



## **Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Edukasi Saham Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang)**

**Muhammad Panji W.\***, Novi Lailiyul Wafiroh  
*Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang, Malang, Indonesia*

### **Kata Kunci**

**Kata kunci:** Literasi Keuangan, Sosial Media Edukasi Saham, Keputusan Investasi

### **Abstrak**

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Edukasi Saham Terhadap Keputusan Investasi pada mahasiswa kota Malang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa kota Malang yang memiliki akun sosial media dan juga memiliki minat untuk melakukan investasi, dengan sampel sebanyak 100 responden Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini ialah *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Teknik Pengambilan data adalah dengan menggunakan kuisioner yang disebar ke objek peneliti. Teknik Analisa data menggunakan aplikasi smartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan sosial media edukasi saham berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Investasi. Selain itu variabel literasi keuangan dan sosial media edukasi saham berpengaruh sebesar 57% sedangkan sisanya adalah 43% dipengaruhi Variabel lain.

### **Keywords**

**Keywords:** Financial Literacy, Social Media Stock Education, Investment Decision

### **Abstract**

The Research is conducted to analyze the effect of financial literacy and education on social media stocks on investment decisions in Malang city students. This type of research is quantitative with a descriptive approach. The population in this study is Malang city students who have social media accounts and also have an interest in investing, with a sample of 100 respondents. The sampling method used in this research is non-probability sampling with convenience sampling technique. Data collection techniques using a questionnaire distributed to the object of research. A data analysis technique uses the smartPLS3.0 application. Results showed that the variables of financial literacy and education on social media stocks had a positive and significant effect on investment decisions. In addition, the variables of financial literacy and social media education affect 57% while the remaining 43% are influenced by other variables.

\*Corresponding Author: **Muhammad Panji W.**, Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang, Malang, Indonesia  
Email: wicaksonpanji15@gmail.com

## **PENDAHULUAN**

Sebagai manusia pasti memiliki keinginan dan tujuan dalam hidupnya, membahas keinginan dan tujuan dalam pandangan manusia dalam hal finansial tidak jauh dari kebebasan finansial (*financial freedom*). Dalam hal ini pandangan orang terhadap tujuan hidupnya adalah kontrol atas uang yang dimiliki bukan diirinya yang dikontrol oleh uang. Salah satu yang dapat kita lakukan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan melakukan Investasi.

Menurut Nila dan Farina (2020) Investasi merupakan rangkaian proses bagaimana seseorang mengolah dana, atau menanamkan modal di masa kini dengan harapan akan mendapatkan sejumlah aliran pembayaran yang menguntungkan di kemudian hari. Dapat disimpulkan bahwa tujuan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan dimasa, selain itu juga menjaga nilai inflasi keuangan. Terdapat banyak instrument yang dapat kita pilih sebagai objek investasi diantaranya adalah emas, saham, obligasi, reksadana, dan lain sebagainya.

Mahasiswa merupakan kaum milenial yang merupakan garda terdepan untuk masa depan, sudah saatnya kita sebagai mahasiswa membaca mempelajari dan menerapkan hal hal seperti investasi, semakin majunya zaman semakin mudah kita mengakses informasi seputar investasi, kita sebagai generasi milenial yang kehidupannya banyak berputar di media sosial sudah seharusnya kita mudah untuk mengakses informasi seputar saham. Melihat semakin banyaknya investasi bodong atau investasi yang dijalankan orang untuk memberikan kerugian sebagai mahasiswa kita harus memperbanyak literasi keuangan dan juga bijak dalam melakukan pengelolaan keuangan.

