Secara bersama-sama motivasi diri, pengetahuan investasi, dan teknologi media sosial mempengaruhi minat investasi mahasiswa sebesar 37,50% sedangkan 62,50% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Abstract

This research aims to examine the effect of self-motivation, investment knowledge, and social media technology the interest in investing in the capital market on students of the Economics Faculty, Universitas Negeri Semarang. The research population amount to 865 students and the research sample was calculated by Slovin formula with the final results totaling 132 students who could represent all departments in the Economics Faculty, Universitas Negeri Semarang batch 2015. Data collection was carried out by spreading questionnaires directly to students. The sampling technique used was Proportionate Random Sampling and Quota Sampling. The statistical method used in this study is the Analysis of Multiple Linear Regression. The results show that self-motivation has a significant effect on students investment interest of 9.36%, investment knowledge has no effect on students investment interests, and social media technology has a significant effect on students investment interest of 11.97%. Collectively, self-motivation, investment knowledge, and social media technology influence students investment interest by 37.50% while 62.50% is influenced by other factors.

How to Cite

Isticharoh, Isticharoh, & Kardoyo, Kardoyo. (2020). Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 892-906.

© 2020 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat Korespondensi:
Gedung L3 Lantai 1 FE Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: isticharoh11@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini memberikan fasilitas kepada para investor untuk bebas memilih cara berinvestasi. Investasi merupakan salah satu dari instrumen pembangunan yang dibutuhkan oleh suatu negara dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya, termasuk Indonesia. Secara sederhana investasi disebut juga dengan penanaman modal. Salah satu bentuk investasi yang sering digunakan adalah investasi di pasar modal. Semenjak dibukanya Bursa Efek Indonesia, jenis investasi ini merupakan salah satu alternatif investasi yang mudah diakses oleh masyarakat.

BEI (Bursa Efek Indonesia) melakukan sosialisasi guna meningkatkan minat investasi pada masyarakat Indonesia lewat program Yuk Nabung Saham di beberapa instansi di Indonesia. Program ini dijalankan sebab masyarakat Indonesia masih melekat dengan menabung di bank untuk itu akan diarahkan ke *investment society*. Ada dua strategi yang dilakukan dalam program yuk nabung saham. Pertama, yaitu dengan *National Campaign* dalam berbagai bentuk acara di televisi komersial, radio, surat kabar, media sosial berbagai *event* dan tentu saja website Yuk nabung saham. Kedua, *Capital Market Education* meliputi edukasi kepada para pekerja atau karyawan perusahaan, mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia (KPEI, 2016). Kampanye Yuk nabung saham ini melibatkan seluruh pelaku di pasar modal, 25 perusahaan efek yang terdaftar, 24 manajer investasi dan sejumlah emiten. Program ini dilaksanakan guna meningkatkan jumlah investor di Indonesia dimana sebelum adanya program ini jumlah investor di Indonesia masih 0,11% dari total penduduk di Indonesia yang berjumlah sekitar 250 juta jiwa (BEI, 2017).

Total aset yang tercatat per juli 2017 investor asing mendominasi dengan kepemilikan saham sebesar 53%. Namun demikian kepemilikan saham lokal mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya dari 1.065,71 triliun atau 36% menjadi 1.642,25 atau 47% pada

juli tahun 2017. Selain itu, jumlah perusahaan yang mencatatkan sahamnya di BEI per 18 Mei 2018 adalah 579 perusahaan.

Dari data jumlah investor domestik di Indonesia tersebut persebarannya masih kurang merata dimana sebagian besar jumlah investor berpusat di pulau Jawa, yaitu sekitar 77,15 % dan 30,35% dari jumlah yang ada di pulau Jawa berada di provinsi DKI Jakarta. Berdasarkan persebaran investor domestik tersebut, Jawa Tengah menempati posisi keempat setelah DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Timur. Hal ini dikatakan langsung oleh Ruth Yendra, selaku Kepala Unit Pelanggan KSEI. Jumlah investor pemilik efek di Jawa Tengah sebanyak 51.680 orang. Dari jumlah tersebut tercatat sebanyak 12.580 investor berdomisili di Semarang. Jumlah investor tersebut mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar 26% yaitu dari jumlah 41.063 investor. Dari data diatas maka minat investasi di provinsi Jawa Tengah masih terbilang rendah dibanding provinsi lainnya di pulau Jawa. Untuk itu, Jawa Tengah menjadi salah satu objek diadakannya program Yuk Nabung Saham dengan menggandeng berbagai instansi termasuk salah satunya adalah universitas atau perguruan tinggi. BEI menggandeng Universitas Diponegoro dan Universitas Negeri Semarang sebagai salah dua tempat sosialisasi Yuk Nabung Saham yang diyakini mampu menggaet investor-investor baru di pasar modal Indonesia. Universitas Diponegoro bekerja sama dengan PT Phillip Securities Indonesia dalam mensosialisasikan Yuk Nabung Saham sedangkan Universitas Negeri Semarang bekerja sama dengan Phintraco Securities. Keduanya sama-sama membuat program untuk meningkatkan minat investasi di kampus masing-masing. Universitas Negeri Semarang telah berhasil membuat rekor muri sebagai penyelenggara program Yuk Nabung Saham dengan peserta terbanyak bersama dengan Phintraco Securities.

Pada tanggal 14 Desember 2015 penghargaan Museum Rekor Dunia Indonesia itu diserahkan oleh Manajer Muri Sri Widayati kepada Dekan Fakultas Ekonomi Unnes Dr.

Wahyono, MM yang pada saat itu didampingi Wakil Rektor bidang akademik Prof. Rustono sebagai pemrakarsa menabung saham oleh peserta terbanyak yaitu 1.762 peserta yang melebihi target awal 1.500 peserta. Selain itu pada tanggal 18 Mei 2018, PT Phintraco Securitas memberikan penghargaan kepada Universitas Negeri Semarang sebagai mitra terbaik. Namun berdasarkan data terbaru jumlah investor di Universitas Negeri Semarang per Juni 2018 adalah 621 rekening efek dengan nilai transaksi mencapai Rp. 186.464.000,-. Jumlah tersebut tentu saja jauh dari jumlah peserta menabung saham yang terdaftar dua tahun lalu. Hal ini menunjukkan rendahnya minat investasi di Universitas Negeri Semarang.

