

Peran Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi, Dan Uang Saku Terhadap Minat Investasi Pada Generasi Z Di Kabupaten Sidoarjo

Oleh:

Faizal Fajar Firmansyah (202010200247)

Dr. Sriyono, M.M.

Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Februari, 2024

Pendahuluan

- Saat ini perekonomian suatu negara semakin pesat persaingannya, diiringi dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga membawa manfaat, salah satunya adalah di bidang investasi. Kegiatan investasi ini merupakan sesuatu yang baru bagi masyarakat Indonesia, khususnya bagi generasi Z.
- Survei berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mengenai jumlah investor di pasar modal berdasarkan umur. Hingga Agustus 2023, terdapat sekitar 11,5 juta investor individu di pasar modal Indonesia :
- Data menunjukkan bahwa 57,04% dari mereka berusia 30 tahun ke bawah dan 23,27% diantaranya berusia 31-40 tahun. Kemudian investor berusia 41-50 tahun sebanyak 11,36%, berusia 51-60 tahun sebanyak 5,44%, dan berusia di atas 60 tahun sebanyak 2,88%. **Hal ini menunjukkan investor di pasar keuangan didominasi generasi Z dan milenial.** Meski memiliki proporsi terbesar, investor generasi muda memiliki nilai aset terendah. Total aset investor berusia 30 tahun ke bawah hanya mencapai Rp 50,51 triliun pada Agustus 2023. Pada periode yang sama, total aset investor berusia 31-40 tahun mencapai Rp 112,92 triliun, dan investor berusia 41-50 tahun memiliki total aset sebesar Rp 173,15 triliun.

Pendahuluan

- Sosial media menjadi suatu platform yang juga sering digunakan oleh generasi Z untuk mencari informasi juga berkomunikasi. Social media influencer dianggap mampu mempengaruhi minat investasi pada generasi Z.
- Pengetahuan yang cukup mengenai cara berinvestasi yang baik, dan benar, akan mempengaruhi kecenderungan investasi mereka. Pengetahuan investasi merupakan pemahaman dari seseorang mengenai dunia investasi, meliputi pertimbangan investasi, tingkat risiko, dan tingkat hasil investasi.
- Return Investasi adalah hasil yang diperoleh dari investasi pada suatu investasi. Diharapkan dengan melakukan investasi maka jumlah yang diinvestasikan mampu menghasilkan keuntungan yang diharapkan.
- Uang saku adalah suatu hal yang penting bagi seorang mahasiswa untuk menjalankan aktivitas. Pada era sekarang, keadaan perekonomian terus mengalami pertumbuhan. Hal ini menyadarkan bahwa mereka perlu menambah modal. Selain mempunyai pendanaan dari uang saku dan juga pendapatan lainnya, tentunya juga ingin mempunyai pendanaan di luar uang saku. Salah satu cara mendapatkan uang di luar uang saku adalah dengan berinvestasi.

Research GAP

- Penelitian menunjukkan social media influencer dapat mempengaruhi minat investasi (Anastasya Fauzianti & Retnosari, 2022).
- Penelitian menurut (Suyanti & Hadi, 2019) bahwa pengetahuan investasi memiliki pengaruh positif pada minat investasi, namun hasil dari penelitian (Lubis, 2019) menunjukkan pengetahuan investasi tidak berpengaruh pada minat investasi.
- Penelitian dari (Yuliati et al., 2020) bahwa return investasi secara simultan berpengaruh signifikan pada minat investasi, sebaliknya menurut penelitian (Widati et al., 2022) menunjukkan return investasi tidak berpengaruh signifikan pada minat investasi.
- Menurut penelitian (Soemarsono & Sofianti, 2021) menunjukkan uang saku memiliki pengaruh terhadap minat investasi. Tetapi menurut (Robyani et al., 2022) menyatakan bahwa uang saku terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan pada minat investasi.

Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

➤ Rumusan Masalah :

- Apakah social media influencer berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z ?
- Apakah pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z ?
- Apakah return investasi berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z ?
- Apakah uang saku berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z ?