Kegiatan investasi tersebut tidak dapat serta merta dilakukan tanpa adanya ilmu yang mendasari. Oleh karena itu sangat diperlukan pemahaman literasi keuangan. Menurut Lusardi dan Mitchell (2007) Literasi keuangan merupakan pemahaman umum tentang pengelolaan keuangan dan sikap terhadap keuangan. literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan dengan tujuan mencapai kesejahteraan. Dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan suatu pemahaman yang harus dimiliki oleh masyarakat dalam memudahkan pengelolaan keuangannya agar masyarakat dapat mencapai tujuan kehidupannya yaitu kesejahteraan. Dengan kemajuan teknologi investasi dapat dilakukan dengan mudah, berbagai platform dan juga media sosial sudah menyediakan edukasi dan juga tata cara dalam melakukan investasi. Menurut Cahyono (2016) media sosial adalah sebuah wadah yang berisikan media online, dengan pengguna dari berbagai tempat dan dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, forum sosial, wiki, dan dunia virtual. Dalam hal investasi pada zaman sekarang ini sudah banyak media sosial yang membahas seputar saham contohnya adalah media sosial Instagram, Whatsapp Group Saham, Telegram Group saham, dan lain sebagainya. Dari berbagai media sosial yang ada kita bisa mendapat edukasi dan juga berbagi informasi seputar pengetahuan tentang saham. Dengan semakin majunya teknologi banyak hal yang dulu sangat susah dilakukan sekarang jadi mudah, contohnya saja dalam hal investasi saham pada zaman dulu sangat sulit karena kurangnya informasi yang bisa didapat oleh masyarakat luas, sekarang media sosial semakin luas teknologi pun semakin maju jadi kita mudah untuk belajar saham dan juga melakukan investasi saham.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Qodary (2021) didapati bahwa media sosial edukasi saham menjadi faktor penguat pengaruh kemudahan teknologi investasi sehingga meningkatkan minat investasi dan juga pada penelitian yang dilakukan oleh Rabiyyah dkk. (2021)

menunjukkan bahwasannya social media memiliki pengaruh yang dapat dikatakan cukup terhadap keinginan kaum Milleneal dalam berinvestasi karena media sosial menyediakan berbagai macam informasi mengenai investasi serta kemudahannya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Literasi Keuangan

Perkembangan industri jasa keuangan semakin bertambah dengan pesat sehingga mengubah kondisi pasar keuangan. Maka dari itu ada yang Anda harus memahami fundamental keuangan yang terkait dengan saham keuangan modern utama (Mandell, 2007: 105). Pengetahuan ini merupakan hal yang mutlak diperlukan setiap dari individu agar dapat menggunakan alat dan produk keuangan secara optimal dan maksimal agar dapat memutuskan suatu hal dengan tepat untuk kesejahteraannya. Sama halnya dengan ungkapan ASIC (2013: 6) mengenai Literasi keuangan dimana dapat membuka mata seseorang agar dapat membuat suatu keputusan mengenai keuangan yang lebih baik untuk dirinya sendiri dan menerima lebih banyak manfaat.

Peraturan OJK Nomor 76 Tahun 2016 mendefinisikan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mengarahkan orang untuk berperilaku dan berperilaku sebaik mungkin dalam rangka peningkatan kualitas individu dalam penentuan keputusan dan pengelolaan keuangan guna tercapainya tujuan, yaitu kesejahteraan.berarti bahwa literasi keuangan adalah penggabungan dari elemen kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk menentukan keputusan keuangan yang tepat dan dengan demikian mencapai kesejahteraan finansial individu (Atkinson, 2012:14). Literasi Keuangan juga membahas bagaimana mengelola sumber keuangan yang terbatas sehingga kita sebagai pengguna keuangan senantiasa merasa cukup, bersyukur, dan tidak kekurangan (Irfan, 2016: 224).

Monticone (2010) mejabarkan yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan seseorang beberapa hal diantaranya adalah karakteristik demografi yaitu: jenis kelamin, etnis/suku, tingkat Pendidikan dan kemampuan bernalar, background keluarga, harta dan waktu yang dimiliki. Selain itu Capuano (2011) menjabarkan akan pengaruh lain yaitu Faktor pribadi (kecerdasan dan kemampuan penalaran), faktor ekonomi sosial dapat mempengaruhi individu dalam mengatur dan berperilaku atas literasi keuangan.