Mappiare (1982) menjelaskan bahwa 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. Selain itu, Suyanto (1992) juga mendefinisikan minat sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak sengaja yang terlahir dengan penuh kemauan dan tergantung dari bakat dan lingkungan. Pemusatan perhatian menurut pendapat tersebut merupakan tanda seseorang yang mempunyai minat terhadap sesuatu yang muncul dengan tidak sengaja yang menyertai sesuatu aktifitas tertentu.

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 mahasiswa terhadap investasi pasar modal, 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.

Motivasi merupakan akibat dari interaksi seseorang dengan situasi tertentu yang

dihadapinya. Karena itulah perbedaan dalam kekuatan motivasi yang ditunjukkan oleh seseorang dalam menghadapi situasi tertentu dibandingkan dengan orang lain yang menghadapi situasi yang sama. Bahkan seseorang akan menunjukkan dorongan tertentu dalam menghadapi situasi yang berbeda dan dalam waktu yang berlainan pula (Siagian: 1995).

Seseorang yang melakukan suatu kegiatan tentu saja memiliki dorongan-dorongan tertentu sehingga terjadi pengambilan keputusan untuk melakukan suatu kegiatan. Dalam berinvestasi itu sendiri tentulah seseorang melakukannya bukan atas dasar iseng semata. Seseorang melakukan investasi untuk mendapatkan return atas jumlah dana yang sudah dikeluarkannya. Untuk itu sebelum seseorang mengambil keputusan untuk melakukan investasi pastilah memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu didalamnya. Selain dorongan untuk mendapatkan laba atas sejumlah dana yang dikeluarkan tapi juga adanya dorongan dari lingkungan sekitar, misalnya teman, keluarga atau komunitas yang diikutinya. Dorongan-dorongan dari luar ini yang kemudian membuat seseorang bisa semakin yakin atas keputusannya untuk berinvestasi.

Penelitian oleh Kustitik (2013) menunjukkan adanya motivasi siswa dan kondisi sosial ekonomi orang tua yang berpengaruh terhadap keputusan investasi melalui pendidikan siswa SMK di Kabupaten Batang baik secara simultan maupun parsial. Dengan demikian motivasi memiliki kemungkinan yang sama sebagai salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat investasi pasar modal pada mahasiswa.

Investasi merupakan suatu usaha yang dilakukan individu atau kelompok dengan membeli suatu produk ataupun akumulasi aktiva yang diharapkan dapat memberikan keuntungan yang menjanjikan bagi pemiliknya di masa yang akan datang. Produk yang dimaksud bisa berupa tanah, emas, obligasi, saham ataupun properti. Diharja (2008) menjelaskan dalam penelitiannya, terdapat sembilan variabel bebas yang mempengaruhi minat investasi masyarakat yaitu: return

dan risiko, likuiditas, rentang waktu, pajak dan biaya, peraturan, hukum dan kredibilitas, teknologi dan infrastruktur, variasi produk, pasar dan ketersediaan informasi yang dihubungkan dengan minat investasi masyarakat sedangkan variabel tidak bebas seperti usia, jenis kelamin, status, pendidikan, pekerjaan, penghasilan, lokasi tempat tinggal, lokasi tempat kerja dan sisa penghasilan, hanya variabel pekerjaan dan penghasilan yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi masyarakat.

Pengetahuan dasar mengenai investasi merupakan hal sangat penting untuk diketahui oleh calon investor. Hal ini bertujuan agar investor terhindar dari praktik-praktik investasi yang tidak rasional (judi), budaya ikut-ikutan, penipuan, dan risiko kerugian. Diperlukan pengetahuan yang cukup, pengalaman serta naluri bisnis untuk menganalisis efek-efek mana yang akan dibeli dalam melakukan investasi di pasar modal (Halim, 2005). Pengetahuan yang memadai akan cara berinvestasi yang benar sangat diperlukan guna menghindari terjadinya kerugian saat berinvestasi di pasar modal.

Wang, dkk (2011) menemukan fakta bahwa investor dengan informasi yang memadai seperti investor institusi biasanya mengadopsi strategi perdagangan pesaing, sedangkan investor dengan cukup informasi, misalnya investor individu biasanya mengadopsi momentum perdagangan strategi. We Are Social dan Hootsuite (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa total masyarakat Indonesia sejumlah 265,7 juta jiwa, sedangkan penetrasi penggunaan internet mencapai 132,7 juta pengguna dan 130 juta dari pengguna internet adalah pengguna aktif media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, dan Telegram. Jika membandingkan antara jumlah pengguna internet dan jumlah pengguna media sosial artinya 97,9% pengguna internet di Indonesia sudah menggunakan media sosial. Ini juga berarti bahwa 48% penduduk Indonesia adalah pengguna media sosial. Namun jumlah yang fantastis ini belum diiringi dengan optimalnya pemanfaat-

tan media sosial. Padahal adanya media sosial ini dapat membantu seseorang menggali informasi lebih dalam, salah satunya informasi mengenai seluk beluk investasi. Penggunaan teknologi media sosial ini bisa dilakukan oleh semua kalangan. Berdasarkan pengamatan jumlah pengguna media sosial di kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa fakultas ekonomi ini diperkirakan jumlahnya hampir mencapai 100%.

Menurut Kaplan dan Haenlien (2010) mendefinisikan bahwa pengertian media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*. *Social media* atau jejaring sosial merupakan sebuah teknologi yang memungkinkan seseorang bisa membuat *web page*-nya sendiri kemudian dapat terhubung dengan orang-orang untuk saling bertukar informasi dan berkomunikasi serta berinteraksi antara satu sama lain.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dengan ini penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi serta Teknologi Media Sosial Terhadap Minat Investasi Pasar Modal Di Phintraco pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang”. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka terdapat indentifikasi masalah sebagai berikut : kepemilikan total aset saham yang masih di dominasi oleh investor asing, minat investasi di Universitas Negeri Semarang masih rendah dengan hanya ada 621 rekening aktif dari 1.762 rekening yang dibuka, masih terbatasnya kemampuan mahasiswa dalam menganalisis keuntungan dan risiko investasi sehingga tidak bisa terhindar dari kerugian saat berinvestasi, masih terbatasnya kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi media sosial untuk mencari informasi terkait investasi.