➤ Pertanyaan Penelitian :

- Apakah social media influencer, pengetahuan investasi, return investasi, dan uang saku berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z?

Tujuan Penelitian dan Kategori SDGs

➤ Tujuan Penelitian :

Untuk mengetahui apakah social media influencer, pengetahuan investasi, return investasi, dan uang saku berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z.

➤ Kategori SDGs

Penelitian ini termasuk dalam kategori ke delapan (8) dari 17 kategori SDGs (*Sustainable Development Goals*).

<https://sdgs.un.org/goals/oal8>

Literatur Review

- Social media influencer adalah seseorang yang mempunyai tingkat ketenaran dan keahlian tertentu di media sosial, dan bergerak sebagai pihak ketiga untuk mendeskripsikan, menyampaikan dan merekomendasikan topik atau informasi tertentu melalui media sosial untuk dapat mempengaruhi pengikutnya.
- Pengetahuan investasi ilmu atau pengetahuan terkait investasi yang bersifat sangat penting bagi calon investor tujuannya untuk menghindari penipuan.
- Return Investasi adalah hasil yang diperoleh dari investasi pada suatu investasi. Pengembalian return bisa berupa *capital gain atau dividen*, ataupun kerugian seperti *capital lossi*. Return dapat berupa pendapatan aktual (pendapatan yang telah terjadi) atau pendapatan yang diharapkan (pendapatan yang belum terjadi tapi sudah diharapkan atau diperhitungkan terjadi di masa depan atau masa yang akan datang.
- Uang saku adalah uang yang dikumpulkan atau diberikan dari orang tua, untuk bantuan, atau beasiswa dan untuk membantu memenuhi kebutuhan siswa.

Indikator Operasional

No	Variabel	Indikator	Pengukuran
1.	Sosial Media Influencer	1. Thustworthiness	[19]
		1. Expertise	
		1. Attractiveness	
		1. Respect	
		1. Similarity	
2.	Pengetahuan Investasi	1. Pentingnya pengetahuan dasar Investasi	[20]
		1. Instrumen Pasar Modal	
		1. Pemahaman Pasar Modal	
		1. Tingkat Keuntungan	
		1. Tingkat Risiko	
3.	Return Investasi	1. Pengetahuan Return	[21]
		1. Sumber Return	
		1. Return yang diharapkan	
4.	Uang Saku	1. Jumlah Uang saku	[18]
		1. Pengeluaran yang dimiliki atau motif konsumsi	
5.	Minat Investasi	1. Keinginan untuk mempelajari jenis- jenis Investasi	[23]
		1. Bersedia meluangkan waktu untuk belajar lebih banyak tentang investasi dengan mengikuti pelatihan dan seminar Investasi	
		1. Serta mencoba berinvestasi	

Metode

Rumus pada penelitian ini menggunakan rumus slovin, digunakan karena populasi pada penelitian ini sudah diketahui dengan jmlah 785 dan probability sampling karena semua populasi bisa dijadikan sampel, dan jumlah minimal sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 104, adapun rumus lemeshow sebagai berikut :

$$n = \frac{Za^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel minimum

Z = Nilai Standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 1.96$

P = Prevelensi outcome

Q =Komplementer dari P,Q = 1-P

L = Tingkat Ketelitian

Metode

Lokasi



Kab. Sidoarjo, Jawa Timur.

Jenis dan Teknik Penelitian



Menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik Purposive Sampling (Non Probability Sampling)

Populasi dan Sampel



Populasi Penelitian Ini Adalah Generasi Z Yang Ada Di Kabupaten Sidoarjo

Metode

Analisis Data



Analisis ini menggunakan regresi linier berganda, sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Jenis Sumber Data



Jenis Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder.