Untuk menilai seberapa baik kompetensi keuangan atau literasi keuangan seseorang, ada beberapa indikator yang dapat dijadikan sebagai determinan. Menurut penelitian Mendari (2013) Indikator literasi keuangan dapat diidentifikasi

menggunakan 4 hal, yaitu:

1. pengelolaan dasar keuangan
2. Simpan Pinjam
3. Investasi (saham, emas, obligasi, dll)
4. Asuransi

### Sosial Media Edukasi Saham

Sosial media merupakan sebuah media berbasis online, dengan kemudahan bagi para pengguna dalam melakukan berbagai kegiatan seperti membuat forum, Bagikan dan buat konten melalui blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan ciptakan dunia virtual (Cahyono, 2016). edukasi saham menjadi hal yang dapat ditonjolkan di dalam pemanfaatan sosial media. Dapat disimpulkan bahwasannya sara untuk mengetahui tentang pengetahuan seputar investasi dapat diperoleh dari berbagai tempat seperti media sosial, Terdapat beberapa beberapa akun seperti ngertisaham, sahampedia, ruangsaham, dan banyak lainnya yang mendaptkan banyak pengikut di Instagram, dimana mereka membagikan pengetahuan seputar investasi saham Tidak hanya melalui Instagram informasi juga dapat di peroleh dari group seperti whatsapp group dan Telegram group, Akun tersebut membagikan informasi kepada para pengikutnya melalui sosial media mengenai tips yang berkaitan dengan bagaimana langkah melakukan investasi saham, Selain menjadi sarana mencari invormasi juga dapat digunakan untuk sarana berbagi pengetahuan seputar saham.

### Keputusan Investasi

Berinvestasi dalam bisnis memerlukan pertimbangan beberapa faktor luar dan faktor . Faktor luar perusahaan meliputi pelaporan keuangan perusahaan, penurunan harga barang , suku bunga yang berlaku, atau beberapa obligasi yang membuktikan adanya asset (Sevdalis & Harvey, 2007; Oehler et al., 2018). Faktor dalm sebagian besar bersifat psikologis dan melibatkan tingkat kecerdasan, afektif dan psikomotorik (Statman, 2017). Menurut Peters (2003) Aspek kognitif berkaitan dengan kemampuan intelektual dan berpikir baik dari segi pengetahuan, pemahaman, penerapan, analisis, evaluasi, dan lain-lain sedangkan afektif meliputi perilaku etis, perasaan, sikap, emosi, dan lain-lain. Munculnya bias psikologis dalam behavioral finance cenderung menggeser tindakan rasional ke irasional saat mengambil keputusan investasi. Perilaku investor yang bias dan terkadang tidak rasional sangat dipengaruhi oleh emosi dan sentimen selama proses pengambilan keputusan investasi (Mittal, 2010),. Hal ini menjelaskan bahwa ketika manusia berada dalam keadaan ketidakpastian, terjadi pergeseran dari teori ekonomi fundamental dalam pengambilan keputusan investasi.

Menurut Tandelilin (2010) Terdapat tiga jenis dasar keputusan investasi, yaitu:

#### a. Return

Salahsatu alasan utama seseorang berinvestasi adalah untuk mendapatkan banyak keuntungan. karena seseorang mengharapkan pengembalian atau keuntungan dari investasi yang dilakukan.

#### b. Risk

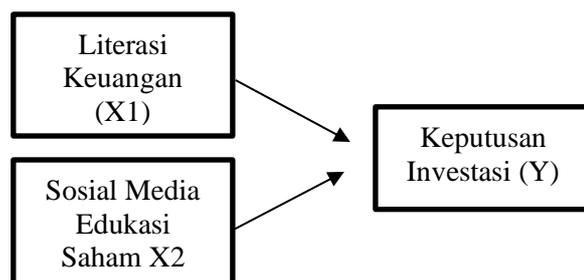
Wajar bagi seorang investor untuk mengharapkan pengembalian yang tinggi atas investasi yang dilakukan. Namun, ada hal penting yang perlu diperhatikan dan diwaspadai sebagai investor, yaitu seberapa besar risiko yang harus diambil saat berinvestasi. Secara umum, semakin besar risiko, semakin besar pengembalian yang diharapkan.

#### c. Hubungan resiko and tingkat pengembalian

Hubungan antara risiko dan tingkat pengembalian yang diharapkan adalah hubungan satu arah atau linier. Dimana semakin besar risiko suatu investasi maka akan semakin besar return yang diharapkan dari investasi tersebut, begitu pula sebaliknya.