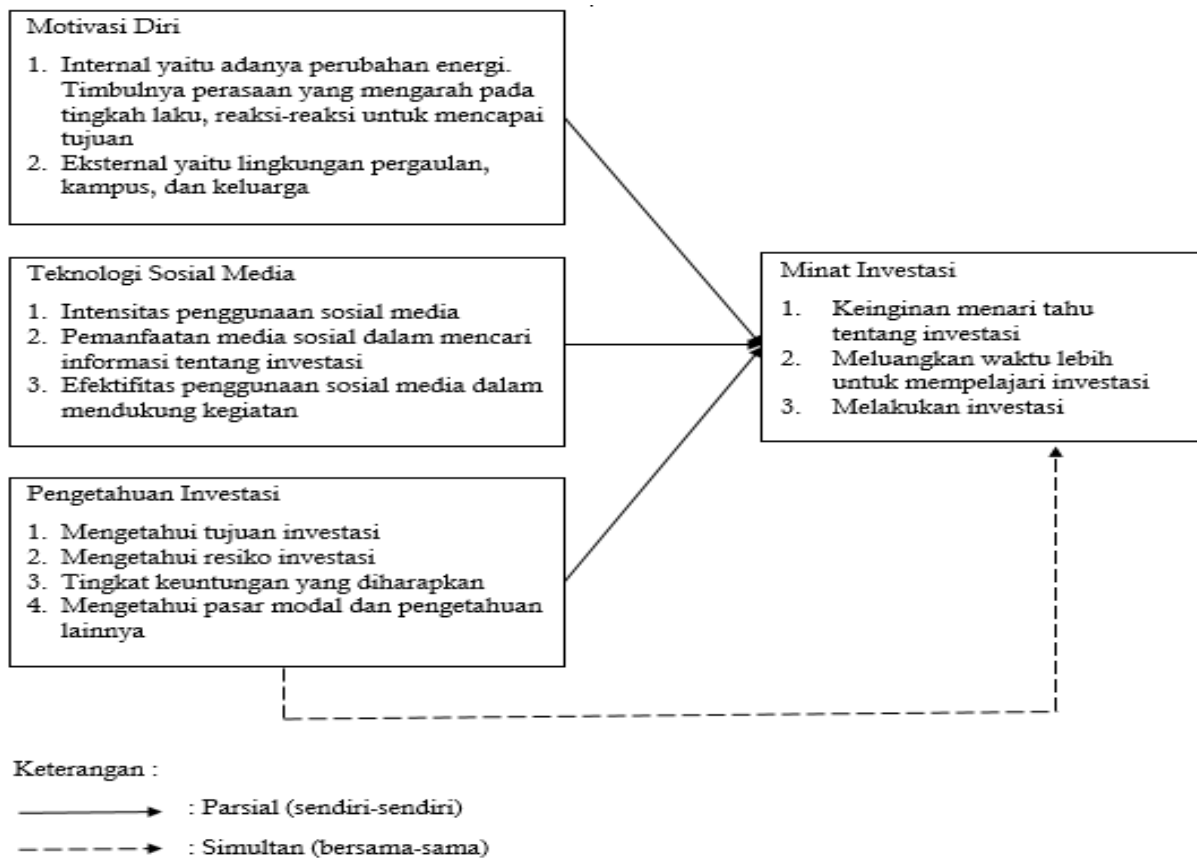
Terdapat pembatasan masalah yang terbatas terkait banyaknya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat investasi mahasiswa maka peneliti membatasi masalah den-

gan menentukan tiga faktor sebagai variabel bebas yaitu motivasi diri, pengetahuan investasi dan teknologi media sosial. Minat investasi meliputi keinginan mencari tahu informasi investasi, meluangkan waktu mempelajari investasi, dan mencoba melakukan investasi. Motivasi diri meliputi faktor internal yang berasal dalam diri seseorang dan eksternal yang terdiri dari lingkungan keluarga, lingkungan kampus, dan lingkungan pergaulan. Pengetahuan investasi meliputi tujuan investasi, risiko investasi, keuntungan yang diharapkan dan pengetahuan tentang pasar modal. Teknologi media sosial meliputi intensitas media sosial, pemanfaatan media sosial dan efektifitas penggunaan media sosial dalam mendukung kegiatan investasi.

Penelitian ini bermaksud untuk mengkaji hubungan dari motivasi diri, pengetahuan investasi dan teknologi media sosial terhadap minat investasi mahasiswa. Berikut ini adalah diagram kerangka berpikir penelitian

Kerangka berpikir pengaruh motivasi diri terhadap minat investasi mahasiswa. Motivasi diri menjadi salah satu faktor yang diduga mempengaruhi minat menjadi investor saham pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Motivasi adalah dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya. Motivasi dianggap sebagai daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Wahab (2015) mengatakan bahwa motivasi sebagai pendorong munculnya minat.

Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan proses interaksi dari beberapa unsur. Motivasi diri terdiri dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor-faktor yang berasal dari dalam diri seseorang sedangkan faktor eksternal berasal dari luar diri seseorang atau



Gambar 1. Kerangka Berpikir Penelitian

berasal dari lingkungan.

Kerangka berpikir pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi mahasiswa. Pengetahuan Investasi merupakan pemahaman dasar yang harus dimiliki seseorang sebelum melakukan proses investasi agar terhindar dari kerugian yang tidak diinginkan. Pengetahuan investasi meliputi tujuan dilakukannya investasi, risiko yang harus dihadapi, keuntungan yang diharapkan dan pengetahuan tentang pasar modal. Untuk melakukan investasi di pasar modal diperlukan pengetahuan yang cukup, pengalaman, serta naluri bisnis untuk menganalisis efek-efek mana yang akan dibeli, yang akan dijual, dan yang akan dimiliki (Halim, 2005).

Berdasarkan uraian tentang pengetahuan investasi diatas, peneliti tertarik menjadikan pengetahuan investasi sebagai salah satu faktor yang diuji di dalam penelitian ini. Penelitian akan dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang menyediakan mata kuliah yang berkaitan dengan investasi, misalnya Pasar Uang Pasar Modal, Manajemen Investasi, dan Penganggaran.

Kerangka berpikir pengaruh Teknologi media sosial terhadap minat investasi mahasiswa. Teknologi media sosial merupakan teknologi yang tidak bisa dipisahkan dari orang-orang di jaman yang serba digital ini. Selain sebagai sarana komunikasi jarak jauh dan mendapatkan jaringan teman-teman lama, melalui media sosial orang-orang bisa mendapatkan informasi lebih cepat dibandingkan dengan media cetak maupun televisi dan radio.