Teknik Pengumpulan Data



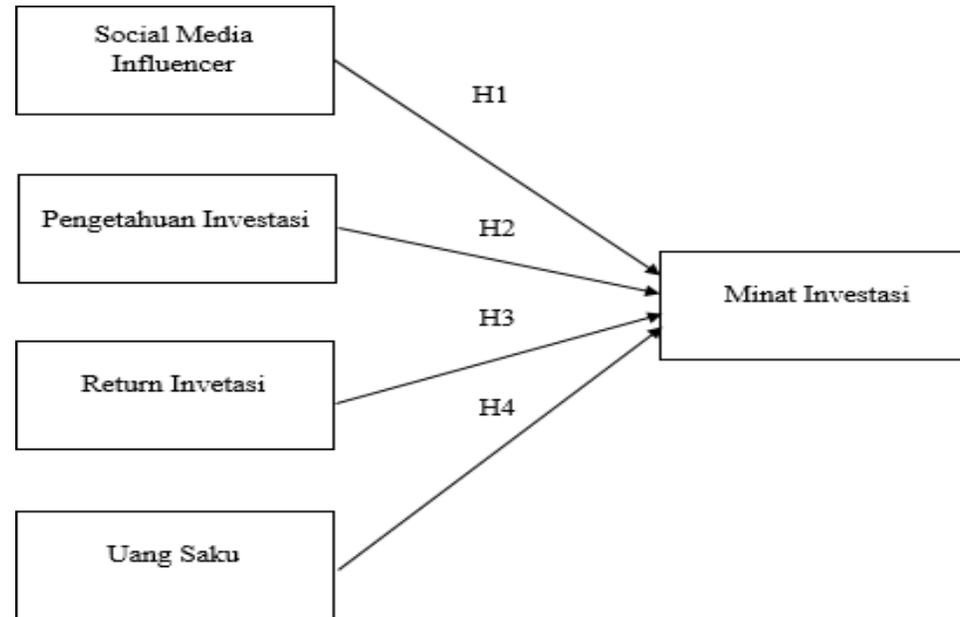
Menggunakan kuisisioner, dan studi kepustakaan.

Pengolahan Data



Pengolahan Data pada penelitian ini menggunakan software SPSS versi 26.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Social media influencer mempengaruhi minat investasi pada generasi Z
- H2: Pengetahuan investasi mempengaruhi minat investasi pada generasi Z
- H3: Return investasi mempengaruhi minat investasi pada generasi Z
- H4: Uang saku mempengaruhi minat investasi pada generasi Z

Hasil dan Pembahasan

- **Profil Responden**
- Penghimpunan data ini dilakukan secara online dan dibagikan secara acak dan dengan kriteria tertentu antara lain, 1. Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo, 2. Generasi Z yang memahami tentang investasi di pasar modal, 3. Memiliki Usia 17-26 tahun. Melalui proses *screening*, diperoleh sebanyak 100 responden yang memenuhi persyaratan. Karakteristik tersebut bisa dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut :

Variabel	Fitur	Presentase
Pekerjaan/Profesi	Pelajar/Mahasiswa	52,1 %
	Wiraswasta	6,3 %
	Karyawan Swasta	30,3 %
	Lain-Lain	11,3 %
Jenis Kelamin	Laki-Laki	51,4 %
	Perempuan	48,6 %
Tingkat Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	84,5 %
	Diploma (D1,D2,D3)	2,1 %
	Sarjana (S1)	13,4 %
Jumlah Uang Saku	< 1.000.000	43 %
	1.000.000 – 2.500.000	26,6 %
	2.500.000 – 5.000.000	24,5 %
	> 5.000.000	5,8 %

Hasil dan Pembahasan

- **Uji Validitas**

- Dari hasil tabel 3.2 menunjukkan bahwa nilai variabel Social Media Influencer (X1), Pengetahuan Investasi (X2), Return Investasi (X3), Uang Saku (X4), dan Minat Investasi (Y) menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan dengan ukuran signifikan $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang telah digunakan dinyatakan valid.