### Kerangka Konseptual

Berdasarkan beberapa hal yang telah dikemukakan sebelumnya dan telah diuraikan, maka variable yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan dan digambarkan melalui suatu kerangka konseptual sebagai berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

### METODE PENELITIAN

#### Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini dapat dikategorikan ke dalam penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:8) Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, digunakan untuk meneliti kelompok populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan alat penelitian, dan menganalisis data secara kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yaang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mengetahui keberadaan variabel independen, satu atau lebih variabel (variabel otonom atau variabel independen) tanpa membuat perbandingan antara

variabel itu sendiri mencari hubungan dengan variabel lain (Sugiyono, 2017:35).

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Malang dimana kriteria yang menjadi objek penelitiannya merupakan mahasiswa yang terdaftar di salah satu kampus yang ada di kota Malang dan juga berdomisili di kota Malang, namun tidak dilakukan secara langsung melainkan dengan cara membagikan secara online kuisioner kepada objek yang akan diteliti dengan menggunakan google form.

### Populasi dan Sampel

Sugiyono (2017:80) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau Subyek yang menunjukkan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang sedang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sesuai dengan yang sudah saya jelaskan bahwa penelitian ini dilakukan di kota Malang maka populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa kota Malang, mahasiswa kota Malang dipilih karena memiliki populasi terbanyak kedua dalam lingkup Jawa Timur dimana diharapkan dapat memberikan hasil yang signifikan pada penelitian kali ini, jumlah dari mahasiswa Malang sendiri adalah sebanyak 251.902 data diperoleh dari BPS Jawa Timur.

### Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Untuk memenuhi kebutuhan melakukan penelitian sampel dari penelitian ini menghitung jumlah sampel menggunakan Teknik Slovin menurut Sugiyono (2016). Berikut merukan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel / Jumlah Responden

N = Ukuran Populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa di toleransi; e=0,05

Jumlah Mahasiswa di Kota Malang sebanyak 251.902 jiwa, sehingga dengan presentase kelonggaran penelitian sebesar 10% dan hasil perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{251.902}{1 + 251.902(0,10)^2} = 99,96 \text{ (dibulatkan 100)}$$

Maka jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden mengacu pada rumus diatas.

### Data dan Jenis Data

Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari responden atau informan

(Sugiyono,2013). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan/pernyataan penelitian. Data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari objek penelitian yakni sebagian mahasiswa yang berkuliah di Univeristas di Kota Malang yang diperoleh melalui data kuesioner.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebar kuisioner. Sugiyono (2013), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang dituliskan kepada responden untuk dijawabnya. Jenis Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner via online yang dibagikan kepada responden kemudian responden dapat memilih jawaban yang tersedia dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Merupakan Mahasiswa Aktif di salah satu Kampus di Kota Malang
2. Memiliki minat untuk Berinvestasi
3. Memiliki Akun Sosial Media (Whatsapp, Instagram, dll)

### Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017:335) menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan merencanakan seacar sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara menyusun bagian data ke dalam beberapa kategori, memecah menjadi bagian-bagian yang lebih kecil, mensintesis, menyusun menjadi pola, memilah apa yang penting dan apa yang bisa dipelajari, dan membuat simpulan sehingga bisa mudah untuk dipahami oleh diri sendiri ataupun orang lain. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, berdasarkan variabel dari seluruh responden yang ditabulasi, kemudian data dari setiap variabel yang diteliti disajikan, menjawab dengan dasaran yang ada pada rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dilakukan. Pada penelitian ini perhitungan analisis data menggunakan program software statistik yaitu Partial Least Square (SmartPLS3). PLS merupakan salah satu metode alternatif dari SEM (*Structural Equation Modelling*) digunakan untuk memecahkan masalah dalam hubungan. Jumlah sampel tidak harus banyak dan tidak perlu banyak menebak-nebak.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian, gambaran umum responden yaitu populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Kota Malang. Berdasarkan populasi, maka sampel yang diambil adalah mahasiswa yang memiliki minat untuk melakukan Investasi dan juga memiliki

akun social media. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang terdiri atas 58 Perempuan dan 42 Laki-laki. Dengan rentang umur 19-23 Tahun yang dimana tersebar dari berbagai kampus yang ada dikota malang seperti Universitas Brawijaya 7 Responden, UMM 20 respondend, Universitas widyagama 30 respondend, UM 11 respondend, UNISMA 1 respondend, ITN 2 respondend, STIE 2 respondend dan UIN Malang 27 Respondend. Sehingga total respondendnya adalah 100 orang mahasiswa yang berkuliah di kota Malang.