Media sosial memberikan informasi yang lebih cepat, dimana saja dan kapan saja. Kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan informasi ini sangat membantu orang-orang yang membutuhkan informasi tertentu salah satunya informasi tentang pasar modal dan investasi. Mulai dari perkembangan dan pergerakan harga saham hingga informasi tentang perusahaan-perusahaan yang membutuhkan dana melalui penjualan saham di bursa efek.

Teknologi media sosial ini digunakan

menjadi salah satu faktor yang diduga mempengaruhi minat investasi mahasiswa melalui tiga indikator yaitu intensitas penggunaan media sosial, pemanfaatan media sosial dan efektifitas penggunaan media sosial untuk meningkatkan minat investasi mahasiswa.

Motivasi diri, pengetahuan investasi, dan teknologi media sosial di duga menjadi beberapa faktor dari munculnya minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Ketiga faktor ini diharapkan akan menghasilkan hipotesis yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal.

Dengan adanya motivasi diri maka langkah-langkah yang akan ditempuh untuk melakukan investasi yang diharapkan bisa lebih terarah, pengetahuan investasi yang dimiliki bisa membantu untuk meminimalisir risiko yang akan dihadapi selama proses investasi dan mendapatkan keuntungan yang diharapkan, dan teknologi media sosial berperan dalam mendapatkan informasi secara cepat dan tepat tentang perkembangan investasi maupun informasi-informasi lain yang dibutuhkan calon investor.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Menganalisis pengaruh motivasi diri terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. (2) Menganalisis pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. (3) Menganalisis pengaruh teknologi media sosial terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. (4) Menganalisis pengaruh motivasi diri, pengetahuan investasi dan teknologi media sosial secara bersama-sama terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi dari teori dengan keadaan yang ada di lapangan dan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan selanjutnya. Dan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai referensi atau

titik tolak tambahan bila diadakan penelitian lebih lanjut khususnya bagi pihak lain yang ingin mempelajari mengenai minat investasi mahasiswa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada umumnya penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data serta penampilan dari hasil penelitiannya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil pertanyaan kuesioner kepada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi UNNES angkatan tahun 2015. Penulis memilih menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* dan *Quota Sampling*. Penggunaan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* dimaksudkan agar populasi di setiap kelas mendapat kesempatan untuk mewakili, teknik ini dilakukan karena populasi penelitian yang tidak homogen. Kemudian teknik *Quota Sampling* digunakan karena sebelumnya jumlah responden yang diteliti sudah ditetapkan terlebih dahulu. Sampel penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan tahun 2015.

Populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2015 yang berjumlah 865 mahasiswa. Melalui *Proportionate Random Sampling* dan *Quota Sampling*. Penggunaan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* dimaksudkan agar populasi di setiap kelas mendapat kesempatan untuk mewakili, teknik ini dilakukan karena populasi penelitian yang tidak homogen. Sedangkan teknik *Quota Sampling* digunakan karena sebelumnya jumlah responden yang diteliti sudah ditetapkan terlebih dahulu. Proses pengambilan sampel dilakukan dengan memberi kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi yang dipilih secara random dan insidental sampai memenuhi proporsi sampel setiap jurusan.

Dalam penelitian ini diketahui N sebanyak 865 mahasiswa, kemudian jumlah sampel yang akan diambil menggunakan rumus slovin, kemudian diketahui sampel yang diambil berjumlah 132 mahasiswa. Dari jumlah sampel yang diambil sebanyak 132 mahasiswa, kemudian jumlah masing-masing sampel dibagi menurut proporsinya berdasarkan jurusan mahasiswa tersebut. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Data Primer, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data motivasi diri yang dimiliki mahasiswa di Fakultas Ekonomi, data pengetahuan investasi yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi, dan data kemampuan penggunaan teknologi media sosial guna mendukung minat investasi yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi.

Sedangkan sumber data penelitian ini diperoleh langsung dari objek penelitian berupa jawaban kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi angkatan tahun 2015. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain : Observasi langsung (*survey*). Dalam penelitian ini, digunakan penelitian di lapangan (*field research*) dengan metode penelitian *survey* sebagai pengumpulan data primer. Teknik ini digunakan untuk objek penelitian yang bersifat perilaku manusia dan proses kerja melalui wawancara. Kuesioner (Angket) yaitu cara mengumpulkan data melalui daftar pertanyaan kepada responden, yang disebarkan kepada para mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi angkatan tahun 2015 yang berhubungan dengan motivasi diri, pengetahuan investasi, teknologi media sosial dan minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup sehingga responden tinggal memilih jawabannya saja. Angket dibuat dengan menggunakan skala tipe *Likert (Summated Rating Method)*. Metode ini digunakan untuk mengungkap variabel minat investasi (Y), motivasi diri (X1), pengetahuan investasi (X2), dan teknologi media sosial (X3). Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi

indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Sedangkan uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas diolah menggunakan program Excel 2013 dan SPSS 21.

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen dalam kuesioner selanjutnya dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan alat ukur dalam mengukur objek yang diteliti. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan jika r hitung < r tabel, maka variabel tersebut tidak valid. Penelitian ini menggunakan 30 responden untuk uji coba. Serta untuk analisis data dan uji hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian menggunakan program SPSS versi 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fakultas Ekonomi menyediakan mata kuliah yang berkaitan dengan bisnis investasi untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa. Beberapa mata kuliah yang diajarkan adalah Manajemen Investasi, Manajemen Keuangan, Penganggaran dan Pasar Uang Pasar Modal. Mata kuliah tersebut diharapkan menjadi bekal mahasiswa agar bisa lebih mendalami dan mengembangkan kemampuan mereka dalam melakukan investasi. Selain itu di Fakultas Ekonomi juga terdapat Galeri Investasi yang akan memfasilitasi mahasiswa dan warga Universitas Negeri Semarang untuk memudahkan transaksi dan kegiatan investasi mulai dari pembukaan rekening sampai transaksi jual beli saham. Di Fakultas Ekonomi sendiri bahkan memiliki Badan Semi Otonom yang khusus untuk mempelajari pasar modal yang

bernama UNSSAF (Unnes Stock Exchange Study Forum). BSO ini memberikan fasilitas-fasilitas seperti seminar dan pelatihan pasar modal.