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r table	Sig. (2-tailed)	Deskripsi
Social Media Influencer (X1)	1	0,860	0,196	0,000	Valid
	2	0,903	0,196	0,000	Valid
	3	0,906	0,196	0,000	Valid
	4	0,906	0,196	0,000	Valid
	5	0,876	0,196	0,000	Valid
Pengetahuan Investasi (X2)	1	0,725	0,196	0,000	Valid
	2	0,916	0,196	0,000	Valid
	3	0,841	0,196	0,000	Valid
	4	0,911	0,196	0,000	Valid
	5	0,893	0,196	0,000	Valid
Return Investasi (X3)	1	0,884	0,196	0,000	Valid
	2	0,892	0,196	0,000	Valid
	3	0,807	0,196	0,000	Valid
Uang Saku (X4)	1	0,915	0,196	0,000	Valid
	2	0,905	0,196	0,000	Valid
Minat Investasi (Y)	1	0,869	0,196	0,000	Valid
	2	0,922	0,196	0,000	Valid
	3	0,846	0,196	0,000	Valid

Hasil dan Pembahasan

- **Uji Reliabilitas**
- Hasil dari tabel 3.3 menunjukkan bahwa variabel Social Media Influencer (X1) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,933 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel. Pada variabel Pengetahuan Investasi (X2) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,909 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel. Pada variabel Return investasi (X3) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,825 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel. Pada variabel Uang Saku (X4) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,805 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel. Dan pada variabel Minat Investasi (Y) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,853 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel.

Variabel	N	Hasil Cronbach's alpha	Koefisien Cronbach's alpha	Deskripsi
Social Media Influencer (X1)	5	0,933	$> 0,60$	Reliabel
Pengetahuan Investasi (X2)	5	0,909	$> 0,60$	Reliabel
Return Investasi (X3)	3	0,825	$> 0,60$	Reliabel
Uang Saku (X4)	2	0,805	$> 0,60$	Reliabel
Minat Investasi (Y)	3	0,853	$> 0,60$	Reliabel

Hasil dan Pembahasan

- **Uji Normalitas**
- Hasil dari tabel 3.4 menunjukkan bahwa pada uji normalitas bisa juga diyakinkan dengan menggunakan uji One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test, pada uji ini dikatakan valid dan signifikan karena data menunjukkan nilai dari Asymp. Sig. (2-tailed) $0,37 > 0,05$. Dapat dikatakan valid dan berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.08870163
	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.090
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.037 ^c

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

Hasil dan Pembahasan

- **Uji Multikolinearitas**
- Hasil dari tabel 3.5 menunjukkan bahwa nilai dari masing masing variabel pada kolom VIF menunjukkan bahwa berdistribusi tidak ada masalah karena hasil multikolinearitas variabel Social Media Influencer 5,058 < 10, nilai dari Pengetahuan Investasi 6,232 < 20, nilai dari Return Invetasi 3,841 < 10, dan variabel Uang Saku 1 2,819 < 10. Yang memiliki arti model regresi tidak terkena gejala multikolinearitas. Dan koefisiean kolerasi variabel di bawah 0,8.

	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Tolerance	Stati stic VIF
(Costant)	.169	.504		.336	.737		
Social Media Influencer	.155	.053	.266	2.933	.004	.198	5.058
Pengetahuan Investasi	.237	.061	.392	3.899	.000	.160	6.232
Return Investasi	.154	.088	.138	1.749	.084	.260	3.841
Uang Saku	.293	.104	.191	2.826	.006	.355	2.819

a. Dependent Variable : Minat Investasi

Hasil dan Pembahasan

- Uji T
- Hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan tingkat signifikansi parsial positif dari variabel independen yakni Social Media Influencer (X1), Pengetahuan Investasi (X2), Return Investasi (X3), Uang saku (X4), dan variabel dependen Minat Investasi (Y), dapat ditinjau dari hasil signifikansi terhadap variabel sebagai berikut :

H1 : Social Media Influencer (X1)

Pada tabel 3.6 menunjukkan bahwa variabel social media influencer berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat investasi dengan nilai t hitung signifikansi pada variabel social media influencer sebesar 2,933 nilai t tabel 1,671 dan pada nilai signifikansi 0,004.