**Hasil**

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

<i>Measurement Model</i>	Hasil	Nilai Kritis	Evaluasi Model
<i>Outer Model</i>			
<i>Discriminant Validity</i>	Variabel	AVE	
	X1	0,537	Valid
	X2	0,618	>0,5 Valid
	Y	0,579	Valid
<i>Convergen Validity</i>	Indikator	Outer Loading	
	X1.1	0.786	Valid
	X1.2	0.679	Valid
	X1.3	0.719	Valid
	X1.4	0.819	Valid
	X1.5	0.646	Valid
	X2.1	0.707	>0,5 Valid
	X2.2	0.704	Valid
	X2.3	0.687	Valid
	X2.4	0.858	Valid
	X2.5	0.868	Valid
	X2.6	0.821	Valid
	X2.7	0.834	Valid
	Y1.1	0.713	Valid
	Y1.2	0.773	Valid
	Y1.3	0.519	Valid
	Y1.4	0.799	>0,5 Valid
	Y1.5	0.714	Valid
	Y1.6	0.886	Valid
	Y1.7	0.816	Valid
	Y1.8	0.811	Valid

Berdasarkan Tabel 1. Skor AVE untuk variabel Literasi keuangan, sosial media edukasi saham dan keputusan investasi lebih besar dari 0,5. Dengan demikian, masing-masing variabel dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik. Untuk validitas konvergen, berdasarkan Tabel 1. Setiap indeks variabel pencarian diketahui memiliki nilai external loading lebih besar dari 0,5. Maka dari itu seluruh indikator yang digunakan dinilai sudah valid atau layak digunakan untuk meneliti dan menganalisis.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Compo site Reliability	Nilai Kritis	Cronbachs Alpha	Nilai Kritis	Evaluasi Model
X1	0.852		0.781		
X2	0.918	>7	0.895	>6	Reliabel
Y	0.915		0.892		

Suatu konstruksi dinyatakan reliabel jika memiliki skor keandalan komposit lebih besar dari 0,7 dan *alfa Cronbach* lebih besar dari 0,6. Berdasarkan Tabel 2, semua konstruksi memiliki skor reliabilitas komposit lebih besar dari 0,7 dan *alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6. Dengan demikian, keandalan konstruksi yang baik dapat dicapai.

**Pengujian Inner Model (Model Struktural)**

Uji Inner model digunakan agar dapat mencari signifikansi nilai dan juga hubungan antara variabel laten dan uji-t berdasarkan parameter jalur struktural dan nilai R-square model pencarian. Pengujian dilakukan dengan SmartPLS 3.0 dengan melakukan prosedur perhitungan calculate-boostrapping. dan dapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Value, P-Values)

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
X1->Y	0.317	0.33	0.11	2.885	0.004
X2->Y	0.524	0.519	0.097	5.400	0.000

Hasil pengujian pada Tabel 3 menjadi dasran untuk uji hipotesis yang ada. Uji yang pertama dilakukan untuk mennguji bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa perkiraan original sample X1->Y sebesar 0,317 dengan signifikansi 5% yang ditunjukkan dengan nilai t-statistik sebesar 2,885 yang lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,964, dan p-values dari 0,004 kurang dari 0,05. Meskipun estimasi awal sampel positif, hal ini menunjukkan bahwaliterasi keuangan memiliki efek positif pada keputusan investasi.

Uji kedua dilakukan untuk menguji data apakah literasi keuangan berpengaruh positif signifikan pada media sosial untuk stock building. Hasil pengujian ditunjukkan pada Tabel 3, X2->Y menerima estimasi sampel asli sebesar 0,524 dengan t-statistik 5,400 > 1,964 dan p-values 0,000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap pendidikan berbagai media sosial dengan tingkat signifikansi 5%.

### R-square

Uji selanjutnya adalah untuk melihat nilai R-square yang merupakan bagian dari inner model dengan Hasil R-square terangkum dalam Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. R-Square

Variabel	R Square
Keputusan Investasi (Y)	0.568

Berdasarkan apa yang telah tersaji pada Tabel 4. dapat diketahui nilai R-square adalah sebesar 0,567 yang berarti variabel literasi keuangan dan social media edukasi saham mempengaruhi variabel keputusan investasi masuk dalam kategori moderat (sedang). Berdasarkan nilai R-square tersebut dapat dikatakan keputusan Investasi dipengaruhi oleh variabel independen sebesar 57%, lalu sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yaitu sebesar 43%.