Analisis statistik deskriptif ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik masing-masing indikator dalam setiap variabel agar lebih mudah memahami pengukuran pada variabel yang diungkap. Statistik deskriptif berhubungan dengan metode pengelompokan, peringkasan, dan penyajian data dalam cara yang lebih informatif. Analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel motivasi diri, pengetahuan investasi, teknologi media sosial dan minat investasi mahasiswa adalah analisis statistik deskripsi persentase. Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai data yang diperoleh yaitu variabel motivasi diri, pengetahuan investasi, teknologi media sosial dan minat investasi mahasiswa agar lebih mudah dipahami.

Analisis statistik deskriptif ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik masing-masing indikator dalam setiap variabel agar lebih mudah memahami pengukuran pada variabel yang diungkap. Statistik deskriptif berhubungan dengan metode pengelompokan, peringkasan, dan penyajian data dalam cara yang lebih informatif. Analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan variabel motivasi diri, pengetahuan investasi, teknologi media sosial dan minat investasi mahasiswa adalah analisis statistik deskripsi persentase. Berikut ini tabel yang menunjukkan mengenai analisis deskriptif variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Pada variabel motivasi diri memiliki nilai rata-rata sebesar 28,63 yang masuk dalam kategori rendah. Variabel pengetahuan investasi memiliki nilai rata-rata sebesar 24,92 yang masuk dalam kategori tinggi. Variabel teknologi media sosial memiliki nilai rata-rata sebesar 14,91 yang masuk dalam kategori tinggi. Variabel minat investasi mahasiswa memiliki nilai rata-rata sebesar 20,35 yang masuk dalam kategori tinggi.

Keterangan lebih lanjut dan lengkap mengenai nilai minimum dan maksimum dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskripsi

Variabel	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Kategori
Motivasi Diri	18	48	28,63	Rendah
Pengetahuan Investasi	12	34	24,92	Tinggi
Teknologi Media Sosial	16	23	14,91	Tinggi
Minat Investasi Mahasiswa	9	31	20,35	Tinggi

Sumber : Data diolah, 2019

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	1,819	2,232	,815	,416
1 Motivasi Diri	,273	,075	3,643	,000
Pengetahuan Investasi	,133	,085	1,568	,119
Teknologi Media Sosial	,497	,119	4,169	,000

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2 diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 1,819 + 0,273 X_1 + 0,133 X_2 + 0,497 X_3$$

Nilai konstanta tersebut diambil dari *Unstandardized Coefficients*, jika variabel *independent* (motivasi diri, pengetahuan investasi, dan teknologi media sosial) dianggap sama dengan nol, maka minat investasi mahasiswa akan naik sebesar 1,819. Nilai koefisien variabel motivasi diri adalah sebesar 0,273. Artinya jika terjadi suatu peningkatan variabel motivasi diri sebesar 1, maka nilai variabel minat investasi mahasiswa akan meningkat 0,273 dengan asumsi variabel pengetahuan investasi dan teknologi media sosial dianggap tetap.

Nilai koefisien variabel pengetahuan investasi adalah sebesar 0,133. Artinya jika terjadi suatu peningkatan nilai variabel pengetahuan investasi sebesar 1, maka nilai variabel minat investasi mahasiswa akan meningkat sebesar 0,133 dengan asumsi variabel motivasi diri dan teknologi media sosial dianggap tetap. Nilai koefisien variabel teknologi media sosial adalah sebesar 0,497. Artinya jika terjadi suatu peningkatan nilai variabel teknologi media sosial sebesar 1, maka nilai variabel minat investasi mahasiswa akan meningkat sebesar 0,497 dengan asumsi variabel motivasi diri

dan pengetahuan investasi dianggap tetap.

Pengaruh Motivasi Diri Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Hasil dari olah data yang dihitung menggunakan IBM SPSS v21 menunjukkan bahwa motivasi diri memiliki nilai koefisien sebesar 0,273. Artinya jika terjadi suatu peningkatan variabel motivasi diri sebesar 1, maka nilai variabel minat investasi mahasiswa akan meningkat 0,273 dengan asumsi variabel pengetahuan investasi dan teknologi media sosial dianggap tetap.

Hasil uji statistik t variabel motivasi diri memperoleh nilai sebesar 3,643 dengan signifikansi $0,00 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Motivasi Diri berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa. Hasil tersebut dilihat dari uji parsial (uji t) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Motivasi Diri terhadap Minat Investasi Mahasiswa adalah 0,00 yang berarti $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut H_1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh Motivasi Diri terhadap minat investasi mahasiswa diterima, artinya bahwa kenaikan Motivasi Diri yang diberikan kepada mahasiswa me-

memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa sebesar 9,36%. Kontribusi Motivasi Diri terhadap Minat Investasi Mahasiswa sebesar 9,36%, berpengaruh positif dan signifikan. Tanda positif berarti jika Motivasi Diri semakin meningkat maka Minat Investasi Mahasiswa akan meningkat pula.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pajar yang berjudul “Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa FE UNY” menyatakan bahwa motivasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY, dibuktikan dengan probabilitas sebesar $0,00 < 0,05$. Penelitian tersebut dilakukan di Fakultas Ekonomi UNY menunjukkan bahwa besaran pengaruh motivasi terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta sebesar 76,3%. Nilai tersebut lebih besar daripada besarnya pengaruh motivasi diri dalam penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang menunjukkan bahwa besaran pengaruh motivasi terhadap minat investasi sebesar 9,36%. Artinya Motivasi yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta untuk melakukan investasi lebih besar daripada motivasi yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Sejalan dengan hasil penelitian Kustitik (2013) yang berjudul “Pengaruh Motivasi dan Kondisi Sosial Ekonomi Terhadap Investasi Melalui Pendidikan” penelitian yang dilakukan di SMK se-Kabupaten Batang ini menjelaskan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari motivasi terhadap minat investasi siswa sebesar 30,80% sedangkan dalam penelitian yang dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang ini pengaruh motivasi terhadap minat investasi mahasiswa hanya sebesar 9,36%. Yang artinya motivasi yang dimiliki siswa SMK se-Kabupaten Batang untuk melakukan investasi lebih besar dibandingkan motivasi yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang untuk melakukan investasi. Secara umum, seseorang

yang memiliki motivasi dalam dirinya untuk melakukan sesuatu yang menjadi tujuan maka ia akan berusaha melakukan apapun untuk mencapai tujuan yang ingin dicapainya.