H2 : Pengetahuan Investasi (X2)

Pada tabel 3.6 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan investasi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap variabel minat investasi dengan nilai t hitung signifikansi pada variabel pengetahuan investasi sebesar 3,889 nilai t tabel 1,671 dan pada nilai signifikansi 0,000.

H3 : Return Investasi (X3)

Pada tabel 3.6 menunjukkan bahwa variabel return investasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat investasi dengan nilai t hitung signifikansi pada variabel return investasi sebesar 1,749 nilai t tabel 1,671 dan pada nilai signifikansi 0,084.

H4 : Uang Saku (X4)

Pada tabel 3.6 menunjukkan bahwa variabel uang saku berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat investasi dengan nilai t hitung signifikansi pada variabel uang saku sebesar 2,826 nilai t tabel 1,671 dan pada nilai signifikansi 0,006.

		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Tolerance	Stati stic VIF
1	(Costant)	.169	.504		.336	.737		
	Social Media Influencer	.155	.053	.266	2.933	.004	.198	5.05 8
	Pengetahuan Investasi	.237	.061	.392	3.899	.000	.160	6.23 2
	Return Investasi	.154	.088	.138	1.749	.084	.260	3.84 1
	Uang Saku	.293	.104	.191	2.826	.006	.355	2.81 9

a. Dependent Variable : Minat Investasi

Hasil dan Pembahasan

- **Uji Koefisien Korelasi Berganda**
- Berdasarkan hasil dari tabel 3.7 menyatakan bahwa koefisien determinasi (Adj R) adalah 0,839, sedangkan koefisien determinasi berganda (R^2) adalah 0,845, nilai (R) 0,919 maka dapat disimpulkan bahwa variabel lisocial media influencer, pengetahuan investasi, return investasi, dan uang saku terhadap minat investasi masing masing nilai individu R sebesar 91,9 % dan sisanya 8,1 % dijelaskan oleh variabel lainnya, nilai R Square 84,5 % dan sisanya 14,5 % dijelaskan oleh variael lain, dan untuk nilai Adj R Square 83,9 % dan sisanya 16,1 % dijelaskan oleh variabel lain.

Model	R	Model Summary ^b		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	.919 ^a	.845	.839	1.111

a. Predictors : (Constant), Uang Saku, Return Investasi, Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi
a. Dependent Variable : Minat Investasi

Kesimpulan

- Hasil dari penelitian juga pembahasan pada penelitian ini adalah dapat disimpulkan bahwa Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi, dan Uang Saku secara parsial berpengaruh positif terhadap Minat Investasi pada generasi Z di Kabupaten Sidoarjo. Influencer media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Kabupaten Sidoarjo. Hal ini menegaskan bahwa generasi Z semakin mempercayai influencer media sosial dari sudut pandang investasi, sehingga meningkatkan minat untuk berpartisipasi di pasar modal Indonesia. Apalagi generasi milenial tertarik berinvestasi di pasar modal Indonesia, bukan karena idolanya adalah influencer media sosial, namun generasi Z dalam penelitian ini tertarik berinvestasi di pasar modal Indonesia, sehingga Anda akan lebih tertarik untuk berinvestasi. Investasi dan berbagi keahlian juga pengalaman investasinya dengan pengikutnya. Pada pengetahuan Investasi memiliki hasil yang paling dominan dimana Pengetahuan investasi juga berperan dalam minat investasi pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo dimana Pengetahuan yang cukup mengenai cara berinvestasi yang baik, dan benar, akan mempengaruhi kecenderungan investasi mereka. Pada return investasi pada Gen Z Sidoarjo bahwa saat melakukan investasi memiliki harapan timbal balik atau hasil yang menguntungkan saat melakukan investasi di pasar modal. Dan untuk Uang saku pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo melihat dengan jumlah uang saku yang mereka miliki mempengaruhi motif pengeluaran mereka. Untuk penelitian berikutnya diharapkan mampu menambah variabel lainnya atau juga memilih subjek permasalahan yang memiliki perbedaan sehingga dapat menjadikan penemuan serta bertambahnya komprehensif

Terima Kasih