### Pembahasan

Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi, berdasarkan table 3. Dimana hasil pengujian didapat bahwa literasi keuangan berpengaruh secara positif signifikan yang artinya literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi, hasil ini memperkuat hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Feby dkk. (2021) yang menyampaikan bahwa Hasil yang dikemukakan adalah bahwa variable literasi keuangan memberikan pengaruh positif pada keputusan investasi yang artinya semakin seseorang memahami literasi keuangan sehingga makin yakin dan berani untuk mengambil keputusan investasi. Selain itu hasil ini juga memperkuat temuan Audini (2020) dimana Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa, menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan mahasiswa maka semakin besar keinginannya untuk berinvestasi.

Pengaruh sosial media edukasi saham pada keputusan investasi, berdasarkan table 3. Dimana hasil yang ditemukan atas uji diatas adalah sosial media edukasi saham berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi. Dimana seseorang yang sudah mempelajari dan juga sudah mengetahui terkait saham dan mendapatkan edukasi seputar saham melalui media sosial cenderung memiliki keputusan investasi yang baik. Hal ini memperkuat temuan yang dilakukan oleh Putra & Qodary (2021) dimana pada penelitiannya masih berpengaruh secara negative terhadap keputusan investasi. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Rabiyah, dkk(2021)

yang menyatakan bahwa social media memiliki pengaruh terhadap keinginan kaum Milleneal dalam berinvestasi.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independent yaitu variabel literasi keuangan dan juga variabel social media edukasi saham memiliki pengaruh signifikan dimana hasil dari analisis data menunjukkan bahwasannya hasil yang ada menunjukkan bahwa nilai original sample estimate Literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi adalah sebesar 0,317 dengan signifikansi 5% yang di tunjukkan dengan nilai t-statistik 2.885 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,964 serta p-values 0,004 lebih kecil dari 0,05. Selain itu pada variable media social edukasi saham menunjukkan nilai dimana sosial media edukasi saham terhadap keputusan investasi diperoleh nilai original sample estimate sebesar 0.524 dengan nilai t-statistik 5,400 > 1,964 serta p-values 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan keduanya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Dan juga kedua variabel mempengaruhi variabel keputusan investasi sebesar 57%, sedangkan sisanya 43% dipengaruhi oleh variabel lain.

Serta saran untuk peneliti selanjutnya adalah lebih mengembangkan dan juga memperluas skala penelitian terkait literasi keuangan dan juga sosial media edukasi saham serta pengaruhnya terhadap keputusan investasi, melihat perkembangan zaman dimana teknologi sudah semakin maju dan mudah untuk mengakses informasi. Selain itu ada faktor lain yang bias digunakan acuan untuk melakukan penelitian terkait keputusan investasi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aribawa, Dwitya. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Umkm Di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 20 No. 1.
- Atkinson, R.L., Atkinson, R.C., & Hilgard, E.R. (2012). *Pengantar Psikologi* (Edisi Kedelapan). Jakarta: Erlangga.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. 140–157.
- Ni Putu Priscilia Kartika Dewi, & Krisnawati, A. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Risk Tolerance Dan Overconfidence Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Usia Produktif Di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(2), 236–250.  
<https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i2.344>
- Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor

76/POJK.07/2016 Tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat.

- Putra, R. J., & Qodary, H. F. (2021). *Pengaruh Pengenaan Bea Materai Dan Kemudahan Teknologi Investasi Terhadap Minat Investasi Yang Dimoderasi Oleh Sosial Media Edukasi Saham*. 6, 31–39.
- Rabiyah, U., Rasyid, S., & Indrijawati, A. (2021). *Platform Media Sosial terhadap Niat Berinvestasi Dimoderasi oleh Gaya Hidup*. 10
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tandelilin, Eduardus. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Edisi pertama. Yogyakarta: Kanisius
- Vitt, L. A., et al. (2000). *Personal finance and the rush to competence: Financial literacy education in the U.S. Virginia: Institute for Socio-Financial Studies*