Hasil penelitian ini juga menggambarkan teori minat oleh Mappiare (1982) yang menjelaskan bahwa minat adalah suatu perangkat yang terdiri dari campuran-campuran perasaan, harapan, pendidikan, rasa takut atau kecenderungan lain yang menggerakkan individu kepada suatu pilihan tertentu adalah benar adanya. Harapan seseorang dapat memicu timbulnya motivasi dalam diri seseorang. Motivasi diri yang dimiliki seseorang tersebut mempengaruhi keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang dalam menentukan suatu pilihan yaitu pilihan untuk melakukan investasi atau tidak.

Dari hasil analisis deskriptif persentase yang telah dilakukan sebelumnya, bagi mahasiswa Motivasi Diri yang ada di Fakultas Ekonomi masih rendah. Ditunjukkan dari rata-rata variabel Motivasi Diri yaitu 28,63 yang masuk dalam kategori rendah. Dari angka tersebut bisa diketahui bahwa tingkat Motivasi Diri mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES untuk berinvestasi di pasar modal masih rendah. Rendahnya tingkat motivasi ini bisa saja disebabkan adanya ketertarikan mahasiswa Fakultas Ekonomi terhadap bidang lain selain investasi, misalnya usaha mandiri.

Indikator pembentuk Motivasi Diri yang tertinggi adalah reaksi untuk mencapai tujuan, ini berkaitan dengan munculnya tindakan-tindakan yang dilakukan mahasiswa untuk mencapai tujuan dari keinginan mereka untuk berinvestasi. Adanya proses tersebut juga didukung oleh fasilitas kampus yaitu dengan adanya Galeri Investasi di Fakultas Ekonomi yang mempermudah mahasiswa dalam melakukan proses investasi di pasar modal.

Indikator pembentuk Motivasi Diri terendah adalah lingkungan kampus yang berkaitan dengan proses belajar, fasilitas, ataupun kegiatan-kegiatan kampus diluar kegiatan belajar mengajar. Mahasiswa merasa bahwa lingkungan kampus belum terlalu mendukung untuk memunculkan dan mengembangkan

Motivasi Diri mahasiswa untuk melakukan investasi di pasar modal. Mahasiswa merasa kegiatan-kegiatan yang diadakan di kampus belum mampu membuat mereka tertarik untuk melakukan investasi di pasar modal.

Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Hasil dari olah data yang dihitung menggunakan IBM SPSS v21 menunjukkan bahwa pengetahuan investasi memiliki nilai koefisien sebesar 0,133. Artinya jika terjadi suatu peningkatan variabel pengetahuan investasi sebesar 1, maka nilai variabel minat investasi mahasiswa akan meningkat 0,133 dengan asumsi variabel motivasi diri dan teknologi media sosial dianggap tetap.

Hasil uji statistik t variabel pengetahuan investasi memperoleh nilai sebesar 1,568 dengan signifikansi $0,119 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_2 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Investasi tidak berpengaruh terhadap Minat Investasi Mahasiswa. Hasil tersebut dilihat dari uji parsial (uji t) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Motivasi Diri terhadap Minat Investasi Mahasiswa adalah 0,119 yang berarti $> 0,05$.

Berdasarkan hasil tersebut H_2 yang menyatakan bahwa ada pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap minat investasi mahasiswa ditolak, yang artinya bahwa Pengetahuan Investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Adanya Pengetahuan Investasi yang tidak berpengaruh terhadap minat investasi ini menunjukkan bahwa adanya ilmu manajemen investasi dan pasar modal yang didapatkan mahasiswa selama kuliah tidak menjadi bahan pertimbangan untuk mahasiswa dalam memutuskan untuk melakukan investasi di pasar modal. Hasil uji determinasi secara parsial menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap minat investasi mahasiswa adalah 1,88%.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Aminatun (2017) yang berjudul "Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi dan Motivasi

Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal (Studi kasus pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Kesuma Negara)" menyatakan pemahaman investasi yang diperoleh mahasiswa ketika mendapat mata kuliah manajemen investasi dan pasar modal tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal, dengan nilai probabilitas sebesar $0,76 > 0,05$. Nilai probabilitas pada hasil penelitian tersebut lebih besar daripada hasil dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa pengetahuan investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi dengan nilai probabilitas sebesar $0,119 > 0,05$.

Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juanita (2017) yang berjudul "Pengaruh Modal Minimal Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal" yang menyatakan hasil bahwa ada pengaruh dari pengetahuan investasi sebesar 9% terhadap minat investasi mahasiswa. Sedangkan dalam penelitian ini pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Yang artinya adanya perbedaan sampel dapat merubah hasil penelitian meskipun dengan salah satu faktor yang digunakan sama. Seseorang yang memiliki pengetahuan atas apapun belum tentu menggunakannya sebagai pertimbangan untuk memutuskan sesuatu sebagai tujuan.

Hasil penelitian ini juga menggambarkan teori minat oleh Mappiare (1982) yang menjelaskan bahwa minat adalah suatu perangkat yang terdiri dari dari campuran-campuran perasaan, harapan, pendidikan, rasa takut atau kecenderungan lain yang menggerakkan individu kepada suatu pilihan tertentu tidak sesuai dengan realitas lapangan. Pendidikan yang dimaksud dalam penelitian adalah pengetahuan investasi yang dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang didapatkan mahasiswa dari berbagai sumber sehingga mahasiswa memiliki pengetahuan investasi yang memadai. Kenyataannya pengetahuan investasi tidak mempengaruhi mahasiswa untuk melakukan investasi.

Dari hasil analisis deskriptif persentase

yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa Pengetahuan Investasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang dimata mahasiswa memiliki rata-rata 24,92 dan masuk dalam kategori Tinggi. Angka tersebut berarti bahwa mahasiswa memiliki tingkat Pengetahuan Investasi yang baik yang disebabkan adanya proses perkuliahan yang diberikan oleh kampus untuk mahasiswa guna menambah pengetahuan mengenai investasi berdampak positif.

Indikator variabel Pengetahuan Investasi yang tertinggi adalah pasa modal dan pengetahuan umum. Tingginya indikator tersebut menandakan adanya suatu keberhasilan tenaga pendidik dalam menyampaikan materi pasar modal dan pengetahuan umum lainnya yang berkaitan dengan investasi di pasar modal serta kemampuan mahasiswa dalam menyerap materi perkuliahan yang baik. Sehingga mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan pasar modal.

Indikator variabel Pengetahuan Investasi terendah adalah tujuan investasi. Kurangnya pemahaman mahasiswa mengenai tujuan melakukan investasi di pasar modal menjadi salah satu kendala mahasiswa untuk memiliki ketertarikan pada investasi pasar modal. Hasil uji determinasi secara parsial menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap minat investasi mahasiswa adalah 1,88%, dan tidak berpengaruh karena signifikansi variabel Pengetahuan Investasi $0,119 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap minat investasi mahasiswa. Hasil tersebut terjadi karena mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi tidak menjadikan Pengetahuan Investasi sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan investasi di pasar modal. Sehingga mahasiswa tetap memiliki Pengetahuan Investasi yang tinggi namun tidak berpengaruh pada minat investasi mahasiswa.

Pengaruh Teknologi Media Sosial Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Hasil dari olah data yang dihitung menggunakan IBM SPSS v21 menunjukkan

bahwa teknologi media sosial memiliki nilai koefisien sebesar 0,497. Artinya jika terjadi suatu peningkatan variabel teknologi media sosial sebesar 1, maka nilai variabel minat investasi mahasiswa akan meningkat 0,497 dengan asumsi variabel motivasi diri dan pengetahuan investasi dianggap tetap.

Hasil uji statistik t variabel teknologi media sosial memperoleh nilai sebesar 4,169 dengan signifikansi $0,00 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Teknolohi Media Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa. Hasil tersebut dilihat dari uji parsial (uji t) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Teknologi Media Sosial terhadap Minat Investasi Mahasiswa adalah 0,00 yang berarti $< 0,05$.

Berdasarkan hasil tersebut H_3 yang menyatakan bahwa ada pengaruh Teknologi Media Sosial terhadap minat investasi mahasiswa diterima, yang artinya bahwa Teknologi Media Sosial berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Hasil uji determinasi secara parsial menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Teknologi Media Sosial terhadap minat investasi mahasiswa adalah 11,97%, berpengaruh positif dan signifikan. Tanda positif berarti semakin baik Teknologi Media Sosial yang ada maka minat investasi mahasiswa akan semakin tinggi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferlina (2017) yang berjudul "Pengaruh Informasi Produk, Risiko Investasi, Kepuasan Investor pada Minat Mahasiswa Berinvestasi" menyatakan bahwa informasi produk berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi sebesar 41,34%, hasil tersebut lebih besar dibandingkan dengan hasil dalam penelitian ini yang menunjukkan hasil uji determinasi secara parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Teknologi Media Sosial terhadap minat investasi mahasiswa adalah 11,97%. Hasil tersebut menggambarkan kurangnya efektivitas penggunaan media sosial oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dalam mencari informa-

si sebanyak-banyaknya mengenai investasi saham di pasar modal. Semakin mudahnya mahasiswa mendapatkan informasi melalui internet seharusnya menjadikan mahasiswa bisa lebih mengetahui mengenai investasi dengan lebih mudah pula, selain itu beragam informasi yang didapat bisa dijadikan referensi karena memberikan pengetahuan tentang pasar modal atau saham yang dipilih sehingga berpengaruh terhadap minat investasi.

Hasil penelitian ini juga menggambarkan teori minat oleh Mappiare (1982) yang menjelaskan bahwa minat adalah suatu perangkat yang terdiri dari campuran-campuran perasaan, harapan, pendidikan, rasa takut atau kecenderungan lain yang menggerakkan individu kepada suatu pilihan tertentu adalah benar adanya. Kecenderungan-kecenderungan lain yang dimaksud dalam penelitian ini adalah teknologi media sosial, semakin efektif penggunaan media sosial untuk mendapatkan informasi investasi maka semakin meningkat pula keinginan mahasiswa untuk mencoba melakukan investasi.

Dari hasil analisis deskriptif persentase yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa Teknologi Media Sosial mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang memiliki rata-rata 14,91 dan masuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti mahasiswa dalam penggunaan media sosial masuk dalam kategori tinggi atau sering dan tidak bisa jauh dari media sosial dalam kesehariannya.

Indikator pembentuk variabel Teknologi Media Sosial tertinggi adalah intensitas penggunaan media sosial. Hasil tersebut menggambarkan intensitas mahasiswa dalam menggunakan media sosial lebih dari 6 jam dalam sehari. Itu artinya kegiatan sehari-hari mahasiswa tidak jauh dari selancar lewat media sosial yang dimilikinya.

Indikator pembentuk variabel Teknologi Media Sosial terendah adalah pemanfaatan media sosial. Hasil tersebut menggambarkan kurangnya pemanfaatan media sosial yang digunakan mahasiswa sehari-hari untuk mencari informasi-informasi mengenai investasi. Sehingga mahasiswa lebih banyak menggu-

nakan media sosial sebagai hiburan semata atau menggunakan media sosial untuk hal bermanfaat lain diluar investasi seperti untuk berjualan online atau untuk memenuhi kebutuhan *lifestyle* mereka.

Pengaruh Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial Secara Bersama-sama Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Hasil pengujian signifikan simultan digunakan untuk melihat bagaimana variabel independen (motivasi diri, pengetahuan investasi, dan teknologi media sosial) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (minat investasi mahasiswa). Apabila tingkat signifikansi atau tingkat probabilitas kurang dari 5% maka H_0 ditolak, hal ini berarti variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat secara simultan atau bersama-sama. Sebaliknya jika tingkat signifikansi lebih dari 5% maka H_0 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara bersama-sama tidak mampu menjelaskan variabel terikatnya. Setelah data diolah diperoleh nilai F-hitung sebesar 27,179 dengan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$, artinya bahwa secara simultan variabel motivasi diri, pengetahuan investasi dan teknologi media sosial berpengaruh signifikan terhadap variabel minat investasi mahasiswa.

Hasil uji regresi linier berganda, nilai konstanta menunjukkan angka sebesar 1,819. Artinya jika variabel bebas (motivasi diri, pengetahuan investasi, dan teknologi media sosial) dianggap sama dengan nol, maka minat investasi mahasiswa akan naik sebesar 1,819. Hasil uji koefisien determinasi secara simultan menunjukkan bahwa besarnya Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa sebesar 37,50%. Dalam penelitian ini nilai *Adjusted R Square* kurang dari 50% yang berarti model penelitian yang digunakan ini termasuk dalam model yang rendah. Terdapat salah satu variabel yang tidak berpengaruh yaitu Pengetahuan Investasi. Penentuan variabel dalam menentukan minat investasi mahasiswa Fa-

kultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sudah tepat.

Hasil koefisien determinasi secara parsial (r^2) didapatkan pengaruh Motivasi Diri terhadap minat investasi mahasiswa sebesar 9,36%, sedangkan pada variabel Pengetahuan Investasi diperoleh 1,88% dan untuk variabel Teknologi Media Sosial sebesar 11,97%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Teknologi Media Sosial terhadap minat investasi mahasiswa lebih besar daripada pengaruh Motivasi Diri dan Pengetahuan Investasi terhadap minat investasi mahasiswa. Hal tersebut dapat diartikan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang menganggap bahwa Teknologi Media Sosial merupakan pertimbangan yang paling penting untuk memutuskan melakukan investasi di pasar modal

Teknologi Media Sosial menjadi pertimbangan yang paling mempengaruhi mahasiswa untuk memutuskan melakukan investasi atau tidak disebabkan karena gaya hidup mahasiswa sekarang yang jauh lebih dekat dengan teknologi dalam mencari informasi yang lebih cepat, mudah dan akurat. Sehingga semakin baik mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial dalam menggali informasi perusahaan, saham dan proses investasi maka semakin tinggi ketertarikan mahasiswa terhadap investasi di pasar modal. Dalam penelitian ini pengaruh Teknologi Media Sosial lebih besar, namun variabel Pengetahuan Investasi dan Motivasi Diri juga harus tetap diperhatikan.

Motivasi Diri yang ada dalam diri mahasiswa akan membantu meningkatnya minat investasi mahasiswa di pasar modal. Peningkatan tersebut ditandai dengan adanya tindakan-tindakan yang dilakukan mahasiswa untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan variabel Pengetahuan Investasi yang mana dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh secara parsial karena semakin baik Pengetahuan Investasi yang mereka miliki maka semakin mahasiswa merasa risiko-risiko yang harus ditanggung dalam investasi pasar cukup besar. Secara bersama-sama Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media

Sosial memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang sebesar 37,50% sisanya 62,50% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian.

SIMPULAN

Ada pengaruh motivasi diri terhadap minat investasi mahasiswa sebesar 9,36% pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2015. Adapun pengaruhnya positif dan signifikan. Koefisien regresi bertanda positif berarti semakin meningkatnya motivasi diri maka akan diikuti dengan meningkatnya minat investasi mahasiswa. Jika terjadi suatu peningkatan variabel motivasi diri sebesar 1, maka nilai variabel minat investasi mahasiswa akan meningkat 0,273 dengan asumsi variabel pengetahuan investasi dan teknologi media sosial dianggap tetap.

Tidak ada pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2015. Namun pengetahuan investasi memiliki nilai koefisien sebesar 0,133. Artinya jika terjadi suatu peningkatan variabel pengetahuan investasi sebesar 1, maka nilai variabel minat investasi mahasiswa akan meningkat 0,133 dengan asumsi variabel motivasi diri dan teknologi media sosial dianggap tetap.

Ada pengaruh teknologi media sosial terhadap minat investasi mahasiswa sebesar 11,97% pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2015. Adapun pengaruhnya positif dan signifikan. Koefisien regresi bertanda positif berarti semakin meningkatnya teknologi media sosial maka akan diikuti dengan meningkatnya minat investasi mahasiswa. Jika terjadi suatu peningkatan variabel teknologi media sosial sebesar 1, maka nilai variabel minat investasi mahasiswa akan meningkat 0,497 dengan asumsi variabel motivasi diri dan pengetahuan investasi dianggap tetap.

Ada pengaruh motivasi diri, pengeta-

huan investasi, teknologi media sosial secara bersama-sama terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan tahun 2015 sebesar 37,50%.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih diucapkan kepada (1) Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum, sebagai Rektor Universitas Negeri Semarang, (2) Drs. Heri Yanto, MBA, PhD., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, (3) Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, (4) Dr. Widiyanto, MBA., MM., sebagai dosen penguji 1, (5) Wijang Sakitri, S.Pd., M. Pd sebagai dosen pembimbing II, (6) Dr. Kardoyo, M.Pd sebagai dosen pembimbing.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminatun, Nisa & Luki Zulaika. 2017. "Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal". *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi*. E-ISSN: 2528-2581 Vol. 2 No. 2, Juli 2017.
- Andi, Mappiare. 1982. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional
- Bursa Efek Indonesia. 2017. Laporan Tahunan 2017. Tersedia di <https://www.idx.co.id/tentang-bei/laporan-tahunan/>. Diambil pada tanggal 12 Juli 2018
- Bursa Efek Indonesia. 2018. Daftar Saham per Mei 2018. Tersedia di <https://www.idx.co.id/data-pasar/data-saham/daftar-saham/>. Diambil pada tanggal 12 Juli 2018
- Diharja, A. 2008. "Analisis daya tarik pasar modal di Indonesia terhadap minat investasi masyarakat". Tesis Magister Manajemen, Binus Business School, Program Studi Magister Manajemen Finance & Investment. Binus University.
- Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Halim, Abdul. 2005. *Analisis Investasi*. Salemba Empat. Jakarta
- Juanita. 2017. "Pengaruh Modal Minimal dan Pengetahuan Investasi Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Kaplan, A dan Haenlein, M. 2010. "Users of the World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media" *Business Horizons* 53. Hlm: 59-68.
- KPEI. 2016. Fokus Menuntaskan Aneka Agenda strategis. Tersedia di <https://anzdoc.com/fokus-menuntaskan-aneka.html>. Diambil pada tanggal 12 Juli 2018
- Kustitik. 2013. "Pengaruh Motivasi Dan Kondisi Sosial Ekonomi Terhadap Keputusan Investasi Melalui Pendidikan". *Economic Education Analysis Journal*. Vol. 2 No. 1. 2013. Semarang : Universitas Negeri Semarang
- Pajar, Rizki Chaerul. 2017. "Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY". *Jurnal Profita Edisi I 2017*.
- Siagian, P. Sondang. 1995. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Edisi 3. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Suyanto, Agus. 1992. *Psikologi Umum*. Jakarta: Ak-sara Baru
- Trenggana, Arlin Ferlina M & Riswan Kuswardhana. 2017. "Pengaruh Informasi Produk, Risiko Investasi, Kepuasan Investor Dan Minat Mahasiswa Berinvestasi". *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*. E-ISSN: 2580-8095 Vol. 1 No. 1, Agustus 2017.
- Wahab, Rosmalina. 2015. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Wang, Yun., Renhai Hua., Zongcheng Zhang. 2011. "The Investor Behavior and Futures Market Volatility." *China Finance Review International*. 5(3): 512-536